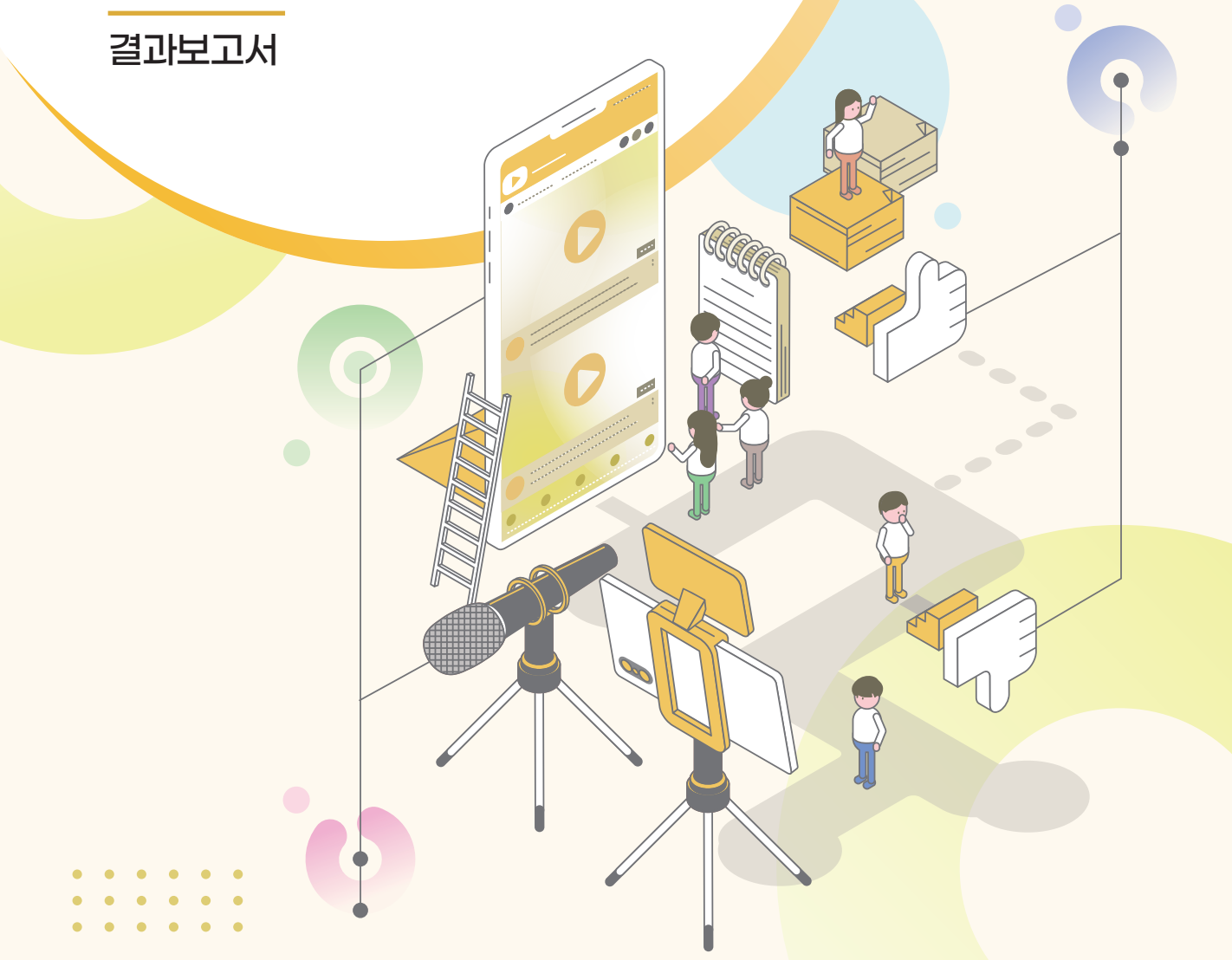
방송미디어통신위원회 KAIA 한국전파진흥협회

국가통계 NATIONAL STATISTICS
승인번호 제127020호

2025년

디지털크리에이터 미디어산업 실태조사

결과보고서



이용자를 위하여

1. 「디지털크리에이터미디어산업 실태조사 보고서」는 디지털크리에이터 미디어 산업 기반 조성사업의 일환으로 나온 결과물임

2. 본 보고서에 수록된 수치는 자료의 종류에 따라 소수점 첫째자리나 둘째 자리에서 반올림되어 세부 항목의 합이 전체와 일치하지 않을 수 있음

3. 통계표에서 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음

   · “ - ” : 해당숫자 없음

   · “0.0” : 단위 미만

4. 응답 사례 수가 적은 일부 층에 있어서는 해석 시 주의가 필요함

5. 본 결과물은 방송미디어통신위원회 및 한국전파진흥협회의 공식적인 견해가 아니며, 인용 시 원본 데이터의 출처를 반드시 밝혀야함



이용자를 위하여

6. 2025년 보고서에서 변경 혹은 추가된 부분들은 다음과 같음

ㄱ. 2023~2024년 조사에서는 디지털크리에이터미디어산업에 연계된 KSIC10 46개로 조사를 진행. 2025년 조사에서는 적격률이 낮은 하위 10개 코드를 삭제 및 14개 신규 코드 추가로 KSIC10 50개로 조사가 진행됨. 이에 모집단 범위 변경에 따라 과거 조사와 차이가 발생할 수 있으며, 증감률 산출 등 전년도 결과와 비교 및 해석 시 주의해야 함

- 2024년 조사 ('23년 기준) : '22년도 전국사업체조사모집단 488,287개 → 추정모집단 13,514개
- 2025년 조사 ('24년 기준) : '23년도 전국사업체조사모집단 389,159개 → 추정모집단 11,089개

ㄴ. 디지털크리에이터미디어산업의 대분류 4개 범주를 아래와 같이 변경함

- 1. 영상 제작 및 제작 지원
- 2. 광고·마케팅 및 커머스
- 3. 크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)
- 4. 온라인 비디오 공유 플랫폼

ㄷ. 콘텐츠 유형 및 장르, 커머스 분야 문항 등 산업의 변화에 따라 조사 문항을 신규 추가 또는 변경하여 진행함



2025 디지털크리에이터미디어산업 실태조사

방송미디어통신위원회 RAPA 한국전파진흥협회

사업체 수

(단위: 개, %)

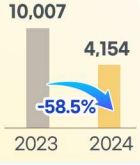


2023 13,514

-17.9%

2024 11,089

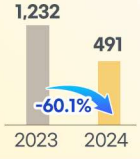
영상제작 및 제작지원



광고/마케팅 및 커머스



크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN등)



온라인 비디오 공유 플랫폼



매출액

(단위: 억 원, %)

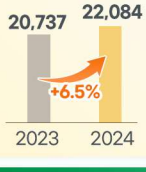


2023 53,159

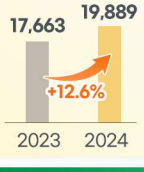
+4.4%

2024 55,503

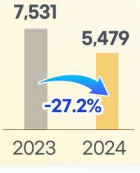
영상제작 및 제작지원



광고/마케팅 및 커머스



크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN등)

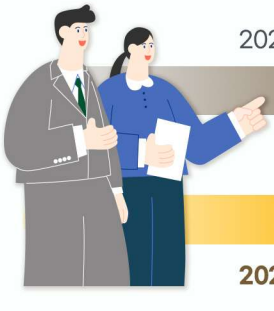


온라인 비디오 공유 플랫폼



종사자 수

(단위: 명, %)

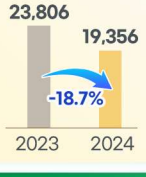


2023 42,378

+3.2%

2024 43,717

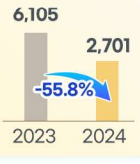
영상제작 및 제작지원



광고/마케팅 및 커머스



크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN등)



온라인 비디오 공유 플랫폼

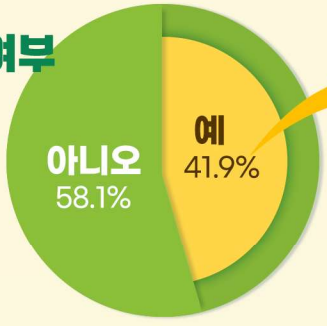


* 디지털크리에이터미디어산업에 해당하는 한국표준산업분류코드(KSIC10) 변경으로 직전조사와 직접적인 증감비교 및 해석 시 주의가 필요함
- 2023년 : `22년도 전국사업체조사모집단 488,287개 → 추정모집단 13,514개 / - 2024년 : `23년도 전국사업체조사모집단 389,159개 → 추정모집단 11,089개
* 상세설명은 '2025년 디지털크리에이터미디어산업 실태조사' 보고서 내 기재

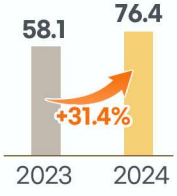
방송미디어통신위원회 RAPA 한국전파진흥협회

2025 디지털크리에이터미디어산업 실태조사

자체 제작 여부



연 평균 콘텐츠 제작 수 (단위: 편)



콘텐츠 유형 (단위: %)



주 유통 플랫폼 (단위: %)



평균 제작비용 (단위: 백만원)



조사 결과 요약

01 사업체 수

**디지털크리에이터미디어산업 사업체 수는 11,089개이며,
주요 분야는 '광고·마케팅 및 커머스' 분야가 가장 많음**

* 디지털크리에이터미디어산업 분야별 사업체 수는 '광고·마케팅 및 커머스'가 6,346개(57.2%)로 가장 많음
  - 다음으로 '영상 제작 및 제작 지원'(4,154개, 37.5%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(491개, 4.4%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(98개, 0.9%) 순임

◆ 디지털크리에이터미디어산업 분야별 사업체 수 ◆

구분		사례수(개)	비중(%)
전체		**(11,089)**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	37.5
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	57.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	4.4
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.9

02 매출액

**디지털크리에이터미디어산업 매출액은 5조 5,503억 원이며,
이 중 '영상 제작 및 제작 지원' 분야 매출액이 가장 높음**

* 디지털크리에이터미디어산업 매출액은 5조 5,503억 원으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'(2조 2,084억 원), '광고·마케팅 및 커머스'(1조 9,889억 원), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(8,051억 원), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(5,479억 원) 순임

◆ 디지털크리에이터미디어산업 분야별 매출액 ◆

구분		사례수(개)	매출액(백만원)	
			평균 매출액	전체 매출액
전체		**(11,089)**	**501**	**5,550,325**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	532	2,208,386
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	313	1,988,945
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	1,116	547,869
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	8,216	805,126

03 종사자 수

디지털크리에이터미디어산업 종사자 수는 43,717명임

* 디지털크리에이터미디어산업 종사자 수는 43,717명으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'(19,356명), '광고·마케팅 및 커머스'(10,488명), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(6,105명), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(1,978명) 순임

◆ 디지털크리에이터미디어산업 분야별 종사자 수 ◆

구분		사례수(개)	종사자 수(명)	
			평균 종사자 수	전체 종사자 수
전체		**(11,089)**	**4**	**43,717**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	5	19,356
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	3	19,520
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	6	2,701
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	22	2,141

04 자체 제작 콘텐츠 수

콘텐츠를 자체 제작하는 비율은 41.9%이며, 한해 평균 76.4편 제작함

* 자체 제작 콘텐츠 수는 한해 평균 76.4편임
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(107.0편), '광고·마케팅 및 커머스'(95.2편), '영상 제작 및 제작 지원'(59.4편), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(34.7편) 순임

◆ 자체 제작 콘텐츠 수 ◆

(단위 : 개, %, 편)

구분		사례수	자체 제작 여부		자체 제작 콘텐츠 수		
			아니오	예	사례수	평균(편)	합계(편)
전체		**(11,089)**	**58.1**	**41.9**	**(4,651)**	**76.4**	**355,457**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	41.6	58.4	(2,425)	59.4	144,136
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	66.8	33.2	(2,104)	95.2	200,320
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	80.9	19.1	(94)	107.0	10,020
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	71.2	28.8	(28)	34.7	981

05 자체 제작 콘텐츠 유형

자체 제작 콘텐츠 유형은 '정보 전달형'이 가장 많음

* 자체 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유형은 '정보 전달형'(39.5%), '리뷰형'(32.5%), '자기계발/교육형'(9.2%), '오락/예능형'(6.3%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'은 '정보 전달형'(44.8%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '리뷰형'(48.4%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '오락/예능형'(42.8%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 '자기계발/교육형'(85.8%)이 높게 나타남

◆ 자체 제작 콘텐츠 유형 ◆

(단위 : 개, %)

구분		사례수	정보 전달형	라이프 스타일 공유형	오락/ 예능형	자기계발/ 교육형	취미/ 전문분야 공유형	리뷰형	소통/ 참여 유도형	기타
전체		**(4,651)**	**39.5**	**3.9**	**6.3**	**9.2**	**8.0**	**32.5**	**0.3**	**0.4**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	44.8	5.5	8.7	12.7	8.0	19.9	0.0	0.4
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	34.7	1.2	1.9	4.7	8.0	48.4	0.6	0.5
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	18.9	23.7	42.8	0.0	6.9	7.7	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	0.0	0.0	0.0	85.8	14.2	0.0	0.0	0.0

06 자체 제작 콘텐츠 주 유통 플랫폼

자체 제작 콘텐츠는 주로 '유튜브'를 통해 유통됨

* 자체 제작 콘텐츠는 주로 '유튜브'(65.9%) 플랫폼을 통해 유통함
  - 다음으로 '인스타그램'(12.9%), '네이버클립'(7.9%) 등의 플랫폼에 유통하는 것으로 나타남

◆ 자체 제작 콘텐츠 주 유통 플랫폼 ◆

(단위 : 개, %)

구분		사례수	유튜브	인스타그램	네이버TV	네이버클립	틱톡	e커머스 플랫폼	기타
전체		(4,651)	65.9	12.9	2.0	7.9	0.2	0.3	10.8
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	79.3	10.5	0.4	0.0	0.0	0.0	9.8
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	49.5	15.9	4.1	17.3	0.4	0.6	12.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	77.7	10.5	0.0	3.5	1.4	0.0	6.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

07 자체 제작 콘텐츠 평균 제작비용

자체 제작 콘텐츠의 한 해 평균 제작비용은 93.83백만원임

* 2024년 한 해 동안 자체 제작한 콘텐츠의 제작비용은 평균 93.83백만원이며, '작품 제작비'(46.10백만원), '기획'(15.79백만원), '출연료'(12.65백만원), '마케팅/홍보'(11.99백만원), '기타 경비' (7.30백만원) 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '온라인 비디오 공유 플랫폼'(765.77백만원), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(133.24백만원), '영상 제작 및 제작 지원'(103.87백만원), '광고·마케팅 및 커머스'(71.48백만원) 순임

◆ 자체 제작 콘텐츠 평균 제작비용 ◆

(단위 : 개, 백만원)

구분		사례수	기획	작품 제작비	출연료	마케팅/ 홍보	기타 경비	전체 평균
전체		(4,651)	15.79	46.10	12.65	11.99	7.30	93.83
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	19.87	42.15	21.64	13.28	6.93	103.87
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	10.37	42.07	1.97	9.38	7.69	71.48
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	24.02	76.98	12.57	15.95	3.72	133.24
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	42.24	582.81	36.46	82.24	22.03	765.77

CONTENT

제 I 장. 조사 개요

1절. 개요 ····· 3

1. 조사 배경 및 목적 ····· 3
2. 조사기간 및 조사기준 시점 ····· 3
3. 조사범위 및 대상 ····· 3
4. 조사 방법 ····· 3
5. 조사수행 ····· 3
6. 조사 내용 ····· 4
7. 결과 공표 ····· 4

2절. 조사설계 ····· 5

1. 디지털크리에이터미디어산업의 정의 및 조사 범위 ····· 5
   1) 디지털크리에이터미디어산업의 정의 ····· 5
   2) 조사범위 ····· 5
2. 조사방법 ····· 8
3. 표본설계 ····· 9
   1) 모집단 정의 ····· 9
   2) 표본 크기 ····· 9
   3) 판별조사 ····· 10
   4) 본조사 ····· 12
   5) 가중치 산정 및 모집단 추정 ····· 14

3절. 조사결과 ····· 15

1. 응답 사업체 특성 ····· 15

CONTENT

제II장. 조사 결과

1절. 경영현황 ····· 19

1. 사업 참여 연도 ····· 19
2. 참여 사업 분야 ····· 21
   1) 주요 사업 분야 ····· 21
   2) 세부 사업 참여 분야 ····· 23
3. 매출액 현황 ····· 27

2절. 인력 현황 ····· 29

1. 인력 보유 현황 ····· 29
   1) 성별, 고용형태별 인력 현황 ····· 29
   2) 연령별 인력 현황 ····· 31
   3) 학력별 인력 현황 ····· 33
   4) 직무별 인력 현황 ····· 35
2. 채용인력 및 채용예정인력 현황 ····· 37
   1) 채용인력 현황 ····· 37
   2) 채용예정인력 현황 ····· 39
   3) 인력 채용 시 고려사항 ····· 41
   4) 인력 채용 시 애로사항 ····· 44

3절. 사업 현황 ····· 47

1. 콘텐츠 제작인력 현황 ····· 47
   1) 콘텐츠 제작인력 보유 여부 ····· 47
   2) 콘텐츠 제작인력 보유 현황 ····· 49
   3) 콘텐츠 제작인력 확보 방법 ····· 51

CONTENT

2. 콘텐츠 제작 현황 ····· 53
1) 콘텐츠 제작 방식 ····· 53
2) 자체 제작 콘텐츠 수 ····· 55
3) 자체 제작 콘텐츠 유형 ····· 57
4) 자체 제작 콘텐츠 장르 ····· 59
5) 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼 ····· 62
6) 해당 플랫폼 선정 이유 ····· 64
7) 자체 제작 콘텐츠 항목별 제작 비용 ····· 66
8) 의뢰받은 콘텐츠 제작비 항목별 지출 비중 ····· 68
3. 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 현황 ····· 70
1) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 활동 여부 ····· 70
2) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 영역 ····· 72
3) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 영역 ····· 74
4) 소속 디지털크리에이터 현황 ····· 76
4. 커머스 분야 사업 현황 ····· 89
1) 커머스 분야 사업 활동 여부 ····· 89
2) 커머스 분야 사업 영역 ····· 91
3) 커머스 관련 수익 비중 ····· 93
4) 판매 제품 카테고리별 분포 ····· 94

4절. 해외 수출 현황 ····· 96

1. 콘텐츠 수출 현황 ····· 96
1) 콘텐츠 수출 여부 ····· 96
2) 해외시장 진출 방법 ····· 97
3) 콘텐츠 수출액 ····· 98

CONTENT

4) 콘텐츠 유형별 수출액 현황 ····· 99
5) 주요 수출국 ····· 100
6) 해외시장 진출 시 애로사항 ····· 101
7) 향후 수출 계획 여부 및 시기 ····· 102
8) 향후 수출 계획 국가 ····· 104
2. 외부 투자 경험 ····· 105

5절. 지원정책 수요 현황 ····· 106

1. 지원정책 인지도 ····· 106
2. 지원정책 주요 현황 ····· 111
1) 지원정책 참여 경험 ····· 111
2) 지원정책 참여 중요도 ····· 113
3) 지원정책 참여 도움 정도 ····· 115
4) 지원정책 참여 만족도 ····· 117
3. 산업 활성화를 위한 필요 사항 ····· 119

CONTENT

부 록 - 01. 주요 용어 해설

1. 디지털크리에이터미디어산업 정의 ····· 124
2. 디지털크리에이터미디어산업 분류 ····· 124
3. 고용형태의 정의 ····· 125
4. 디지털크리에이터미디어 관련 종사자 직무 구분 및 정의 ····· 125
5. 사업영역의 정의 ····· 126
6. 지원정책의 정의 ····· 127
7. 기타용어의 정의 ····· 128

부 록 - 02. 조사표

CONTENT 표

| 표 1-1 | 디지털크리에이터미디어산업의 대분류 4개 범주 ····· 5
| 표 1-2 | 디지털크리에이터미디어산업과 한국표준산업분류(5digit) 매칭 결과 ····· 6
| 표 1-3 | 한국표준산업분류(5digit) 종사자 규모별 2025년 판별조사 할당표 ····· 11
| 표 1-4 | 4개 범주별 규모별 전국사업체조사와 추정 모집단 분포 (판별조사 후) ····· 12
| 표 1-5 | 4개 범주별 규모별 추정 모집단과 본조사 표본할당 ····· 13
| 표 1-6 | 응답완료 사업체 수 ····· 13
| 표 1-7 | 4개 범주별 규모별 전국사업체조사와 추정 모집단 분포 (본조사 후) ····· 14
| 표 2-1 | 디지털크리에이터미디어산업 참여 시기 ····· 20
| 표 2-2 | 디지털크리에이터미디어산업 주요 분야 ····· 22
| 표 2-3 | 현재 참여중인 디지털크리에이터미디어산업 세부 산업 분야 (복수응답) ····· 24
| 표 2-4 | 광고 의뢰 고객사 주 업종 (1순위) ····· 26
| 표 2-5 | 광고 의뢰 고객사 주 업종 (1+2순위) ····· 26
| 표 2-6 | 디지털크리에이터미디어 관련 매출액 ····· 28
| 표 2-7 | 고용형태별 종사자 현황_디지털크리에이터미디어분야 종사자 수 ····· 30
| 표 2-8 | 연령별 종사자 현황 ····· 32
| 표 2-9 | 학력별 종사자 현황 ····· 34
| 표 2-10 | 직무별 종사자 현황 ····· 36
| 표 2-11 | 2024년 1년간 채용인력 (전체) ····· 38
| 표 2-12 | 2025년 1년간 채용예정인력 (전체) ····· 40
| 표 2-13 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목 (1순위) ····· 42
| 표 2-14 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목 (1+2순위) ····· 43
| 표 2-15 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항 (1순위) ····· 45
| 표 2-16 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항 (1+2순위) ····· 46
| 표 2-17 | 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 여부 ····· 48
| 표 2-18 | 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력 (복수응답) ····· 50
| 표 2-19 | 콘텐츠 제작 필요 인력 확보 방법 (복수응답) ····· 52

CONTENT 표

| 표 2-20 | 콘텐츠 제작 방식 (복수응답) ····· 54
| 표 2-21 | 제작 콘텐츠 수 ····· 56
| 표 2-22 | 자체 제작 콘텐츠 유형 ····· 58
| 표 2-23 | 제작 콘텐츠 장르 (1순위) ····· 60
| 표 2-24 | 제작 콘텐츠 장르 (1+2순위) ····· 61
| 표 2-25 | 자체 콘텐츠 주로 유통하는 플랫폼 ····· 63
| 표 2-26 | 해당 플랫폼을 선택한 이유 ····· 65
| 표 2-27 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 평균 ····· 67
| 표 2-28 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 합계 ····· 67
| 표 2-29 | 콘텐츠 제작시 항목별 실제 지출 비중 ····· 69
| 표 2-30 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 활동 여부 ····· 71
| 표 2-31 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 영역 (복수응답) ····· 73
| 표 2-32 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 발생 영역 (복수응답) ····· 75
| 표 2-33 | 2024년 12월 말 소속된 크리에이터 총원 현황 ····· 77
| 표 2-34 | 2024년 1년간 신규 영입한 크리에이터 현황 ····· 79
| 표 2-35 | 소속 크리에이터 콘텐츠 분야별 분포 현황 ····· 81
| 표 2-36 | 소속 크리에이터 계약 형태 ····· 83
| 표 2-37 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_오리지널 콘텐츠 제작 ····· 85
| 표 2-38 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_브랜디드 콘텐츠/PPL 제작 ····· 85
| 표 2-39 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_동영상 채널 관리 ····· 86
| 표 2-40 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_커머스/PB상품 제작 ····· 86
| 표 2-41 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_라이센스비즈니스 ····· 87
| 표 2-42 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_출연료 ····· 87
| 표 2-43 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_기타 ····· 88
| 표 2-44 | 커머스 관련 사업 활동 여부 ····· 90
| 표 2-45 | 커머스 사업 영역 (복수응답) ····· 92

CONTENT 표

| 표 2-46 | 커머스 관련 수익 비중 ····· 93
| 표 2-47 | 커머스 판매 제품 카테고리별 분포 비중 ····· 95
| 표 2-48 | 콘텐츠 수출 여부 ····· 96
| 표 2-49 | 해외시장 진출 방법 ····· 97
| 표 2-50 | 콘텐츠 수출액 ····· 98
| 표 2-51 | 콘텐츠 유형별 수출액 비중 ····· 99
| 표 2-52 | 콘텐츠 주요 수출국 ····· 100
| 표 2-53 | 콘텐츠 해외 수출시 애로사항 ····· 101
| 표 2-54 | 콘텐츠 추가 수출 희망 국가 여부 및 시기 ····· 103
| 표 2-55 | 수출 희망 주력 국가 ····· 104
| 표 2-56 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 투자 받은 경험 및 주요 투자사 ····· 105
| 표 2-57 | 지원정책 인지도 (전체) ····· 107
| 표 2-58 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터 육성 지원(교육, 멘토링 등) ····· 108
| 표 2-59 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 지원(제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등) 108
| 표 2-60 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통 지원(홍보/마케팅, 해외 진출 등) ··· 109
| 표 2-61 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터미디어 제작 인프라 지원(사무 공간, 스튜디오, 장비 등) 109
| 표 2-62 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터미디어 창업 지원(신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등) 110
| 표 2-63 | 지원정책 인지정도 : 디지털크리에이터미디어 행사 개최 및 참가 지원 ····· 110
| 표 2-64 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원정책 참여 경험 ····· 112
| 표 2-65 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 중요도 ····· 114
| 표 2-66 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 도움 정도 ····· 116
| 표 2-67 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 만족도 ····· 118
| 표 2-68 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원 (1순위) ····· 120
| 표 2-69 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원 (1+2+3순위) ····· 121

CONTENT

그림

| 그림 2-1 | 디지털크리에이터미디어산업 참여 시기 ····· 19
| 그림 2-2 | 디지털크리에이터미디어산업 주요 분야 ····· 21
| 그림 2-3 | 현재 참여중인 디지털크리에이터미디어산업 세부 산업 분야 (복수응답) ····· 23
| 그림 2-4 | 광고 의뢰 고객사 주 업종 ····· 25
| 그림 2-5 | 디지털크리에이터미디어 관련 매출액 ····· 27
| 그림 2-6 | 디지털크리에이터미디어분야 종사자 현황 ····· 29
| 그림 2-7 | 연령별 종사자 현황 ····· 31
| 그림 2-8 | 학력별 종사자 현황 ····· 33
| 그림 2-9 | 직무별 종사자 현황 ····· 35
| 그림 2-10 | 2024년 1년간 채용인력 (전체) ····· 37
| 그림 2-11 | 2025년 1년간 채용예정인력 (전체) ····· 39
| 그림 2-12 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목 ····· 41
| 그림 2-13 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항 ····· 44
| 그림 2-14 | 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 여부 ····· 47
| 그림 2-15 | 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력 (복수응답) ····· 49
| 그림 2-16 | 콘텐츠 제작 필요 인력 확보 방법 (복수응답) ····· 51
| 그림 2-17 | 콘텐츠 제작 방식 (복수응답) ····· 53
| 그림 2-18 | 제작 콘텐츠 수 ····· 55
| 그림 2-19 | 자체 제작 콘텐츠 유형 ····· 57
| 그림 2-20 | 제작 콘텐츠 장르 ····· 59
| 그림 2-21 | 자체 콘텐츠 주로 유통하는 플랫폼 ····· 62
| 그림 2-22 | 해당 플랫폼을 선택한 이유 ····· 64
| 그림 2-23 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 평균 ····· 66
| 그림 2-24 | 콘텐츠 제작시 항목별 실제 지출 비중 ····· 68
| 그림 2-25 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 활동 여부 ····· 70
| 그림 2-26 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 영역 (복수응답) ····· 72

CONTENT

그림

| 그림 2-27 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 발생 영역 (복수응답) ····· 74
| 그림 2-28 | 2024년 12월 말 소속된 크리에이터 총원 현황 ····· 76
| 그림 2-29 | 2024년 1년간 신규 영입한 크리에이터 현황 ····· 78
| 그림 2-30 | 소속 크리에이터 콘텐츠 분야별 분포 현황 ····· 80
| 그림 2-31 | 소속 크리에이터 계약 형태 ····· 82
| 그림 2-32 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중 ····· 84
| 그림 2-33 | 커머스 관련 사업 활동 여부 ····· 89
| 그림 2-34 | 커머스 사업 영역 (복수응답) ····· 91
| 그림 2-35 | 커머스 관련 수익 비중 ····· 93
| 그림 2-36 | 커머스 판매 제품 카테고리별 분포 비중 ····· 94
| 그림 2-37 | 콘텐츠 수출 여부 ····· 96
| 그림 2-38 | 해외시장 진출 방법 ····· 97
| 그림 2-39 | 콘텐츠 수출액 ····· 98
| 그림 2-40 | 콘텐츠 유형별 수출액 비중 ····· 99
| 그림 2-41 | 콘텐츠 주요 수출국 ····· 100
| 그림 2-42 | 콘텐츠 해외 수출시 애로사항 ····· 101
| 그림 2-43 | 콘텐츠 추가 수출 희망 국가 여부 및 시기 ····· 102
| 그림 2-44 | 수출 희망 주력 국가 ····· 104
| 그림 2-45 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 투자 받은 경험 및 주요 투자사 ····· 105
| 그림 2-46 | 지원정책 인지도 (전체) ····· 106
| 그림 2-47 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원정책 참여 경험 ····· 111
| 그림 2-48 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 참여 중요도 ····· 113
| 그림 2-49 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 도움 정도 ····· 115
| 그림 2-50 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 만족도 ····· 117
| 그림 2-51 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원 ····· 119

I

조사 개요

1절 개요

1. 조사 배경 및 목적

* 새로운 미디어 환경에 대응하기 위한 디지털크리에이터미디어산업의 중요성 증대로 공신력 있는 정보 생성이 필요함
* 디지털크리에이터미디어산업의 규모, 경영활동, 근로환경 등을 파악하는 정례적 실태조사를 통해, 국내 디지털크리에이터미디어산업의 전 주기적 지원체계 구축 및 미디어 신산업 분야 정책 수립의 기초자료 제공

2. 조사기간 및 조사기준 시점

* 조사기간 : 2025년 9월 ~ 10월
* 조사기준 시점 : 2024년 12월 말

3. 조사범위 및 대상

* 디지털크리에이터미디어산업 산업분류에 해당하는 사업체 1,000개

4. 조사 방법

* 면접조사, 온라인조사, 전화조사, 팩스조사 등 병행

5. 조사수행

* 주관기관 : 방송미디어통신위원회, 한국전파진흥협회
* 수행기관 : ㈜한국갤럽조사연구소

6. 조사 내용

구분	항목
사업체 일반 현황	· 사업체 명, 대표자(성명, 성별, 연령), 설립년도, 전화번호, 사업체 주소, 조직형태
	· 사업자등록번호, 법인등록번호
일반현황 및 경영현황	· 디지털크리에이터미디어 사업 참여연도
	· 디지털크리에이터미디어 사업 주요산업 분야 및 세부산업 분야
	· 광고 의뢰 고객사 주 업종
	· 전체 매출액, 디지털크리에이터미디어 관련 매출액
	· 디지털크리에이터미디어 관련 사업 외 매출 발생 분야
인력 현황	· 고용형태별/성별/연령별/학력별/직무별 디지털크리에이터미디어산업 종사자 현황
	· 디지털크리에이터미디어산업 관련 직무별 채용 및 채용예정 인력
	· 디지털크리에이터미디어산업 관련 인력 채용 시 고려 항목 및 애로사항
사업 현황	· 콘텐츠 제작 분야 사업 현황
	· 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN등) 분야 사업 현황
	· 커머스 분야 사업 현황
해외 수출 현황	· 콘텐츠 해외 수출 현황
	· 외부 투자 현황
지원정책 수요 현황	· 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 인지도/참여경험
	· 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 참여 경험의 중요도/도움 정도/만족도
	· 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요사항
	· 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 건의사항

7. 결과 공표

* 공표시기 : 2025년 11월

* 공표방법 : 「2025년 디지털크리에이터미디어산업 실태조사」 발간, 한국전파진흥협회 홈페이지 (https://www.rapa.or.kr) 게재

2절 조사 설계

1. 디지털크리에이터미디어산업의 정의 및 조사 범위

1) 디지털크리에이터미디어산업의 정의

* 디지털크리에이터를 “정보통신망을 통해 창의성 또는 전문성을 갖춘 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)을 포함하는 동영상·멀티미디어 정보를 제작·유통하는 자”로 정의하며, “디지털크리에이터가 제작·전송·유통·관리하는 제작물”을 디지털크리에이터미디어로 정의함

* 디지털크리에이터미디어산업은 “경제적 부가가치를 창출하는 디지털크리에이터 및 디지털크리에이터미디어를 기획·제작·배포·광고·이용제공을 하는 서비스 등과 관련한 산업”을 의미함

2) 조사범위

* 디지털크리에이터미디어 관련 산업을 영위하고 있는 ①영상 제작 및 제작 지원, ②광고·마케팅 및 커머스, ③크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등), ④온라인 비디오 공유 플랫폼 4가지[1]로 분류하며 4종의 분류에 속하는 사업체

| 표 1-1 | 디지털크리에이터미디어산업의 대분류 4개 범주

대분류	정의
영상 제작 및 제작 지원	디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 직접 제작하거나 제작을 지원하는 기업 (제작 인프라 및 솔루션 지원, 채널관리, 개인·법인 채널에 대한 컨설팅 업무를 하는 기업 포함)
광고/마케팅 및 커머스	디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 매개로 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 광고·마케팅을 하거나 콘텐츠를 활용하여 커머스(판매·유통·중개)를 하는 기업
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	온라인 비디오 공유 플랫폼 등에서 디지털크리에이터의 콘텐츠 유통·판매·저작권 관리·광고 유치·투자 및 자금지원 등에 도움을 주고 콘텐츠로부터 나온 수익을 디지털크리에이터와 나눠 갖는 미디어 기업
온라인 비디오 공유 플랫폼	디지털 크리에이터가 제작한 영상 콘텐츠를 플랫폼을 통해 이용자에게 전송하거나 이를 유통·관리하는 사업자

1) 2022년에 수행한 ‘1인 미디어 산업 분류체계 연구 결과 보고서’ 결과를 바탕으로 구성되었으며, 조사에 앞서 전문가 자문회의를 통해 4개 범주명을 변경함

* 디지털크리에이터미디어 사업체 조사범위는 한국표준산업분류 세세분류(5-digit) 기준으로 총 50개 산업분류 및 2023년 전국사업체 조사 기준 389,159개 사업체가 해당 범위에 포함

| 표 1-2 | 디지털크리에이터미디어산업과 한국표준산업분류(5digit) 매칭 결과

한국표준산업분류 세세분류		2023년 기준 전국사업체조사(사업체 수)				
코드	항목명	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
47911	전자상거래 소매 중개업	61,990	273	88	68	62,419
47919	기타 통신 판매업	2,407	98	42	51	2,598
47999	그 외 기타 무점포 소매업	686	0	0	0	686
55101	호텔업	148	54	286	447	935
55102	여관업	18,560	2,440	241	36	21,277
55103	휴양콘도 운영업	98	39	44	131	312
55104	민박업	16,860	36	3	0	16,899
55109	기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업	20,727	677	113	47	21,564
58112	만화 출판업	413	48	28	41	530
58113	일반 서적 출판업	7,158	325	166	123	7,772
58122	잡지 및 정기간행물 발행업	1,478	240	95	68	1,881
58123	정기 광고간행물 발행업	234	45	29	28	336
58211	유선 온라인 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	916	114	67	114	1,211
58212	모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	1,509	199	141	182	2,031
59111	일반 영화 및 비디오물 제작업	13,165	201	73	51	13,490
59112	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	1,070	119	90	97	1,376
59113	광고 영화 및 비디오물 제작업	5,037	468	167	95	5,767
59114	방송 프로그램 제작업	2,349	259	147	122	2,877
59120	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	1,935	116	48	47	2,146
59130	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업	376	39	17	13	445
60100	라디오 방송업	25	23	23	27	98
60210	지상파 방송업	17	9	6	52	84
60221	프로그램 공급업	205	36	21	42	304
60222	유선 방송업	152	29	29	89	299

한국표준산업분류 세세분류		2023년 기준 전국사업체조사(사업체 수)				
코드	항목명	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
60229	위성 및 기타 방송업	253	18	6	14	291
62010	컴퓨터 프로그래밍 서비스업	11,800	1,012	569	513	13,894
63112	호스팅 및 관련 서비스업	295	42	28	37	402
63120	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업	2,715	185	90	111	3,101
63910	뉴스 제공업	485	40	39	14	578
63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	3,606	373	221	248	4,448
66192	투자 자문업 및 투자 일임업	1,629	158	58	30	1,875
68221	부동산 중개 및 대리업	113,915	903	190	97	115,105
71310	광고 대행업	15,918	1,441	684	497	18,540
71391	옥외 및 전시 광고업	1,541	133	45	14	1,733
71392	광고매체 판매업	281	28	15	7	331
71393	광고물 문안, 도안, 설계 등 작성업	6,939	523	142	80	7,684
71399	그 외 기타 광고 관련 서비스업	1,179	85	18	7	1,289
71400	시장조사 및 여론조사업	824	108	68	69	1,069
73201	인테리어 디자인업	4,992	286	105	37	5,420
73202	제품 디자인업	3,133	244	75	27	3,479
73203	시각 디자인업	11,150	417	125	46	11,738
73302	상업용 사진 촬영업	1,828	77	19	5	1,929
73901	매니저업	1,962	218	102	72	2,354
75992	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	7,792	623	290	164	8,869
85709	기타 교육지원 서비스업	4,244	271	114	83	4,712
90191	공연 기획업	4,551	267	99	58	4,975
90192	공연 및 제작관련 대리업	264	20	6	3	293
90199	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업	2,745	137	60	46	2,988
90290	기타 유사 여가관련 서비스업	105	24	18	10	157
91299	그 외 기타 분류 안된 오락관련 서비스업	4,178	258	74	58	4,568
합계		365,839	13,778	5,224	4,318	389,159

2. 조사방법

* | 표 1-1 | 에 주어진 디지털크리에이터미디어산업 4개 범주와 연계된 한국표준산업분류코드에 해당되는 모든 사업체가 디지털크리에이터미디어산업 활동을 영위하지 않을 수 있으므로, 위에 주어진 50개 KSIC10[2]에 해당되는 사업체를 대상으로 디지털크리에이터미디어산업 활동을 영위하고 있는지 여부를 확인한 후에 디지털크리에이터미디어산업에 속한 사업체를 대상으로 표본추출틀을 구성하고 이 표본추출틀에서 조사대상 사업체를 선정하여 본 조사를 수행

① 전국사업체조사 데이터에서 디지털크리에이터미디어산업에 연계된 KSIC10에 해당되는 사업체들을 대상으로 선별조사를 통해서 디지털크리에이터미디어산업 활동을 영위하는 사업체들로 조사모집단을 구성

② 선별조사 결과로부터 디지털크리에이터미디어산업의 4개 범주별로 모집단 크기를 추정

③ 선별조사에서 적격사업체(디지털크리에이터미디어산업 활동을 영위하는 사업체)들로 추출틀을 구성하고 4개 범주별로 표본크기를 산출

④ ③에서 구성한 표본추출틀에서 4개 범주별로 표본사업체를 선정한 후에 본 조사를 실시

⑤ 본 조사에서 수집된 데이터를 기반으로 디지털크리에이터미디어산업의 4개 범주별로 통계를 작성

* 앞서 2023~2024년 디지털크리에이터미디어산업 실태조사에서는 디지털크리에이터미디어산업에 연계된 KSIC10 46개로 조사를 진행하였으나, 2회 진행된 판별조사에서 적격률이 낮은 하위 10개 코드를 삭제하고, 전문가 자문회의를 통해 신규 발굴이 필요할 것으로 예상되는 14개 코드를 추가하여 금번 2025년 조사에서는 KSIC10 50개로 조사가 진행됨

* 이에 모집단 범위 변경에 따라 과거 조사와 차이가 발생할 수 있으며, 직전 조사와 직접적인 증감 비교 및 해석 시 유의가 필요함

  - 2024년 조사 ('23년 기준) : '22년도 전국사업체조사모집단 488,287개 → 추정모집단 13,514개
  - 2025년 조사 ('24년 기준) : '23년도 전국사업체조사모집단 389,159개 → 추정모집단 11,089개

2) 한국표준산업분류(KSIC)는 2024년 기준으로 11차까지 개정되어있으나, '2023년 전국사업체 조사'의 경우 10차 기준으로 조사되어 본 조사에서는 KSIC 10차 기준으로 설계됨

3. 표본설계

1) 모집단 정의

* 목표 모집단 : 2024년 기준 디지털크리에이터미디어 산업 활동을 영위한 사업체
* 조사 모집단 : 2023년 전국사업체조사의 디지털크리에이터미디어산업과 연계된 50개 KSIC10 세세분류별에 속한 사업체

2) 표본 크기

* 통계생산 단위가 디지털크리에이터미디어산업의 4개 범주이므로 범주별로 목표허용오차를 선정한 후에 필요한 표본크기를 아래 식으로 계산함

$$n_h = \frac{(\frac{z_{\alpha/2}S_h}{d_o})^2}{1+\frac{1}{N_h}(\frac{z_{\alpha/2}S_h}{d_o})^2}$$

- 여기서 h는 4개 범주를 나타내고 N_h와 S_h^2은 각각 h범주에서 모집단 크기와 분산을 나타내고 d_0는 목표허용오차를 의미하며, 전체 표본규모는 4개 범주별로 필요한 표본크기를 합산하여 계산함

* 표본크기는 통계공표 수준, 작성되는 통계의 목표 오차, 가용 예산과 조사 기간 등을 고려하여 결정되어야 하며, 본 조사에서 주어진 조건을 고려하여 본 조사 표본규모를 1,000개로 정함

3) 판별조사

(1) 표본 추출틀

* 2023년 기준 전국사업체 조사(통계청) 명부 내에서 디지털크리에이터미디어산업에 해당하는 한국표준산업분류 코드간의 연계표로 연결된 사업체를 표본추출틀로 사용
  - 디지털크리에이터미디어 사업체 조사범위는 KSIC10 기준으로 총 50개 산업분류이며, 389,159개 사업체가 해당 범위에 포함
* 다만, 연계된 사업체 중에서 디지털크리에이터미디어산업과 관련 없는 사업체가 존재함
* 실제 조사 이전에는 연계된 코드만으로 디지털크리에이터미디어산업 활동 여부를 확인할 수 없으므로 판별조사(사전전화 조사)를 통하여 적격 여부를 파악한 후 조사 적격 사업체들만으로 표본추출틀을 구축하고 조사 모집단 규모를 파악함
* 판별조사의 조사모집단 359,159개 사업체에 대해 앞서 진행한 2023~2024년 디지털크리에이터미디어산업 판별조사 적격률을 반영하여 적격률 비례배분을 통해 63,772개 판별조사 표본사업체를 선정함

(2) 모집단 분석

* 층화변수
  - 1차 층화변수는 디지털크리에이터미디어산업과 연계된 한국표준산업분류의 50개 세세분류(KSIC10-5digit)
  - 2차 층화변수는 사업체 종사자 규모로 하며, 디지털크리에이터미디어산업의 특성을 반영할 수 있도록 4개 범주(1-4인, 5-9인, 10-19인, 20인 이상)로 구분

* 2025년 판별조사
  - 판별조사의 조사모집단 389,159개 사업체에 대해 '2023~2024년 판별조사' 적격률을 반영하여 적격률 비례배분을 통해 63,772개 판별조사 사업체를 선정함

| 표 1-3 | 한국표준산업분류(5digit) 종사자 규모별 2025년 판별조사 할당표

한국표준산업분류 세세분류		2025년 판별조사 할당표				
코드	항목명	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
47911	전자상거래 소매 중개업	9,710	96	42	30	9,878
47919	기타 통신 판매업	374	38	23	24	459
47999	그 외 기타 무점포 소매업	158	0	0	0	158
55101	호텔업	20	17	71	89	197
55102	여관업	2,577	713	92	18	3,400
55103	휴양콘도 운영업	19	17	21	42	99
55104	민박업	2,684	23	3	0	2,711
55109	기타 일반 및 생활 숙박시설 운영업	3,151	221	51	22	3,445
58112	만화 출판업	71	23	18	21	133
58113	일반 서적 출판업	1,054	106	69	45	1,274
58122	잡지 및 정기간행물 발행업	206	74	39	27	346
58123	정기 광고간행물 발행업	45	22	19	17	103
58211	유선 온라인 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	132	39	30	40	241
58212	모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업	201	60	53	56	370
59111	일반 영화 및 비디오물 제작업	2,042	72	36	24	2,174
59112	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	153	41	38	35	267
59113	광고 영화 및 비디오물 제작업	713	144	66	35	958
59114	방송 프로그램 제작업	324	80	57	42	503
59120	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	297	43	25	23	388
59130	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업	72	21	15	12	120
60100	라디오 방송업	12	16	18	19	65
60210	지상파 방송업	11	9	6	37	63
60221	프로그램 공급업	41	19	16	22	98
60222	유선 방송업	29	16	18	34	97
60229	위성 및 기타 방송업	58	15	10	13	96
62010	컴퓨터 프로그래밍 서비스업	1,593	291	201	153	2,238
63112	호스팅 및 관련 서비스업	54	21	18	20	113
63120	포털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업	396	62	40	41	539
63910	뉴스 제공업	85	21	23	12	141
63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	483	110	81	76	750
66192	투자 자문업 및 투자 일임업	245	55	29	16	345
68221	부동산 중개 및 대리업	17,751	301	82	39	18,173
71310	광고 대행업	2,163	414	242	150	2,969
71391	옥외 및 전시 광고업	239	49	24	11	323
71392	광고매체 판매업	63	18	14	7	102
71393	광고물 문안, 도안, 설계 등 작성업	1,006	164	59	31	1,260
71399	그 외 기타 광고 관련 서비스업	194	39	14	7	253
71400	시장조사 및 여론조사업	121	38	31	28	218
73201	인테리어 디자인업	743	95	46	19	903
73202	제품 디자인업	466	82	35	15	598
73203	시각 디자인업	1,684	137	55	22	1,898
73302	상업용 사진 촬영업	297	37	15	5	354
73901	매니저업	280	70	43	28	421
75992	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	1,093	188	110	55	1,446
85709	기타 교육지원 서비스업	622	89	49	32	792
90191	공연 기획업	675	89	44	25	833
90192	공연 및 제작관련 대리업	67	20	6	3	96
90199	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업	418	50	30	22	520
90290	기타 유사 여가관련 서비스업	29	18	17	11	75
91299	그 외 기타 분류 안된 오락관련 서비스업	623	86	35	25	769
합계		55,544	4,469	2,179	1,580	63,772

(3) 응답현황

* ‘2025년 판별조사’를 통해 조사대상 사업체 전체에 디지털크리에이터미디어산업 활동 여부를 확인하였으며, 63,772개 사업체 중 1,382개 업체가 적격사업체로 선정됨
* 2023~2025년 판별조사 적격률을 취합하여 반영한 추정모집단은 13,805개임
* 한국표준산업분류 50개 코드를 디지털크리에이터미디어산업 분류 4개 범주로 구성하여 아래와 같이 분포를 나타냄

| 표 1-4 | 4개 범주별 규모별 전국사업체조사와 추정 모집단 분포 (판별조사 후)

대분류	전국 사업체 조사 모집단					추정 모집단				
	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
영상 제작 및 제작 지원	81,863	5,557	2,742	2,454	92,616	4,274	447	233	190	5,144
광고·마케팅 및 커머스	272,633	7,192	2,065	1,556	283,446	7,166	353	164	113	7,796
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	8,628	844	327	197	9,996	549	82	46	19	696
온라인 비디오 공유 플랫폼	2,715	185	90	111	3,101	145	11	8	5	169
합계	**365,839**	**13,778**	**5,224**	**4,318**	**389,159**	**12,134**	**893**	**451**	**327**	**13,805**

4) 본조사

(1) 표본 추출틀

* 모집단 판별조사를 통해 선별된 적격사업체(디지털크리에이터미디어산업 활동을 영위하는 사업체)
* 층화변수
  - 1차 층화변수는 디지털크리에이터미디어산업 분류 대분류 4개 범주 (1.영상 제작 및 제작 지원, 2.광고·마케팅 및 커머스, 3.크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등), 4.온라인 비디오 공유 플랫폼)
  - 2차 층화변수는 사업체 종사자 규모 4개 범주 (1-4인, 5-9인, 10-19인, 20인 이상)

(2) 표본배정방법

* 4개 범주별로 조사모집단 규모에 차이가 있어 최소유효 표본을 확보할 수 있도록 각 범주별로 30개 우선할당한 후에 나머지 880개는 추정모집단 크기에 비례하게 할당하고 범주별로 할당된 표본의 종사자수 규모별 배분은 5개 우선할당한 다음에 비례배분법으로 할당을 계산함

| 표 1-5 | 4개 범주별 규모별 추정 모집단과 본조사 표본할당

대분류	추정 모집단					표본할당결과				
	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
영상 제작 및 제작 지원	4,274	447	233	190	5,144	286	34	20	18	358
광고·마케팅 및 커머스	7,166	353	164	113	7,796	471	28	16	12	527
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	549	82	46	19	696	48	11	9	6	74
온라인 비디오 공유 플랫폼	145	11	8	5	169	23	6	7	5	41
합계	**12,134**	**893**	**451**	**327**	**13,805**	**828**	**79**	**52**	**41**	**1000**

(3) 응답현황

* 2025년 판별조사를 통해 63,722개 사업체 중 1,382개가 적격사업체로 확인되었음
* 2023~2025년 판별조사를 통해 확인된 적격사업체를 포함하여 본조사를 진행함
* 본조사에 참여한 사업체는 전체 1,000개이며, 업종 및 사업체 규모별 현황은 다음과 같음

| 표 1-6 | 응답완료 사업체 수

사업 참여 분야	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
영상 제작 및 제작 지원	339	32	36	25	432
광고·마케팅 및 커머스	453	31	18	15	517
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	7	7	13	15	42
온라인 비디오 공유 플랫폼	1	1	2	5	9
합계	**800**	**71**	**69**	**60**	**1,000**

5) 가중치 산정 및 모집단 추정

(1) 가중치 산정

* 조사모집단을 디지털크리에이터미디어산업 대분류 4개 범주와 종사자 규모 4개 층으로 분석하고 표본배분도 4개 범주별*4개 종사자규모별 할당하였으므로, 이를 기준으로 표본 가중치를 계산함

$$W_{ij} = \frac{\hat{N}_{ij}}{n_{ij}}$$

(단, i : 4개 범주, j : 종사자 규모, n_{ij} = 본조사 참여사업체 수$_{ij}$)

(2) 모집단 추정

* 2023~2025년 판별조사 결과에 따라 디지털크리에이터미디어와 관련된 산업 활동을 하고 있는 4,230개 사업체로 적격률 반영 후 추정모집단을 구성함
* 본조사 진행 중에 '휴폐업', '중복', '디지털크리에이터미디어산업 해당없음' 사업체가 발생하여 적격사업체 4,230개에서 제거 후 3,508개에 대한 적격률을 재산출하였으며, 재산출된 적격률을 반영하여 추정모집단을 재산출함

| 표 1-7 | 4개 범주별 규모별 전국사업체조사와 추정 모집단 분포 (본조사 후)

대분류	전국 사업체 조사 모집단					추정 모집단				
	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계	1-4인	5-9인	10-19인	20인 이상	합계
영상 제작 및 제작 지원	81,863	5,557	2,742	2,454	92,616	3,342	412	231	169	4,154
광고·마케팅 및 커머스	272,633	7,192	2,065	1,556	283,446	5,779	296	158	113	6,346
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	8,628	844	327	197	9,996	360	69	42	20	491
온라인 비디오 공유 플랫폼	2,715	185	90	111	3,101	83	6	4	5	98
합계	**365,839**	**13,778**	**5,224**	**4,318**	**389,159**	**9,564**	**783**	**435**	**307**	**11,089**

* 본 조사는 11,089개 사업체 대상으로 1,000개 사업체를 표본으로 선정하여 조사하였으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ±3.02%p 임

3절 조사 결과

1. 응답 사업체 특성

구분		가중치 반영 전		가중치 반영 후	
		사례수(개)	비중(%)	사례수(개)	비중(%)
전체		**(1,000)**	**100.0**	**(11,089)**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(432)	43.2	(4,154)	37.5
	광고·마케팅 및 커머스	(517)	51.7	(6,346)	57.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(42)	4.2	(491)	4.4
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(9)	0.9	(98)	0.9
종사자 규모	1~4인	(800)	80.0	(9,504)	85.7
	5~9인	(71)	7.1	(800)	7.2
	10~19인	(69)	6.9	(478)	4.3
	20인 이상	(60)	6.0	(307)	2.8
조직 유형	법인사업체	(561)	56.1	(5,994)	54.1
	개인사업체	(433)	43.3	(5,045)	45.5
	기타	(6)	0.6	(49)	0.4
매출액	1억 원 미만	(192)	19.2	(2,325)	21.0
	1~5억 원 미만	(477)	47.7	(5,554)	50.1
	5~10억 원 미만	(127)	12.7	(1,453)	13.1
	10~30억 원 미만	(118)	11.8	(1,170)	10.6
	30억 원 이상	(86)	8.6	(586)	5.3

II

조사 결과

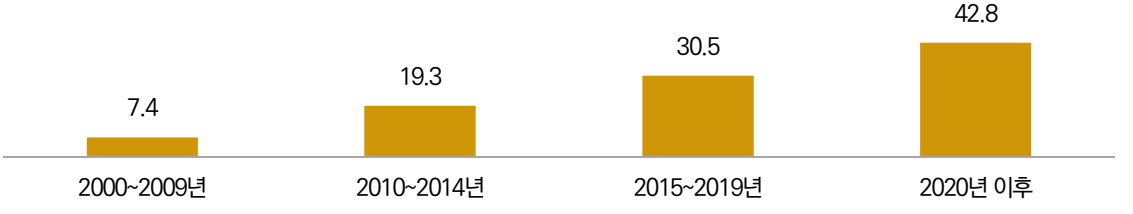
1절 경영 현황

1. 사업 참여 연도

* 디지털크리에이터미디어산업에 참여한 시기는 '2020년 이후'가 42.8%로 가장 높았으며, 다음으로 '2015~2019년'(30.5%), '2010~2014년'(19.3%), '2000~2009년'(7.4%) 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'과 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '2020년 이후'가 각각 49.5%로 가장 높았으며, '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 '2015~2019년'(49.5%)이 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '10~19인'의 경우 '2015~2019년'(44.2%)이 가장 높았으며, 이외 규모에서는 '2020년 이후'가 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 전반적으로 '2020년 이후'가 가장 높게 나타남

| 그림 2-1 | 디지털크리에이터미디어산업 참여 시기

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-1 | 디지털크리에이터미디어산업 참여 시기

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	2000~2009년	2010~2014년	2015~2019년	2020년 이후
전체		(11,089)	7.4	19.3	30.5	42.8
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	6.5	14.5	29.5	49.5
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	8.7	23.3	29.4	38.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.7	1.2	48.6	49.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	1.0	47.4	49.5	2.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	7.0	19.9	29.6	43.5
	5~9인	(800)	9.2	13.2	36.3	41.2
	10~19인	(478)	7.0	19.6	44.2	29.2
	20인 이상	(307)	17.0	14.1	22.3	46.6
조직유형	법인사업체	(5,994)	6.5	14.4	33.1	46.1
	개인사업체	(5,045)	8.4	25.0	27.3	39.3
	기타	(49)	17.8	20.0	45.8	16.4
매출액	1억원 미만	(2,325)	4.9	14.6	30.5	49.9
	1~5억원 미만	(5,554)	7.7	21.7	28.6	42.0
	5~10억원 미만	(1,453)	5.4	17.3	36.7	40.6
	10~30억원 미만	(1,170)	11.5	21.2	29.4	37.9
	30억원 이상	(586)	11.5	16.0	34.6	37.9

2. 참여 사업 분야

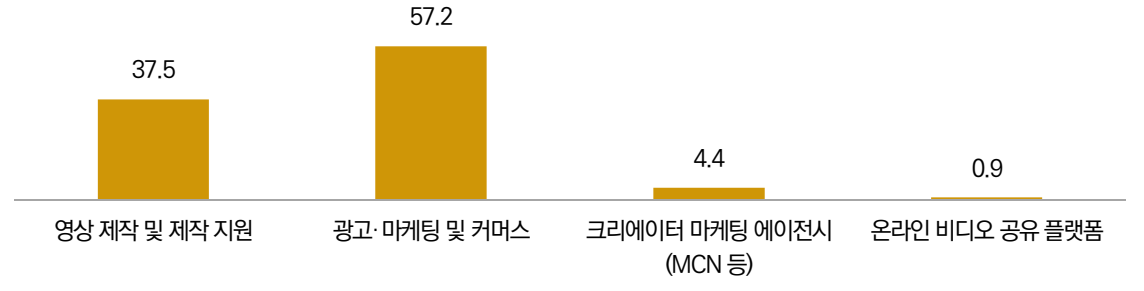
1) 주요 사업 분야

✲ 디지털크리에이터미디어산업 응답 사업체의 주요 분야는 '광고·마케팅 및 커머스'가 57.2%로 가장 높았으며, 다음으로 '영상 제작 및 제작 지원'(37.5%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(4.4%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(0.9%) 순으로 나타남

- 종사자 규모별로 보면 '1~4인'의 경우 '광고·마케팅 및 커머스'가 60.8%로 가장 높았으며, 이외 규모에서는 '영상 제작 및 제작 지원'이 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '10억 원 미만' 규모에서 '광고·마케팅 및 커머스'가 가장 높은 비중을 차지하였으며, '10억 원 이상' 규모에서는 '영상 제작 및 제작 지원'이 높게 나타남

| 그림 2-2 | 디지털크리에이터미디어산업 주요 분야

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-2 | 디지털크리에이터미디어산업 주요 분야

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	영상 제작 및 제작 지원	광고·마케팅 및 커머스	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	온라인 비디오 공유 플랫폼
전체		**(11,089)**	**37.5**	**57.2**	**4.4**	**0.9**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	0.0	0.0	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	0.0	100.0	0.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.0	0.0	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	0.0	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	35.2	60.8	3.8	0.2
	5~9인	(800)	51.5	37.0	8.6	2.9
	10~19인	(478)	48.4	33.1	8.8	9.7
	20인 이상	(307)	55.0	36.8	6.5	1.6
조직 유형	법인사업체	(5,994)	42.9	47.5	8.0	1.6
	개인사업체	(5,045)	30.9	68.9	0.2	0.0
	기타	(49)	53.7	43.6	2.7	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	27.9	67.7	4.4	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	36.4	60.5	2.3	0.8
	5~10억 원 미만	(1,453)	41.5	49.8	8.7	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	51.3	39.2	7.5	2.0
	30억 원 이상	(586)	48.5	38.9	7.8	4.8

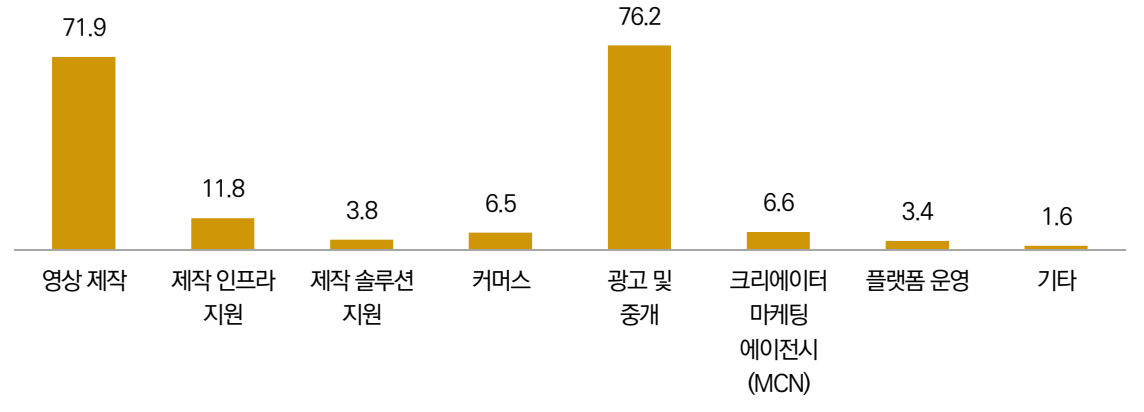
2) 세부 사업 참여 분야

❊ 응답 사업체의 세부 산업 분야는 '광고 및 중개'(76.2%), '영상제작'(71.9%), '제작 인프라 지원'(11.8%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원' 분야는 '영상 제작'(100.0%)과 '광고 및 중개'(39.3%) 등, '광고·마케팅 및 커머스' 분야는 '광고 및 중개'(100.0%)와 '영상 제작'(53.1%) 등, '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)' 분야는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(100.0%)와 '영상 제작'(86.2%) 등, '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야는 '플랫폼 운영'(100.0%), '광고 및 중개'(75.3%) 등의 산업을 병행하고 있는 것으로 나타남
- 종사자 규모별로는 '1~4인'의 경우 '광고 및 중개'(76.3%)가 가장 높았으며, 이외 규모에서는 '영상 제작'이 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 매출액이 높을수록 '영상 제작' 산업의 비중이 높게 나타남

| 그림 2-3 | 현재 참여중인 디지털크리에이터미디어산업 세부 산업 분야 (복수응답)

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-3 | 현재 참여중인 디지털크리에이터미디어산업 세부 산업 분야 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수	영상 제작	제작 인프라 지원	제작 솔루션 지원	커머스	광고 및 중개	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN)	플랫폼 운영	기타
전체		**(11,089)**	**71.9**	**11.8**	**3.8**	**6.5**	**76.2**	**6.6**	**3.4**	**1.6**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	29.0	9.2	3.7	39.3	2.9	5.4	0.7
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	53.1	1.4	0.2	7.9	100.0	2.0	0.7	0.8
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	86.2	2.5	5.2	12.7	81.0	100.0	2.1	19.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	28.8	0.0	1.0	2.0	75.3	0.0	100.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	68.5	9.8	1.8	6.2	76.3	5.7	2.4	1.4
	5~9인	(800)	92.3	36.2	27.0	9.5	83.1	11.4	4.5	1.2
	10~19인	(478)	90.1	14.6	4.1	3.4	54.8	15.2	15.6	5.4
	20인 이상	(307)	97.5	5.3	5.6	12.6	87.8	11.2	12.0	2.2
조직 유형	법인사업체	(5,994)	81.9	15.5	5.7	7.2	72.9	10.6	5.0	2.7
	개인사업체	(5,045)	60.1	7.2	1.6	5.7	80.4	2.0	1.2	0.3
	기타	(49)	74.1	31.5	0.0	0.0	46.3	2.7	33.7	2.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	54.6	9.3	1.8	4.8	75.0	5.0	1.5	0.5
	1~5억 원 미만	(5,554)	69.4	11.1	3.2	5.3	77.3	5.1	3.7	1.1
	5~10억 원 미만	(1,453)	82.0	17.7	5.4	7.1	75.7	8.7	2.4	5.1
	10~30억 원 미만	(1,170)	93.7	11.4	8.0	9.9	73.0	10.0	3.7	0.9
	30억 원 이상	(586)	96.5	13.7	5.7	16.4	78.0	15.6	9.6	2.6

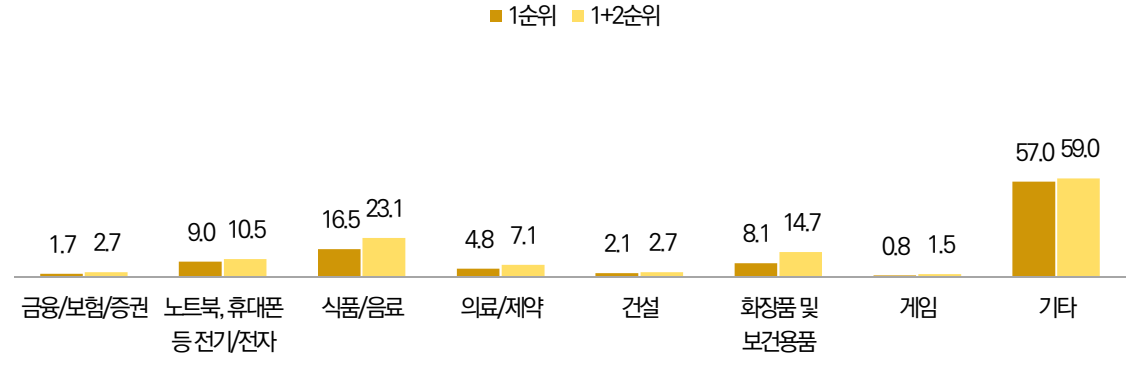
(1) '광고' 의뢰 고객사의 주업종

※ 주요 분야가 '광고·마케팅 및 커머스'인 사업체에 광고를 의뢰하는 고객사의 주업종은 '기타'(57.0%)를 제외하고 '식품/음료'(16.5%)가 가장 높았으며, 다음으로 '노트북, 휴대폰 등 전기/전자'(9.0%), '화장품 및 보건용품'(8.1%), '의료/제약'(4.8%) 등의 순으로 높게 나타남

- 종사자 규모별로는 '5~9인'의 경우 '식품/음료'(38.7%), '노트북, 휴대폰 등 전기/전자'(25.8%)가 타 규모대비 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'(32.9%), '5~10억 원 미만'(31.8%), '30억 원 이상'(25.2%) 등의 순으로 '식품/음료' 업종에서 주로 광고를 의뢰하는 비중이 높은 것으로 나타남

| 그림 2-4 | 광고 의뢰 고객사 주 업종

(단위 : %, n=6,346)



*base: 광고·마케팅 및 커머스 분야 참여 사업체

| 표 2-4 | 광고 의뢰 고객사 주 업종 (1순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	금융/보험 /증권	노트북, 휴대폰 등 전기/전자	식품/음료	의료/제약	건설	화장품 및 보건용품	게임	기타
전체		**(6,346)**	**1.7**	**9.0**	**16.5**	**4.8**	**2.1**	**8.1**	**0.8**	**57.0**
주요 분야	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	1.7	9.0	16.5	4.8	2.1	8.1	0.8	57.0
종사자 규모	1~4인	(5,779)	1.8	8.4	15.0	4.6	2.0	7.5	0.9	59.8
	5~9인	(296)	0.0	25.8	38.7	6.5	0.0	19.4	0.0	9.7
	10~19인	(158)	5.6	0.0	27.8	11.1	11.1	5.6	0.0	38.9
	20인 이상	(113)	0.0	6.7	20.0	0.0	0.0	13.3	0.0	60.0
조직 유형	법인사업체	(2,848)	3.0	15.0	22.6	5.8	2.9	11.8	0.9	38.1
	개인사업체	(3,477)	0.7	4.0	11.7	3.7	1.5	5.1	0.7	72.5
	기타	(22)	0.0	0.0	0.0	59.2	0.0	0.0	0.0	40.8
매출액	1억 원 미만	(1,575)	0.0	10.5	7.9	3.0	1.6	5.7	0.0	71.3
	1~5억 원 미만	(3,361)	1.9	6.6	14.5	4.2	1.9	7.1	1.5	62.3
	5~10억 원 미만	(723)	3.5	17.2	31.8	7.1	3.5	11.5	0.0	25.5
	10~30억 원 미만	(459)	4.7	4.2	32.9	12.3	1.9	12.5	0.0	31.5
	30억 원 이상	(228)	0.0	15.9	25.2	4.2	3.9	20.6	0.0	30.3

*base: 광고·마케팅 및 커머스 분야 참여 사업체

| 표 2-5 | 광고 의뢰 고객사 주 업종 (1+2순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	금융/보험 /증권	노트북, 휴대폰 등 전기/전자	식품/음료	의료/제약	건설	화장품 및 보건용품	게임	기타
전체		**(6,346)**	**2.7**	**10.5**	**23.1**	**7.1**	**2.7**	**14.7**	**1.5**	**59.0**
주요 분야	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	2.7	10.5	23.1	7.1	2.7	14.7	1.5	59.0
종사자 규모	1~4인	(5,779)	2.6	9.7	20.8	6.0	2.6	12.4	1.3	61.6
	5~9인	(296)	3.2	29.0	51.6	29.0	0.0	51.6	6.5	16.1
	10~19인	(158)	5.6	5.6	50.0	11.1	11.1	22.2	0.0	44.4
	20인 이상	(113)	0.0	6.7	33.3	0.0	0.0	26.7	0.0	60.0
조직 유형	법인사업체	(2,848)	4.2	17.9	32.4	9.9	3.8	23.8	1.2	40.5
	개인사업체	(3,477)	1.5	4.4	15.7	4.4	1.8	7.3	1.7	74.3
	기타	(22)	0.0	0.0	0.0	59.2	0.0	0.0	0.0	40.8
매출액	1억 원 미만	(1,575)	0.0	11.3	11.1	3.0	2.4	7.6	0.0	72.1
	1~5억 원 미만	(3,361)	2.9	7.7	19.8	6.0	2.7	11.4	2.5	64.2
	5~10억 원 미만	(723)	7.1	20.7	43.7	13.2	3.5	27.2	1.8	29.0
	10~30억 원 미만	(459)	4.7	9.0	46.3	18.6	1.9	27.8	0.0	33.6
	30억 원 이상	(228)	0.0	15.9	44.0	8.4	3.9	45.9	0.0	38.3

*base: 광고·마케팅 및 커머스 분야 참여 사업체

3. 매출액 현황

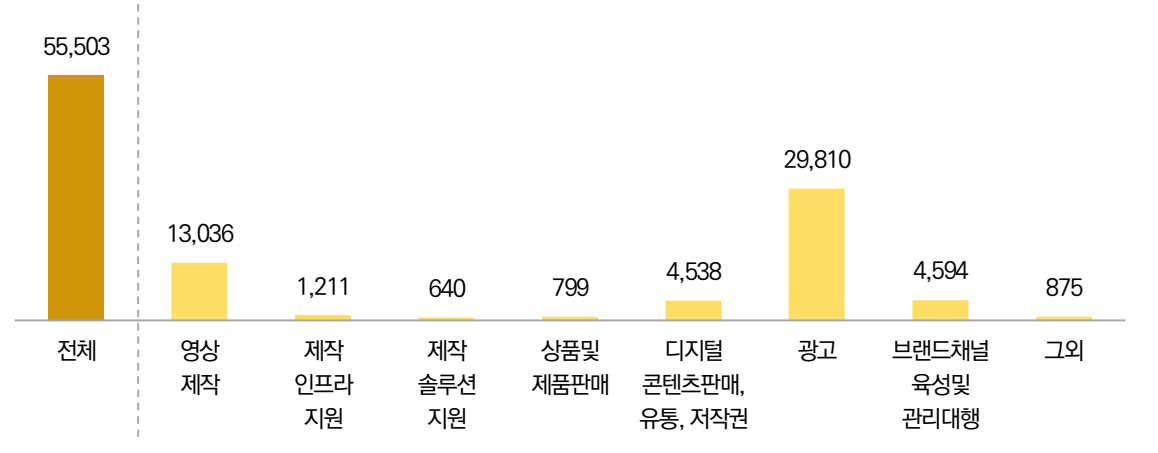
* 디지털크리에이터미디어산업의 매출액에는 영상 제작, 제작 인프라 및 솔루션 지원, 광고, 채널 관리, 판매지원 서비스 등이 포함됨. 온라인 비디오 공유 플랫폼의 경우 국내 플랫폼으로 한정되며, 플랫폼을 통한 물품, 서비스 등의 판매 대금은 제외하여 산출함

* 2024년 기준 디지털크리에이터미디어산업의 매출액은 약 5조 5,503억 원이며, 세부 항목별로는 '광고' 매출액이 약 2조 9,810억 원으로 전체의 53.7% 비중을 차지함. 그 다음으로 '영상제작'(1조 3,036억 원, 23.5%), '브랜드 채널 육성 및 관리 대행'(4,594억 원, 8.3%) '디지털 콘텐츠 판매, 유통, 저작권'(4,538억 원, 8.2%) 등의 순으로 매출액 비중이 높게 나타남

  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'이 2조 2,084억 원으로 전체의 39.8%를 차지하였고, 그 다음으로는 '광고·마케팅 및 커머스'가 1조 9,889억 원(35.8%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'이 8,051억 원(14.5%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'이 5,479억 원(9.9%) 순으로 비중이 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '1~4인'이 2조 3,071억 원으로 전체 41.6%를 차지하였고, 다음으로 '20인 이상'이 1조 6,972억 원(30.6%)으로 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'이 2조 9,556억 원으로 전체 53.3%를 차지함

| 그림 2-5 | 디지털크리에이터미디어 관련 매출액

(단위 : 억 원, n=11,089)



| 표 2-6 | 디지털크리에이터미디어 관련 매출액

(단위 : 백만원)

구분		사례수 (개)	전체	세부 분야			
				영상 제작	제작 인프라 지원	제작 솔루션 지원	상품 및 제품 판매
전체		(11,089)	5,550,325	1,303,644	121,132	63,977	79,873
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	2,208,386	1,058,597	106,829	51,743	22,619
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	1,988,945	82,965	2,775	0	51,380
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	547,869	151,732	11,528	7,234	5,375
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	805,126	10,350	0	5,000	500
종사자 규모	1~4인	(9,504)	2,307,086	563,608	54,390	5,634	61,224
	5~9인	(800)	736,236	244,558	12,671	41,703	12,470
	10~19인	(478)	809,777	136,558	46,697	3,434	3,231
	20인 이상	(307)	1,697,226	358,920	7,373	13,206	2,948
조직 유형	법인사업체	(5,994)	4,531,622	936,757	112,539	61,990	43,969
	개인사업체	(5,045)	1,010,533	366,267	8,593	1,987	35,904
	기타	(49)	8,171	620	0	0	0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	66,438	11,530	2,438	266	3,195
	1~5억 원 미만	(5,554)	658,972	157,536	10,391	3,013	20,120
	5~10억 원 미만	(1,453)	657,754	157,838	16,747	8,437	7,378
	10~30억 원 미만	(1,170)	1,211,585	262,922	11,189	33,527	27,723
	30억 원 이상	(586)	2,955,577	713,819	80,366	18,735	21,457

| 표 2-6 | 디지털크리에이터미디어 관련 매출액 (계속)

(단위 : 백만원)

구분		사례수 (개)	세부 분야			
			디지털 콘텐츠 판매,유통,저작권	광고	브랜드 채널 육성 및 관리대행	그외
전체		(11,089)	5,550,325	1,303,644	121,132	63,977
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	2,208,386	1,058,597	106,829	51,743
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	1,988,945	82,965	2,775	0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	547,869	151,732	11,528	7,234
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	805,126	10,350	0	5,000
종사자 규모	1~4인	(9,504)	2,307,086	563,608	54,390	5,634
	5~9인	(800)	736,236	244,558	12,671	41,703
	10~19인	(478)	809,777	136,558	46,697	3,434
	20인 이상	(307)	1,697,226	358,920	7,373	13,206
조직 유형	법인사업체	(5,994)	4,531,622	936,757	112,539	61,990
	개인사업체	(5,045)	1,010,533	366,267	8,593	1,987
	기타	(49)	8,171	620	0	0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	66,438	11,530	2,438	266
	1~5억 원 미만	(5,554)	658,972	157,536	10,391	3,013
	5~10억 원 미만	(1,453)	657,754	157,838	16,747	8,437
	10~30억 원 미만	(1,170)	1,211,585	262,922	11,189	33,527
	30억 원 이상	(586)	2,955,577	713,819	80,366	18,735

2절 인력 현황

1. 인력 보유 현황

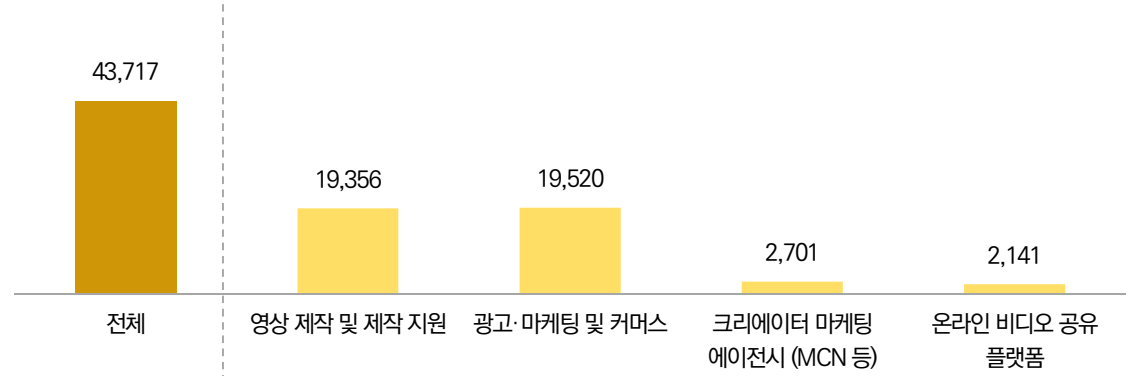
1) 성별, 고용형태별 인력 현황

※ 2024년 디지털크리에이터미디어산업 종사자수는 43,717명이며, 이중 남성은 24,812명(56.8%), 여성은 18,904명(43.2%)으로 나타남. 고용 형태별로는 정규직이 42,292명(96.7%), 비정규직은 1,424명(3.3%)으로 나타남

- 주요 분야별로는 '광고·마케팅 및 커머스'(19,520명, 44.7%), '영상 제작 및 제작 지원'(19,356명, 44.3%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(2,701명, 6.2%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(2,141명, 4.9%) 순으로 종사자 수가 많은 것으로 나타남
- 고용형태별로 보면 정규직 비율의 경우 '영상 제작 및 제작 지원'(43.4%), '광고·마케팅 및 커머스'(43.2%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(5.3%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(4.9%) 순으로 높게 나타남

| 그림 2-6 | 디지털크리에이터미디어분야 종사자 현황

(단위 : 명)



| 표 2-7 | 고용형태별 종사자 현황_디지털크리에이터미디어분야 종사자 수

(단위 : 명)

구분		사례수 (개)	전체	성별		고용형태별	
				남	여	정규직	비정규직
전체		**(11,089)**	**43,717**	**24,812**	**18,904**	**42,292**	**1,424**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	19,356	11,661	7,695	18,968	388
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	19,520	10,345	9,175	18,899	621
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	2,701	1,579	1,122	2,300	401
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	2,141	1,228	913	2,126	15
종사자 규모	1~4인	(9,504)	22,181	12,531	9,650	21,488	693
	5~9인	(800)	4,689	2,870	1,819	4,508	180
	10~19인	(478)	5,996	3,126	2,870	5,919	77
	20인 이상	(307)	10,851	6,285	4,566	10,377	474
조직 유형	법인사업체	(5,994)	32,118	18,383	13,735	31,307	811
	개인사업체	(5,045)	11,177	6,222	4,955	10,563	613
	기타	(49)	422	208	214	422	0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	4,064	2,200	1,865	3,804	260
	1~5억 원 미만	(5,554)	14,886	8,665	6,221	14,336	551
	5~10억 원 미만	(1,453)	5,557	2,912	2,644	5,445	111
	10~30억 원 미만	(1,170)	6,943	3,936	3,007	6,822	121
	30억 원 이상	(586)	12,266	7,100	5,166	11,885	381

| 표 2-7 | 고용형태별 종사자 현황_디지털크리에이터미디어분야 종사자 수(비중)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	전체	성별		고용형태별	
				남	여	정규직	비정규직
전체		**(11,089)**	**100.0**	**56.8**	**43.2**	**96.7**	**3.3**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	60.2	39.8	98.0	2.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	53.0	47.0	96.8	3.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	58.5	41.5	85.2	14.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	57.3	42.7	99.3	0.7
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	56.5	43.5	96.9	3.1
	5~9인	(800)	100.0	61.2	38.8	96.2	3.8
	10~19인	(478)	100.0	52.1	47.9	98.7	1.3
	20인 이상	(307)	100.0	57.9	42.1	95.6	4.4
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	57.2	42.8	97.5	2.5
	개인사업체	(5,045)	100.0	55.7	44.3	94.5	5.5
	기타	(49)	100.0	49.2	50.8	100.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	54.1	45.9	93.6	6.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	58.2	41.8	96.3	3.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	52.4	47.6	98.0	2.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	56.7	43.3	98.3	1.7
	30억 원 이상	(586)	100.0	57.9	42.1	96.9	3.1

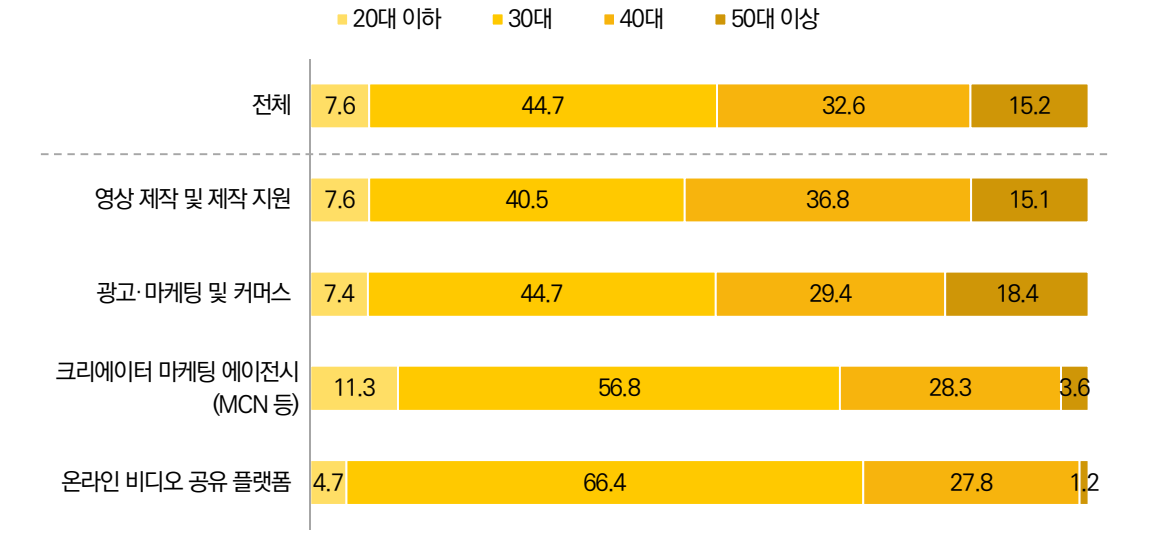
2) 연령별 인력 현황

✲ 디지털크리에이터미디어산업 종사자를 연령별로 보면 '30대'가 19,520명(44.7%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '40대'(14,231명, 32.6%), '50대 이상' (6,642명, 15.2%), '20대 이하'(3,324명, 7.6%) 순으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '온라인 비디오 공유 플랫폼' (66.4%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(56.8%), '광고·마케팅 및 커머스'(44.7%), '영상 제작 및 제작 지원'(40.5%) 순으로 '30대' 종사자 비중이 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '5~9인' 규모에서 '40대' 종사자 수 비중이 40.4%로 타 규모 대비 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'에서 '30대' 비중이 48.6%로 가장 높게 나타남

| 그림 2-7 | 연령별 종사자 현황

(단위 : %)



| 표 2-8 | 연령별 종사자 현황

(단위 : 명)

구분		사례수 (개)	합계	20대 이하	30대	40대	50대 이상
전체		(11,089)	43,717	3,324	19,520	14,231	6,642
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	19,356	1,469	7,840	7,123	2,924
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	19,520	1,450	8,725	5,748	3,596
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	2,701	305	1,534	766	97
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	2,141	100	1,421	595	25
종사자 규모	1~4인	(9,504)	22,181	1,227	9,997	6,953	4,003
	5~9인	(800)	4,689	660	1,560	1,893	575
	10~19인	(478)	5,996	338	3,213	1,678	766
	20인 이상	(307)	10,851	1,098	4,749	3,707	1,298
조직 유형	법인사업체	(5,994)	32,118	2,768	14,569	10,438	4,342
	개인사업체	(5,045)	11,177	547	4,737	3,693	2,200
	기타	(49)	422	9	213	100	100
매출액	1억 원 미만	(2,325)	4,064	132	1,589	1,396	948
	1~5억 원 미만	(5,554)	14,886	1,102	6,483	4,735	2,567
	5~10억 원 미만	(1,453)	5,557	324	2,451	1,936	845
	10~30억 원 미만	(1,170)	6,943	568	3,372	2,185	819
	30억 원 이상	(586)	12,266	1,199	5,624	3,980	1,464

| 표 2-8 | 연령별 종사자 현황(비중)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	합계	20대 이하	30대	40대	50대 이상
전체		(11,089)	100.0	7.6	44.7	32.6	15.2
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	7.6	40.5	36.8	15.1
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	7.4	44.7	29.4	18.4
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	11.3	56.8	28.3	3.6
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	4.7	66.4	27.8	1.2
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	5.5	45.1	31.3	18.0
	5~9인	(800)	100.0	14.1	33.3	40.4	12.3
	10~19인	(478)	100.0	5.6	53.6	28.0	12.8
	20인 이상	(307)	100.0	10.1	43.8	34.2	12.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	8.6	45.4	32.5	13.5
	개인사업체	(5,045)	100.0	4.9	42.4	33.0	19.7
	기타	(49)	100.0	2.2	50.5	23.6	23.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	3.2	39.1	34.3	23.3
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	7.4	43.5	31.8	17.2
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	5.8	44.1	34.8	15.2
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	8.2	48.6	31.5	11.8
	30억 원 이상	(586)	100.0	9.8	45.9	32.4	11.9

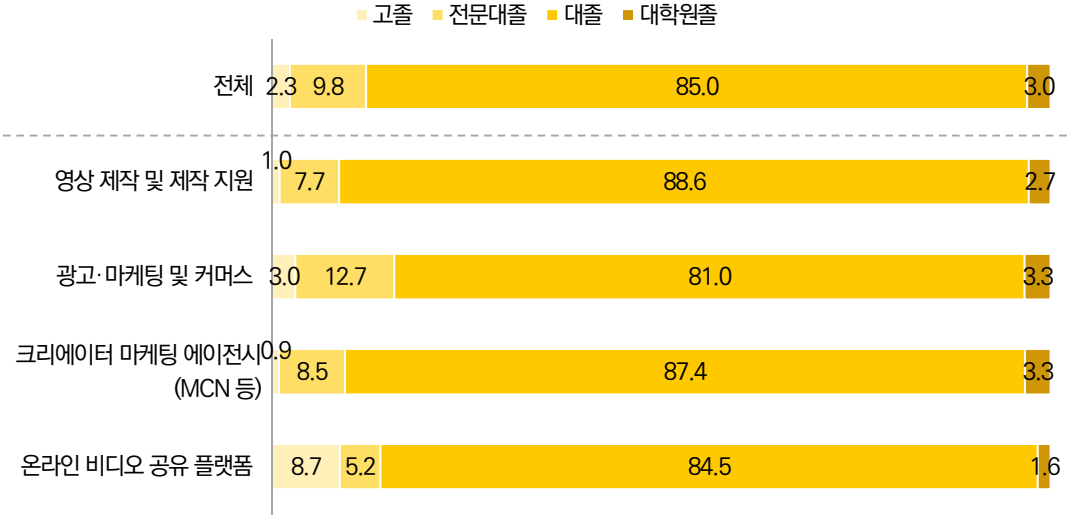
3) 학력별 인력 현황

※ 디지털크리에이터미디어산업 종사자를 학력별로 보면 '대졸'이 37,140명(85.0%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '전문대졸'(4,298명, 9.8%), '대학원졸'(1,294명, 3.0%), '고졸'(986명, 2.3%) 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'에서 '대졸' 비중이 88.6%로 가장 높게 나타났으며, '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야의 경우 '고졸' 종사자 비중이 8.7%로 타 분야 대비 상대적으로 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '5~9인'에서 '대졸' 비중이 88.4%로 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'의 '고졸' 비중이 4.1%로 가장 높게 나타남

| 그림 2-8 | 학력별 종사자 현황

(단위 : %)



| 표 2-9 | 학력별 종사자 현황

(단위 : 명)

구분		사례수 (개)	합계	고졸	전문대졸	대졸	대학원졸
전체		(11,089)	43,717	986	4,298	37,140	1,294
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	19,356	185	1,485	17,154	531
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	19,520	591	2,472	15,817	639
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	2,701	23	229	2,360	88
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	2,141	186	112	1,808	35
종사자 규모	1~4인	(9,504)	22,181	291	2,107	18,927	855
	5~9인	(800)	4,689	154	353	4,142	39
	10~19인	(478)	5,996	19	639	5,234	104
	20인 이상	(307)	10,851	521	1,198	8,836	296
조직 유형	법인사업체	(5,994)	32,118	835	2,927	27,620	737
	개인사업체	(5,045)	11,177	137	1,359	9,151	530
	기타	(49)	422	14	12	369	28
매출액	1억 원 미만	(2,325)	4,064	65	425	3,327	247
	1~5억 원 미만	(5,554)	14,886	388	1,296	12,762	440
	5~10억 원 미만	(1,453)	5,557	26	585	4,855	90
	10~30억 원 미만	(1,170)	6,943	4	586	6,225	128
	30억 원 이상	(586)	12,266	504	1,406	9,970	387

| 표 2-9 | 학력별 종사자 현황(비중)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	합계	고졸	전문대졸	대졸	대학원졸
전체		(11,089)	100.0	2.3	9.8	85.0	3.0
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	1.0	7.7	88.6	2.7
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	3.0	12.7	81.0	3.3
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	0.9	8.5	87.4	3.3
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	8.7	5.2	84.5	1.6
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	1.3	9.5	85.3	3.9
	5~9인	(800)	100.0	3.3	7.5	88.4	0.8
	10~19인	(478)	100.0	0.3	10.7	87.3	1.7
	20인 이상	(307)	100.0	4.8	11.0	81.4	2.7
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	2.6	9.1	86.0	2.3
	개인사업체	(5,045)	100.0	1.2	12.2	81.9	4.7
	기타	(49)	100.0	3.2	2.8	87.4	6.5
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	1.6	10.5	81.9	6.1
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	2.6	8.7	85.7	3.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	0.5	10.5	87.4	1.6
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	0.1	8.4	89.7	1.8
	30억 원 이상	(586)	100.0	4.1	11.5	81.3	3.2

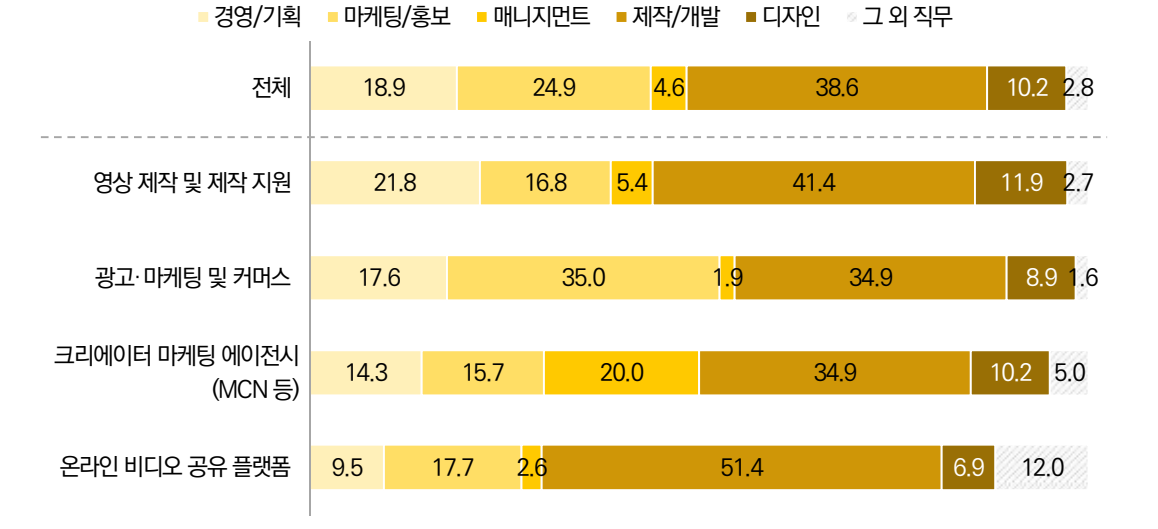
4) 직무별 인력 현황

✻ 디지털크리에이터미디어산업의 직무별 종사자 현황을 살펴보면, ‘제작·개발’ 인력이 16,878명(38.6%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘마케팅·홍보’(10,888명, 24.9%), ‘경영·기획’(8,245명, 18.9%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’이 ‘제작·개발’(51.4%) 인력의 비중이 가장 높았으며, ‘광고·마케팅 및 커머스’는 ‘마케팅·홍보’(35.0%) 인력 비중이 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 ‘1~4인’에서 ‘제작·개발’(42.8%) 인력 비중이 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 ‘1억 원 미만’(21.5%), ‘30억 원 이상’(20.6%), ‘1~5억 원 미만’(19.5%) 등의 순으로 ‘경영·기획’ 인력 비중이 높게 나타남

| 그림 2-9 | 직무별 종사자 현황

(단위 : %)



| 표 2-10 | 직무별 종사자 현황

(단위 : 명)

구분		사례수(개)	합계	경영/기획	마케팅/홍보	매니지먼트	제작/개발	디자인	그 외 직무
전체		(11,089)	43,717	8,245	10,888	2,012	16,878	4,456	1,237
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	19,356	4,217	3,259	1,039	8,014	2,300	527
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	19,520	3,439	6,826	379	6,822	1,734	320
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	2,701	387	423	539	942	275	134
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	2,141	203	379	55	1,100	148	257
종사자 규모	1~4인	(9,504)	22,181	4,306	6,007	268	9,500	2,038	62
	5~9인	(800)	4,689	637	1,331	137	1,803	747	33
	10~19인	(478)	5,996	1,293	1,265	335	2,364	582	158
	20인 이상	(307)	10,851	2,010	2,284	1,272	3,211	1,089	985
조직 유형	법인사업체	(5,994)	32,118	6,100	7,670	1,743	12,230	3,198	1,177
	개인사업체	(5,045)	11,177	2,120	3,188	98	4,505	1,215	51
	기타	(49)	422	25	30	171	143	43	9
매출액	1억 원 미만	(2,325)	4,064	874	936	114	1,881	259	0
	1~5억 원 미만	(5,554)	14,886	2,897	3,945	195	5,992	1,662	196
	5~10억 원 미만	(1,453)	5,557	916	1,656	226	2,132	578	49
	10~30억 원 미만	(1,170)	6,943	1,036	1,802	162	2,900	903	140
	30억 원 이상	(586)	12,266	2,523	2,548	1,316	3,974	1,053	853

| 표 2-10 | 직무별 종사자 현황(비중)

(단위 : %)

구분		사례수(개)	합계	경영/기획	마케팅/홍보	매니지먼트	제작/개발	디자인	그 외 직무
전체		(11,089)	100.0	18.9	24.9	4.6	38.6	10.2	2.8
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	21.8	16.8	5.4	41.4	11.9	2.7
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	17.6	35.0	1.9	34.9	8.9	1.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	14.3	15.7	20.0	34.9	10.2	5.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	9.5	17.7	2.6	51.4	6.9	12.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	19.4	27.1	1.2	42.8	9.2	0.3
	5~9인	(800)	100.0	13.6	28.4	2.9	38.5	15.9	0.7
	10~19인	(478)	100.0	21.6	21.1	5.6	39.4	9.7	2.6
	20인 이상	(307)	100.0	18.5	21.1	11.7	29.6	10.0	9.1
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	19.0	23.9	5.4	38.1	10.0	3.7
	개인사업체	(5,045)	100.0	19.0	28.5	0.9	40.3	10.9	0.5
	기타	(49)	100.0	6.0	7.0	40.6	34.0	10.2	2.2
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	21.5	23.0	2.8	46.3	6.4	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	19.5	26.5	1.3	40.3	11.2	1.3
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	16.5	29.8	4.1	38.4	10.4	0.9
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	14.9	26.0	2.3	41.8	13.0	2.0
	30억 원 이상	(586)	100.0	20.6	20.8	10.7	32.4	8.6	7.0

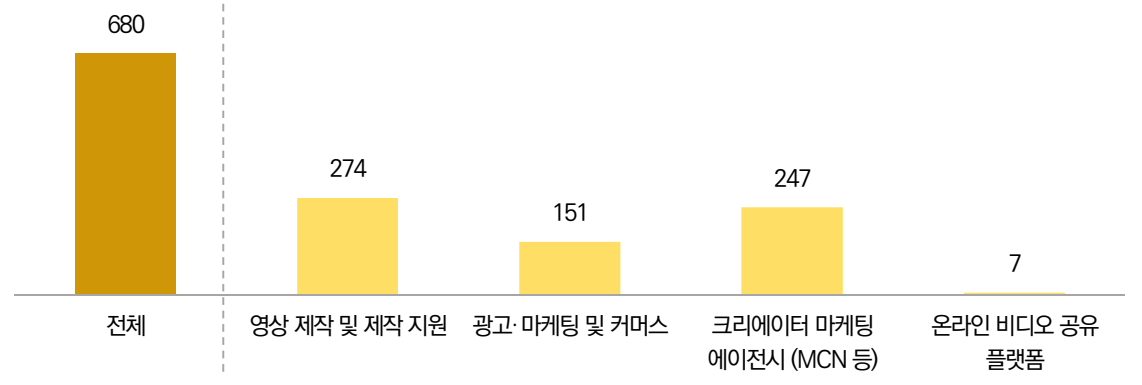
2. 채용인력 및 채용예정인력 현황

1) 채용인력 현황

* 2024년 1년 동안 디지털크리에이터미디어산업 사업체에 채용된 인력은 680명임
* 경력유무별로 보면 경력직은 426명(62.7%), 신입직은 254명(37.3%)이며, 고용형태별로 보면 정규직은 527명(77.5%), 비정규직은 153명(22.5%)으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)' 분야가 247명으로 가장 많이 채용되었고, '영상 제작 및 제작 지원'은 274명, '광고·마케팅 및 커머스'는 151명, '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 7명 채용되었음
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'의 신입직이 45.7%로 비중이 가장 높게 나타남

| 그림 2-10 | 2024년 1년간 채용인력 (전체)

(단위 : 명, n=11,089)



| 표 2-11 | 2024년 1년간 채용인력 (전체)

(단위 : 명)

구분		사례수 (개)	전체	경력유무별		고용형태별	
				경력직	신입직	정규직	비정규직
전체		(11,089)	680	426	254	527	153
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	274	153	121	264	10
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	151	48	103	138	13
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	247	218	29	119	128
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	7	7	0	5	2
종사자 규모	1~4인	(9,504)	150	117	32	127	23
	5~9인	(800)	29	29	0	29	0
	10~19인	(478)	52	36	16	36	16
	20인 이상	(307)	449	244	205	335	114
조직 유형	법인사업체	(5,994)	611	364	247	481	130
	개인사업체	(5,045)	55	55	0	32	23
	기타	(49)	14	7	7	14	0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	53	36	17	53	0
	1~5억 원 미만	(5,554)	118	79	39	105	13
	5~10억 원 미만	(1,453)	60	60	0	50	10
	10~30억 원 미만	(1,170)	26	26	0	26	0
	30억 원 이상	(586)	423	225	198	293	130

| 표 2-11 | 2024년 1년간 채용인력 (전체) (비중)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	전체	경력유무별		고용형태별	
				경력직	신입직	정규직	비정규직
전체		(11,089)	100.0	62.7	37.3	77.5	22.5
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	55.9	44.1	96.4	3.6
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	31.7	68.3	91.6	8.4
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	88.1	11.9	48.2	51.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	100.0	0.0	71.4	28.6
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	78.3	21.7	84.9	15.1
	5~9인	(800)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	10~19인	(478)	100.0	68.8	31.3	68.8	31.3
	20인 이상	(307)	100.0	54.3	45.7	74.6	25.4
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	59.6	40.4	78.7	21.3
	개인사업체	(5,045)	100.0	100.0	0.0	58.9	41.1
	기타	(49)	100.0	50.0	50.0	100.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	68.4	31.6	100.0	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	67.1	32.9	89.2	10.8
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	100.0	0.0	83.4	16.6
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	30억 원 이상	(586)	100.0	53.1	46.9	69.3	30.7

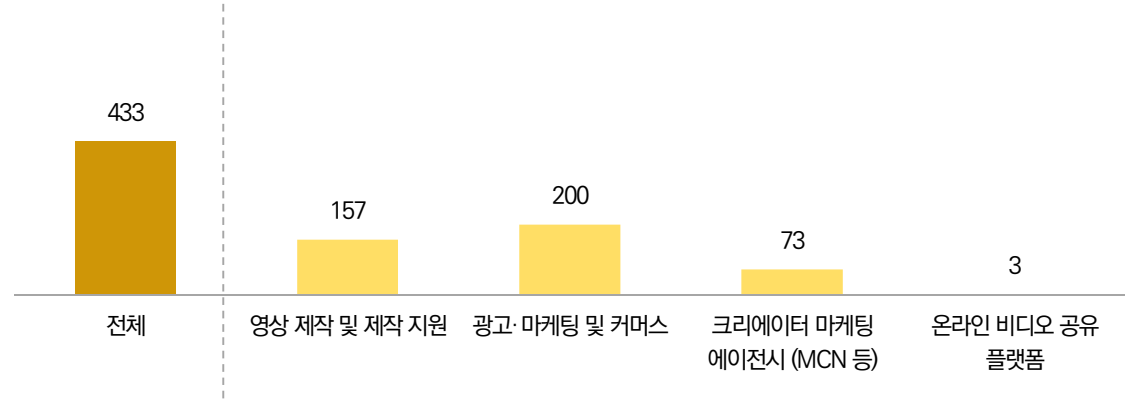
2) 채용예정인력 현황

✲ 디지털크리에이터미디어산업 사업체의 2025년 신규 채용예정인력은 433명이며, 이 중 경력직은 172명(39.8%)이며, 신입직은 261명(60.2%)으로 나타남.
채용예정인력의 92.0%인 398명은 정규직이며, 35명(8.0%)은 비정규직임

- 주요 분야별로는 '광고·마케팅 및 커머스'가 200명, '영상 제작 및 제작 지원'이 157명, '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 73명, '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 3명 채용예정으로 나타남
- 종사자 규모별로는 '5~9인'에서 경력직(100.0%) 채용예정이 가장 많으며, '20인 이상'에서 신입직 채용예정이 78.3%로 높게 나타남

| 그림 2-11 | 2025년 1년간 채용예정인력 (전체)

(단위 : 명, n=11,089)



| 표 2-12 | 2025년 1년간 채용예정인력 (전체)

(단위 : 명)

구분		사례수 (개)	전체	경력유무별		고용형태별	
				경력직	신입직	정규직	비정규직
전체		**(11,089)**	**433**	**172**	**261**	**398**	**35**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	157	57	101	148	10
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	200	73	126	200	0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	73	39	34	49	24
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	3	3	0	2	1
종사자 규모	1~4인	(9,504)	164	93	71	154	10
	5~9인	(800)	10	10	0	10	0
	10~19인	(478)	29	19	10	29	0
	20인 이상	(307)	230	50	180	205	25
조직 유형	법인사업체	(5,994)	388	137	251	353	35
	개인사업체	(5,045)	45	35	10	45	0
	기타	(49)	0	0	0	0	0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	22	10	13	22	0
	1~5억 원 미만	(5,554)	116	68	48	106	10
	5~10억 원 미만	(1,453)	49	39	10	49	0
	10~30억 원 미만	(1,170)	13	6	6	13	0
	30억 원 이상	(586)	233	49	184	208	25

| 표 2-12 | 2025년 1년간 채용예정인력 (전체) (비중)

(단위 : %)

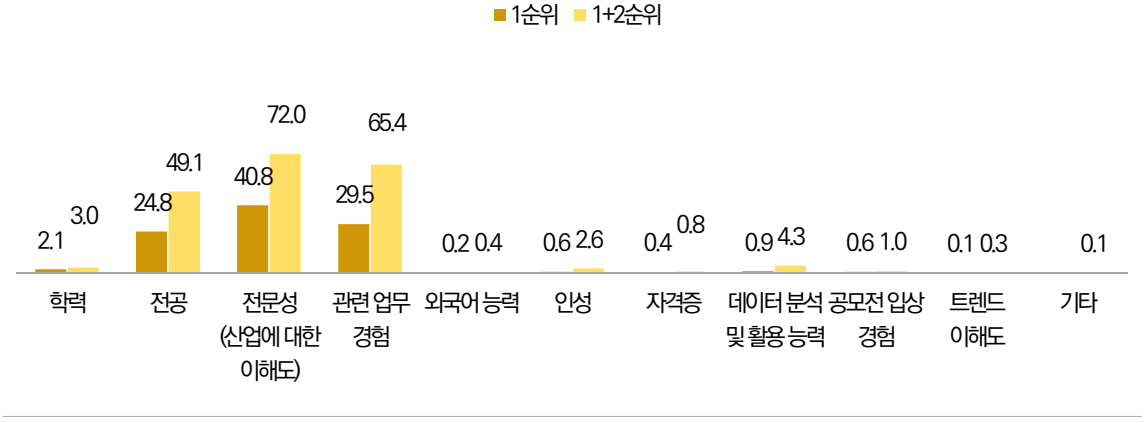
구분		사례수 (개)	전체	경력유무별		고용형태별	
				경력직	신입직	정규직	비정규직
전체		**(11,089)**	**100.0**	**39.8**	**60.2**	**92.0**	**8.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	36.0	64.0	93.7	6.3
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	36.7	63.3	100.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	53.9	46.1	67.2	32.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	100.0	0.0	66.7	33.3
종사자 규모	1~4인	(9,504)	100.0	56.9	43.1	94.0	6.0
	5~9인	(800)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	10~19인	(478)	100.0	66.7	33.3	100.0	0.0
	20인 이상	(307)	100.0	21.7	78.3	89.2	10.8
조직 유형	법인사업체	(5,994)	100.0	35.3	64.7	91.0	9.0
	개인사업체	(5,045)	100.0	78.2	21.8	100.0	0.0
	기타	(49)	-	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(2,325)	100.0	42.8	57.2	100.0	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	58.5	41.5	91.5	8.5
	5~10억 원 미만	(1,453)	100.0	79.8	20.2	100.0	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	100.0	50.0	50.0	100.0	0.0
	30억 원 이상	(586)	100.0	21.2	78.8	89.3	10.7

3) 인력 채용 시 고려사항

* 디지털크리에이터미디어산업 사업체가 인력 채용 시 ‘전문성’(40.8%)을 가장 크게 고려하고 있으며, 다음으로 ‘관련 업무 경험’(29.5%), ‘전공’(24.8%), ‘학력’(2.1%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 ‘영상 제작 및 제작 지원’(49.6%), ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’(49.5%), ‘크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)’(46.6%)은 ‘전문성’이 가장 높았으며, ‘광고·마케팅 및 커머스’는 ‘관련 업무 경험’(36.8%)이 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 ‘1~4인’(40.1%)과 ‘5~9인’(48.7%), ‘20인 이상’(53.4%) 규모에서는 ‘전문성’이 가장 높았으며, ‘10~19인’은 ‘전공’(35.4%)이 가장 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 전반적으로 ‘전문성’이 가장 높았으며, ‘10~30억 원 미만’의 경우 ‘전공’(30.9%)이 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-12 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-13 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목 (1순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	학력	전공	전문성 (산업에 대한 이해도)	관련 업무 경험	외국어 능력	인성	자격증	데이터 분석 및 활용 능력	공모전 입상 경험	트렌드 이해도
전체		**(11,089)**	**2.1**	**24.8**	**40.8**	**29.5**	**0.2**	**0.6**	**0.4**	**0.9**	**0.6**	**0.1**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	4.1	21.7	49.6	22.2	0.2	0.7	0.2	0.7	0.2	0.2
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	0.9	25.3	34.4	36.8	0.2	0.6	0.6	1.1	0.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.7	40.4	46.6	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	49.5	49.5	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	1.3	24.5	40.1	31.0	0.2	0.7	0.5	1.0	0.6	0.1
	5~9인	(800)	0.0	18.1	48.7	33.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	(478)	21.3	35.4	32.9	10.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20인 이상	(307)	4.4	36.3	53.4	3.4	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	2.2	25.7	43.4	25.4	0.2	0.8	0.2	1.0	1.0	0.0
	개인사업체	(5,045)	2.0	23.6	37.7	34.3	0.3	0.4	0.7	0.8	0.0	0.2
	기타	(49)	0.0	40.5	33.7	25.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	3.6	21.6	38.3	30.4	0.4	1.9	0.0	1.0	2.2	0.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	0.6	24.7	42.6	29.9	0.2	0.2	0.9	0.6	0.2	0.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	0.9	23.4	44.0	30.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	5.7	30.9	31.6	29.9	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0
	30억 원 이상	(586)	6.1	29.7	43.3	17.9	0.0	1.7	0.0	1.3	0.0	0.0

| 표 2-14 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 중요 고려 항목 (1+2순위)

(단위 : %)

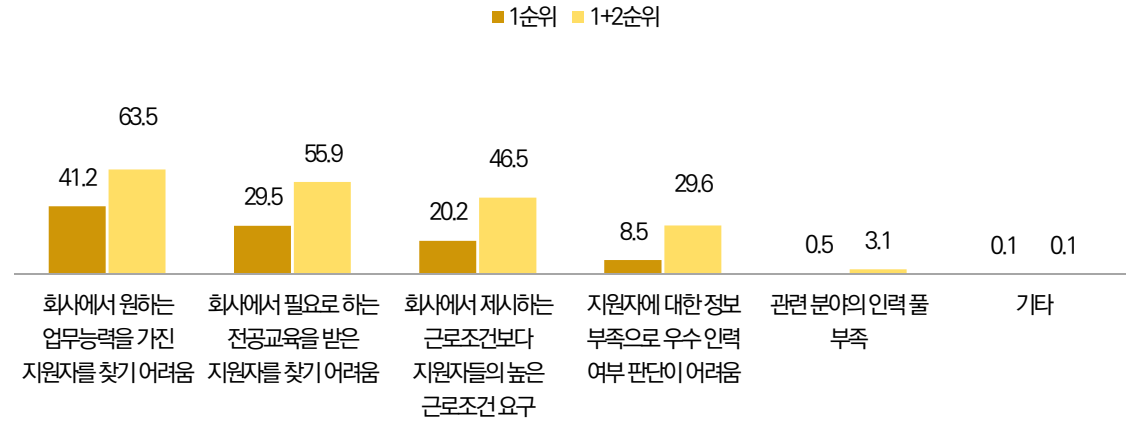
구분		사례수 (개)	학력	전공	전문성 (산업에 대한 이해도)	관련 업무 경험	외국어 능력	인성	자격증	데이터 분석 및 활용 능력	공모전 입상 경험	트렌드 이해도
전체		**(11,089)**	**3.0**	**49.1**	**72.0**	**65.4**	**0.4**	**2.6**	**0.8**	**4.3**	**1.0**	**0.3**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	5.8	46.9	79.9	58.8	0.7	2.8	0.2	3.9	0.5	0.2
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	1.3	48.6	65.4	73.8	0.2	2.7	1.2	4.1	0.6	0.3
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	2.7	64.3	83.9	24.7	0.3	0.9	0.7	10.7	11.1	0.7
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	1.0	99.0	98.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	1.9	49.1	70.6	67.2	0.4	2.9	0.9	4.4	1.0	0.2
	5~9인	(800)	2.8	35.3	72.1	84.2	0.0	0.0	0.0	3.2	1.2	0.0
	10~19인	(478)	24.5	55.8	85.1	27.4	0.0	2.0	0.7	3.2	0.7	0.7
	20인 이상	(307)	4.7	74.8	92.1	19.4	0.4	2.9	0.0	3.2	0.0	2.5
조직 유형	법인사업체	(5,994)	3.2	52.2	72.0	61.8	0.5	3.1	0.7	4.4	1.2	0.4
	개인사업체	(5,045)	2.8	45.2	72.1	69.7	0.3	2.1	1.0	4.1	0.7	0.2
	기타	(49)	0.0	80.0	51.5	65.8	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	3.6	40.5	68.1	70.5	0.4	4.3	0.0	6.6	2.2	0.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	1.0	48.0	74.5	66.5	0.6	2.7	1.6	3.1	1.0	0.2
	5~10억 원 미만	(1,453)	2.9	58.4	65.1	65.6	0.0	1.3	0.0	6.6	0.0	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	7.6	55.7	73.3	59.8	0.0	0.0	0.0	3.0	0.3	0.3
	30억 원 이상	(586)	10.6	58.2	77.5	45.1	0.2	3.7	0.6	2.8	0.0	1.3

4) 인력 채용 시 애로사항

* 디지털크리에이터미디어산업 사업체는 인력 채용 시 '지원자의 업무 능력 부족'(41.2%)에 대한 애로사항이 가장 컸으며, 다음으로 '필요 전공자 미지원'(29.5%), '지원자의 높은 근로조건 요구'(20.2%) 등의 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
  - 주요 분야별로 보면 '온라인 비디오 공유 플랫폼'(75.3%)에서 '지원자의 업무능력 부족'에 대한 애로사항이 가장 컸으며, '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '필요 전공자 미지원'(41.0%)이 가장 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 전반적으로 '지원자의 업무 능력 부족'이 가장 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '1~5억 원 미만'에서 '지원자의 높은 근로조건 요구'(23.8%)가 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-13 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-15 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항 (1순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사에서 원하는 업무능력을 가진 지원자를 찾기 어려움	회사에서 필요로 하는 전공교육을 받은 지원자를 찾기 어려움	회사에서 제시하는 근로조건보다 지원자들의 높은 근로조건 요구	지원자에 대한 정보 부족으로 우수 인력 여부 판단이 어려움	관련 분야의 인력 풀 부족	기타
전체		**(11,089)**	**41.2**	**29.5**	**20.2**	**8.5**	**0.5**	**0.1**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	43.9	33.2	17.1	5.8	0.0	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	39.4	26.2	23.8	9.5	0.8	0.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	34.6	41.0	3.5	20.9	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	75.3	24.7	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	40.7	28.1	21.2	9.4	0.5	0.1
	5~9인	(800)	46.5	35.1	16.1	2.4	0.0	0.0
	10~19인	(478)	42.3	42.0	12.6	3.2	0.0	0.0
	20인 이상	(307)	42.6	39.4	10.9	7.1	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	43.9	29.6	18.1	8.0	0.4	0.0
	개인사업체	(5,045)	38.2	29.1	22.8	9.2	0.5	0.3
	기타	(49)	25.9	56.4	17.8	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	39.9	22.5	19.9	17.1	0.5	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	36.3	31.6	23.8	7.4	0.7	0.2
	5~10억 원 미만	(1,453)	51.3	26.8	17.4	4.4	0.0	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	47.2	35.2	12.6	5.0	0.0	0.0
	30억 원 이상	(586)	55.2	32.6	9.6	2.6	0.0	0.0

| 표 2-16 | 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 애로사항 (1+2순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사에서 원하는 업무능력을 가진 지원자를 찾기 어려움	회사에서 필요로 하는 전공교육을 받은 지원자를 찾기 어려움	회사에서 제시하는 근로조건 보다 지원자들의 높은 근로조건 요구	지원자에 대한 정보 부족으로 우수 인력 여부 판단이 어려움	관련 분야의 인력 풀 부족	기타
전체		**(11,089)**	**63.5**	**55.9**	**46.5**	**29.6**	**3.1**	**0.1**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	69.8	60.9	49.6	17.8	1.3	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	59.4	52.3	46.2	36.4	3.6	0.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	56.3	51.4	33.9	47.2	11.1	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	99.0	0.0	1.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	63.1	54.1	46.6	31.3	3.5	0.1
	5~9인	(800)	81.9	60.4	48.9	6.0	0.0	0.0
	10~19인	(478)	42.3	77.4	47.5	32.2	0.7	0.0
	20인 이상	(307)	61.8	66.6	35.7	33.6	2.2	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	66.6	55.3	47.1	27.0	2.9	0.0
	개인사업체	(5,045)	60.0	56.3	45.9	32.8	3.1	0.3
	기타	(49)	45.8	82.2	37.8	20.5	13.7	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	65.4	48.1	44.3	34.7	4.1	0.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	61.6	56.0	45.6	31.9	3.6	0.2
	5~10억 원 미만	(1,453)	67.5	54.5	54.0	21.8	2.3	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	63.4	65.7	48.8	20.9	0.0	0.0
	30억 원 이상	(586)	64.0	68.8	40.2	24.8	2.2	0.0

3절 사업 현황

1. 콘텐츠 제작인력 현황

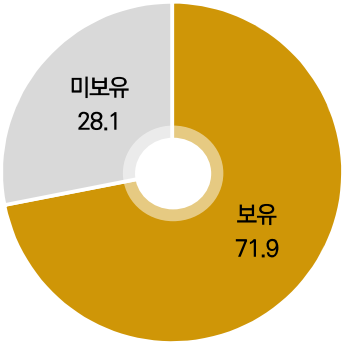
1) 콘텐츠 제작인력 보유 여부

❊ 디지털크리에이터미디어 사업체 중 콘텐츠 제작에 필요한 인력을 보유한 사업체는 전체의 71.9%이며, 미보유는 28.1%로 나타남

- 주요 분야별로 보면 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 비율은 '영상 제작 및 제작 지원'(100.0%)이 가장 높았으며, 다음으로 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(86.2%), '광고·마케팅 및 커머스' (53.1%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(28.8%) 순으로 나타남
- 종사자 규모별로는 '20인 이상'의 보유 비율이 97.5%로 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 매출액이 높을수록 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 비율이 높게 나타남

| 그림 2-14 | 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 여부

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-17 | 콘텐츠 제작에 필요한 인력 보유 여부

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	보유	미보유
전체		**(11,089)**	**71.9**	**28.1**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	100.0	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	53.1	46.9
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	86.2	13.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	28.8	71.2
종사자 규모	1~4인	(9,504)	68.5	31.5
	5~9인	(800)	92.3	7.7
	10~19인	(478)	90.1	9.9
	20인 이상	(307)	97.5	2.5
조직 유형	법인사업체	(5,994)	81.9	18.1
	개인사업체	(5,045)	60.1	39.9
	기타	(49)	74.1	25.9
매출액	1억 원 미만	(2,325)	54.6	45.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	69.4	30.6
	5~10억 원 미만	(1,453)	82.0	18.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	93.7	6.3
	30억 원 이상	(586)	96.5	3.5

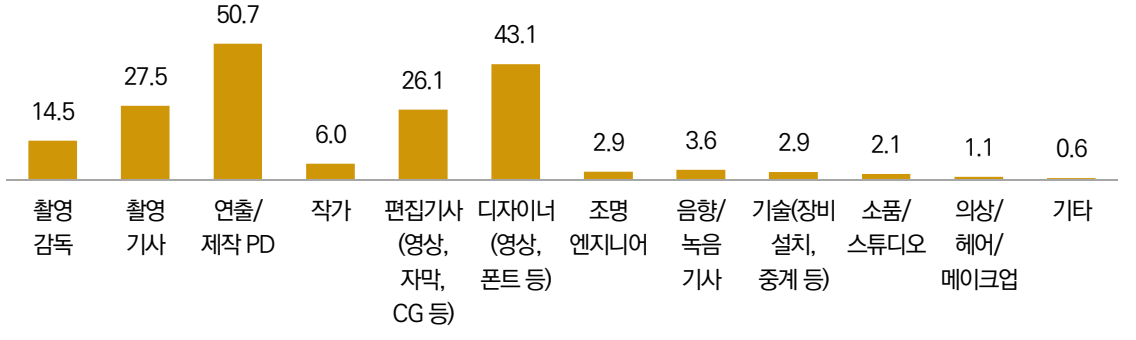
2) 콘텐츠 제작인력 보유 현황

✻ 콘텐츠 제작인력 보유 사업체의 제작 인력 보유 현황을 살펴보면 '연출/제작PD'(50.7%)가 가장 높았으며, 다음으로 '디자이너'(43.1%), '촬영기사'(27.5%), '편집기사'(26.1%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 전반적으로 '연출/제작PD'의 비율이 가장 높았으며, '온라인 비디오 공유 플랫폼'의 경우 '디자이너'(96.5%)가 타 분야대비 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 종사자 규모가 클수록 '촬영감독', '촬영기사' 보유 비율이 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'에서 '작가'(19.5%)가 타 규모대비 높게 나타남

| 그림 2-15 | 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력 (복수응답)

(단위 : %, n=7,976)



*base: 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 인력 보유 사업체

| 표 2-18 | 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	촬영 감독	촬영 기사	연출/제작 PD	작가	편집기사 (영상, 자막, CG 등)	디자이너 (영상, 폰트 등)
전체		(7,976)	14.5	27.5	50.7	6.0	26.1	43.1
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	20.2	30.7	46.0	7.5	31.7	33.5
	광고·마케팅 및 커머스	(3,371)	5.7	23.2	55.5	2.7	19.2	53.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(423)	29.8	31.8	56.1	16.8	27.8	56.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	10.6	10.6	100.0	10.6	10.6	96.5
종사자 규모	1~4인	(6,508)	11.6	24.1	52.4	4.7	22.9	39.3
	5~9인	(738)	19.6	37.8	26.1	0.0	40.9	60.7
	10~19인	(430)	35.4	46.9	52.5	21.2	38.4	51.2
	20인 이상	(299)	35.7	47.8	72.9	25.8	43.5	71.6
조직 유형	법인사업체	(4,910)	15.5	31.4	48.8	7.5	30.1	46.3
	개인사업체	(3,030)	12.8	21.0	53.6	3.0	19.5	38.6
	기타	(37)	22.1	26.9	69.4	42.5	49.1	3.6
매출액	1억 원 미만	(1,269)	11.9	21.0	47.2	8.5	15.0	26.4
	1~5억 원 미만	(3,853)	12.3	19.1	48.2	4.2	23.2	40.0
	5~10억 원 미만	(1,192)	13.4	44.8	59.5	3.9	30.5	54.1
	10~30억 원 미만	(1,096)	16.4	33.1	47.4	4.3	37.2	48.8
	30억 원 이상	(566)	34.4	51.9	63.8	19.5	40.5	68.3

*base: 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 인력 보유 사업체

| 표 2-18 | 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력 (복수응답)(계속)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	조명 엔지니어	음향/ 녹음 기사	기술 (장비 설치, 중계 등)	소품/ 스튜디오	의상/헤어/ 메이크업	기타
전체		(7,976)	2.9	3.6	2.9	2.1	1.1	0.6
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	4.5	5.8	4.3	3.3	2.0	0.3
	광고·마케팅 및 커머스	(3,371)	0.5	0.5	0.7	0.5	0.0	1.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(423)	6.9	7.2	5.9	4.0	0.8	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	10.6	10.6	10.6	3.5	10.6	0.0
종사자 규모	1~4인	(6,508)	1.5	1.7	1.5	1.1	0.8	0.4
	5~9인	(738)	0.0	3.5	1.3	0.0	0.0	3.0
	10~19인	(430)	8.8	13.3	5.8	6.5	0.8	0.0
	20인 이상	(299)	32.8	33.3	32.6	24.5	12.3	0.0
조직 유형	법인사업체	(4,910)	4.0	5.3	3.9	2.7	1.2	0.7
	개인사업체	(3,030)	1.0	0.9	1.0	1.0	1.0	0.4
	기타	(37)	22.1	18.5	22.1	18.5	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(1,269)	0.5	0.5	0.5	0.5	0.0	0.0
	1~5억 원 미만	(3,853)	1.8	2.1	1.9	1.3	0.8	0.7
	5~10억 원 미만	(1,192)	2.2	2.2	3.7	1.7	1.7	0.0
	10~30억 원 미만	(1,096)	2.1	6.5	1.2	1.4	0.0	2.0
	30억 원 이상	(566)	19.4	18.8	16.8	14.0	7.1	0.0

*base: 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 인력 보유 사업체

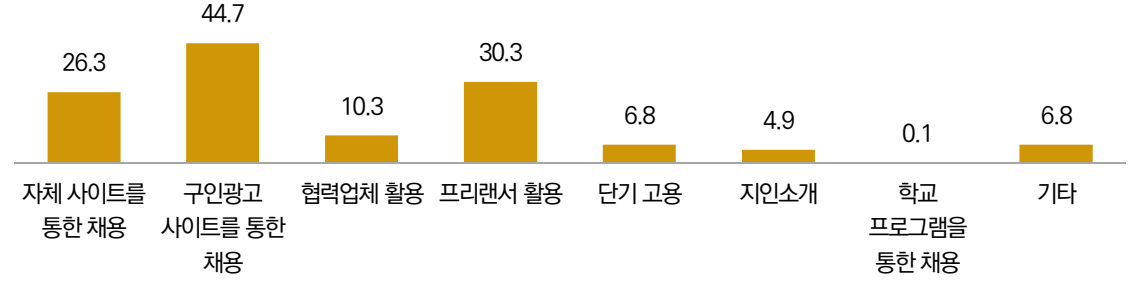
3) 콘텐츠 제작인력 확보 방법

✲ 콘텐츠 제작인력의 확보 방법을 살펴보면, ‘구인광고 사이트를 통한 채용’이 44.7%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘프리랜서 활용’(30.3%), ‘자체 사이트를 통한 채용’(26.3%), ‘협력업체 활용’(10.3%) 등의 순으로 높게 나타남

- 주요 분야별로 보면 ‘영상 제작 및 제작 지원’(36.2%)과 ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’(96.9%)의 경우 ‘자체 사이트를 통한 채용’이 가장 높았으며, ‘광고·마케팅 및 커머스’는 ‘구인광고 사이트를 통한 채용’(53.5%), ‘크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)’은 ‘프리랜서 활용’(49.9%)이 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 ‘20인 이상’은 ‘자체 사이트를 통한 채용’(84.0%)이 가장 높았으며, 이외 규모에서는 ‘구인광고 사이트를 통한 채용’이 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 ‘프리랜서 활용’의 경우 ‘5~10억 원 미만’(46.3%)에서 가장 높게 나타남

| 그림 2-16 | 콘텐츠 제작 필요 인력 확보 방법 (복수응답)

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-19 | 콘텐츠 제작 필요 인력 확보 방법 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	자체 사이트를 통한 채용	구인광고 사이트를 통한 채용	협력업체 활용	프리랜서 활용	단기 고용	지인소개	학교 프로그램을 통한 채용	기타
전체		**(11,089)**	**26.3**	**44.7**	**10.3**	**30.3**	**6.8**	**4.9**	**0.1**	**6.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	36.2	31.7	14.5	34.9	8.5	5.1	0.2	1.6
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	19.5	53.5	7.4	26.2	6.3	4.3	0.0	10.8
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	17.0	35.1	13.9	49.9	0.9	12.1	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	96.9	72.2	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	23.3	44.0	11.2	31.2	6.8	5.3	0.1	7.7
	5~9인	(800)	19.8	65.5	1.2	35.5	11.9	2.4	0.0	0.0
	10~19인	(478)	61.1	23.5	7.7	15.4	2.5	4.0	0.0	3.2
	20인 이상	(307)	84.0	44.0	8.2	12.0	0.4	0.4	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	31.5	44.8	9.8	34.9	8.0	3.3	0.2	3.5
	개인사업체	(5,045)	20.3	44.8	10.3	25.0	5.5	6.9	0.0	10.7
	기타	(49)	20.0	22.7	60.0	13.7	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	11.3	37.2	13.5	31.2	8.8	6.8	0.0	11.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	28.0	48.6	10.2	23.8	4.9	4.8	0.2	7.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	26.9	52.3	7.7	46.3	10.4	5.3	0.0	2.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	34.4	34.8	9.1	39.0	8.2	2.8	0.0	2.7
	30억 원 이상	(586)	53.2	38.1	6.8	31.5	5.7	1.7	0.0	0.0

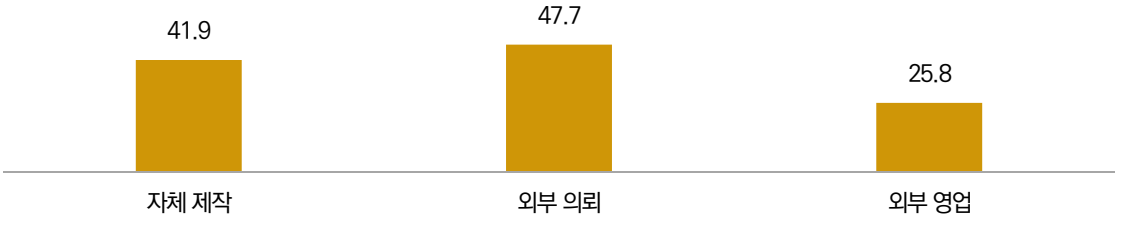
2. 콘텐츠 제작 현황

1) 콘텐츠 제작 방식

* 2024년 1년간 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 제작한 방식에 대해 '자체 제작'이 41.9%로 가장 높았으며, 다음으로 '외부 의뢰'(47.7%), '외부 영업'(25.8%) 순으로 나타남
  - 주요 분야별로 살펴보면 '자체 제작'의 경우 '영상 제작 및 제작 지원'이 58.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '광고·마케팅 및 커머스'(33.2%), '온라인 비디오 공유 플랫폼' (28.8%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(19.1%) 순으로 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'의 '자체 제작'이 79.5%로 가장 높았으며, '1~4인'의 경우 '외부 의뢰'(49.9%)가 타 규모 대비 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'의 '자체 제작'이 69.6%로 가장 높게 나타남

| 그림 2-17 | 콘텐츠 제작 방식 (복수응답)

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-20 | 콘텐츠 제작 방식 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	자체 제작	외부 의뢰	외부 영업
전체		**(11,089)**	**41.9**	**47.7**	**25.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	58.4	36.4	24.8
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	33.2	58.1	22.4
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	19.1	8.8	79.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	28.8	47.4	26.8
종사자 규모	1~4인	(9,504)	37.3	49.9	26.1
	5~9인	(800)	69.7	35.8	28.4
	10~19인	(478)	63.8	36.6	21.8
	20인 이상	(307)	79.5	26.0	19.1
조직 유형	법인사업체	(5,994)	47.8	41.9	32.8
	개인사업체	(5,045)	35.0	54.4	17.9
	기타	(49)	36.4	63.6	2.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	26.8	61.4	18.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	38.3	50.0	22.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	49.7	36.1	40.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	66.1	32.3	34.1
	30억 원 이상	(586)	69.6	31.0	33.5

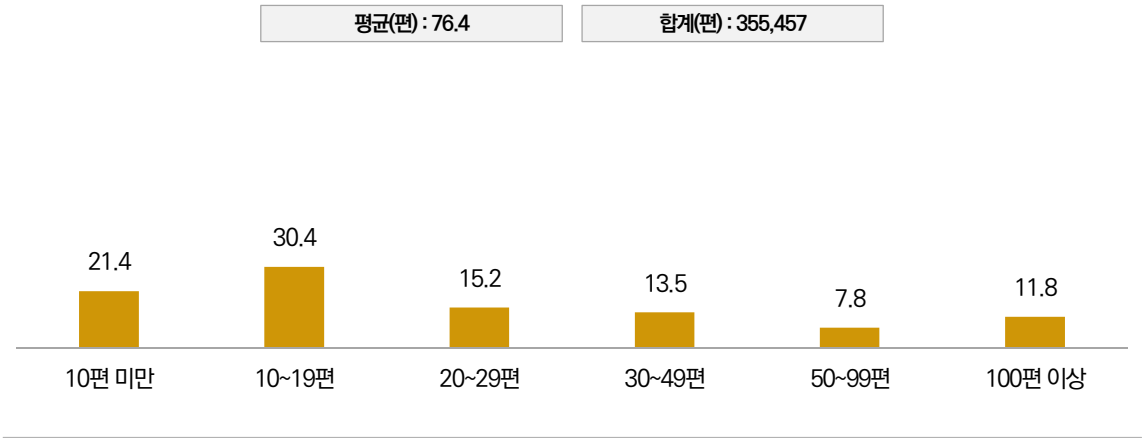
2) 자체 제작 콘텐츠 수

✲ 2024년 1년간 자체적으로 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 제작한 사업체의 콘텐츠 수는 평균 76.4편(총 35만 5,457편)이며, 구간으로 보면 '10~19편'(30.4%), '10편 미만'(21.4%), '20~29편'(15.2%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'의 평균 자체 제작 콘텐츠 수가 107.0편으로 가장 많았으며, 다음으로 '광고·마케팅 및 커머스'(95.2편), '영상 제작 및 제작 지원'(59.4편), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(34.7편) 순으로 나타남
- 종사자 규모별로는 '20인 이상'이 평균 227.9편으로 가장 많았으며, 종사자 규모가 클수록 평균 제작 콘텐츠 수가 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'의 평균 콘텐츠 수가 176.4편으로 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-18 | 제작 콘텐츠 수

(단위 : %, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-21 | 제작 콘텐츠 수

(단위 : %)

구분		사례수(개)	10편 미만	10~19편	20~29편	30~49편	50~99편	100편 이상	평균(편)	합계(편)
전체		**(4,651)**	**21.4**	**30.4**	**15.2**	**13.5**	**7.8**	**11.8**	**76.4**	**355,457**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	27.7	29.8	13.9	13.0	8.4	7.2	59.4	144,136
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	14.1	32.6	16.7	13.8	6.5	16.3	95.2	200,320
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	0.0	4.9	21.7	21.1	23.7	28.6	107.0	10,020
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	85.8	0.0	0.0	3.5	0.0	10.6	34.7	981
종사자 규모	1~4인	(3,544)	24.0	29.8	15.8	13.0	6.1	11.3	66.6	235,995
	5~9인	(558)	3.4	42.0	21.3	21.2	9.8	2.3	33.5	18,691
	10~19인	(305)	28.1	17.9	4.2	6.3	20.3	23.1	148.2	45,158
	20인 이상	(244)	15.5	27.4	7.2	11.5	12.8	25.6	227.9	55,613
조직 유형	법인사업체	(2,867)	19.4	29.2	15.4	17.2	9.2	9.6	82.5	236,623
	개인사업체	(1,766)	24.7	32.3	15.2	7.5	5.0	15.4	66.4	117,295
	기타	(18)	0.0	37.7	0.0	0.0	54.9	7.4	85.7	1,538
매출액	1억 원 미만	(622)	42.3	25.6	2.0	8.4	3.2	18.5	62.2	38,719
	1~5억 원 미만	(2,124)	20.0	33.1	18.7	10.4	6.0	11.8	81.5	173,149
	5~10억 원 미만	(722)	20.0	29.1	22.9	12.5	10.6	4.9	24.9	17,956
	10~30억 원 미만	(774)	12.7	34.2	12.0	23.9	9.4	7.7	69.4	53,664
	30억 원 이상	(408)	15.5	18.2	9.5	19.4	16.0	21.4	176.4	71,970

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

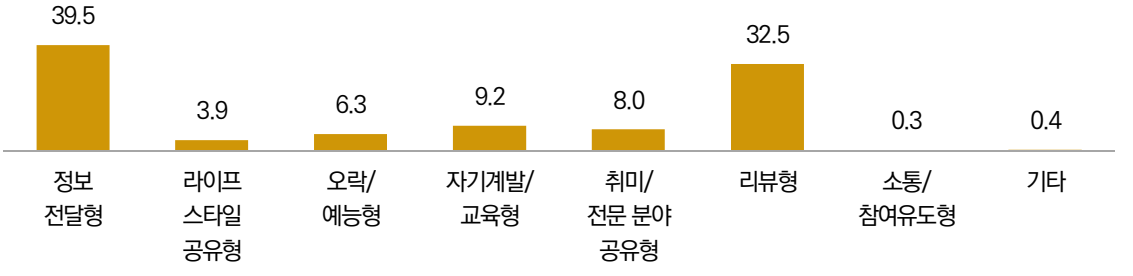
3) 자체 제작 콘텐츠 유형

❊ 자체 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유형은 '정보 전달형'(39.5%), '리뷰형'(32.5%), '자기계발/교육형'(9.2%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'은 '정보전달형'(44.8%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '리뷰형'(48.4%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '오락/예능형'(42.8%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 '자기계발/교육형'(85.8%)이 가장 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '20인 이상'의 경우 '리뷰형'(40.8%)이 가장 높았으며, 이외 규모에서는 '정보 전달형'이 가장 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '5~10억 원 미만'의 경우 '리뷰형'(48.2%)이 가장 높게 나타남

| 그림 2-19 | 자체 제작 콘텐츠 유형

(단위 : %, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-22 | 자체 제작 콘텐츠 유형

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	정보 전달형	라이프 스타일 공유형	오락/ 예능형	자기 계발/ 교육형	취미/ 전문 분야 공유형	리뷰형	소통/ 참여유 도형	기타	취미 등
전체		**(4,651)**	**39.5**	**3.9**	**6.3**	**9.2**	**8.0**	**32.5**	**0.3**	**0.4**	**22.7**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	44.8	5.5	8.7	12.7	8.0	19.9	0.0	0.4	20.6
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	34.7	1.2	1.9	4.7	8.0	48.4	0.6	0.5	35.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	18.9	23.7	42.8	0.0	6.9	7.7	0.0	0.0	24.2
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	0.0	0.0	0.0	85.8	14.2	0.0	0.0	0.0	50.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	40.2	3.1	5.2	8.1	8.0	34.8	0.4	0.3	21.3
	5~9인	(558)	32.2	6.4	8.1	16.1	5.7	29.7	0.0	1.7	22.6
	10~19인	(305)	57.1	8.9	5.3	12.6	12.9	3.2	0.0	0.0	39.2
	20인 이상	(244)	22.7	4.2	18.9	5.9	7.5	40.8	0.0	0.0	30.8
조직 유형	법인사업체	(2,867)	40.1	4.2	8.3	10.8	5.5	30.3	0.4	0.3	21.9
	개인사업체	(1,766)	37.9	3.4	3.0	6.8	12.1	36.3	0.0	0.6	25.2
	기타	(18)	92.6	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.5
매출액	1억 원 미만	(622)	62.9	4.8	4.8	4.8	10.0	12.9	0.0	0.0	18.3
	1~5억 원 미만	(2,124)	36.0	3.5	5.9	9.8	8.4	35.5	0.0	0.9	22.1
	5~10억 원 미만	(722)	33.9	2.7	5.6	3.1	4.6	48.2	1.8	0.0	18.1
	10~30억 원 미만	(774)	39.0	6.4	3.1	14.1	8.7	28.7	0.0	0.0	36.8
	30억 원 이상	(408)	32.4	1.9	17.5	14.8	7.6	25.8	0.0	0.0	20.3

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

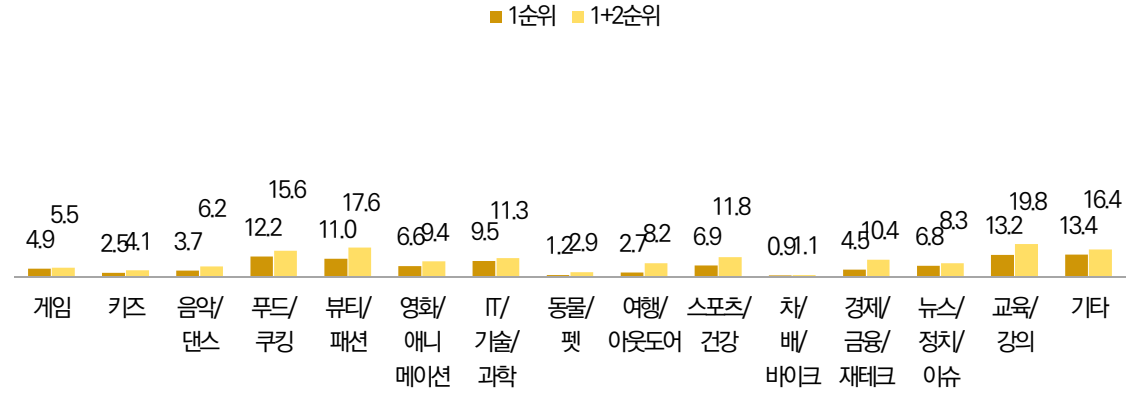
4) 자체 제작 콘텐츠 장르

✲ 자체 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 장르는 기타를 제외하고 '교육/강의'(13.2%)가 가장 높았으며, 다음으로 '푸드/쿠킹'(12.2%), '뷰티/패션'(11.0%), 'IT/기술/과학'(9.5%), '스포츠/건강'(6.9%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'은 '교육/강의'(19.7%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '푸드/쿠킹'(19.8%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '음악/댄스'(16.8%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 '교육/강의'(85.8%)가 가장 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '5~9인'의 경우 '뷰티/패션'이 22.8%로 타 규모대비 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'의 경우 'IT/기술/과학'이 15.4%로 가장 높게 나타남

| 그림 2-20 | 제작 콘텐츠 장르

(단위 : %, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-23 | 제작 콘텐츠 장르 (1순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	게임	키즈	음악/댄스	푸드/쿠킹	뷰티/패션	영화/애니메이션	IT/기술/과학	동물/펫
전체		(4,651)	4.9	2.5	3.7	12.2	11.0	6.6	9.5	1.2
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	4.4	3.3	5.4	5.7	4.9	10.8	10.9	1.2
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	5.5	1.4	1.2	19.8	18.3	1.5	8.2	1.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	4.9	10.5	16.8	15.4	6.3	12.0	6.9	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	0.0	0.0	7.1	0.0	3.5	3.5	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	4.6	2.6	4.1	11.1	10.0	6.5	8.3	1.6
	5~9인	(558)	6.9	3.5	1.8	18.4	22.8	5.7	16.1	0.0
	10~19인	(305)	3.2	0.0	5.3	9.7	6.0	5.3	16.9	0.0
	20인 이상	(244)	6.1	3.1	1.9	18.4	4.6	12.0	3.1	0.0
조직 유형	법인사업체	(2,867)	5.8	3.8	3.9	12.7	11.7	6.8	11.1	1.5
	개인사업체	(1,766)	3.4	0.6	3.5	11.6	9.8	6.3	7.1	0.7
	기타	(18)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(622)	2.0	1.6	5.2	5.7	8.6	7.9	5.7	0.0
	1~5억 원 미만	(2,124)	5.5	0.9	4.2	11.7	9.2	6.1	9.0	0.5
	5~10억 원 미만	(722)	3.5	9.9	1.4	16.1	15.5	9.3	11.6	4.5
	10~30억 원 미만	(774)	6.0	1.3	2.1	13.1	12.2	3.8	15.4	1.6
	30억 원 이상	(408)	6.5	1.8	6.4	16.9	13.4	7.6	3.4	0.0

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-23 | 제작 콘텐츠 장르 (1순위) (계속)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	여행/야웃도어	스포츠/건강	차/배/바이크	경제/금융/재테크	뉴스/정치/이슈	교육/강의	기타
전체		(4,651)	2.7	6.9	0.9	4.5	6.8	13.2	13.4
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	4.3	6.2	1.2	3.0	13.0	19.7	6.0
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	1.0	8.0	0.4	5.9	0.0	5.3	22.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	0.0	1.4	3.5	10.4	0.0	1.4	10.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	85.8	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	3.1	6.9	0.8	4.2	7.2	13.4	15.6
	5~9인	(558)	0.0	6.3	0.0	1.7	2.3	10.9	3.5
	10~19인	(305)	2.1	5.0	1.1	13.9	6.3	18.2	7.1
	20인 이상	(244)	3.1	9.8	3.1	2.8	11.1	9.3	11.7
조직 유형	법인사업체	(2,867)	3.2	4.5	0.7	5.5	7.9	12.4	8.5
	개인사업체	(1,766)	1.8	10.8	1.1	2.7	4.5	14.8	21.1
	기타	(18)	0.0	0.0	0.0	0.0	54.9	0.0	37.7
매출액	1억 원 미만	(622)	3.2	5.2	0.0	1.6	15.8	17.9	19.5
	1~5억 원 미만	(2,124)	2.0	7.1	1.4	4.2	5.6	14.4	18.2
	5~10억 원 미만	(722)	3.6	4.9	0.0	4.9	2.7	6.7	5.3
	10~30억 원 미만	(774)	4.8	8.9	0.0	7.9	3.8	12.2	7.0
	30억 원 이상	(408)	0.0	7.9	2.6	2.4	12.2	13.5	5.3

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-24 | 제작 콘텐츠 장르 (1+2순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	게임	키즈	음악/댄스	푸드/쿠킹	뷰티/패션	영화/애니메이션	IT/기술/과학	동물/펫
전체		(4,651)	5.5	4.1	6.2	15.6	17.6	9.4	11.3	2.9
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	5.3	5.7	8.8	6.8	8.5	15.3	13.3	3.3
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	5.5	2.0	2.7	25.8	28.6	2.1	9.3	2.7
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	9.1	10.5	18.2	20.3	7.7	22.5	6.9	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	10.6	0.0	7.1	0.0	3.5	3.5	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	5.2	4.1	6.4	13.4	16.2	9.9	10.3	3.3
	5~9인	(558)	6.9	5.8	5.2	26.9	32.0	7.5	17.9	1.7
	10~19인	(305)	3.2	0.0	5.3	12.9	11.8	5.3	16.9	2.9
	20인 이상	(244)	9.0	5.9	8.0	25.2	11.0	12.0	3.1	0.0
조직 유형	법인사업체	(2,867)	6.3	6.0	6.7	16.3	17.9	10.3	12.1	3.2
	개인사업체	(1,766)	4.0	1.1	5.2	14.6	17.3	8.0	10.1	2.4
	기타	(18)	7.4	0.0	37.7	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(622)	2.0	1.6	6.3	7.2	10.7	9.5	7.3	0.0
	1~5억 원 미만	(2,124)	5.5	2.9	6.1	14.2	14.4	6.6	11.4	0.9
	5~10억 원 미만	(722)	5.1	13.0	4.1	20.5	27.9	13.8	13.0	11.7
	10~30억 원 미만	(774)	7.2	1.3	7.5	19.2	20.6	10.2	15.4	4.1
	30억 원 이상	(408)	7.9	3.5	8.4	20.3	20.8	14.8	5.8	0.0

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-24 | 제작 콘텐츠 장르 (1+2순위) (계속)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	여행/아웃도어	스포츠/건강	차/배/바이크	경제/금융/재테크	뉴스/정치/이슈	교육/강의	기타
전체		(4,651)	8.2	11.8	1.1	10.4	8.3	19.8	16.4
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	8.6	12.2	1.6	9.2	15.2	28.2	8.5
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	8.3	11.9	0.4	11.9	0.8	9.7	25.8
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	0.0	4.3	3.5	10.4	0.0	6.3	14.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	85.8	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	7.9	11.0	1.1	10.2	8.3	19.8	18.4
	5~9인	(558)	13.2	12.7	0.0	10.3	4.6	15.6	5.2
	10~19인	(305)	5.0	7.1	1.1	16.0	12.1	30.5	10.3
	20인 이상	(244)	6.2	27.8	3.1	5.5	11.1	15.7	20.7
조직 유형	법인사업체	(2,867)	9.1	11.4	0.7	11.6	10.3	20.1	11.1
	개인사업체	(1,766)	7.0	12.5	1.7	8.4	4.5	19.4	24.2
	기타	(18)	0.0	0.0	0.0	0.0	54.9	0.0	92.6
매출액	1억 원 미만	(622)	5.2	8.4	0.0	6.8	17.4	21.1	24.8
	1~5억 원 미만	(2,124)	8.5	11.3	1.9	10.0	6.0	18.9	21.4
	5~10억 원 미만	(722)	8.5	11.2	0.0	11.6	4.1	14.0	6.7
	10~30억 원 미만	(774)	13.0	13.3	0.0	15.0	9.0	24.3	7.8
	30억 원 이상	(408)	2.3	18.0	2.6	6.5	12.2	24.1	11.5

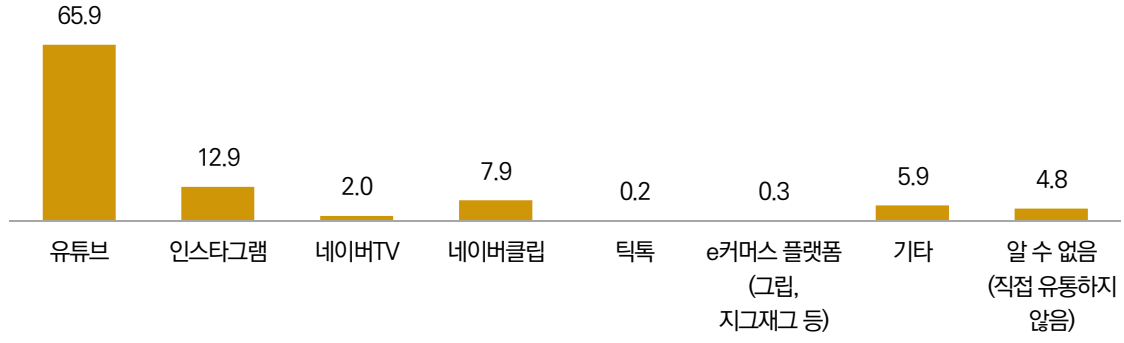
*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

5) 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼

* 자체 제작 콘텐츠는 주로 '유튜브'(65.9%) 플랫폼을 통해 유통하고 있으며, 다음으로 '인스타그램'(12.9%), '네이버클립'(7.9%) 등의 플랫폼에 유통하는 것으로 나타남
  - 주요 분야별로는 전반적으로 '유튜브' 비중이 높았으며, '광고·마케팅 및 커머스'의 경우 '네이버 클립'이 타 분야대비 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '인스타그램'의 경우 '1~4인'(14.4%)이 가장 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'이 '유튜브'(78.3%) 비중이 가장 높았으며, '1억 원 미만'은 '인스타그램'(20.8%)이 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-21 | 자체 콘텐츠 주로 유통하는 플랫폼

(단위 : %, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-25 | 자체 콘텐츠 주로 유통하는 플랫폼

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	유튜브	인스타그램	네이버TV	네이버 클립	틱톡	e커머스 플랫폼 (그립, 지그재그 등)	기타	알 수 없음 (직접 유통하지 않음)
전체		**(4,651)**	**65.9**	**12.9**	**2.0**	**7.9**	**0.2**	**0.3**	**5.9**	**4.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	79.3	10.5	0.4	0.0	0.0	0.0	4.2	5.5
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	49.5	15.9	4.1	17.3	0.4	0.6	8.0	4.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	77.7	10.5	0.0	3.5	1.4	0.0	6.9	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	62.3	14.4	2.4	9.0	0.0	0.4	5.4	6.1
	5~9인	(558)	81.6	7.5	0.0	6.8	0.0	0.0	4.0	0.0
	10~19인	(305)	74.8	8.4	2.9	1.1	2.9	0.0	7.9	2.1
	20인 이상	(244)	70.5	9.3	0.0	3.1	0.5	0.0	16.6	0.0
조직 유형	법인사업체	(2,867)	73.2	10.4	2.4	4.2	0.4	0.4	5.7	3.3
	개인사업체	(1,766)	54.1	17.0	1.4	14.1	0.0	0.0	6.0	7.4
	기타	(18)	62.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.7	0.0
매출액	1억 원 미만	(622)	53.3	20.8	0.0	6.1	0.0	0.0	15.0	4.8
	1~5억 원 미만	(2,124)	62.1	13.9	1.2	11.1	0.0	0.6	4.9	6.2
	5~10억 원 미만	(722)	69.9	10.9	1.8	8.4	0.0	0.0	3.5	5.5
	10~30억 원 미만	(774)	78.3	8.3	7.4	2.9	0.0	0.0	1.6	1.6
	30억 원 이상	(408)	74.4	7.7	0.0	2.6	2.5	0.0	10.4	2.4

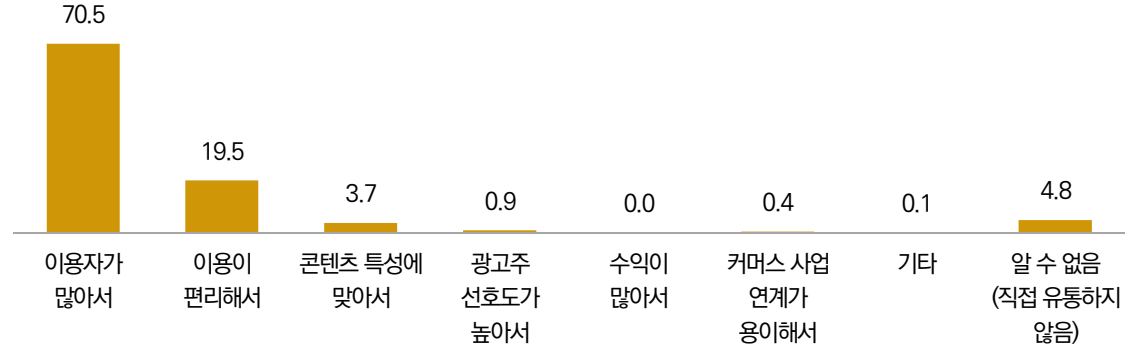
*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

6) 해당 플랫폼 선정 이유

* 해당 플랫폼을 선정한 이유는 '이용자가 많아서'(70.5%)가 가장 높았으며, '이용이 편리해서'(19.5%), '콘텐츠 특성에 맞아서'(3.7%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 전반적으로 '이용자가 많아서'가 가장 높게 나타났으며, '영상 제작 및 제작 지원'의 경우 '이용이 편리해서'(22.8%)가 타 분야대비 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'(23.8%), '1~4인'(21.6%), '10~19인'(18.7%), '5~9인'(4.6%) 순으로 '이용이 편리해서'가 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'에서 '이용자가 많아서'가 76.6%로 가장 높게 나타났으며, '10~30억 원 미만'은 '콘텐츠 특성에 맞아서'(9.0%)가 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-22 | 해당 플랫폼을 선택한 이유

(단위 : %, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-26 | 해당 플랫폼을 선택한 이유

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	이용자가 많아서	이용이 편리해서	콘텐츠 특성에 맞아서	광고주 선호도가 높아서	수익이 많아서	커머스 사업 연계가 용이해서	기타	알 수 없음 (직접 유통하지 않음)
전체		**(4,651)**	**70.5**	**19.5**	**3.7**	**0.9**	**0.0**	**0.4**	**0.1**	**4.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	66.1	22.8	4.5	0.0	0.0	0.8	0.3	5.5
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	74.9	16.2	2.7	2.0	0.0	0.0	0.0	4.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	75.6	14.6	8.3	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(3,544)	67.4	21.6	3.6	0.7	0.0	0.6	0.0	6.1
	5~9인	(558)	93.7	4.6	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	(305)	67.1	18.7	9.2	2.9	0.0	0.0	0.0	2.1
	20인 이상	(244)	66.5	23.8	3.3	3.1	0.5	0.0	2.8	0.0
조직 유형	법인사업체	(2,867)	72.4	19.4	3.5	1.0	0.0	0.3	0.0	3.3
	개인사업체	(1,766)	67.5	19.8	4.1	0.7	0.0	0.6	0.0	7.4
	기타	(18)	62.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.7	0.0
매출액	1억 원 미만	(622)	73.3	17.2	1.6	2.0	0.0	0.0	1.1	4.8
	1~5억 원 미만	(2,124)	68.4	20.3	3.6	0.6	0.0	0.9	0.0	6.2
	5~10억 원 미만	(722)	67.9	25.3	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	5.5
	10~30억 원 미만	(774)	76.6	12.8	9.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
	30억 원 이상	(408)	70.3	21.3	1.7	4.0	0.3	0.0	0.0	2.4

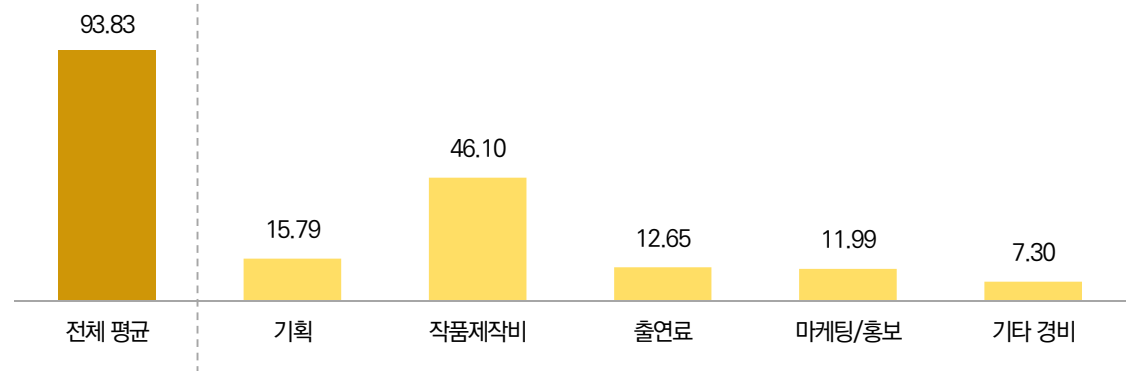
*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

7) 자체 제작 콘텐츠 항목별 제작 비용

* 2024년 한 해 동안 자체 제작한 콘텐츠의 제작비용은 평균 93.83백만원(총 4,364억 원)이며, '작품제작비'(46.10백만원), '기획'(15.79백만원), '출연료'(12.65백만원), '마케팅/홍보'(11.99백만원), '기타 경비'(7.30백만원) 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '온라인 비디오 공유 플랫폼'(765.77백만원)의 평균 제작비용이 가장 많았으며, 그 중 '작품제작비'(582.81백만원)의 비중이 가장 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'(855.84백만원), '5~9인'(105.02백만원), '10~19인'(79.87백만원), '1~4인'(40.80백만원) 순으로 평균 제작비용이 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '출연료'의 경우 '30억 원 이상'(125.56백만원)에서 타 규모 대비 평균 제작비용이 높게 나타남

| 그림 2-23 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 평균

(단위 : 백만원, n=4,651)



*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-27 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 평균

(단위 : 백만원)

구분		사례수 (개)	기획	작품제작비	출연료	마케팅/홍보	기타 경비	전체 평균
전체		(4,651)	15.79	46.10	12.65	11.99	7.30	93.83
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	19.87	42.15	21.64	13.28	6.93	103.87
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	10.37	42.07	1.97	9.38	7.69	71.48
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	24.02	76.98	12.57	15.95	3.72	133.24
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	42.24	582.81	36.46	82.24	22.03	765.77
종사자 규모	1~4인	(3,544)	6.72	24.39	1.02	4.74	3.93	40.80
	5~9인	(558)	11.67	60.44	3.92	18.31	10.67	105.02
	10~19인	(305)	18.58	40.59	2.28	12.41	6.00	79.87
	20인 이상	(244)	153.54	335.43	214.49	102.32	50.06	855.84
조직 유형	법인사업체	(2,867)	22.52	62.80	19.59	17.64	10.55	133.10
	개인사업체	(1,766)	4.99	18.82	0.56	2.91	2.08	29.35
	기타	(18)	5.42	62.97	94.26	2.62	1.76	167.03
매출액	1억 원 미만	(622)	1.30	11.38	3.00	1.15	0.91	17.74
	1~5억 원 미만	(2,124)	4.85	13.64	0.42	2.74	1.55	23.20
	5~10억 원 미만	(722)	17.13	58.21	2.82	10.89	10.43	99.47
	10~30억 원 미만	(774)	12.03	55.80	3.63	18.74	9.68	99.88
	30억 원 이상	(408)	99.63	228.24	125.56	65.84	36.92	556.20

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

| 표 2-28 | 자체 제작 콘텐츠 제작비용(백만원) - 합계

(단위 : 백만원)

구분		사례수 (개)	기획	작품제작비	출연료	마케팅/홍보	기타 경비	전체 합계
전체		(4,651)	73,450	214,408	58,842	55,766	33,945	436,411
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(2,425)	48,185	102,223	52,490	32,211	16,802	251,912
	광고·마케팅 및 커머스	(2,104)	21,822	88,513	4,145	19,739	16,172	150,391
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	2,249	7,208	1,177	1,494	348	12,475
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(28)	1,193	16,464	1,030	2,323	622	21,633
종사자 규모	1~4인	(3,544)	23,801	86,453	3,609	16,795	13,942	144,601
	5~9인	(558)	6,515	33,728	2,190	10,219	5,957	58,609
	10~19인	(305)	5,661	12,364	695	3,780	1,828	24,329
	20인 이상	(244)	37,472	81,862	52,348	24,972	12,217	208,871
조직 유형	법인사업체	(2,867)	64,547	180,044	56,169	50,573	30,243	381,577
	개인사업체	(1,766)	8,805	33,233	981	5,146	3,670	51,835
	기타	(18)	97	1,130	1,692	47	32	2,999
매출액	1억 원 미만	(622)	808	7,083	1,867	717	565	11,039
	1~5억 원 미만	(2,124)	10,311	28,975	900	5,820	3,289	49,294
	5~10억 원 미만	(722)	12,372	42,052	2,039	7,867	7,534	71,864
	10~30억 원 미만	(774)	9,309	43,174	2,808	14,497	7,493	77,281
	30억 원 이상	(408)	40,651	93,123	51,230	26,865	15,064	226,933

*base: 콘텐츠 자체 제작 사업체

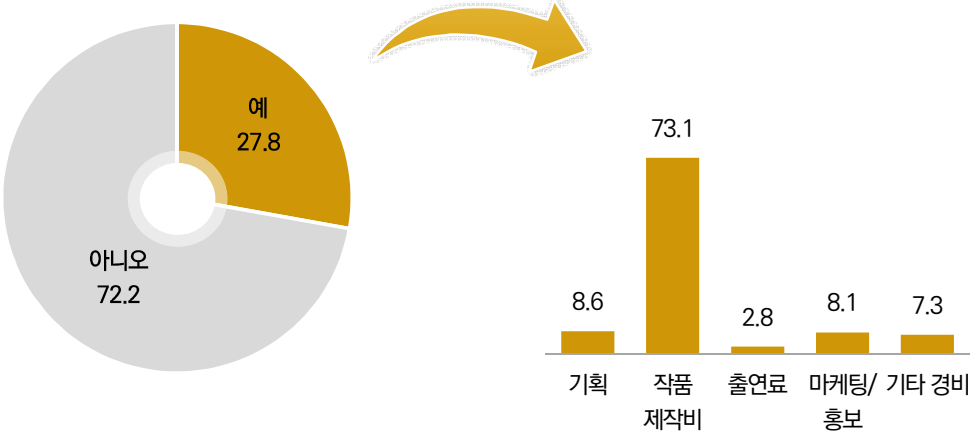
8) 의뢰받은 콘텐츠 제작비 항목별 지출 비중

* 콘텐츠 제작을 의뢰받은 사업체는 27.8%로, 주요 분야별로 보면 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(71.9%)의 비중이 높게 나타남

* 콘텐츠 제작을 의뢰받은 사업체의 콘텐츠 제작비 항목별 지출 비중은 '작품 제작비'가 73.1%로 가장 높았으며, 다음으로 '기획'(8.6%), '마케팅/홍보'(8.1%), '기타 경비'(7.3%), '출연료'(2.8%) 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 모든 분야에서 '작품 제작비'에 지출하는 비중이 가장 높았으며, '온라인 비디오 공유 플랫폼'의 경우 '출연료'(21.7%)가 타 규모 대비 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '1~4인'의 '작품 제작비'(75.4%) 비중이 가장 높았으며, '기획'의 경우 '10~19인'(14.3%)에서 타 규모대비 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'에서 '마케팅/홍보'의 비중이 19.9%로 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-24 | 콘텐츠 제작시 항목별 실제 지출 비중

(단위 : %, n=11,089 / n=3,085)



*base: 콘텐츠 제작 의뢰를 받은 사업체

| 표 2-29 | 콘텐츠 제작시 항목별 실제 지출 비중

(단위 : %)

구분		사례수(개)	아니오	예	사례수	기획	작품제작비	출연료	마케팅/홍보	기타 경비	합계
전체		(11,089)	72.2	27.8	(3,085)	8.6	73.1	2.8	8.1	7.3	100.0
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	72.4	27.6	(1,145)	10.3	73.1	2.8	7.3	6.4	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	75.0	25.0	(1,585)	6.6	74.5	1.9	8.2	8.7	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	28.1	71.9	(353)	11.7	67.3	6.6	10.6	3.9	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	96.9	3.1	(3)	8.3	58.3	21.7	10.0	1.7	100.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	72.6	27.4	(2,606)	8.4	75.4	2.6	6.4	7.1	100.0
	5~9인	(800)	64.1	35.9	(288)	6.8	66.2	4.0	12.8	10.3	100.0
	10~19인	(478)	73.5	26.5	(127)	14.3	60.1	3.1	16.6	5.9	100.0
	20인 이상	(307)	78.7	21.3	(65)	11.4	37.7	4.2	41.2	5.6	100.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	65.4	34.6	(2,072)	9.6	69.3	3.0	9.4	8.6	100.0
	개인사업체	(5,045)	79.9	20.1	(1,012)	6.3	81.0	2.4	5.6	4.6	100.0
	기타	(49)	97.3	2.7	(1)	30.0	60.0	0.0	10.0	0.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	79.8	20.2	(469)	6.1	80.1	4.8	5.0	4.1	100.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	77.0	23.0	(1,276)	9.5	73.3	3.2	7.6	6.3	100.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	54.7	45.3	(658)	5.6	76.7	1.2	5.1	11.3	100.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	58.9	41.1	(481)	11.0	67.8	1.6	12.0	7.6	100.0
	30억 원 이상	(586)	65.8	34.2	(201)	12.0	56.6	3.8	19.9	7.7	100.0

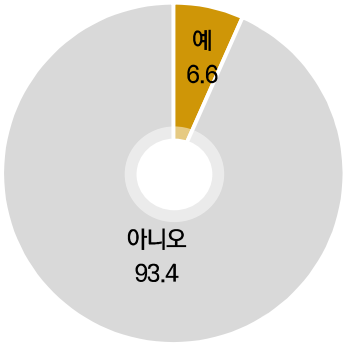
3. 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 현황

1) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 활동 여부

* 디지털크리에이터미디어산업 응답 사업체 중 6.6%가 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 활동을 한 것으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN)'를 제외하면 '영상 제작 및 제작 지원'은 2.9%, '광고·마케팅 및 커머스'는 2.0%로 나타남
  - 종사자 규모별로는 '10~19인'이 15.2%로 가장 높았으며, '5~9인'(11.4%), '20인 이상'(11.2%), '1~4인'(5.7%) 순으로 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'(15.6%)이 가장 높게 나타남

| 그림 2-25 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 활동 여부

(단위 : %, n=11,089)



*base: 전체

| 표 2-30 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 활동 여부

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	예	아니오
전체		**(11,089)**	**6.6**	**93.4**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	2.9	97.1
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	2.0	98.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	5.7	94.3
	5~9인	(800)	11.4	88.6
	10~19인	(478)	15.2	84.8
	20인 이상	(307)	11.2	88.8
조직 유형	법인사업체	(5,994)	10.6	89.4
	개인사업체	(5,045)	2.0	98.0
	기타	(49)	2.7	97.3
매출액	1억 원 미만	(2,325)	5.0	95.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	5.1	94.9
	5~10억 원 미만	(1,453)	8.7	91.3
	10~30억 원 미만	(1,170)	10.0	90.0
	30억 원 이상	(586)	15.6	84.4

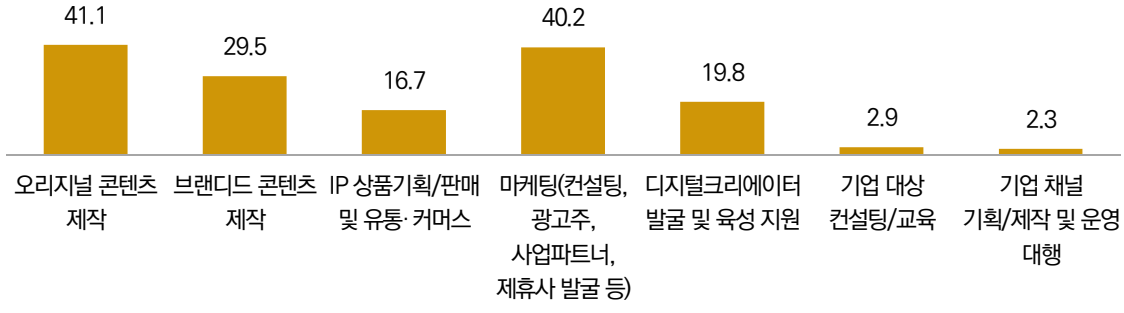
*base: 전체

2) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 사업 영역

* 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업을 진행하고 있는 사업체의 사업 영역으로는 '오리지널 콘텐츠 제작'(41.1%)이 가장 높았으며, 다음으로 '마케팅'(40.2%), '브랜디드 콘텐츠 제작'(29.5%), '디지털크리에이터 발굴 및 육성 지원'(19.8%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'(46.2%)과 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(41.6%)은 '오리지널 콘텐츠 제작'이 가장 높았으며, '광고·마케팅 및 커머스'는 '마케팅'(45.0%)이 가장 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'에서 '오리지널 콘텐츠 제작'(80.6%)이 가장 높았으며, '10~19인'은 '마케팅'(59.8%)에서 타 규모대비 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '5~10억 원 미만'(58.5%), '30억 원 이상'(48.2%), '1~5억 원 미만'(45.8%), '10~30억 원 미만'(45.6%) 순으로 '오리지널 콘텐츠 제작'이 높게 나타남

| 그림 2-26 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 영역 (복수응답)

(단위 : %, n=736)



*base: 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업을 진행하는 사업체

| 표 2-31 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업 영역 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	오리지널 콘텐츠 제작	브랜디드 콘텐츠 제작	IP 상품기획/ 판매 및 유통·커머스	마케팅 (컨설팅, 광고주, 사업파트너, 제휴사 발굴 등)	디지털 크리에이터 발굴 및 육성 지원	기업 대상 컨설팅/교육	기업 채널 기획/제작 및 운영 대행
전체		**(736)**	**41.1**	**29.5**	**16.7**	**40.2**	**19.8**	**2.9**	**2.3**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	46.2	45.9	0.0	43.1	16.3	8.1	8.1
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	33.7	54.3	7.7	45.0	0.0	0.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	41.6	19.2	23.1	38.2	25.6	2.3	1.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	–	–	–	–	–	–	–
종사자 규모	1~4인	(538)	33.0	24.5	19.1	43.1	22.8	1.8	1.8
	5~9인	(91)	64.7	46.4	10.4	10.8	10.8	10.8	0.0
	10~19인	(72)	52.3	29.9	8.9	59.8	8.9	0.0	4.5
	20인 이상	(34)	80.6	61.1	11.7	31.1	19.4	3.9	11.7
조직 유형	법인사업체	(634)	42.3	26.0	19.4	37.3	22.9	3.3	2.7
	개인사업체	(100)	32.4	52.0	0.0	57.8	0.0	0.0	0.0
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(116)	0.0	44.5	0.0	55.5	44.5	0.0	0.0
	1~5억 원 미만	(286)	45.8	32.7	19.1	41.2	8.0	3.5	3.5
	5~10억 원 미만	(127)	58.5	0.0	40.5	40.5	1.0	7.8	0.0
	10~30억 원 미만	(117)	45.6	20.8	2.8	19.9	52.6	0.0	1.1
	30억 원 이상	(91)	48.2	52.5	14.8	43.1	9.4	1.5	6.5

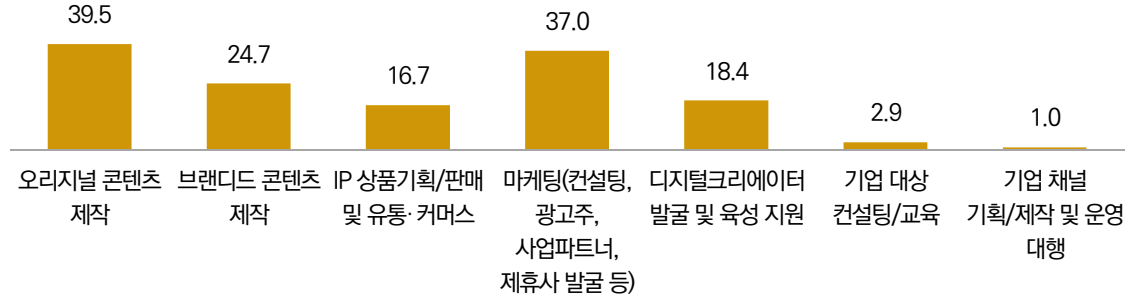
*base: 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업을 진행하는 사업체

3) 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 영역

* 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 사업영역 중 수익이 발생하는 영역으로는 '오리지널 콘텐츠 제작' (39.5%), '마케팅'(37.0%), '브랜디드 콘텐츠 제작'(24.7%), '디지털크리에이터 발굴 및 육성 지원'(18.4%) 등의 순으로 높게 나타남
  - 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'(46.2%)과 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(39.4%)은 '오리지널 콘텐츠 제작'이 가장 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'에서 '브랜디드 콘텐츠 제작'(61.1%)이 타 규모대비 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '1억 원 미만'(55.5%), '1~5억 원 미만'(41.2%), '5~10억 원 미만'(40.5%) 등의 순으로 '마케팅'이 높게 나타남

| 그림 2-27 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 발생 영역 (복수응답)

(단위 : %, n=736)



*base: 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 분야 수익이 있는 사업체

| 표 2-32 | 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 수익 발생 영역 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	오리지널 콘텐츠 제작	브랜디드 콘텐츠 제작	IP 상품기획/ 판매 및 유통·커머스	마케팅 (컨설팅, 광고주, 사업파트너, 제휴사 발굴 등)	디지털 크리에이터 발굴 및 육성 지원	기업 대상 컨설팅/교육	기업 채널 기획/제작 및 운영 대행
전체		**(736)**	**39.5**	**24.7**	**16.7**	**37.0**	**18.4**	**2.9**	**1.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	46.2	24.3	0.0	35.0	8.1	8.1	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	33.7	47.3	7.7	38.0	0.0	0.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	39.4	19.2	23.1	37.3	25.6	2.3	1.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	–	–	–	–	–	–	–
종사자 규모	1~4인	(538)	33.0	20.9	19.1	41.3	20.9	1.8	0.0
	5~9인	(91)	53.9	46.4	10.4	10.8	10.8	10.8	0.0
	10~19인	(72)	52.3	8.9	8.9	43.2	8.9	0.0	4.5
	20인 이상	(34)	76.7	61.1	11.7	27.2	19.4	3.9	11.7
조직 유형	법인사업체	(634)	40.6	23.6	19.4	33.6	21.4	3.3	1.1
	개인사업체	(100)	32.4	32.4	0.0	57.8	0.0	0.0	0.0
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(116)	0.0	44.5	0.0	55.5	44.5	0.0	0.0
	1~5억 원 미만	(286)	42.4	29.3	19.1	41.2	4.6	3.5	0.0
	5~10억 원 미만	(127)	58.5	0.0	40.5	40.5	1.0	7.8	0.0
	10~30억 원 미만	(117)	45.6	12.4	2.8	7.5	52.6	0.0	1.1
	30억 원 이상	(91)	46.7	35.8	14.8	33.4	9.4	1.5	6.5

*base: 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 관련 분야 수익이 있는 사업체

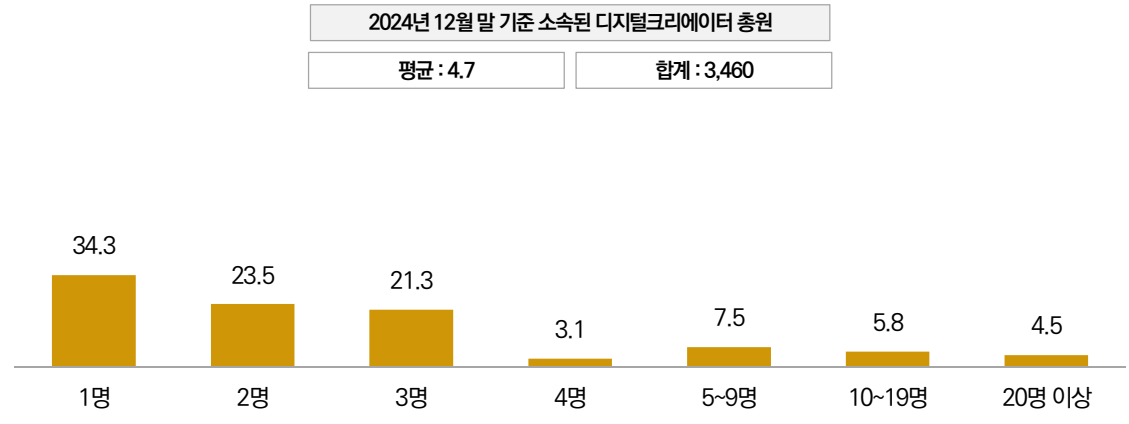
4) 소속 디지털크리에이터 현황

(1) 소속 디지털크리에이터 총원 현황

* 2024년 12월 말 기준 응답 사업체에 소속된 디지털크리에이터는 평균 4.7명(총 3,460명)으로 나타났으며, 총원을 구간으로 보면 '1명'(34.3%), '2명'(23.5%), '3명'(21.3%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로 평균 인원을 보면 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 5.1명, '영상 제작 및 제작 지원'은 4.3명, '광고·마케팅 및 커머스'는 3.5명으로 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'이 평균 30.7명 보유하고 있으며, 종사자 규모가 클수록 소속된 디지털크리에이터 수가 많음
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'이 평균 18.7명으로 가장 많음

| 그림 2-28 | 2024년 12월 말 소속된 크리에이터 총원 현황

(단위 : %, n=736)



*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체 (무응답 제외)

| 표 2-33 | 2024년 12월 말 소속된 크리에이터 총원 현황

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	1명	2명	3명	4명	5~9명	10~19명	20명 이상	2024년 12월 말 기준 소속된 디지털크리에이터 총원	
										평균	합계
전체		**(736)**	**34.3**	**23.5**	**21.3**	**3.1**	**7.5**	**5.8**	**4.5**	**4.7**	**3,460**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	16.3	51.3	0.0	16.3	5.3	10.9	0.0	4.3	524
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	41.2	30.9	0.0	0.0	20.9	7.1	0.0	3.5	431
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	37.0	14.8	32.0	0.7	4.7	4.2	6.7	5.1	2,505
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
종사자 규모	1~4인	(538)	41.8	25.8	28.7	3.7	0.0	0.0	0.0	1.9	1,045
	5~9인	(91)	21.6	35.6	0.0	0.0	32.0	0.0	10.8	4.9	448
	10~19인	(72)	8.9	0.0	0.0	4.5	25.5	47.8	13.4	12.6	914
	20인 이상	(34)	3.9	3.9	7.8	0.0	22.0	23.6	38.9	30.7	1,054
조직 유형	법인사업체	(634)	30.7	23.7	24.7	0.5	8.7	6.7	5.0	5.1	3,211
	개인사업체	(100)	57.8	22.5	0.0	19.7	0.0	0.0	0.0	1.8	182
	기타	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	67
매출액	1억 원 미만	(116)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	116
	1~5억 원 미만	(286)	42.9	53.2	0.0	3.5	0.0	0.5	0.0	1.7	486
	5~10억 원 미만	(127)	0.0	0.0	82.0	0.0	18.0	0.0	0.0	3.4	427
	10~30억 원 미만	(117)	3.9	16.9	44.1	8.5	7.5	8.3	10.7	6.2	723
	30억 원 이상	(91)	10.8	1.5	1.5	3.5	25.7	34.7	22.3	18.7	1,709

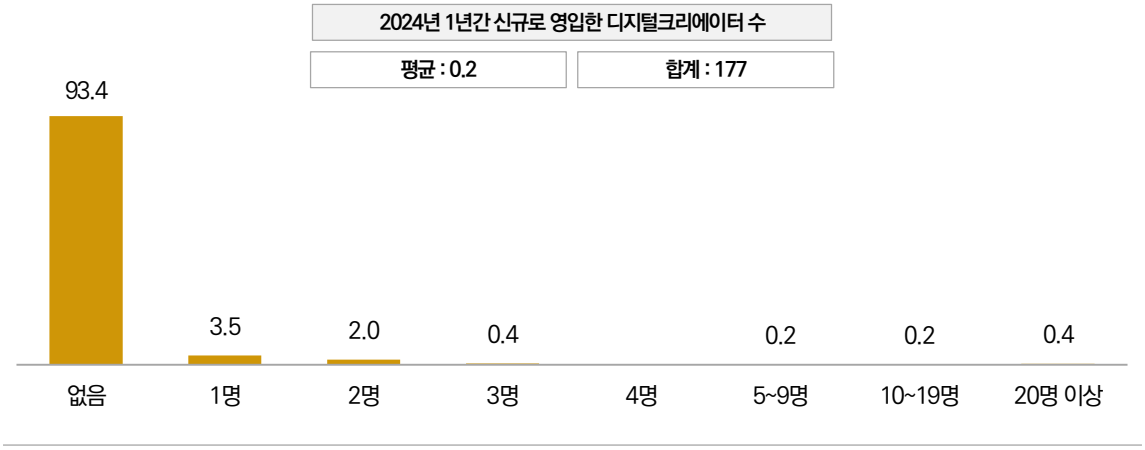
*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체 (무응답 제외)

(2) 신규 영입 디지털크리에이터 현황

* 2024년 1년간 신규로 영입한 디지털크리에이터 수는 평균 0.2명(총 177명)으로 나타났으며, 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체중 93.4%는 신규 영입을 하지 않은 것으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'의 경우 평균 0.3명 신규 영입함
  - 종사자 규모별로 보면 규모가 클수록 평균 신규영입 인원이 많은 것으로 나타남
  - 매출액 규모별로는 '30억 원 이상'(평균 1.4명), '10~30억 원 미만'(평균 0.2명) 등의 순으로 평균 신규영입 인원이 많음

| 그림 2-29 | 2024년 1년간 신규 영입한 크리에이터 현황

(단위 : %, n=736)



*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

| 표 2-34 | 2024년 1년간 신규 영입한 크리에이터 현황

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	없음	1명	2명	3명	5~9명	10~19명	20명 이상	2024년 1년간 신규로 영입한 디지털크리에이터 수	
										평균	합계
전체		**(736)**	**93.4**	**3.5**	**2.0**	**0.4**	**0.2**	**0.2**	**0.4**	**0.2**	**177**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	91.9	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	10
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	92.1	3.2	2.9	0.7	0.3	0.3	0.5	0.3	168
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
종사자 규모	1~4인	(538)	98.2	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10
	5~9인	(91)	78.4	10.8	10.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	30
	10~19인	(72)	86.6	4.5	4.5	4.5	0.0	0.0	0.0	0.3	19
	20인 이상	(34)	72.8	7.8	3.9	0.0	3.9	3.9	7.8	3.5	119
조직 유형	법인사업체	(634)	92.6	4.0	2.1	0.5	0.2	0.2	0.4	0.3	175
	개인사업체	(100)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	기타	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	3
매출액	1억 원 미만	(116)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	1~5억 원 미만	(286)	94.9	5.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	14
	5~10억 원 미만	(127)	92.2	7.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	10
	10~30억 원 미만	(117)	87.6	1.1	11.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	28
	30억 원 이상	(91)	89.2	0.0	1.5	3.5	1.5	1.5	2.9	1.4	126

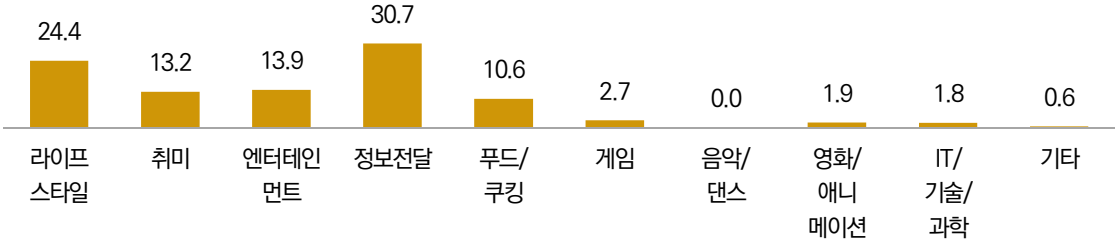
*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

(3) 소속 디지털크리에이터 콘텐츠 분야별 분포

* 소속된 디지털크리에이터의 콘텐츠 분야는 '정보전달'(30.7%), '라이프스타일'(24.4%), '엔터테인먼트'(13.9%), '취미'(13.2%) 등의 순으로 높게 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'은 '라이프스타일'(29.6%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '정보전달'(31.4%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'는 '정보전달'(32.1%)이 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'의 경우 '엔터테인먼트'(27.2%)가 가장 높았으며, 이외 규모에서는 '정보전달'이 가장 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '1~5억 원 미만'은 '라이프스타일'(36.8%)이 가장 높았으며, '5억 원 이상'의 규모에서는 '정보전달'이 가장 높게 나타남

| 그림 2-30 | 소속 크리에이터 콘텐츠 분야별 분포 현황

(단위 : %, n=736)



*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

| 표 2-35 | 소속 크리에이터 콘텐츠 분야별 분포 현황

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	라이프 스타일	취미	엔터테인먼트	정보전달	푸드/쿠킹	게임
전체		(736)	24.4	13.2	13.9	30.7	10.6	2.7
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	29.6	31.2	0.0	24.4	3.6	1.6
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	15.0	23.3	0.0	31.4	12.4	14.1
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	25.5	6.3	20.9	32.1	11.9	0.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(538)	28.4	14.6	9.6	31.5	12.5	2.7
	5~9인	(91)	16.2	5.2	33.4	35.6	4.3	5.2
	10~19인	(72)	9.6	10.8	15.6	27.9	6.3	0.4
	20인 이상	(34)	15.7	17.5	27.2	11.7	7.1	1.2
조직 유형	법인사업체	(634)	23.1	12.7	16.1	31.1	9.8	2.8
	개인사업체	(100)	33.4	16.6	0.0	28.4	15.7	2.0
	기타	(1)	0.0	0.0	40.0	30.0	0.0	30.0
매출액	1억 원 미만	(116)	0.0	11.0	44.5	0.0	44.5	0.0
	1~5억 원 미만	(286)	36.8	20.7	4.8	26.1	5.5	5.2
	5~10억 원 미만	(127)	40.5	1.8	5.2	48.5	3.1	0.0
	10~30억 원 미만	(117)	11.2	10.3	16.9	53.4	1.0	0.3
	30억 원 이상	(91)	11.1	12.3	12.3	30.5	6.4	5.7

*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

| 표 2-35 | 소속 크리에이터 콘텐츠 분야별 분포 현황 (계속)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	음악/댄스	영화/ 애니메이션	IT/기술/과학	기타	합계
전체		(736)	0.0	1.9	1.8	0.6	100.0
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	0.0	0.0	6.4	3.3	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	0.0	0.0	3.7	0.0	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.0	2.9	0.2	0.1	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(538)	0.0	0.0	0.0	0.7	100.0
	5~9인	(91)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	10~19인	(72)	0.0	17.9	11.4	0.0	100.0
	20인 이상	(34)	0.0	3.9	14.9	0.8	100.0
조직 유형	법인사업체	(634)	0.0	2.2	2.1	0.0	100.0
	개인사업체	(100)	0.0	0.0	0.0	3.9	100.0
	기타	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(116)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	1~5억 원 미만	(286)	0.0	0.2	0.0	0.7	100.0
	5~10억 원 미만	(127)	0.0	1.0	0.0	0.0	100.0
	10~30억 원 미만	(117)	0.0	4.4	0.6	1.9	100.0
	30억 원 이상	(91)	0.0	7.8	14.0	0.0	100.0

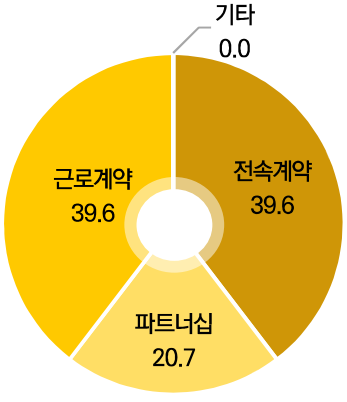
*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

(4) 소속 디지털크리에이터 계약 형태

* 소속된 디지털크리에이터와의 계약 형태는 '전속계약'과 '근로계약'이 각각 39.6%였으며, '파트너십'은 20.7%로 나타남
  - 주요 분야별로는 '광고·마케팅 및 커머스'(89.7%), '영상 제작 및 제작 지원'(56.8%)은 '근로계약', '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(50.8%)은 '전속계약'이 높게 나타남
  - 종사자 규모로는 '1~4인'의 경우 '전속계약'(49.0%)이 가장 높았으며, '5~9인'은 '파트너십'(54.0%)이 가장 높게 나타남
  - 매출액 규모로는 '1억 원 미만'은 '파트너십'(71.2%), '30억 원 이상'은 '근로계약'(77.5%)이 가장 높게 나타남

| 그림 2-31 | 소속 크리에이터 계약 형태

(단위 : %, n=736)



*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

| 표 2-36 | 소속 크리에이터 계약 형태

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	전속계약	파트너십	근로계약	기타
전체		**(736)**	**39.6**	**20.7**	**39.6**	**0.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(121)	24.4	18.8	56.8	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(124)	10.3	0.0	89.7	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	50.8	26.5	22.7	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(538)	49.0	17.1	33.9	0.0
	5~9인	(91)	0.0	54.0	46.0	0.0
	10~19인	(72)	26.8	9.8	63.4	0.0
	20인 이상	(34)	26.2	11.8	62.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(634)	40.7	24.0	35.3	0.0
	개인사업체	(100)	32.4	0.0	67.6	0.0
	기타	(1)	80.0	20.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(116)	13.3	71.2	15.5	0.0
	1~5억 원 미만	(286)	52.0	11.5	36.6	0.0
	5~10억 원 미만	(127)	43.8	8.0	48.2	0.0
	10~30억 원 미만	(117)	50.8	17.1	32.0	0.0
	30억 원 이상	(91)	14.4	8.1	77.5	0.0

*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

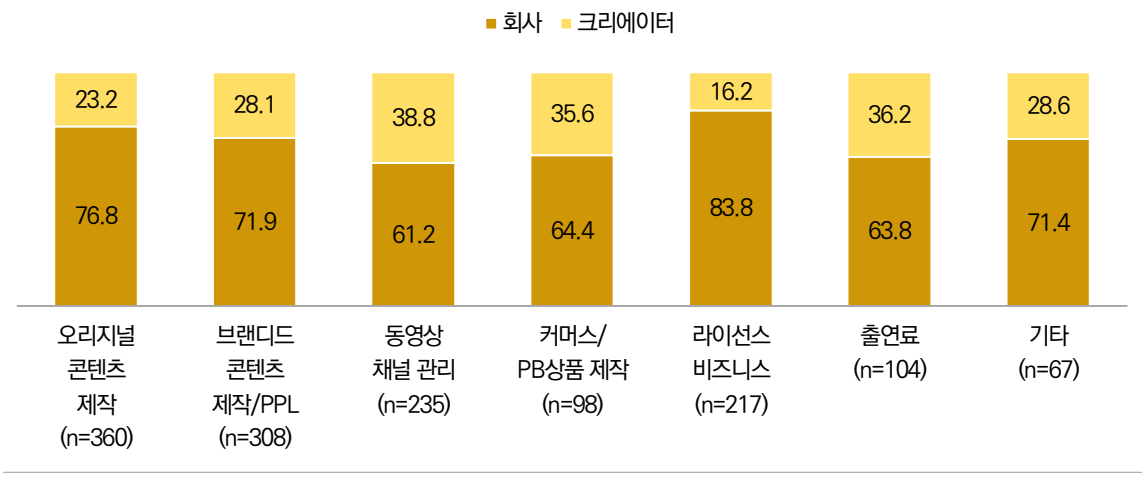
(5) 수입 배분 비중

* 소속된 디지털크리에이터와의 수익 배분은 평균적으로 회사 70.5%, 크리에이터 29.5% 비중으로 나누어지는 것으로 나타남

* 수익 비중을 보면 회사의 경우 '라이센스비즈니스'(83.8%), '오리지널 콘텐츠 제작'(76.8%), '브랜디드 콘텐츠 제작/PPL'(71.9%) 등의 순으로 수익 비중이 높으며, 크리에이터의 경우 '동영상 채널 관리'(38.8%)와 '출연료'(36.2%)가 높게 나타남
  - 수익 구분 중 '오리지널 콘텐츠 제작'(360건) 수익 사례가 가장 많았으며, 기타 제외 '커머스/PB상품 제작'(98건)의 수익 사례가 가장 적음
  - '오리지널 콘텐츠 제작'의 경우 '회사'가 76.8%, '크리에이터'가 23.2% 비중으로 수익 배분 하고 있음

| 그림 2-32 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중

(단위 : %)



*base: 소속된 디지털크리에이터가 있는 사업체

| 표 2-37 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_오리지널 콘텐츠 제작

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		**(360)**	**76.8**	**23.2**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(76)	90.9	9.1	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(42)	87.8	12.2	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(242)	70.6	29.4	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(249)	78.6	21.4	100.0
	5~9인	(39)	60.0	40.0	100.0
	10~19인	(41)	74.8	25.2	100.0
	20인 이상	(30)	86.8	13.2	100.0
조직 유형	법인사업체	(316)	75.4	24.6	100.0
	개인사업체	(42)	87.9	12.1	100.0
	기타	(1)	60.0	40.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(141)	80.4	19.6	100.0
	1~5억 원 미만	(76)	67.0	33.0	100.0
	5~10억 원 미만	(0)	-	-	-
	10~30억 원 미만	(98)	76.0	24.0	100.0
	30억 원 이상	(45)	84.0	16.0	100.0

*base: 오리지널 콘텐츠 제작 수익이 있는 사업체

| 표 2-38 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_브랜디드 콘텐츠/PPL 제작

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		**(308)**	**71.9**	**28.1**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	80.8	19.2	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(67)	81.1	18.9	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(192)	66.4	33.6	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(235)	71.4	28.6	100.0
	5~9인	(33)	56.0	44.0	100.0
	10~19인	(25)	89.6	10.4	100.0
	20인 이상	(16)	83.7	16.3	100.0
조직 유형	법인사업체	(266)	70.3	29.7	100.0
	개인사업체	(42)	81.6	18.4	100.0
	기타	(51)	80.0	20.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(135)	64.6	35.4	100.0
	1~5억 원 미만	(1)	70.0	30.0	100.0
	5~10억 원 미만	(0)	-	-	-
	10~30억 원 미만	(78)	73.0	27.0	100.0
	30억 원 이상	(42)	83.4	16.6	100.0

*base: 브랜디드 콘텐츠/PPL 제작 수익이 있는 사업체

| 표 2-39 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_동영상 채널 관리

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		(235)	61.2	38.8	100.0
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(30)	90.0	10.0	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(0)	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(205)	57.1	42.9	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(184)	64.8	35.2	100.0
	5~9인	(20)	40.0	60.0	100.0
	10~19인	(19)	51.7	48.3	100.0
	20인 이상	(12)	56.7	43.3	100.0
조직 유형	법인사업체	(234)	61.4	38.6	100.0
	개인사업체	(0)	-	-	-
	기타	(1)	40.0	60.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(51)	50.0	50.0	100.0
	1~5억 원 미만	(20)	85.0	15.0	100.0
	5~10억 원 미만	(66)	58.2	41.8	100.0
	10~30억 원 미만	(78)	67.1	32.9	100.0
	30억 원 이상	(20)	54.2	45.8	100.0

*base: 동영상 채널 관리 수익이 있는 사업체

| 표 2-40 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_커머스/PB상품 제작

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		(98)	64.4	35.6	100.0
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(20)	55.0	45.0	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(10)	60.0	40.0	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(69)	67.7	32.3	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(71)	65.8	34.2	100.0
	5~9인	(10)	60.0	40.0	100.0
	10~19인	(6)	60.0	40.0	100.0
	20인 이상	(11)	61.3	38.8	100.0
조직 유형	법인사업체	(88)	67.1	32.9	100.0
	개인사업체	(10)	40.0	60.0	100.0
	기타	(0)	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-
	1~5억 원 미만	(20)	55.0	45.0	100.0
	5~10억 원 미만	(1)	70.0	30.0	100.0
	10~30억 원 미만	(56)	68.4	31.6	100.0
	30억 원 이상	(21)	62.2	37.8	100.0

*base: 커머스/PB상품 제작 수익이 있는 사업체

| 표 2-41 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_라이센스비즈니스

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		**(217)**	**83.8**	**16.2**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(26)	88.7	11.3	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(47)	94.6	5.4	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(143)	79.3	20.7	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(161)	87.0	13.0	100.0
	5~9인	(20)	60.0	40.0	100.0
	10~19인	(28)	89.7	10.3	100.0
	20인 이상	(8)	56.7	43.3	100.0
조직 유형	법인사업체	(177)	81.8	18.2	100.0
	개인사업체	(38)	93.3	6.7	100.0
	기타	(1)	70.0	30.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(13)	100.0	0.0	100.0
	1~5억 원 미만	(55)	84.6	15.4	100.0
	5~10억 원 미만	(53)	99.2	0.8	100.0
	10~30억 원 미만	(77)	70.4	29.6	100.0
	30억 원 이상	(20)	81.0	19.0	100.0

*base: 라이센스비즈니스 수익이 있는 사업체

| 표 2-42 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_출연료

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		**(104)**	**63.8**	**36.2**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(10)	70.0	30.0	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(0)	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(94)	63.2	36.8	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(61)	70.0	30.0	100.0
	5~9인	(10)	70.0	30.0	100.0
	10~19인	(19)	50.0	50.0	100.0
	20인 이상	(13)	51.0	49.0	100.0
조직 유형	법인사업체	(103)	63.9	36.1	100.0
	개인사업체	(0)	-	-	-
	기타	(1)	60.0	40.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	70.0	30.0	100.0
	5~10억 원 미만	(11)	70.0	30.0	100.0
	10~30억 원 미만	(55)	70.0	30.0	100.0
	30억 원 이상	(28)	47.2	52.8	100.0

*base: 출연료 수익이 있는 사업체

| 표 2-43 | 소속 크리에이터 수입 배분 비중_기타

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	회사	크리에이터	합계
전체		**(67)**	**71.4**	**28.6**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(10)	70.0	30.0	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(0)	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(57)	71.7	28.3	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(61)	70.0	30.0	100.0
	5~9인	(0)	-	-	-
	10~19인	(3)	100.0	0.0	100.0
	20인 이상	(3)	70.0	30.0	100.0
조직 유형	법인사업체	(67)	71.4	28.6	100.0
	개인사업체	(0)	-	-	-
	기타	(0)	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	70.0	30.0	100.0
	5~10억 원 미만	(1)	70.0	30.0	100.0
	10~30억 원 미만	(51)	70.0	30.0	100.0
	30억 원 이상	(5)	91.2	8.8	100.0

*base: 기타 수익이 있는 사업체

4. 커머스 분야 사업 현황

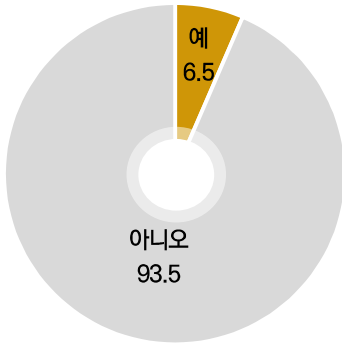
1) 커머스 분야 사업 활동 여부

* 디지털크리에이터 관련 커머스 사업은 미디어(콘텐츠)를 통해 제품을 판매하는 것으로, 커머스 콘텐츠 기획 및 제작, 캐스팅(출연자 섭외), 커머스 솔루션 제공 등 플랫폼을 활용한 전반적인 커머스 사업을 의미함

* 디지털크리에이터 관련 커머스 사업을 한 사업체는 6.5%로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(12.7%), '광고·마케팅 및 커머스'(7.9%), '영상 제작 및 제작 지원'(3.7%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(2.0%) 순으로 사업 진행률이 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '20인 이상'(12.6%)이 가장 높았으며, 매출액 규모가 클수록 사업 진행률이 높게 나타남

| 그림 2-33 | 커머스 관련 사업 활동 여부

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-44 | 커머스 관련 사업 활동 여부

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	예	아니오
전체		**(11,089)**	**6.5**	**93.5**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	3.7	96.3
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	7.9	92.1
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	12.7	87.3
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	2.0	98.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	6.2	93.8
	5~9인	(800)	9.5	90.5
	10~19인	(478)	3.4	96.6
	20인 이상	(307)	12.6	87.4
조직 유형	법인사업체	(5,994)	7.2	92.8
	개인사업체	(5,045)	5.7	94.3
	기타	(49)	0.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	4.8	95.2
	1~5억 원 미만	(5,554)	5.3	94.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	7.1	92.9
	10~30억 원 미만	(1,170)	9.9	90.1
	30억 원 이상	(586)	16.4	83.6

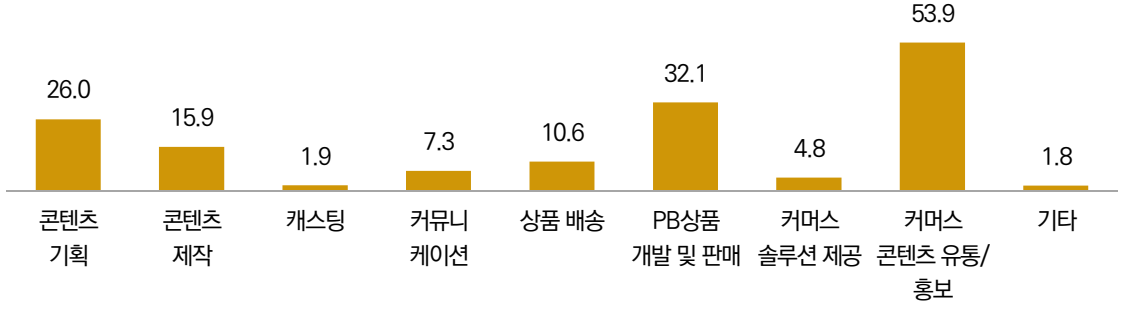
2) 커머스 분야 사업 영역

❊ 커머스 분야 사업체의 사업 영역으로 '커머스 콘텐츠 유통/홍보'(53.9%)가 가장 높았으며, 다음으로 'PB상품 개발 및 판매'(32.1%), '콘텐츠 기획'(26.0%), '콘텐츠 제작'(15.9%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 '커머스 콘텐츠 유통/홍보'의 경우 '온라인 비디오 공유 플랫폼'(100.0%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(94.8%), '광고·마케팅 및 커머스'(60.0%), '영상 제작 및 제작 지원'(17.1%) 순으로 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '1~4인'의 경우 '커머스 콘텐츠 유통/홍보'(53.3%), 'PB상품 개발 및 판매'(31.6%), '콘텐츠 기획'(23.2%) 등의 순으로 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '커머스 콘텐츠 유통/홍보'의 경우 '30억 원 이상'(70.2%)이 타 규모 대비 높게 나타남

| 그림 2-34 | 커머스 사업 영역 (복수응답)

(단위 : %, n=719)



*base: 커머스 분야 활동 사업체

| 표 2-45 | 커머스 사업 영역 (복수응답)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	콘텐츠 기획	콘텐츠 제작	캐스팅	커뮤니케이션	상품 배송	PB상품 개발 및 판매	커머스 솔루션 제공	커머스 콘텐츠 유통/홍보	기타
전체		**(719)**	**26.0**	**15.9**	**1.9**	**7.3**	**10.6**	**32.1**	**4.8**	**53.9**	**1.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(155)	46.7	42.3	0.0	6.4	40.6	17.1	4.4	17.1	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(500)	10.0	8.1	2.6	7.7	2.6	40.8	5.1	60.0	2.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(62)	100.0	10.3	0.0	5.2	0.0	0.0	0.0	94.8	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(2)	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0	100.0	100.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(588)	23.2	14.4	2.2	8.2	10.6	31.6	4.3	53.3	2.2
	5~9인	(76)	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	75.0	0.0
	10~19인	(16)	100.0	79.9	0.0	20.1	0.0	0.0	0.0	40.1	0.0
	20인 이상	(39)	65.0	44.1	2.6	2.6	37.5	17.5	22.6	26.1	0.0
조직 유형	법인사업체	(430)	33.6	13.9	0.2	4.0	5.7	23.2	5.0	64.9	0.0
	개인사업체	(289)	14.6	19.0	4.4	12.2	18.0	45.3	4.4	37.6	4.4
	기타	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(112)	8.8	0.0	0.0	22.8	0.0	34.2	0.0	45.6	0.0
	1~5억 원 미만	(293)	24.3	14.5	0.0	0.0	13.5	24.0	0.0	59.0	4.4
	5~10억 원 미만	(103)	9.6	9.6	0.0	9.6	9.6	56.2	0.0	53.1	0.0
	10~30억 원 미만	(115)	36.5	28.2	0.0	0.0	0.0	38.6	11.0	35.9	0.0
	30억 원 이상	(96)	56.1	31.0	14.3	17.7	28.4	20.3	22.4	70.2	0.0

*base: 커머스 분야 활동 사업체

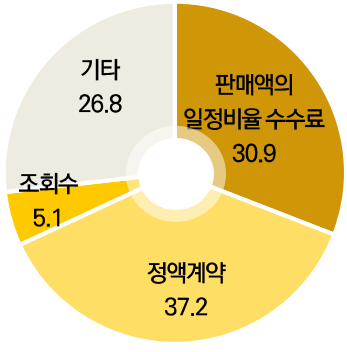
3) 커머스 관련 수익 비중

✻ 커머스 관련 사업에서 발생하는 수익 형태 중 '정액계약'(37.2%)의 비중이 가장 높았으며, '판매액의 일정비율 수수료'(30.9%), '기타'(26.8%), '조회수'(5.1%) 순으로 나타남

- 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '판매액의 일정비율 수수료'(89.5%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '정액계약'(48.5%)이 타 분야대비 높게 나타남

| 그림 2-35 | 커머스 관련 수익 비중

(단위 : %, n=719)



*base: 커머스 분야 활동 사업체

| 표 2-46 | 커머스 관련 수익 비중

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	판매액의 일정비율 수수료	정액계약	조회수	기타
전체		**(719)**	**30.9**	**37.2**	**5.1**	**26.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(155)	18.4	13.5	19.1	49.0
	광고·마케팅 및 커머스	(500)	27.3	48.5	1.0	23.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(62)	89.5	6.3	3.1	1.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(2)	65.0	10.0	10.0	15.0
종사자 규모	1~4인	(588)	32.4	42.5	5.9	19.2
	5~9인	(76)	25.0	0.0	0.0	75.0
	10~19인	(16)	26.1	22.1	8.0	43.8
	20인 이상	(39)	21.5	36.5	2.2	39.7
조직 유형	법인사업체	(430)	37.2	29.6	3.4	29.9
	개인사업체	(289)	21.6	48.5	7.7	22.2
	기타	(0)	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(112)	11.4	84.2	0.0	4.4
	1~5억 원 미만	(293)	31.9	31.3	4.2	32.5
	5~10억 원 미만	(103)	24.9	37.3	9.6	28.2
	10~30억 원 미만	(115)	39.8	24.9	10.7	24.6
	30억 원 이상	(96)	46.2	15.0	2.2	36.5

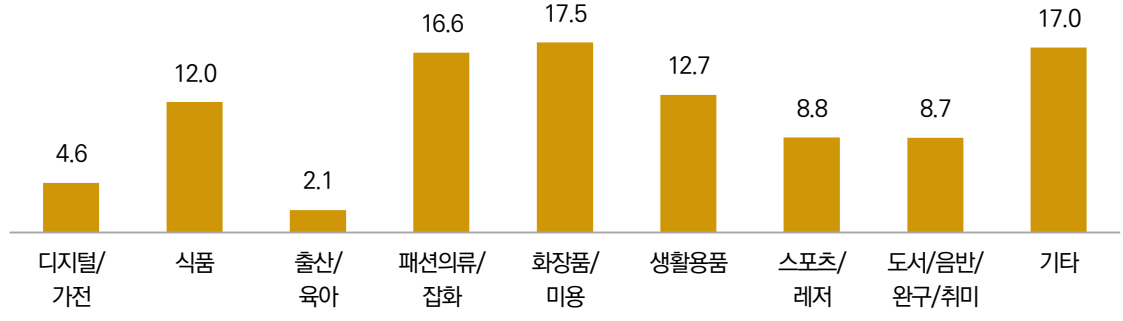
*base: 커머스 분야 활동 사업체

4) 판매 제품 카테고리별 분포

* 커머스 관련 사업에서 판매되는 제품의 카테고리별 매출 비중은 '화장품/미용'이 17.5%로 가장 높았으며, 다음으로 '기타'(17.0%), '패션의류/잡화'(16.6%), '생활용품'(12.7%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '화장품/미용'이 46.3%로 타 분야 대비 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '10~19인'의 경우 '스포츠/레저'(49.9%), '5~9인'의 경우 '도서/음반/완구/취미'(23.8%)가 상대적으로 높게 나타남

| 그림 2-36 | 커머스 판매 제품 카테고리별 분포 비중

(단위 : %, n=719)



*base: 커머스 분야 활동 사업체

| 표 2-47 | 커머스 판매 제품 카테고리별 분포 비중

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	디지털/ 가전	식품	출산/ 육아	패션 의류/ 잡화	화장품/ 미용	생활 용품	스포츠/ 레저	도서/ 음반/ 완구/ 취미	기타	합계
전체		**(719)**	**4.6**	**12.0**	**2.1**	**16.6**	**17.5**	**12.7**	**8.8**	**8.7**	**17.0**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(155)	12.7	12.7	1.3	15.8	15.9	14.0	5.2	9.1	13.2	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(500)	2.6	10.9	2.6	18.9	14.4	10.6	10.2	9.5	20.4	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(62)	0.6	19.1	0.0	0.0	46.3	26.3	5.9	1.8	0.0	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(2)	10.0	15.0	10.0	20.0	15.0	15.0	5.0	5.0	5.0	100.0
종사자 규모	1~4인	(588)	5.5	11.6	2.2	16.4	17.2	14.3	9.2	5.0	18.5	100.0
	5~9인	(76)	0.0	21.3	0.0	21.3	27.5	6.3	0.0	23.8	0.0	100.0
	10~19인	(16)	0.0	10.0	0.0	0.0	20.1	6.0	49.9	14.0	0.0	100.0
	20인 이상	(39)	1.6	0.8	5.8	17.2	0.8	2.7	2.3	33.7	35.2	100.0
조직 유형	법인사업체	(430)	3.1	14.9	3.5	10.6	21.1	10.0	2.8	11.4	22.6	100.0
	개인사업체	(289)	6.8	7.7	0.0	25.4	12.2	16.6	17.6	4.7	8.8	100.0
	기타	(0)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
매출액	1억 원 미만	(112)	11.4	20.2	0.0	11.4	0.0	19.4	11.4	3.4	22.8	100.0
	1~5억 원 미만	(293)	6.7	7.9	4.4	21.8	16.5	19.0	13.1	5.7	5.0	100.0
	5~10억 원 미만	(103)	0.0	0.0	0.0	26.7	22.0	4.7	0.0	21.7	24.9	100.0
	10~30억 원 미만	(115)	0.0	27.3	0.0	3.3	16.4	6.8	7.6	1.1	37.4	100.0
	30억 원 이상	(96)	0.6	9.6	2.3	11.9	37.5	1.1	3.3	19.6	14.2	100.0

*base: 커머스 분야 활동 사업체

4절 해외 수출 현황

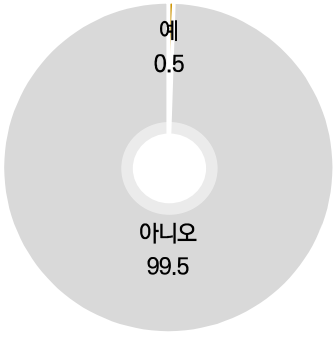
1. 콘텐츠 수출 현황

1) 콘텐츠 수출 여부

* 콘텐츠를 해외에 수출 하고 있는 경우는 전체 응답의 0.5%로 나타남
  - 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'(1.2%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(0.3%), '광고·마케팅 및 커머스'(0.1%) 순으로 나타남

| 그림 2-37 | 콘텐츠 수출 여부

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-48 | 콘텐츠 수출 여부

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	예	아니오
전체		**(11,089)**	**0.5**	**99.5**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	1.2	98.8
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	0.1	99.9
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.3	99.7
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	0.5	99.5
	5~9인	(800)	0.0	100.0
	10~19인	(478)	1.8	98.2
	20인 이상	(307)	0.4	99.6
조직 유형	법인사업체	(5,994)	0.7	99.3
	개인사업체	(5,045)	0.4	99.6
	기타	(49)	0.0	100.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	0.0	100.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	0.2	99.8
	5~10억 원 미만	(1,453)	1.4	98.6
	10~30억 원 미만	(1,170)	2.4	97.6
	30억 원 이상	(586)	0.2	99.8

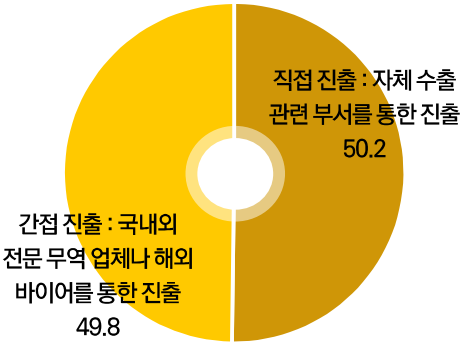
2) 해외시장 진출 방법

✲ 디지털크리에이터미디어 사업체의 해외시장 진출 방법은 '직접 진출'이 50.2%, '간접 진출'이 49.8%로 나타남

- 주요 분야별로는 '영상 제작 및 제작 지원'은 '간접 진출'(60.0%), '광고·마케팅 및 커머스' '크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)'은 '직접 진출' 비중이 높게 나타남

| 그림 2-38 | 해외시장 진출 방법

(단위 : %, n=59)



*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

| 표 2-49 | 해외시장 진출 방법

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	직접 진출 : 자체 수출 관련 부서를 통한 진출	간접 진출 : 국내외 전문 무역 업체나 해외 바이어를 통한 진출
전체		**(59)**	**50.2**	**49.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	40.0	60.0
	광고·마케팅 및 커머스	(9)	100.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(1)	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-
종사자 규모	1~4인	(49)	40.0	60.0
	5~9인	(0)	-	-
	10~19인	(9)	100.0	0.0
	20인 이상	(1)	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(40)	50.3	49.7
	개인사업체	(20)	50.0	50.0
	기타	(0)	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	100.0	0.0
	5~10억 원 미만	(20)	0.0	100.0
	10~30억 원 미만	(28)	65.4	34.6
	30억 원 이상	(1)	100.0	0.0

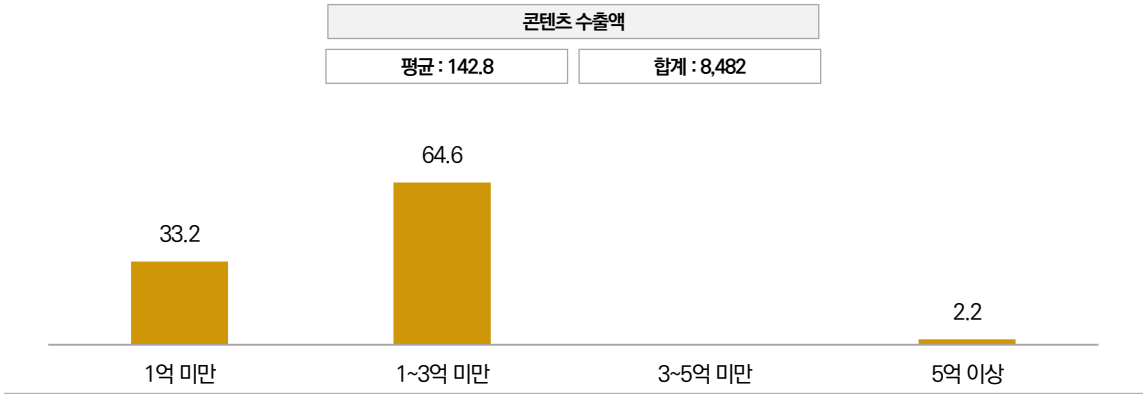
*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

3) 콘텐츠 수출액

* 2024년 디지털크리에이터미디어 콘텐츠의 수출액 평균은 142.8백만원으로 나타났으며, 수출액 규모는 '1~3억 원 미만'이 64.6%로 가장 높게 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(560백만원), '광고·마케팅 및 커머스'(140백만원), '영상 제작 및 제작 지원'(132백만원) 순으로 평균 수출액이 높게 나타남

| 그림 2-39 | 콘텐츠 수출액

(단위 : %, n=59)



*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체 (무응답 제외)

| 표 2-50 | 콘텐츠 수출액

(단위 : %, 백만원)

구분		사례수 (개)	1억 미만	1~3억 미만	3~5억 미만	5억 이상	콘텐츠 수출액	
							평균	합계
전체		**(59)**	**33.2**	**64.6**	**-**	**2.2**	**142.8**	**8,482**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	40.0	60.0	-	0.0	132.0	6,507
	광고·마케팅 및 커머스	(9)	0.0	100.0	-	0.0	140.0	1,229
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(1)	0.0	0.0	-	100.0	560.0	747
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(49)	40.0	60.0	-	0.0	132.0	6,507
	5~9인	(9)	0.0	100.0	-	0.0	140.0	1,229
	10~19인	(0)	-	-	-	-	-	-
	20인 이상	(1)	0.0	0.0	-	100.0	560.0	747
조직 유형	법인사업체	(40)	49.7	47.0	-	3.4	134.2	5,327
	개인사업체	(20)	0.0	100.0	-	0.0	160.0	3,155
	기타	(0)	-	-	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	100.0	0.0	-	0.0	10.0	99
	5~10억 원 미만	(20)	50.0	50.0	-	0.0	100.0	1,972
	10~30억 원 미만	(28)	0.0	100.0	-	0.0	198.8	5,665
	30억 원 이상	(1)	0.0	0.0	-	100.0	560.0	747

*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체 (무응답 제외)

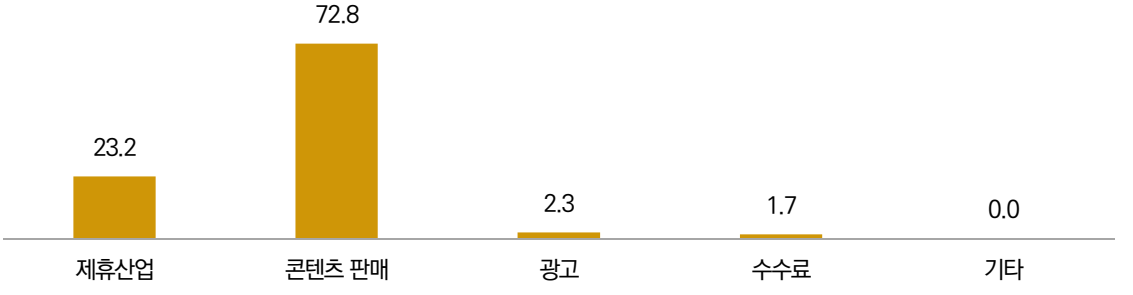
4) 콘텐츠 유형별 수출액 현황

※ 수출 중인 콘텐츠의 유형별 수출액 현황은 '콘텐츠 판매'(72.8%), '제휴산업'(23.2%), '광고'(2.3%), '수수료'(1.7%) 순으로 나타남

- 전체 유형에서 '콘텐츠 판매' 비중이 가장 높게 나타남

| 그림 2-40 | 콘텐츠 유형별 수출액 비중

(단위 : %, n=59)



*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

| 표 2-51 | 콘텐츠 유형별 수출액 비중

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	제휴산업	콘텐츠 판매	광고	수수료	기타	합계
전체		**(59)**	**23.2**	**72.8**	**2.3**	**1.7**	**0.0**	**100.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	28.0	68.0	2.0	2.0	0.0	100.0
	광고·마케팅 및 커머스	(9)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(1)	0.0	70.0	30.0	0.0	0.0	100.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	–	–	–	–	–	–
종사자 규모	1~4인	(49)	28.0	68.0	2.0	2.0	0.0	100.0
	5~9인	(0)	–	–	–	–	–	–
	10~19인	(9)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	20인 이상	(1)	0.0	70.0	30.0	0.0	0.0	100.0
조직 유형	법인사업체	(40)	9.9	84.1	3.5	2.5	0.0	100.0
	개인사업체	(20)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	기타	(0)	–	–	–	–	–	–
매출액	1억 원 미만	(0)	–	–	–	–	–	–
	1~5억 원 미만	(10)	40.0	40.0	10.0	10.0	0.0	100.0
	5~10억 원 미만	(20)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	10~30억 원 미만	(28)	34.6	65.4	0.0	0.0	0.0	100.0
	30억 원 이상	(1)	0.0	70.0	30.0	0.0	0.0	100.0

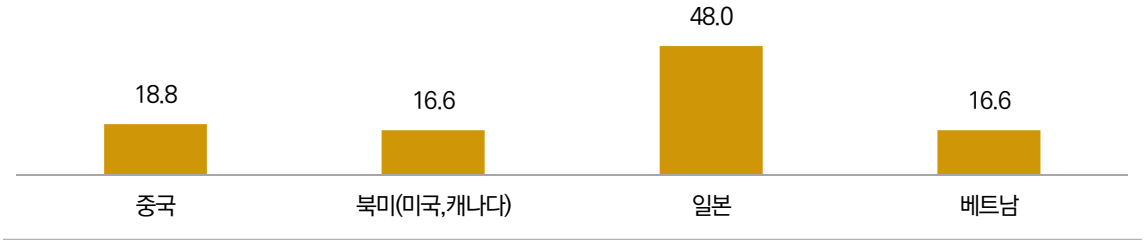
*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

5) 주요 수출국

* 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 수출을 진행하는 사업체의 주요 수출국은 '일본'이 48.0%로 가장 높았으며, 다음으로 '중국'(18.8%), '북미'와 베트남 각각 16.6%의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'(40.0%)과 '광고·마케팅 및 커머스'(100.0%) 분야는 '일본' 비중이 높았으며, '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'는 '중국'(100.0%)이 높게 나타남

| 그림 2-41 | 콘텐츠 주요 수출국

(단위 : %, n=59)



*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

| 표 2-52 | 콘텐츠 주요 수출국

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	중국	북미(미국,캐나다)	일본	베트남
전체		**(59)**	**18.8**	**16.6**	**48.0**	**16.6**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	20.0	20.0	40.0	20.0
	광고·마케팅 및 커머스	(9)	0.0	0.0	100.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(49)	20.0	20.0	40.0	20.0
	5~9인	(0)	-	-	-	-
	10~19인	(9)	0.0	0.0	100.0	0.0
	20인 이상	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(40)	3.4	24.8	47.0	24.8
	개인사업체	(20)	50.0	0.0	50.0	0.0
	기타	(0)	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	0.0	0.0	0.0	100.0
	5~10억 원 미만	(20)	0.0	0.0	100.0	0.0
	10~30억 원 미만	(28)	34.6	34.6	30.8	0.0
	30억 원 이상	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0

*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

6) 해외시장 진출 시 애로사항

❊ 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 수출을 하고 있는 사업체가 해외시장 진출 시 겪는 애로사항으로는 '판로개척의 어려움'(33.2%), '시장정보의 부족'(31.4%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'은 '판로개척의 어려움'(40.0%), '광고·마케팅 및 커머스'는 '시장정보의 부족'(100.0%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '과다경쟁'(100.0%)이 높게 나타남

| 그림 2-42 | 콘텐츠 해외 수출시 애로사항

(단위 : %, n=59)



*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

| 표 2-53 | 콘텐츠 해외 수출시 애로사항

(단위 : %)

구분		사례수(개)	시장정보의 부족	판로개척의 어려움	과다경쟁	각종 규제 애로	자금 부족
전체		**(59)**	**31.4**	**33.2**	**2.2**	**16.6**	**16.6**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(49)	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0
	광고·마케팅 및 커머스	(9)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(49)	20.0	40.0	0.0	20.0	20.0
	5~9인	(0)	-	-	-	-	-
	10~19인	(9)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20인 이상	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(40)	47.0	49.7	3.4	0.0	0.0
	개인사업체	(20)	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	기타	(0)	-	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(10)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억 원 미만	(20)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	10~30억 원 미만	(28)	30.8	34.6	0.0	34.6	0.0
	30억 원 이상	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

*base: 콘텐츠를 수출하는 사업체

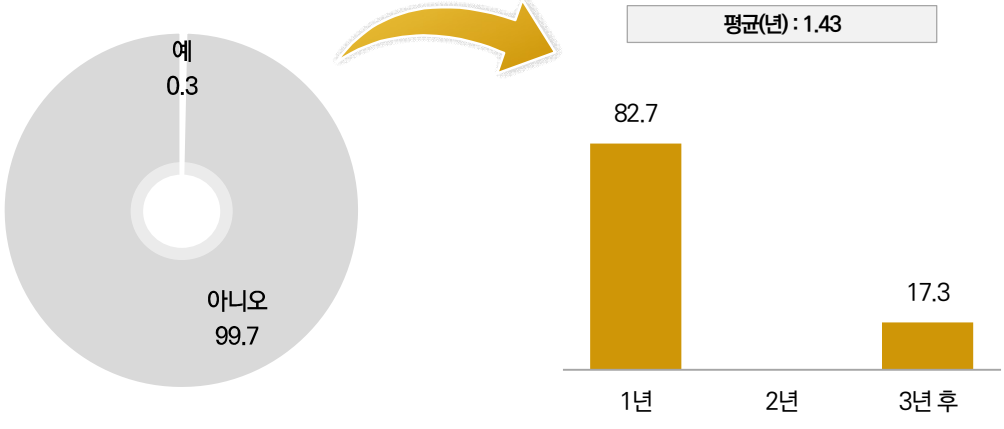
7) 향후 수출 계획 여부 및 시기

* 디지털크리에이터미디어 관련 콘텐츠를 현재 수출하고 있는 국가 외에 추가로 수출을 계획 중인 경우는 전체의 0.3%로 나타남
  - 주요 분야로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'이 1.6%의 비중으로 나타남

* 추가로 수출을 희망하는 사업체의 향후 수출 계획 시기는 평균 1.43년 후로 계획하고 있음

| 그림 2-43 | 콘텐츠 추가 수출 희망 국가 여부 및 시기

(단위 : %, n=11,089 / n=37)



*base: 전체

| 표 2-54 | 콘텐츠 추가 수출 희망 국가 여부 및 시기

(단위 : %)

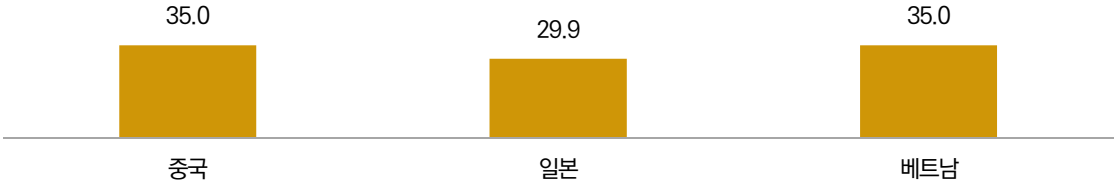
구분		사례수 (개)	아니오	예					
					사례수	1년	2년	3년 이상	평균(년)
전체		**(11,089)**	**99.7**	**0.3**	**(37)**	**82.7**	**-**	**17.3**	**1.43**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	99.3	0.7	(30)	100.0	-	0.0	1.00
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	100.0	0.0	(0)	-	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	98.4	1.6	(8)	17.1	-	82.9	3.07
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	100.0	0.0	(0)	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(9,504)	99.7	0.3	(30)	100.0	-	0.0	1.00
	5~9인	(800)	100.0	0.0	(0)	-	-	-	-
	10~19인	(478)	98.6	1.4	(6)	0.0	-	100.0	3.50
	20인 이상	(307)	99.6	0.4	(1)	100.0	-	0.0	1.00
조직 유형	법인사업체	(5,994)	99.7	0.3	(18)	63.4	-	36.6	1.92
	개인사업체	(5,045)	99.6	0.4	(20)	100.0	-	0.0	1.00
	기타	(49)	100.0	0.0	(0)	-	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(2,325)	99.6	0.4	(10)	100.0	-	0.0	1.00
	1~5억 원 미만	(5,554)	100.0	0.0	(0)	-	-	-	-
	5~10억 원 미만	(1,453)	99.3	0.7	(10)	100.0	-	0.0	1.00
	10~30억 원 미만	(1,170)	98.9	1.1	(13)	75.3	-	24.7	1.74
	30억 원 이상	(586)	99.2	0.8	(5)	29.2	-	70.8	2.42

8) 향후 수출 계획 국가

* 추가로 수출을 희망하는 사업체의 향후 수출 계획이 있는 국가는 '중국'(35.0%), '베트남'(35.0%), '일본'(29.9%)으로 나타남

| 그림 2-44 | 수출 희망 주력 국가

(단위 : %, n=37)



*base: 콘텐츠 수출계획이 있는 사업체

| 표 2-55 | 수출 희망 주력 국가

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	중국	일본	베트남
전체		**(37)**	**35.0**	**29.9**	**35.0**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(30)	33.3	33.3	33.3
	광고·마케팅 및 커머스	(0)	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(8)	41.4	17.1	41.4
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(30)	33.3	33.3	33.3
	5~9인				
	10~19인	(6)	50.0	0.0	50.0
	20인 이상	(1)	0.0	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	(18)	18.3	63.4	18.3
	개인사업체	(20)	50.0	0.0	50.0
	기타	(0)	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(10)	0.0	0.0	100.0
	1~5억 원 미만	(0)	-	-	-
	5~10억 원 미만	(10)	100.0	0.0	0.0
	10~30억 원 미만	(13)	0.0	75.3	24.7
	30억 원 이상	(5)	70.8	29.2	0.0

*base: 콘텐츠 수출계획이 있는 사업체

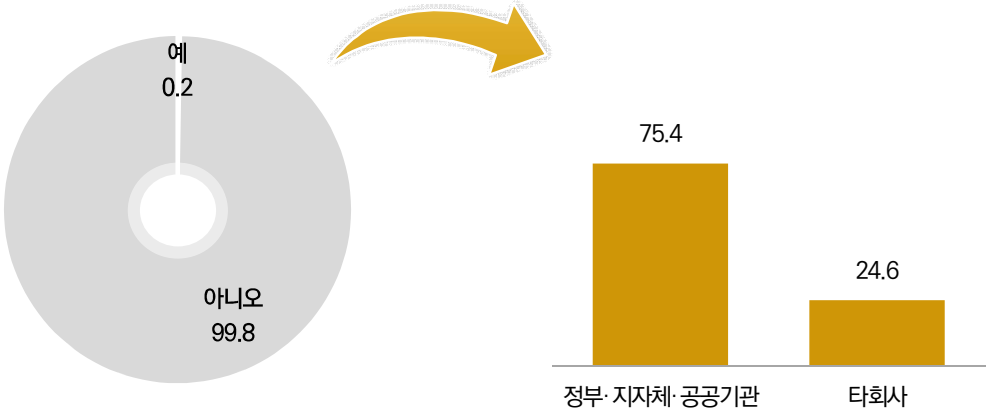
2. 외부 투자 경험

* 2024년 한 해 동안 디지털크리에이터미디어 관련 사업으로 외부 투자를 받은 경험이 있는 사업체는 0.2%로 나타남

* 주요 투자사는 '정부·지자체·공공기관'(75.4%), '타회사'(24.6%)로 나타남

| 그림 2-45 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 투자 받은 경험 및 주요 투자사

(단위 : %, n=11,089 / n=26)



| 표 2-56 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 투자 받은 경험 및 주요 투자사

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	예	아니오	사례수 (개)	정부·지자체·공공기관	타회사
전체		**(11,089)**	**0.2**	**99.8**	**(26)**	**75.4**	**24.6**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	0.6	99.4	(26)	75.4	24.6
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	0.0	100.0	-	-	-
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	0.0	100.0	-	-	-
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	100.0	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(9,504)	0.2	99.8	(20)	100.0	0.0
	5~9인	(800)	0.0	100.0	-	-	-
	10~19인	(478)	1.3	98.7	(6)	0.0	100.0
	20인 이상	(307)	0.0	100.0	-	-	-
조직 유형	법인사업체	(5,994)	0.3	99.7	(16)	60.6	39.4
	개인사업체	(5,045)	0.2	99.8	(10)	100.0	0.0
	기타	(49)	0.0	100.0	-	-	-
매출액	1억 원 미만	(2,325)	0.0	100.0	-	-	-
	1~5억 원 미만	(5,554)	0.2	99.8	(10)	100.0	0.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	0.0	100.0	-	-	-
	10~30억 원 미만	(1,170)	1.4	98.6	(16)	60.6	39.4
	30억 원 이상	(586)	0.0	100.0	-	-	-

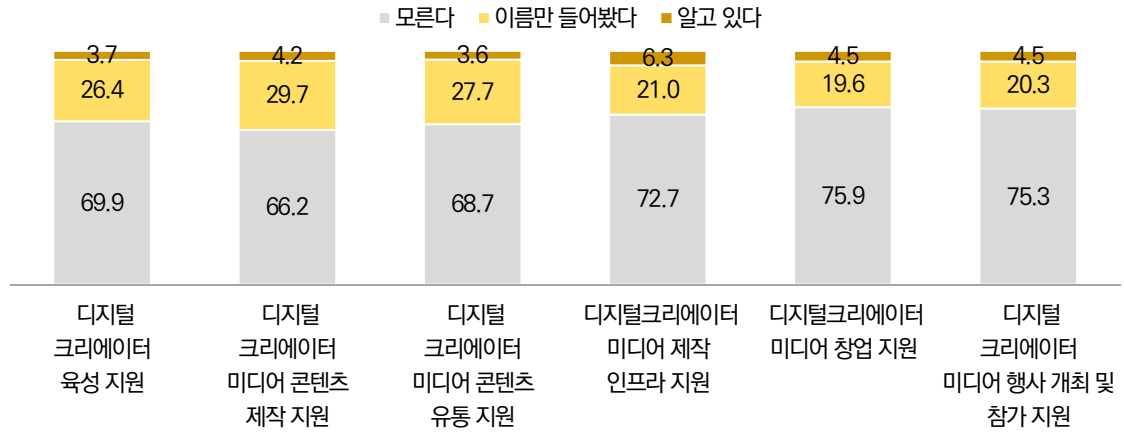
5절 지원정책 수요 현황

1. 지원정책 인지도

* 정부 또는 지자체, 공공기관이 추진하는 디지털크리에이터미디어 정책의 인지도는 '디지털크리에이터미디어 제작 인프라 지원'(6.3%), '디지털크리에이터미디어 창업 지원'(4.5%), '디지털크리에이터미디어 행사 개최 및 참가 지원'(4.5%) 등의 순으로 나타남
  - 주요 분야별로는 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'은 '제작 인프라 지원'(16.9%)과 '콘텐츠 제작 지원'(16.2%)의 인지도가 높게 나타남
  - 종사자 규모별로는 '5~9인'의 경우 '제작 인프라 지원'(11.3%)이 타 규모대비 높게 나타남
  - 매출액 규모별로는 '5~10억 원 미만'의 경우 '제작 인프라 지원'(12.0%), '디지털 크리에이터 육성 지원'(8.0%), '콘텐츠 제작 지원'(7.7%) 등의 순으로 인지도가 높게 나타남

| 그림 2-46 | 지원정책 인지도 (전체)

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-57 | 지원정책 인지도 (전체)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	디지털 크리에이터 미디어 육성 지원	디지털 크리에이터 미디어 콘텐츠 제작 지원	디지털 크리에이터 미디어 콘텐츠 유통 지원	디지털 크리에이터 미디어 제작 인프라 지원	디지털 크리에이터 미디어 창업 지원	디지털 크리에이터 미디어 행사 개최 및 참가 지원
전체		**(11,089)**	**3.7**	**4.2**	**3.6**	**6.3**	**4.5**	**4.5**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	7.1	6.1	7.2	11.5	7.8	7.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	1.6	2.0	1.2	2.1	2.6	3.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	4.1	16.2	6.0	16.9	2.6	2.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	3.2	3.2	2.8	5.9	4.4	4.3
	5~9인	(800)	7.3	10.5	8.9	11.3	5.6	5.6
	10~19인	(478)	5.4	10.4	6.7	5.4	4.0	5.4
	20인 이상	(307)	7.9	8.3	8.8	6.1	5.3	5.7
조직 유형	법인사업체	(5,994)	4.5	5.5	4.7	8.4	4.9	4.9
	개인사업체	(5,045)	2.9	2.6	2.4	3.7	4.1	4.0
	기타	(49)	0.0	2.7	2.7	2.7	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	1.7	1.4	0.8	3.0	2.2	3.1
	1~5억 원 미만	(5,554)	3.5	3.8	3.7	6.7	5.7	5.5
	5~10억 원 미만	(1,453)	8.0	7.7	5.8	12.0	6.0	5.3
	10~30억 원 미만	(1,170)	3.4	5.7	3.6	4.7	1.4	1.1
	30억 원 이상	(586)	4.5	6.4	8.2	4.7	4.4	4.4

| 표 2-58 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터 육성 지원(교육, 멘토링 등)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**69.9**	**26.4**	**3.7**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	57.4	35.5	7.1
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	78.1	20.4	1.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	78.7	17.1	4.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	27.8	72.2	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	70.6	26.2	3.2
	5~9인	(800)	68.3	24.4	7.3
	10~19인	(478)	74.3	20.3	5.4
	20인 이상	(307)	45.1	47.0	7.9
조직 유형	법인사업체	(5,994)	68.8	26.7	4.5
	개인사업체	(5,045)	71.2	25.9	2.9
	기타	(49)	65.8	34.2	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	80.9	17.4	1.7
	1~5억 원 미만	(5,554)	67.0	29.5	3.5
	5~10억 원 미만	(1,453)	66.4	25.5	8.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	70.9	25.7	3.4
	30억 원 이상	(586)	59.9	35.6	4.5

| 표 2-59 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 지원(제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**66.2**	**29.7**	**4.2**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	51.6	42.3	6.1
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	77.1	20.9	2.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	56.3	27.5	16.2
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	27.8	72.2	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	66.9	29.9	3.2
	5~9인	(800)	65.1	24.5	10.5
	10~19인	(478)	69.8	19.8	10.4
	20인 이상	(307)	41.5	50.1	8.3
조직 유형	법인사업체	(5,994)	64.6	29.9	5.5
	개인사업체	(5,045)	68.3	29.1	2.6
	기타	(49)	45.8	51.5	2.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	78.1	20.5	1.4
	1~5억 원 미만	(5,554)	65.1	31.1	3.8
	5~10억 원 미만	(1,453)	60.0	32.3	7.7
	10~30억 원 미만	(1,170)	62.0	32.3	5.7
	30억 원 이상	(586)	52.8	40.8	6.4

| 표 2-60 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통 지원(홍보/마케팅, 해외 진출 등)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**68.7**	**27.7**	**3.6**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	57.8	35.0	7.2
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	77.3	21.6	1.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	57.5	36.5	6.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	27.8	72.2	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	69.5	27.7	2.8
	5~9인	(800)	64.6	26.5	8.9
	10~19인	(478)	75.5	17.8	6.7
	20인 이상	(307)	44.6	46.6	8.8
조직 유형	법인사업체	(5,994)	66.2	29.1	4.7
	개인사업체	(5,045)	71.6	26.0	2.4
	기타	(49)	63.6	33.7	2.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	74.4	24.8	0.8
	1~5억 원 미만	(5,554)	69.2	27.1	3.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	62.9	31.3	5.8
	10~30억 원 미만	(1,170)	67.4	29.0	3.6
	30억 원 이상	(586)	58.0	33.8	8.2

| 표 2-61 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터미디어 제작 인프라 지원(사무 공간, 스튜디오, 장비 등)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**72.7**	**21.0**	**6.3**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	60.1	28.4	11.5
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	82.1	15.8	2.1
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	57.5	25.6	16.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	76.3	23.7	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	73.6	20.5	5.9
	5~9인	(800)	63.9	24.8	11.3
	10~19인	(478)	74.1	20.5	5.4
	20인 이상	(307)	64.8	29.1	6.1
조직 유형	법인사업체	(5,994)	70.1	21.5	8.4
	개인사업체	(5,045)	75.9	20.4	3.7
	기타	(49)	65.8	31.5	2.7
매출액	1억 원 미만	(2,325)	78.0	19.1	3.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	72.3	21.0	6.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	65.3	22.7	12.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	74.3	21.0	4.7
	30억 원 이상	(586)	70.6	24.7	4.7

| 표 2-62 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터미디어 창업 지원(신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**75.9**	**19.6**	**4.5**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	64.3	27.8	7.8
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	83.6	13.8	2.6
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	79.1	18.3	2.6
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	51.5	48.5	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	76.2	19.4	4.4
	5~9인	(800)	71.9	22.5	5.6
	10~19인	(478)	81.0	14.9	4.0
	20인 이상	(307)	68.8	25.9	5.3
조직 유형	법인사업체	(5,994)	74.2	20.9	4.9
	개인사업체	(5,045)	77.9	18.0	4.1
	기타	(49)	83.6	16.4	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	78.9	18.8	2.2
	1~5억 원 미만	(5,554)	75.3	19.0	5.7
	5~10억 원 미만	(1,453)	71.5	22.5	6.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	81.3	17.3	1.4
	30억 원 이상	(586)	69.9	25.6	4.4

| 표 2-63 | 지원정책 인지 정도 : 디지털크리에이터미디어 행사 개최 및 참가 지원

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
전체		**(11,089)**	**75.3**	**20.3**	**4.5**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	65.3	27.7	7.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	83.0	14.0	3.0
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	68.9	28.3	2.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	27.8	72.2	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	75.8	19.9	4.3
	5~9인	(800)	69.8	24.5	5.6
	10~19인	(478)	79.8	14.8	5.4
	20인 이상	(307)	64.9	29.4	5.7
조직 유형	법인사업체	(5,994)	73.5	21.6	4.9
	개인사업체	(5,045)	77.3	18.8	4.0
	기타	(49)	83.6	16.4	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	76.9	20.0	3.1
	1~5억 원 미만	(5,554)	74.9	19.6	5.5
	5~10억 원 미만	(1,453)	73.0	21.7	5.3
	10~30억 원 미만	(1,170)	79.4	19.5	1.1
	30억 원 이상	(586)	69.7	25.9	4.4

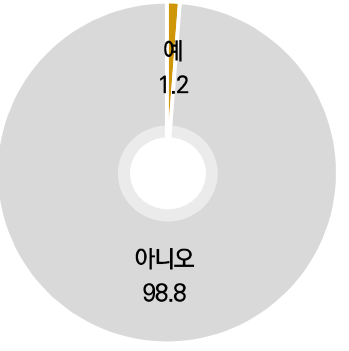
2. 지원정책 주요 현황

1) 지원정책 참여 경험

* 2024년 한 해 동안 정부, 지자체, 공공기관이 추진하는 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원 정책에 참여한 경험이 있는 사업체는 전체의 1.2%로 나타남
  - 주요 분야별로 보면 '크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)'(3.5%)에서 참여 경험이 높게 나타남
  - 종사자 규모에서는 '10~19인'(7.0%), 조직유형에서는 '법인사업체'(1.5%), 매출액 규모에서는 '30억 원 이상'(2.4%)이 지원정책 참여 경험이 높은 것으로 나타남

| 그림 2-47 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원정책 참여 경험

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-64 | 2024년 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원정책 참여 경험

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	예	아니오
전체		**(11,089)**	**1.2**	**98.8**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	1.5	98.5
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	0.9	99.1
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	3.5	96.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	0.7	99.3
	5~9인	(800)	2.8	97.2
	10~19인	(478)	7.0	93.0
	20인 이상	(307)	3.5	96.5
조직 유형	법인사업체	(5,994)	1.5	98.5
	개인사업체	(5,045)	0.9	99.1
	기타	(49)	2.7	97.3
매출액	1억 원 미만	(2,325)	0.0	100.0
	1~5억 원 미만	(5,554)	1.4	98.6
	5~10억 원 미만	(1,453)	1.4	98.6
	10~30억 원 미만	(1,170)	1.8	98.2
	30억 원 이상	(586)	2.4	97.6

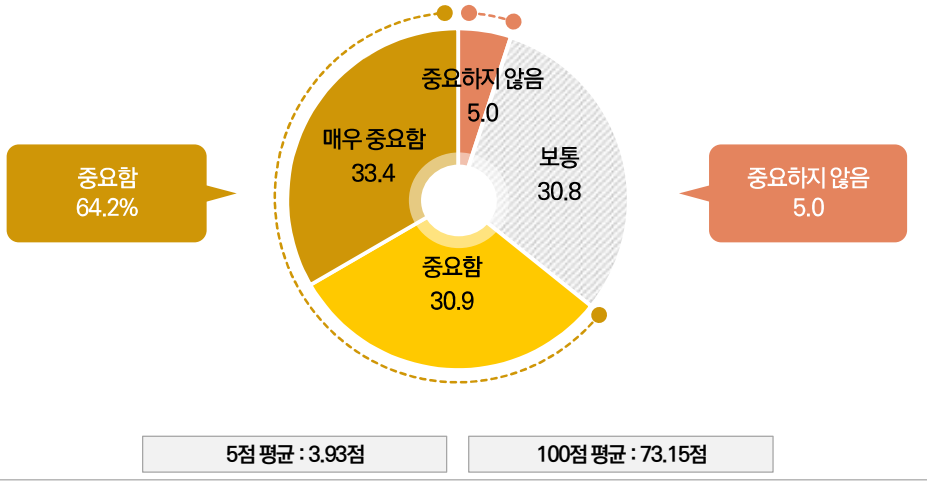
2) 지원정책 참여 중요도

✲ 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 참여하는 것이 사업을 함에 있어 중요한 정도에 대해 '중요하다(중요함+매우중요함)'고 응답한 비율은 64.2%로 나타났으며, 5점 만점으로 환산하면 3.93점으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'이 4.20점으로 가장 높으며, 다음으로 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(3.89점), '광고·마케팅 및 커머스'(3.63점) 순으로 높게 나타남
- 종사자 규모에서는 '10~19인'(4.62점), 조직유형에서는 '법인사업체'(4.06점), 매출액 규모에서는 '10~30억 원 미만'(4.70점)이 중요도가 높게 나타남

| 그림 2-48 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 참여 중요도

(단위 : %, n=135)



*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

| 표 2-65 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 중요도

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	전혀 중요 하지 않음	중요 하지 않음	보통	중요함	매우 중요함	①+②	④+⑤	계	5점 평균 (점)	100점 평균 (점)
전체		**(135)**	**-**	**5.0**	**30.8**	**30.9**	**33.4**	**5.0**	**64.2**	**100.0**	**3.93**	**73.15**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(62)	-	10.9	0.0	47.0	42.1	10.9	89.1	100.0	4.20	80.08
	광고·마케팅 및 커머스	(56)	-	0.0	68.6	0.0	31.4	0.0	31.4	100.0	3.63	65.72
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(17)	-	0.0	18.9	73.3	7.8	0.0	81.1	100.0	3.89	72.22
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(68)	-	0.0	56.4	14.5	29.1	0.0	43.6	100.0	3.73	68.16
	5~9인	(23)	-	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
	10~19인	(34)	-	0.0	9.6	19.1	71.3	0.0	90.4	100.0	4.62	90.42
	20인 이상	(11)	-	62.8	0.0	24.8	12.4	62.8	37.2	100.0	2.87	46.69
조직 유형	법인사업체	(88)	-	7.6	18.1	34.5	39.8	7.6	74.3	100.0	4.06	76.60
	개인사업체	(45)	-	0.0	56.4	21.8	21.8	0.0	43.6	100.0	3.65	66.35
	기타	(1)	-	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(80)	-	0.0	48.1	28.5	23.4	0.0	51.9	100.0	3.75	68.84
	5~10억 원 미만	(20)	-	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	100.0	4.50	87.50
	10~30억 원 미만	(22)	-	0.0	0.0	29.7	70.3	0.0	100.0	100.0	4.70	92.58
	30억 원 이상	(14)	-	48.3	23.1	19.1	9.5	48.3	28.6	100.0	2.90	47.45

*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

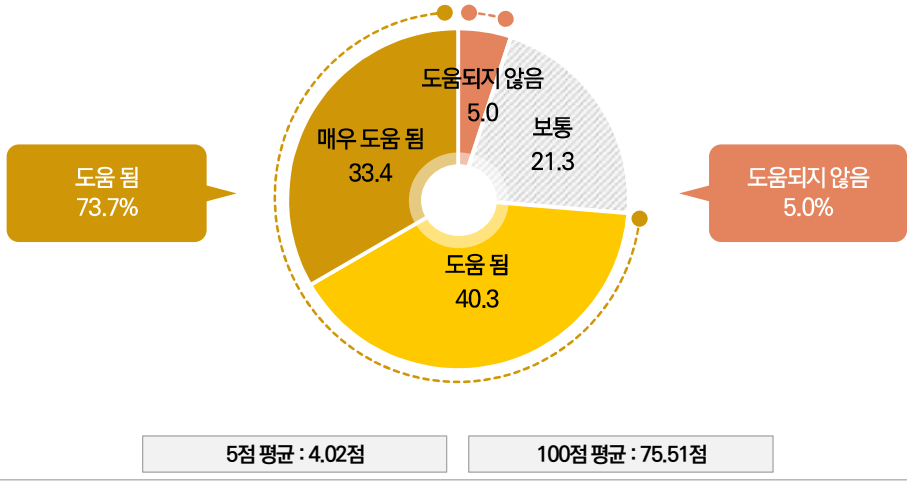
3) 지원정책 참여 도움 정도

✲ 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 참여하는 것이 사업을 함에 있어 도움이 되는 정도에 대해 '도움된다(도움됨+매우도움됨)'고 응답한 비율은 73.7%로 나타났으며, 5점 만점으로 환산하면 4.02점으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'이 4.20점으로 가장 높으며, 다음으로 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(3.89점), '광고·마케팅 및 커머스'(3.86점) 순으로 높게 나타남
- 종사자 규모에서는 '10~19인'(4.62점), 조직유형에서는 '법인사업체'(4.06점), 매출액 규모에서는 '10~30억 원 미만'(4.70점)이 도움이 된다고 응답한 정도가 높게 나타남

| 그림 2-49 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 도움 정도

(단위 : %, n=135)



*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

| 표 2-66 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 도움 정도

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	전혀 도움 되지 않음	도움 되지 않음	보통	도움 됨	매우 도움 됨	①+②	④+⑤	계	5점 평균 (점)	100점 평균 (점)
전체		**(135)**	**-**	**5.0**	**21.3**	**40.3**	**33.4**	**5.0**	**73.7**	**100.0**	**4.02**	**75.51**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(62)	-	10.9	0.0	47.0	42.1	10.9	89.1	100.0	4.20	80.08
	광고·마케팅 및 커머스	(56)	-	0.0	45.7	22.9	31.4	0.0	54.3	100.0	3.86	71.44
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(17)	-	0.0	18.9	73.3	7.8	0.0	81.1	100.0	3.89	72.22
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(68)	-	0.0	37.6	33.3	29.1	0.0	62.4	100.0	3.91	72.86
	5~9인	(23)	-	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
	10~19인	(34)	-	0.0	9.6	19.1	71.3	0.0	90.4	100.0	4.62	90.42
	20인 이상	(11)	-	62.8	0.0	24.8	12.4	62.8	37.2	100.0	2.87	46.69
조직 유형	법인사업체	(88)	-	7.6	18.1	34.5	39.8	7.6	74.3	100.0	4.06	76.60
	개인사업체	(45)	-	0.0	28.2	50.0	21.8	0.0	71.8	100.0	3.94	73.40
	기타	(1)	-	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(80)	-	0.0	32.0	44.6	23.4	0.0	68.0	100.0	3.91	72.84
	5~10억 원 미만	(20)	-	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	100.0	4.50	87.50
	10~30억 원 미만	(22)	-	0.0	0.0	29.7	70.3	0.0	100.0	100.0	4.70	92.58
	30억 원 이상	(14)	-	48.3	23.1	19.1	9.5	48.3	28.6	100.0	2.90	47.45

*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

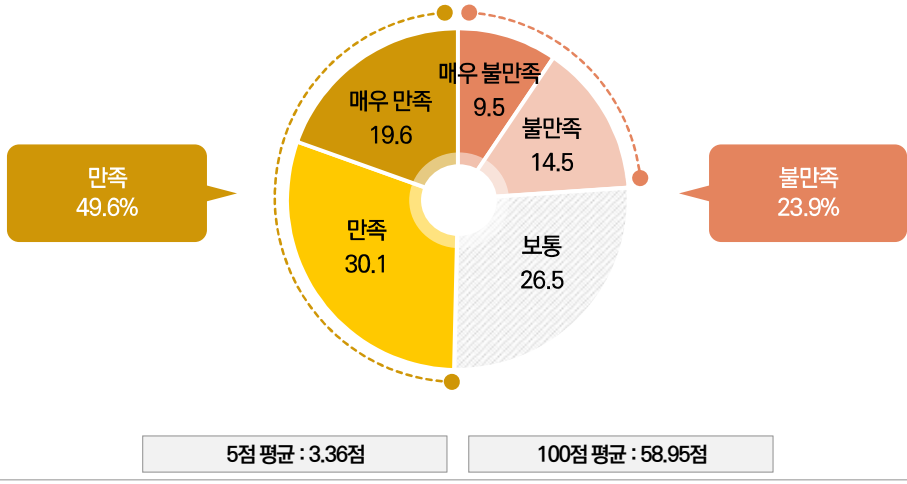
4) 지원정책 참여 만족도

✲ 참여했던 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 대한 만족하는 정도에 대해 '만족한다(만족+매우만족)'고 응답한 비율은 49.6%로 나타났으며, 5점 만점으로 환산하면 3.36점으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'이 3.89점으로 가장 높으며, 다음으로 '영상 제작 및 제작 지원'(3.73점), '광고·마케팅 및 커머스'(2.79점) 순으로 높게 나타남
- 종사자 규모에서는 '10~19인'(4.36점), 조직유형에서는 '기타'(4.00점)와 '법인사업체'(3.60점), 매출액 규모에서는 '5~10억 원 미만'(4.50점)이 만족도가 높게 나타남

| 그림 2-50 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 만족도

(단위 : %, n=135)



*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

| 표 2-67 | 디지털크리에이터미디어산업 지원정책 만족도

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	①+②	④+⑤	계	5점 평균 (점)	100점 평균 (점)
전체		**(135)**	**9.5**	**14.5**	**26.5**	**30.1**	**19.6**	**23.9**	**49.6**	**100.0**	**3.36**	**58.95**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(62)	0.0	10.9	31.8	31.1	26.2	10.9	57.3	100.0	3.73	68.17
	광고·마케팅 및 커머스	(56)	22.9	22.9	22.9	15.7	15.7	45.7	31.4	100.0	2.79	44.65
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(17)	0.0	0.0	18.9	73.3	7.8	0.0	81.1	100.0	3.89	72.22
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	(68)	18.8	18.8	47.9	0.0	14.5	37.6	14.5	100.0	2.73	43.16
	5~9인	(23)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
	10~19인	(34)	0.0	0.0	9.6	45.2	45.2	0.0	90.4	100.0	4.36	83.90
	20인 이상	(11)	0.0	62.8	0.0	24.8	12.4	62.8	37.2	100.0	2.87	46.69
조직 유형	법인사업체	(88)	0.0	22.1	14.8	44.4	18.7	22.1	63.1	100.0	3.60	64.93
	개인사업체	(45)	28.2	0.0	50.0	0.0	21.8	28.2	21.8	100.0	2.87	46.80
	기타	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	4.00	75.00
매출액	1억 원 미만	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1~5억 원 미만	(80)	16.0	16.0	40.8	16.2	11.0	32.0	27.2	100.0	2.90	47.54
	5~10억 원 미만	(20)	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0	100.0	4.50	87.50
	10~30억 원 미만	(22)	0.0	0.0	0.0	70.3	29.7	0.0	100.0	100.0	4.30	82.42
	30억 원 이상	(14)	0.0	48.3	23.1	19.1	9.5	48.3	28.6	100.0	2.90	47.45

*base: 디지털크리에이터미디어 산업 관련 지원정책 참여가 있는 사업체

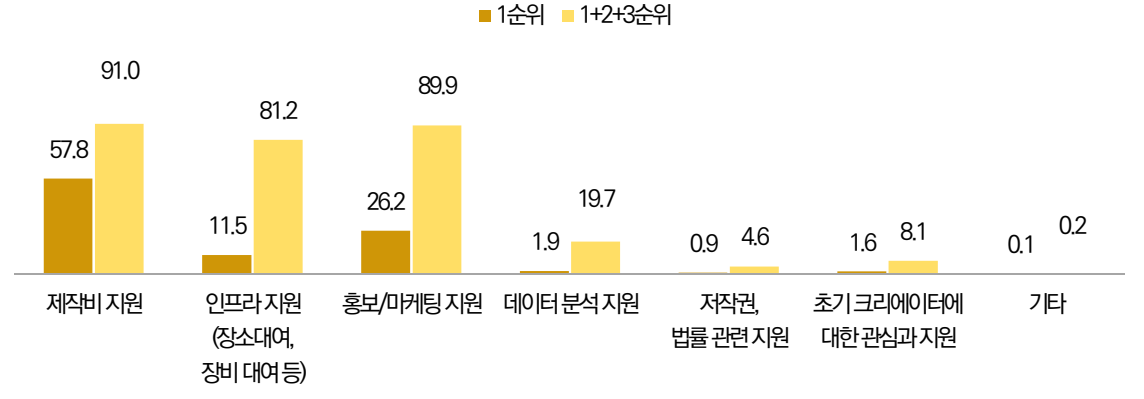
3. 산업 활성화를 위한 필요 사항

✲ 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위해 필요한 지원으로 '제작비 지원'이 57.8%로 가장 높았으며, 다음으로 '홍보/마케팅 지원'(26.2%), '인프라 지원'(11.5%) 등의 순으로 나타남

- 주요 분야별로 보면 '영상 제작 및 제작 지원'(66.3%), '광고·마케팅 및 커머스'(54.4%), '크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)'(36.0%)의 경우 '제작비 지원'이 가장 높았으며, '온라인 비디오 공유 플랫폼'의 경우 '홍보/마케팅 지원'(48.5%)이 가장 높게 나타남
- 종사자 규모별로는 '10~19인'에서 '인프라 지원'이 21.8%로 타 규모 대비 높게 나타남
- 매출액 규모별로는 '10~30억 원 미만'에서 '제작비 지원'(69.0%)이 가장 높았으며, '1억 원 미만'에서 '홍보/마케팅 지원'(32.0%)이 높게 나타남

| 그림 2-51 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원

(단위 : %, n=11,089)



| 표 2-68 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원 (1순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	제작비 지원	인프라 지원 (장소대여, 장비 대여 등)	홍보/ 마케팅 지원	데이터 분석 지원	저작권, 법률 관련 지원	초기 크리에이터에 대한 관심과 지원	기타
전체		**(11,089)**	**57.8**	**11.5**	**26.2**	**1.9**	**0.9**	**1.6**	**0.1**
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	66.3	9.6	20.7	1.6	0.9	0.9	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	54.4	11.6	29.6	2.2	1.0	1.0	0.2
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	36.0	23.5	24.5	0.0	0.0	16.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	27.8	23.7	48.5	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	55.1	11.6	28.3	2.1	1.1	1.6	0.1
	5~9인	(800)	74.6	6.0	17.0	0.0	0.0	2.5	0.0
	10~19인	(478)	76.2	21.8	1.4	0.0	0.0	0.7	0.0
	20인 이상	(307)	67.9	5.3	23.3	2.2	0.0	1.3	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	58.9	13.4	22.7	1.8	1.0	2.3	0.0
	개인사업체	(5,045)	56.3	9.1	30.6	2.0	0.9	0.9	0.3
	기타	(49)	71.4	25.9	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	55.7	9.1	32.0	0.5	1.0	1.1	0.5
	1~5억 원 미만	(5,554)	55.4	9.7	30.0	3.2	1.3	0.5	0.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	60.0	17.5	15.8	0.0	0.7	6.0	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	69.0	15.2	13.2	0.0	0.0	2.5	0.0
	30억 원 이상	(586)	60.6	15.5	18.7	2.8	0.0	2.4	0.0

| 표 2-69 | 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위한 필요 지원 (1+2+3순위)

(단위 : %)

구분		사례수 (개)	제작비 지원	인프라 지원 (장소대여, 장비 대여 등)	홍보/ 마케팅 지원	데이터 분석 지원	저작권, 법률 관련 지원	초기 크리에이터에 대한 관심과 지원	기타
전체		(11,089)	91.0	81.2	89.9	19.7	4.6	8.1	0.2
주요 분야	영상 제작 및 제작 지원	(4,154)	93.4	79.8	90.7	21.1	5.1	5.1	0.0
	광고·마케팅 및 커머스	(6,346)	90.9	84.5	90.9	15.6	3.7	8.8	0.3
	크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	(491)	78.5	46.8	72.2	55.4	14.5	20.9	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	(98)	52.6	100.0	76.3	47.4	0.0	23.7	0.0
종사자 규모	1~4인	(9,504)	90.6	80.9	89.7	20.6	4.9	8.0	0.1
	5~9인	(800)	95.5	83.6	92.3	8.1	2.4	11.3	0.0
	10~19인	(478)	89.6	83.5	84.9	21.5	4.7	8.3	1.8
	20인 이상	(307)	94.7	79.7	96.5	21.6	2.5	1.7	0.0
조직 유형	법인사업체	(5,994)	90.1	81.1	87.7	20.5	5.5	9.6	0.1
	개인사업체	(5,045)	92.0	81.5	92.3	18.8	3.7	6.2	0.3
	기타	(49)	100.0	59.5	100.0	20.5	0.0	20.0	0.0
매출액	1억 원 미만	(2,325)	91.2	75.1	89.6	20.9	7.5	6.6	0.5
	1~5억 원 미만	(5,554)	90.1	83.5	91.3	20.4	3.9	6.0	0.0
	5~10억 원 미만	(1,453)	94.2	80.4	91.1	15.0	2.2	14.2	0.0
	10~30억 원 미만	(1,170)	89.3	83.7	80.2	19.7	5.8	15.3	0.8
	30억 원 이상	(586)	94.1	80.5	93.0	21.1	3.5	4.0	0.0

부록 1

2025년 디지털크리에이터 미디어산업 실태조사 | 결과보고서

주요 용어 해설

부록 1

주요 용어 해설

1. 디지털크리에이터미디어산업 정의

1) 디지털크리에이터

* 정보통신망을 통해 창의성 또는 전문성을 갖춘 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)을 포함하는 동영상·멀티미디어 정보를 제작·유통하는 자

2) 디지털크리에이터미디어

* 디지털크리에이터가 제작·전송·유통·관리하는 제작물

3) 디지털크리에이터미디어산업

* 경제적 부가가치를 창출하는 디지털크리에이터 및 디지털크리에이터미디어를 기획·제작·배포·광고·이용제공을 하는 서비스 등과 관련한 산업

2. 디지털크리에이터미디어산업 분류

1) 영상 제작 및 제작 지원

* 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 직접 제작하거나 제작을 지원하는 기업
(제작 인프라 및 솔루션 지원, 채널관리, 개인·법인 채널에 대한 컨설팅 업무를 하는 기업 포함)

2) 광고·마케팅 및 커머스

* 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 매개로 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 광고·마케팅을 하거나 콘텐츠를 활용하여 커머스(판매·유통·중개)를 하는 기업

3) 크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)

* 온라인 비디오 공유 플랫폼 등에서 디지털크리에이터의 콘텐츠 유통·판매·저작권 관리·광고 유치·투자 및 자금지원 등에 도움을 주고 콘텐츠로부터 나온 수익을 디지털크리에이터와 나눠 갖는 미디어 기업

4) 온라인 비디오 공유 플랫폼

* 디지털 크리에이터가 제작한 영상 콘텐츠를 플랫폼을 통해 이용자에게 전송하거나 이를 유통·관리하는 기업

3. 고용형태의 정의

1) 정규직

* 인사규정에 의해 채용되었으며, 1년 이상 근로계약 체결자, 전일제 근로자, 계속 근무 가능한 종사자 (자영업자, 무급가족종사자, 임원 포함)

2) 비정규직

* 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직(프리랜서), 일용직, 아르바이트(파트타임), 훈련생, 인턴 등

4. 디지털크리에이터미디어 관련 종사자 직무 구분 및 정의

1) 경영·기획

* 디지털크리에이터미디어산업의 경영 및 기획 등에 필요한 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 전략·콘텐츠 기획, 시나리오, 캠페인 기획, 디지털 기획, 모델링 분석 등

2) 마케팅·홍보

* 개인 각종 매체를 활용하여 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통에 필요한 광고 및 홍보 등의 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 영업, 광고 및 홍보 업무 전반, 채널 관리, MD, PR, 영업(해외영업), 마케팅, 마케터 등

3) 매니지먼트

* 개인 디지털크리에이터를 발굴 및 각종 활동을 지원하는 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 파트너십 매니저(디지털크리에이터 발굴(신규영입), 콘텐츠 기획/분석/관리, 스케줄 지원, 행정업무지원), 계약 전반(계약관리/이행/해제), 전략설정, 저작권 위반 확인, 광고 문의 응대, 콘텐츠 운영 매니저 등

4) 제작·개발

* 디지털크리에이터미디어산업 관련 콘텐츠 제작 등에 필요한 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 작가, 감독 및 기술감독, 영상 연출/촬영/녹화/편집/음향/조명 기사, 무대 기사/기술사, Art Director, 온/오프라인 연계 디지털 콘텐츠 제작, 소프트웨어, 디지털 솔루션 및 서비스 개발, PD, 백엔드 개발, 프론트 엔드 개발 등

5) 디자인

* 디지털크리에이터미디어산업 관련 콘텐츠 및 상품 디자인 등에 필요한 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : Art Director, 콘텐츠 디자인, 굿즈디자인, 썸네일 제작, 영상 포맷 제작, 인포그래픽 디자인, 모션그래픽 디자인 등

6) 그 외 직무

* 기타 디지털크리에이터미디어산업 관련 업무를 하는 인력 중 명시되지 않은 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 교육, 컨설팅, 노무, 회계, 재무, 법무, 경영, 인사 등

5. 사업영역의 정의

1) 오리지널 콘텐츠 제작

* 다양한 주제의 영상콘텐츠를 제작하는 활동

2) 브랜디드 콘텐츠 제작

* 다양한 문화적 요소와 브랜드 광고 콘텐츠의 결합으로, 브랜드 메시지를 콘텐츠 안에 자연스럽게 녹여 제작하는 활동

3) IP 상품기획/판매 및 유통·커머스 사업

* MD 상품(굿즈(goods) 등) 기획, 제작, 개발, 판매 등의 활동
* 영상콘텐츠 등을 판매 및 유통하는 산업 활동

4) 마케팅

* 컨설팅, 광고주 개발, 사업 파트너, 제휴사 발굴 등을 수행하는 활동

5) 디지털크리에이터 발굴 및 육성 지원

* 신규 디지털크리에이터 발굴 및 육성, 디지털크리에이터 관리 등 디지털크리에이터의 전반적인 활동(제작비 지원, 법률/세무 지원, 장비/스튜디오 대여 등)을 지원하는 활동

6) 기업 대상 컨설팅/교육

* 영상 제작, 저작권 관리 등 기업 대상 컨설팅 또는 교육을 지원하는 활동

7) 기업 채널 기획/제작 및 운영 대행

* 기업에서 운영하는 채널을 기획 또는 영상콘텐츠 제작(편집 등) 등을 수행하는 활동
* 기업에서 운영하는 채널의 운영을 대행하는 활동

6. 지원정책의 정의

1) 디지털크리에이터 육성 지원

* 교육과 멘토링을 통해 디지털크리에이터 육성을 지원

2) 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 지원

* 제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등으로 콘텐츠 제작을 지원

3) 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통 지원

* 홍보, 마케팅, 해외진출 도움 등 콘텐츠의 전반적인 유통을 지원

4) 디지털크리에이터미디어 제작 인프라 지원

* 사무 공간, 스튜디오, 장비 등을 제공하여 콘텐츠 제작 인프라를 지원

5) 디지털크리에이터미디어 창업 지원

* 신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등 디지털크리에이터의 창업을 지원

6) 디지털크리에이터미디어 행사 개최 및 참가 지원

* 디지털크리에이터들이 참가할 수 있는 행사를 기획하고 개최

7. 기타용어의 정의

1) 라이센스 비즈니스

* 등록된 상표 혹은 저작권 소유주가 타인에게 특정 상품의 제조 및 유통 등에 이를 활용할 수 있도록 권리를 허하고, 그 대가로 저작권료(로열티)를 받는 사업

2) 모기업 홀딩스

* 그룹을 관리하고 경영하기 위해 만들어진 지주회사

3) 벤처캐피탈(VC)

* 벤처기업에 주식투자 형식으로 투자하는 기업 또는 기업의 자본

4) 엑셀러레이터

* 초기 창업기업을 발굴해서 엔젤투자, 사업공간 제공, 멘토링 제공 등 종합보육서비스를 제공하는 창업기획자

부록 2

2025년 디지털크리에이터 미디어산업 실태조사 | 결과보고서

설문지

승인번호
제 127020 호

통계법 제33조(비밀의 보호)

① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

No.

2025년 디지털크리에이터미디어산업 실태조사

인 사 말 씀

안녕하십니까? 과학기술정보통신부와 한국전파진흥협회에서는 국내 디지털크리에이터미디어 유관 사업체를 대상으로 「디지털크리에이터미디어산업 실태조사」를 실시하고 있습니다.

본 조사는 통계법 제18조에 의한 승인통계로서 디지털크리에이터미디어산업의 규모, 수익현황, 근로환경 등을 파악하여, 그 결과를 관련 경영 전략 수립, 연구 활동 등에 필요한 기초정보로 활용하고자 합니다.

응답 내용은 통계목적으로만 사용되며, 통계법 제33조에 의해 절대 비밀이 보장됨을 약속드립니다.
바쁘시더라도 정확한 조사가 이루어질 수 있도록 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

2025년 9월

주관기관	과학기술정보통신부	전담기관	한국전파진흥협회	조사기관	한국갤럽

문의처			
	전담기관 문의처	한국전파진흥협회 이민준 주임	☎ 02-317-6131
	조사기관 문의처	한국갤럽조사연구소 이지수 선임연구원	☎ 02-3702-2172

❝ 본 조사의 기준시점은 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일입니다.
특별한 응답 지시문이 없을 경우, 모든 응답은 2024년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.

❝ 본 실태조사에서 정의하는 「디지털크리에이터미디어산업」은 다음과 같습니다.
- 디지털크리에이터미디어산업이란 "경제적 부가가치를 창출하는 디지털크리에이터 및 디지털크리에이터미디어를 기획·제작·배포·광고·이용제공을 하는 서비스 등과 관련한 산업"을 의미하며, 다음과 같이 분야별로 구분이 가능합니다.

대분류	정의
영상 제작 및 제작 지원	디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 직접 제작하거나 제작을 지원하는 기업 (제작 인프라 및 솔루션 지원, 채널관리, 개인·법인 채널에 대한 컨설팅 업무를 하는 기업 포함)
광고/마케팅 및 커머스	디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 매개로 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 광고·마케팅을 하거나 콘텐츠를 활용하여 커머스(판매·유통·중개)를 하는 기업
크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)	온라인 비디오 공유 플랫폼 등에서 디지털크리에이터의 콘텐츠 유통·판매·저작권 관리·광고 유치·투자 및 자금지원 등에 도움을 주고 콘텐츠로부터 나온 수익을 디지털크리에이터와 나눠 갖는 미디어 기업
온라인 비디오 공유 플랫폼	디지털 크리에이터가 제작한 영상 콘텐츠를 플랫폼을 통해 이용자에게 전송하거나 이를 유통·관리하는 사업자

조사표 작성 요령

▣ 각 항목별로 응답 항목에 ○표 하거나 □안에 번호 또는 숫자를 기입해 주십시오.
▣ 응답 항목 중에서 「기타」에 해당되는 경우 (적을 것 : _____)안에 구체적인 내용을 기입해 주십시오.
▣ 화살표(→)로 표시된 항목은 지정된 항목으로 가서 기입해 주십시오.
▣ **주된 응답**은 1개만 기입해 주십시오.

사업체 일반현황

1) 사업체명				
2) 대표자 (복수 대표인 경우 1인만 기입)	성명		성별	① 남성 ② 여성
	연령	① 20대 이하 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상		
3) 설립년도	□□□□ 년		4) 전화번호	
5) 사업체 주소	(도로명 기준)			
6) 조직 형태	① 법인사업체 ② 개인사업체 ③ 기타 (비영리 기관, 국가·지방자치단체, 정부출연기관)			
7) 사업자등록번호	□□□ - □□ - □□□□□		8) 법인등록번호	□□□□□□ - □□□□□□□

A. 일반현황 및 경영현황

A1 귀사는 언제부터 디지털크리에이터미디어산업에 참여하고 있습니까?

_____년부터 참여

A2 귀사에서 현재 참여하고 있는 디지털크리에이터미디어산업 주요 분야는 대분류 기준으로 무엇입니까?

① 영상 제작 및 제작 지원
② 광고 · 마케팅 및 커머스
③ 크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)
④ 온라인 비디오 공유 플랫폼
⑤ 기타(적을 것: _____)

A2-1 (A2 ② 광고 · 마케팅 및 커머스 응답자)
귀사에 광고를 의뢰하는 주 고객사의 업종은 무엇입니까? 비중이 높은 순서대로 2개만 선택하여 주십시오.

1순위	2순위
① 금융 · 보험 · 증권	② 노트북, 휴대폰 등 전기 · 전자
③ 식품 · 음료	④ 의료 · 제약
⑤ 건설	⑥ 화장품 및 보건용품
⑦ 게임	⑧ 기타(적을 것:)

A3 귀사에서 참여하고 있는 디지털크리에이터미디어 세부 산업 분야를 모두 선택하여 주십시오.

① 영상 제작
② 제작 인프라 지원 (편집, 현상, 더빙, 녹음, 촬영, 장비임대 등)
③ 제작 솔루션 지원 (비즈니스 솔루션, 프로그램 솔루션 등)
④ 커머스 (상품 판매, 크리에이터 IP활용 등)
⑤ 광고 및 중개
⑥ 크리에이터 마케팅 에이전시 (MCN 등)
⑦ 플랫폼 운영 (방송, 스트리밍, 라이브 커머스 등)
⑧ 기타(적을 것: _____)

A4 2024년 12월 말 기준 귀사의 매출 현황에 대해 항목별로 응답해 주시기 바랍니다.

총 매출액 (A)			백만원
디지털크리에이터미디어산업 관련 매출액 (B)			백만원
세부 매출 분야	1) 영상 제작		백만원
	2) 제작 인프라 지원 (편집, 현상, 더빙, 녹음, 촬영, 장비임대 등)		백만원
	3) 제작 솔루션 지원 (비즈니스 솔루션, 프로그램 솔루션 등)		백만원
	4) 상품 및 제품 판매 (굿즈 등)		백만원
	5) 디지털 콘텐츠 판매, 유통, 저작권 (2차 생산품 등)		백만원
	6) 광고 (광고 제작, 대행 및 중개수입, 브랜디드콘텐츠, PPL 및 플랫폼광고 등)		백만원
	7) 브랜드 채널 육성 및 관리 대행		백만원
	8) 그 외 (유통, 기부금, 수수료, 회원가입비 등)		백만원

* 사업체의 총 매출액(A) ≥ 디지털크리에이터미디어산업 관련 매출액(B)

A4-1 디지털크리에이터미디어 관련 사업 외 매출이 주로 발생하고 있는 분야는 무엇입니까?

적을 것 :

B. 인력 현황

* B1~B4 : **2024년 12월 말 기준** 인력 현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

B1 귀사의 고용형태별×성별 종사자 현황은 어떻게 되십니까?

구분	(1) 전체 종사자 수			(2) 디지털크리에이터미디어 분야 종사자 수		
	남	여	합계	남	여	합계
정규직						
비정규직						
전체(명)						

* 해당 내용이 없을 경우 '0'으로 기입
  1) 정규직 : 인사규정에 의해 채용되었으며, 1년 이상 근로계약 체결자, 전일제 근로자, 계속근무 가능한 종사자 (자영업자, 무급가족종사자, 임원은 정규직에 포함)
  2) 비정규직 : 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직(프리랜서), 일용직, 아르바이트(파트타임), 훈련생, 인턴 등

B2 귀사의 디지털크리에이터미디어산업 관련 종사자의 연령별 현황은 어떻게 되십니까?

구분	20대 이하	30대	40대	50대 이상	합계
전체(명)					

* 각 구분별 합계는 B1-(2)의 합계와 일치

B3 귀사의 디지털크리에이터미디어산업 관련 종사자의 학력별 현황은 어떻게 되십니까?

구분	고졸	전문대졸	대졸	대학원졸	합계
전체(명)					

* 각 구분별 합계는 B1-(2)의 합계와 일치

B4 귀사의 디지털크리에이터미디어산업 관련 종사자의 직무별 현황은 어떻게 되십니까?

구분	경영·기획	마케팅·홍보	매니지먼트	제작·개발	디자인	그 외 직무	합계
전체(명)							

* 각 구분별 합계는 B1-(2)의 합계와 일치

[보기] 직무별 설명 및 예시 업무

직무명	정의 및 예시 업무	
경영·기획	· **디지털크리에이터미디어산업의 경영 및 기획 등에 필요한 업무를 하는 인력**	
	예시업무	전략·콘텐츠 기획, 시나리오, 캠페인 기획, 디지털 기획, 모델링 분석 등
마케팅·홍보	· **개인 각종 매체를 활용하여 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통에 필요한 광고 및 홍보 등의 업무를 하는 인력**	
	예시업무	영업, 광고 및 홍보 업무 전반, 채널 관리, MD, PR, 영업(해외영업), 마케팅, 마케터 등
매니지먼트	· **개인 디지털크리에이터를 발굴 및 각종 활동을 지원하는 업무를 하는 인력**	
	예시업무	파트너십 매니저(디지털크리에이터 발굴(신규영입), 콘텐츠 기획/분석/관리, 스케줄 지원, 행정업무지원), 계약 전반(계약관리/이행/해제), 전략설정, 저작권 위반 확인, 광고 문의 응대, 콘텐츠 운영 매니저 등
제작·개발	· **디지털크리에이터미디어산업 관련 콘텐츠 제작 등에 필요한 업무를 하는 인력**	
	예시업무	작가, 감독 및 기술감독, 영상 연출/촬영/녹화/편집/음향/조명 기사, 무대기사/기술사, 온/오프라인 연계, 디지털 콘텐츠 제작, 소프트웨어, 디지털 솔루션 및 서비스 개발, PD, 백엔드 개발, 프론트엔드 개발
디자인	· **디지털크리에이터미디어산업 관련 콘텐츠 및 상품 디자인 등에 필요한 업무를 하는 인력**	
	예시업무	Art Director, 콘텐츠 디자인, 굿즈 디자인, 썸네일 제작, 영상 포맷 제작, 인포그래픽 디자인, 모션그래픽 디자인 등
그 외 직무	· **기타 디지털크리에이터미디어산업 관련 업무를 하는 인력 중 명시되지 않은 업무를 하는 인력**	
	예시업무	교육, 컨설팅, 노무, 회계, 재무, 법무, 경영, 인사 등

B5 귀사에서 2024년과 2025년 1년간 디지털크리에이터미디어 관련 채용 및 채용예정인력 현황은 어떻게 되십니까?

구분	2024년 1년간 채용인력					2025년 1년간 채용예정인력***				
	합계	경력직		신입직*		합계	경력직		신입직*	
		정규직	비정규직	정규직	비정규직		정규직	비정규직	정규직	비정규직
경영·기획										
마케팅·홍보										
매니지먼트										
제작·개발										
디자인										
그 외 직무										
전체(명)										

* 신입직은 직장 경력이 1년 미만인 경우를 의미합니다.
** 각 직무별 정의 및 예시업무는 '[보기] 직무별 설명 및 예시업무'의 설명을 참조
*** 2025년 현재까지 채용한 인원을 포함하여 작성합니다.

B6 귀사에서 디지털크리에이터미디어산업 인력 채용 시 가장 중요하게 고려되는 항목은 무엇입니까?
중요한 순서대로 2개만 선택하여 주십시오.

1순위 2순위

① 학력
② 전공
③ 전문성(산업에 대한 이해도)
④ 관련 업무 경험
⑤ 외국어 능력
⑥ 인성
⑦ 자격증
⑧ 데이터 분석 및 활용 능력
⑨ 공모전 입상 경험
⑩ 트렌드 이해도
⑪ 기타(적을 것:_____)

B7 귀사에서 디지털크리에이터미디어산업 관련 인력 채용 시 경험한 애로사항은 무엇입니까?
중요한 순서대로 2개만 선택하여 주십시오.

1순위 2순위

① 회사에서 원하는 업무능력을 가진 지원자를 찾기 어려움
② 회사에서 필요로 하는 전공교육을 받은 지원자를 찾기 어려움
③ 회사에서 제시하는 근로조건보다 지원자들의 높은 근로조건 요구
④ 지원자에 대한 정보 부족으로 우수 인력 여부 판단이 어려움
⑤ 관련 분야의 인력 풀 부족
⑥ 기타(적을 것:_____)

C. 사업 현황

* 콘텐츠 제작 분야의 사업현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

C1 귀사는 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작에 필요한 인력을 보유하고 계십니까?
* 제작인력이란 디지털크리에이터미디어산업 관련 콘텐츠 제작(촬영, 편집 등) 등에 필요한 업무를 하는 인력을 말함

① 보유
② 미보유 ➡ C1-2로 이동

C1-1 귀사에서 보유하고 있는 콘텐츠 제작 인력을 모두 선택하여 주십시오.

① 촬영 감독
② 촬영 기사
③ 연출/제작 PD
④ 작가
⑤ 편집기사(영상, 자막, CG 등)
⑥ 디자이너(영상, 폰트 등)
⑦ 조명 엔지니어
⑧ 음향/녹음 기사
⑨ 기술(장비 설치, 중계 등)
⑩ 소품/스튜디오
⑪ 의상/헤어/메이크업
⑫ 기타(적을 것:_____)

C1-2 귀사에서 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 시 필요한 인력을 확보하는 방법을 모두 선택하여 주십시오.

① 자체 사이트를 통한 채용
② 구인광고 사이트를 통한 채용
③ 협력업체 활용
④ 프리랜서 활용
⑤ 단기 고용
⑥ 지인소개
⑦ 학교 프로그램을 통한 채용
⑧ 기타(적을 것:_____)

C2 2024년 한 해 동안 귀사의 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 방식을 모두 선택해 주십시오.

① 자체 제작(자체 투자) ➡ C2-1로 이동
② 외부 의뢰(inbound) ➡ C3로 이동
③ 외부 영업(outbound) ➡ C3로 이동
④ 기타(적을 것:) ➡ C3로 이동

C2-1 2024년 한 해 동안 귀사에서 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 수는 몇 편입니까?

_____편

C2-2 귀사에서 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠의 유형은 주로 무엇입니까?

① 정보 전달형 (지식, 팁, 뉴스 등)
② 라이프스타일 공유형 (브이로그, 일상, 취향 등)
③ 오락/예능형 (챌린지, 개그, 게임 등)
④ 자기계발/교육형 (공부, 동기부여, 언어, 강의 요약 등)
⑤ 취미/전문분야 공유형 (운동, 요리, 악기, 패션 등)
⑥ 리뷰형 (제품·장소 리뷰/홍보, 광고형 콘텐츠 등)
⑦ 소통/참여유도형 (Q&A, 댓글 반응, 고민 상담, 팬과의 인터렉션 등)
⑧ 기타(적을 것:_____)

C2-3 귀사에서 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠의 장르는 무엇입니까?
주로 제작하는 장르의 순서대로 2순위까지 응답해 주십시오.

1순위 2순위

① 게임 ② 키즈 ③ 음악/댄스
④ 푸드/쿠킹 ⑤ 뷰티/패션 ⑥ 영화/애니메이션
⑦ IT/기술/과학 ⑧ 동물/펫 ⑨ 여행/아웃도어
⑩ 스포츠/건강 ⑪ 차/배/바이크 ⑫ 경제/금융/재테크
⑬ 뉴스/정치/이슈 ⑭ 교육/강의 ⑮ 기타(적을 것:)

C2-4 귀사에서 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠는 어떤 플랫폼을 통해 주로 유통됩니까?

① 유튜브 ② 인스타그램 ③ 네이버TV
④ 네이버클립 ⑤ 틱톡 ⑥ e커머스 플랫폼(그립, 지그재그 등)
⑦ 기타(적을 것:) ⑧ 알 수 없음(직접 유통하지 않음)

C2-5 해당 플랫폼으로 유통하는 주된 이유는 무엇입니까?

① 이용자가 많아서 ② 이용이 편리해서 ③ 콘텐츠 특성에 맞아서
④ 광고주 선호도가 높아서 ⑤ 수익 배분이 투명해서 ⑥ 수익이 많아서
⑦ 커머스 사업 연계가 용이해서 ⑧기타(적을 것:_____) ⑨ 알 수 없음(직접 유통하지 않음)

C2-6 2024년 한 해 동안 귀사에서 자체적으로 제작한 디지털크리에이터미디어 콘텐츠의 제작비용은 어떻게 되십니까?

구분	기획	작품제작비	출연료	마케팅/홍보	기타 경비	합계
제작비(백만원)						

C3 2024년 한 해 동안 콘텐츠 제작을 의뢰받은 경험이 있으십니까?

① 예
② 아니오 ➡ **C4로 이동**

C3-1 콘텐츠 제작을 의뢰받은 제작비 총액을 100으로 봤을 때, 항목별 실제 지출 비중은 어떻게 되십니까?

구분	기획	작품제작비	출연료	마케팅/홍보	기타 경비	합계
비중(%)						100

* 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야의 사업현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

C4 2024년 한 해 동안 귀사는 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등) 분야 관련 사업을 진행하셨습니까?

① 예
② 아니오 ➡ **C5**로 이동

C4-1 2024년 한 해 동안 크리에이터 마케팅 에이전시(MCN 등)와 관련한 귀사의 사업영역 및 수익 발생영역에 대해 모두 응답해 주십시오.

구분		1) 사업영역	2) 수익 발생영역
자체 콘텐츠 기획 및 제작	오리지널 콘텐츠 제작	①	①
	브랜디드 콘텐츠 제작	②	②
광고 기획 및 판매	IP 상품기획/판매 및 유통·커머스	③	③
	마케팅(컨설팅, 광고주, 사업파트너, 제휴사 발굴 등)	④	④
비즈니스 사업	디지털크리에이터 발굴 및 육성 지원	⑤	⑤
	기업 대상 컨설팅/교육	⑥	⑥
	기업 채널 기획/제작 및 운영 대행	⑦	⑦
기타(적을 것: _____)		⑧	⑧

C4-2 귀사에 소속되어 있는 디지털크리에이터 인원 현황에 대하여 응답해 주십시오.

구분	2024년 12월 말 기준 소속된 디지털크리에이터 총원	2024년 1년간 신규로 영입한 디지털크리에이터 수
합계(명)	_____명	_____명

C4-3 귀사에 소속된 디지털크리에이터의 콘텐츠 분야별 분포 현황에 대하여 응답해 주십시오.

구분	라이프스타일	취미	엔터테인먼트	정보전달	푸드/쿠킹	게임	음악/댄스	영화/애니메이션	IT/기술/과학	기타	합계
비중(%)											100

C4-4 귀사에 소속된 디지털크리에이터의 계약형태에 대하여 응답해 주십시오.

구분	전속계약	파트너십	근로계약 (종사자)	기타 (적을 것:____)	합계
비중(%)					100

C4-5 귀사는 소속된 디지털크리에이터와 수익을 어떻게 나누고 있습니까?

구분	오리지널 콘텐츠 제작	브랜디드 콘텐츠 제작 /PPL	동영상 채널 관리	커머스/ PB상품 제작	라이센스 비즈니스	출연료	기타 (적을 것:___)
회사							
디지털크리에이터							
비중(%)	100	100	100	100	100	100	100

* 커머스 분야의 사업현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

C5 2024년 한 해 동안 귀사는 디지털크리에이터 관련 커머스 사업을 진행하셨습니까?

① 예
② 아니오 ➡ D1로 이동

C5-1 귀사의 디지털크리에이터 관련 커머스 사업영역에 해당하는 것을 모두 응답해 주십시오.

① 콘텐츠 기획
② 콘텐츠 제작 (라이브스트리밍 진행 포함)
③ 캐스팅 (출연자 섭외)
④ 커뮤니케이션 (댓글관리, 실시간 채팅 등)
⑤ 상품 배송
⑥ PB상품 개발 및 판매
⑦ 커머스 솔루션 제공
⑧ 커머스 콘텐츠 유통/홍보
⑨ 기타(적을 것:_____)

C5-2 귀사의 디지털크리에이터 관련 커머스 사업에서 발생하는 수익 형태의 비중은 어떻게 되십니까?

구분	판매액의 일정비율 수수료	정액계약	조회수	기타 (제작수수료 등)	합계
비중(%)					100

C5-3 귀사의 디지털크리에이터 관련 커머스 사업에서 판매되는 제품의 카테고리별 매출 분포는 어떻게 되십니까?

구분	디지털/ 가전	식품	출산/육아	패션의류 /잡화	화장품/ 미용	생활용품	스포츠/ 레저	도서/음반/ 완구/취미	기타	합계
비중(%)										100

D. 해외 수출 현황

D1 귀사는 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 해외에 수출하고 있습니까?

① 예
② 아니오 ➡ **D2로 이동**

* 유튜브 등 오픈된 플랫폼에 콘텐츠를 업로드하여 국가와 상관없이 소비되는 경우는 제외

D1-1 귀사가 해외시장에 진출한 방법은 무엇입니까?

① 직접 진출 : 자체 수출 관련 부서를 통한 진출
② 간접 진출 : 국내외 전문 무역 업체나 해외 바이어를 통한 진출

D1-2 2024년 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 수출액은 얼마입니까?

_____백만원

D1-3 귀사의 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유형별 수출액 비중은 어떻게 되십니까?

구분	제휴산업	콘텐츠 판매	광고	수수료	기타	합계
비중(%)						100

D1-4 귀사의 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 주요 수출국은 어디입니까?

① 중국
② 북미(미국, 캐나다)
③ 중남미
④ 일본
⑤ 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르
⑥ 태국, 미얀마
⑦ 베트남
⑧ 인도
⑨ 대만
⑩ 중앙아시아(우즈베키스탄, 카자흐스탄 등)
⑪ 중동(아랍에미리트, 이집트 등)
⑫ 유럽
⑬ 오세아니아(호주, 뉴질랜드 등)
⑭ 기타(적을 것 : _____)

D1-5 귀사에서 디지털크리에이터미디어 콘텐츠를 해외로 수출 할 때 가장 큰 어려움은 무엇입니까?

① 시장정보의 부족
② 판로개척의 어려움
③ 과다경쟁
④ 각종 규제 애로
⑤ 자금 부족
⑥ 기술력 부족
⑦ 언어/문화적 장벽
⑧ 기타(적을 것:_____)

D2 디지털크리에이터미디어 관련 콘텐츠를 현재 수출국 외에 추가로 수출하려는 국가가 있습니까?

① 예(_____년 후)
② 아니오 ➡ **D3로 이동**

D2-1 귀사가 수출을 희망하는 주력 국가는 어디입니까?

① 중국
② 북미(미국, 캐나다)
③ 중남미
④ 일본
⑤ 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르
⑥ 태국, 미얀마
⑦ 베트남
⑧ 인도
⑨ 대만
⑩ 중앙아시아(우즈베키스탄, 카자흐스탄 등)
⑪ 중동(아랍에미리트, 이집트 등)
⑫ 유럽
⑬ 오세아니아(호주, 뉴질랜드 등)
⑭ 기타(적을 것 : _____)

D3 귀사는 2024년 한 해 동안 디지털크리에이터미디어산업 관련으로 외부에서 투자를 받은 적이 있습니까?

① 예
② 아니오 ➡ **E1로 이동**

D3-1 주요 투자사는 다음 중 어디입니까?

① 모기업 홀딩스
② 정부·지자체·공공기관
③ 타회사
④ 해외 투자자
⑤ 개인투자자/크라우드펀딩
⑥ 벤처캐피탈(VC)/엑셀러레이터
⑦ 기타(적을 것:)

E. 지원정책 수요 현황

E1 정부 또는 지자체, 공공기관이 추진하는 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 대해 얼마나 알고 계십니까?

구분	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다
1) 디지털크리에이터 육성 지원(교육, 멘토링 등)	①	②	③
2) 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 제작 지원(제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등)	①	②	③
3) 디지털크리에이터미디어 콘텐츠 유통 지원(홍보/마케팅, 해외 진출 등)	①	②	③
4) 디지털크리에이터미디어 제작 인프라 지원(사무 공간, 스튜디오, 장비 등)	①	②	③
5) 디지털크리에이터미디어 창업 지원(신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등)	①	②	③
6) 디지털크리에이터미디어 행사 개최 및 참가 지원	①	②	③

E2 귀사는 2024년 한 해 동안 정부 또는 지자체, 공공기관이 추진하는 디지털크리에이터미디어산업 관련 지원정책에 참여한 경험이 있습니까?

① 예
② 아니오 ➡ **E3로 이동**

E2-1 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 참여하는 것이 사업을 함에 있어 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
①	②	③	④	⑤

E2-2 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 참여하신 것이 귀사의 사업에 얼마나 도움 되었습니까?

전혀 도움되지 않음	도움되지 않음	보통	도움 됨	매우 도움 됨
①	②	③	④	⑤

E2-3 귀사에서는 참여했던 디지털크리에이터미디어산업 지원정책에 얼마나 만족하십니까?

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

E3 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위해 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?
중요한 순서대로 3개만 선택하여 주십시오.

1순위 2순위 3순위

① 제작비 지원
② 인프라 지원(장소대여, 장비 대여 등)
③ 홍보/마케팅 지원
④ 데이터 분석 지원
⑤ 저작권, 법률 관련 지원
⑥ 초기 크리에이터에 대한 관심과 지원
⑦ 기타(적을 것:_____)

E4 귀사에서 디지털크리에이터미디어 관련 사업 활성화를 위해 필요한 교육 또는 지원이 필요한 부분이 있을 경우, 세부 내용을 자유롭게 기재해 주십시오.

적을 것 :

E5 추가로 디지털크리에이터미디어산업 활성화를 위해 필요하다고 생각하는 지원정책이나 제안하고 싶은 사항을 자유롭게 기재해 주십시오.

적을 것 :

* 끝까지 응답해주셔서 감사합니다.

응답자 정보

응답자 이름		부서/직위	
연락처		이메일주소	

개인정보 수집

- 개인정보의 수집·이용 목적 : 응답자 확인, 컨택 포인트 활용, 내용검증 및 답례품 지급
  ※ 한국갤럽은 답례품 발송 업무를 ㈜모바일이앤엠애드에 위탁하고 있습니다.
- 수집하려는 개인정보의 항목 : 성명, 부서, 직책, 전화번호, 이메일
- 개인정보의 보유 및 이용기간 : 조사 종료 후 1년

위 개인정보 수집에 동의하십니까? 동의를 거부할 권리가 있으며, 동의 거부 시 개인정보를 별도 보관하지 않습니다.

① 동의함 ② 동의 안함

2025년

디지털크리에이터 미디어산업 실태조사

결과보고서

방송미디어통신위원회 RAPA 한국전파진흥협회