KISDI STAT REPORT

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI 연구자 및 산학연 전문가들이 참여하여 매월 30일에 온라인으로 배포합니다.

ISSN 2384-1672

정보통신정책연구원 KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

# 2024년 방송산업 실태조사 주요 결과

## Key Results of the Broadcasting Industry Census 2024

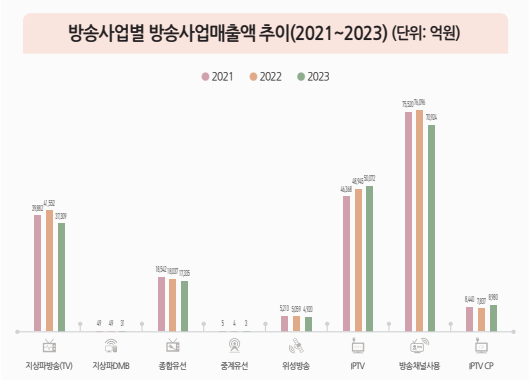
한은영 (연구위원, ICT통계정보연구실)

KEYWORDS

방송, 방송산업, 방송산업 실태조사
Broadcasting, Broadcasting Industry, Broadcasting Industry Census

방송산업 실태조사는 2000년부터 매년 실시되는 국내 방송사업자 대상 전수조사(2024년 전광판 사업자 21개 포함 총 423개 사업자)로 매출액, 사업자 및 종사자 수, 가입자 수, 수직·수평결합, 프로그램 제작·편성·유통, 시설투자 등이 조사되었다. 2023년 국내 방송사업자의 총 방송사업 매출 규모는 전년 대비 4.1% 감소한 18조 9,575억 원이며, 유료방송 가입자 수는 전년과 동일한 수준을 유지하였다. 새로 CP 사업자가 조사에 포함되면서 프로그램 제작·구매비와 수출액이 증가하였다. 프로그램 제작·구매 총액은 3조 8,682억 원으로 전년 대비 6,190억 원 증가하였고, 총 수출액은 6억 6,731만 달러로 1억 603만 달러가 증가하였다.

The broadcasting industry census is an annual survey of domestic broadcasters conducted since 2000. In 2024, revenue, number of operators and employees, subscribers, vertical/horizontal integration, program production/programming/distribution, and facility investment were surveyed for 423 broadcasting operators. The total broadcasting industry revenue in 2023 was 18.9 trillion won, down 4.1% from the previous year. And the number of Pay-TV subscribers remained at the same level as the previous year. With CP newly included in the survey, program production and purchase costs, and the amount of program exports increased. The total amount of program production and purchase was 3,868 billion won, an increase of 619 billion won from the previous year, and the total export amount was USD 667 million, an increase of USD 106 million.



03 방송사업 매출 현황 ▶▶3

04 종사자 현황 ▶▶4

Dec. 30, 2024

24/19

**24-18호 (24.11.30)**
BERTopic 및 GCN 기반 키워드 분석을 통한 미디어 소비 패턴 연구
전수영

**24-17호 (24.10.30)**
생성형 인공지능 챗봇 이용 결정요인 탐색: AI 격차 관점
오주현

**24-16호 (24.09.30)**
SNS가 비판적 이해 역량을 감소시키는가?
고흥석

# 2024년 방송산업 실태조사 주요 결과

## Key Results of the Broadcasting Industry Census 2024

**한은영** ▎연구위원, ICT통계정보연구실

## 01 분석 데이터와 분석 목적

- 방송산업 실태조사는 2000년부터 매년 실시되는 국내 방송사업자(매출 연 1억 원 이상) 대상 전수조사(2024년 전광판 사업자 21개 포함 총 423개 사업자)로 매출액, 사업자 및 종사자 수, 가입자 수, 수직·수평결합, 프로그램 제작·편성·유통, 시설투자 등이 조사됨
- 특히 2024년 조사에서는 인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자(이하 CP)의 제작·유통, 수출입, 인력 현황을 조사 대상에 포함함으로써 점차 중요해지는 방송 콘텐츠 산업까지 포괄하여 국내 방송산업 현황을 파악할 수 있게 됨[1]
- 본 보고서는 2024년 방송산업 실태조사의 주요 결과를 소개하고, 방송산업의 사업자, 방송사업매출액, 종사자, 유료방송 가입자, 방송 프로그램 제작·유통 등의 최근 변화를 분석함

## 02 방송사업자 수

- 전체 방송사업자 수는 402개(전광판방송사업자 제외)로 전년보다 1개 사업자 증가
- 공동체라디오사업자 5개 사가 추가되면서 지상파(라디오) 부문에서만 사업자 수가 5개 늘었고(25개 → 30개), 지상파(TV), 종합유선방송, 중계유선방송, 위성방송, IPTV 부문의 사업자 수는 전년과 동일함
- 방송채널사용사업자는 2개 감소한 177개이며 지상파 DMB와 CP는 전년 대비 1개 사씩 감소
- 전체 방송사업자 중 방송채널사용사업(44.0%)과 종합유선방송(22.4%)이 높은 비중을 차지

1 CP에 대해서는 2022년(실적 기준)까지 "방송사업자 재산상황 공표집"을 근거로 매출액과 사업자 수만 발표해왔음

[표 1] 방송사업자 수[1)]

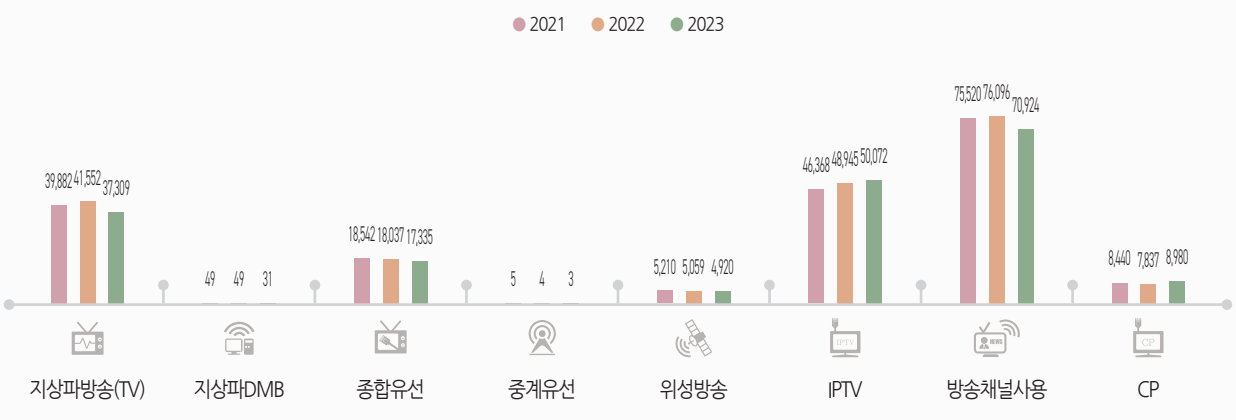
| 구 분 | 2021년 | 2022년 | 2023년 |
|---|---|---|---|
| 지상파방송사업자 | 50 | 55 | 60 |
| 지상파DMB사업자(지상파방송사업자 포함) | 18 | 18 | 17 |
| 종합유선방송사업자 | 90 | 90 | 90 |
| 중계유선방송사업자[2)] | 23 | 19 | 19 |
| 위성방송사업자 | 1 | 1 | 1 |
| 방송채널사용사업자[3)] | 180 | 179 | 177 |
| IPTV제공사업자 | 3 | 3 | 3 |
| IPTV콘텐츠사업자(CP) | 36 | 36 | 35 |
| 전 체 | 401 | 401 | 402 |

주1) 사업자 수 합계는 전광판방송사업자 수(2021년 21개, 2022년 22개, 2023년 21개) 제외
주2) 과학기술정보통신부에 등록된 사업자 중 운영을 하지 않거나 폐업한 사업자를 제외한 조사대상 19개
주3) 2023년 기준 방송채널사용사업자수는 지상파, 지상파DMB 겸업 사업자 9개 사를 포함하여 177개

## 03 방송사업 매출 현황

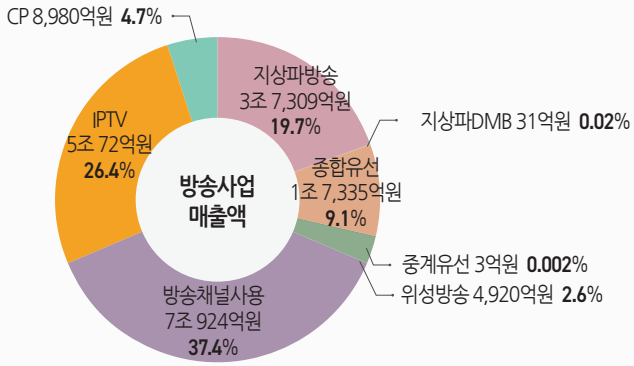
- 2023년 국내 방송사업자의 총 방송사업매출 규모는 전년 대비 4.1% 감소한 18조 9,575억 원
- 지상파방송은 전년 대비 10.2% 감소한 3조 7,309억 원을 기록하였고, 방송채널사용사업도 6.8% 감소한 7조 924억 원 기록
- 유료방송매체 간 경쟁심화 속에 종합유선방송은 전년 대비 3.9% 감소한 1조 7,335억 원, 위성방송은 2.7% 감소한 4,920억 원을 기록
- 중계유선(-6.9%)과 지상파DMB(-36.2%)도 매출액 감소가 이어지면서 각각 3억 원, 31억 원 매출 기록
- 한편, 꾸준한 성장세를 유지하고 있는 IPTV의 방송사업매출은 전년 대비 2.3% 증가한 5조 72억 원, CP사업자는 14.6% 증가한 8,980억 원 달성
- 방송사업매출 점유율은 방송채널사용사업(37.4%)이 가장 높고, 다음이 IPTV(26.4%), 지상파방송(19.7%), 종합유선방송(9.1%)의 순

[그림 1] 방송사업별 방송사업매출액 추이(2021~2023) (단위: 억 원)




주1) 지상파DMB에는 와이티엔디엠비 포함(한국디엠비는 23년 폐업)
주2) CP에 대한 조사는 2023년 현황부터 시작되었으나 그 이전 연도 매출액은 『방송사업자 재산상황 공표집』에 따름

[그림 2] 방송사업자별 방송사업매출 점유율(2023년 기준)

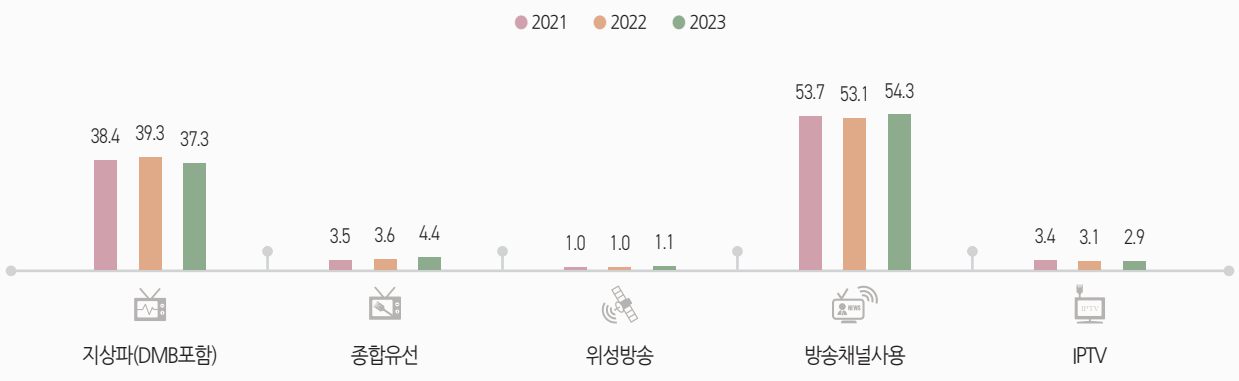



- 2023년도 전체 방송광고시장 규모는 전년 대비 19.2% 감소한 2조 4,905억 원
- 지상파방송(지상파DMB 포함)은 광고매출이 전년 대비 23.3% 감소한 9,279억 원, 방송채널사용사업은 전년 대비 17.4% 감소한 1조 3,522억 원
- 유료방송의 경우, 종합유선방송만 전년 대비 0.8% 증가(1,105억 원)한 가운데, 위성방송은 전년 대비 10.2% 감소한 275억 원, IPTV는 전년 대비 24.7% 감소한 724억 원
- 점유율은 방송채널사용사업과 지상파방송(지상파DMB 포함)이 상대적으로 매우 높은 편인데, 2023년 지상파방송의 점유율은 감소하였으나(2022년 39.3% → 2023년 37.3%) 방송채널사용사업의 점유율은 증가(2022년 53.1% → 2023년 54.3%)

[표 2] 방송사업자별 광고매출 추이(2021~2023) (단위: 억 원)

| 구 분 | 2021년 | 2022년 | 2023년 | '21년~'22년 증감률 | '22년~'23년 증감률 |
|---|---|---|---|---|---|
| 지상파(DMB포함) | 12,110 | 12,104 | 9,279 | -0.05% | -23.3% |
| 종합유선 | 1,090 | 1,096 | 1,105 | 0.5% | 0.8% |
| 위성방송 | 330 | 307 | 275 | -7.0% | -10.2% |
| 방송채널사용 | 16,912 | 16,363 | 13,522 | -3.2% | -17.4% |
| IPTV | 1,071 | 961 | 724 | -10.2% | -24.7% |
| 합 계 | 31,512 | 30,831 | 24,905 | -2.2% | -19.2% |

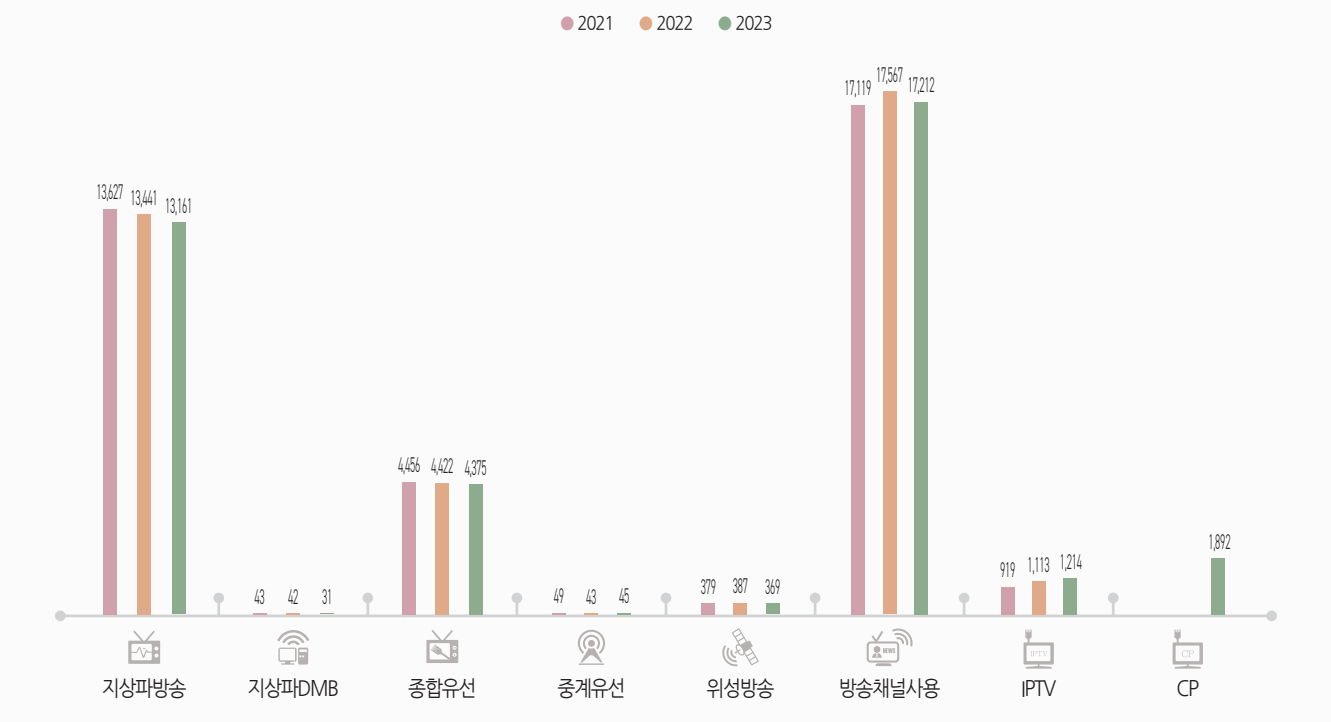
[그림 3] 방송사업자별 광고매출 점유율 추이(2021~2023) (단위: %)



## 04 종사자 현황

- 신규 조사대상이 된 CP를 포함한 2023년 방송산업 총 종사자 수는 3만 8,299명으로 전년 대비 1,284명 증가
- CP 종사자(1,892명)가 포함되어 총 종사자 수가 수치상 증가하였으나, CP 종사자를 제외할 경우 전년 대비 608명 감소
- 성장세인 IPTV는 전년 대비 9.1%(101명) 증가한 1,214명(통신을 제외한 IPTV 사업 부문 종사자)
- 중계유선방송은 그간 지속적으로 종사자 수가 줄었으나 2023년에는 전년보다 4.7%(2명) 증가한 45명
- 이외 부문에서는 모두 종사자 수가 감소하였는데, 지상파방송은 2.1%(280명) 감소한 1만 3,161명, 지상파DMB는 26.2%(11명) 감소한 31명, 종합유선방송은 1.1%(47명) 감소한 4,375명, 방송채널사용사업은 2.0%(355명) 감소한 1만 7,212명, 위성방송은 4.7%(18명) 감소한 369명
- 인력 비중은 방송채널사용사업이 44.9%로 가장 크며, 다음이 34.4%의 비중을 갖는 지상파방송이고, 새로 조사된 CP의 비중은 4.9%

**[그림 4] 방송사업자별 종사자 수의 연도별 추이(2021~2023)** (단위: 명)




주1) 지상파DMB 종사자 중 지상파방송 3사(KBS, MBC, SBS)와 지역지상파 사업자의 종사자인 경우는 지상파방송 종사자 현황에 포함됨
주2) 방송채널사용사업자 종사자 수에는 지상파, 지상파DMB 겸업 사업자의 종사자 수는 제외됨
주3) CP 사업자의 종사자 수는 2023년부터 조사함

## 05 유료방송 가입자 현황

- 2023년 12월 말 기준 전체 유료방송 가입자 수는 3,630만 단자로 전년도와 동일한 수준이며 증가율은 2016년 이후 지속적으로 하락

  ※ 성장률: ('16) 6.2% → ('17) 5.5% → ('18) 3.5% → ('19) 3.2% → ('20) 2.9% → ('21) 2.8% → ('22) 1.5% → ('23) 0.0%

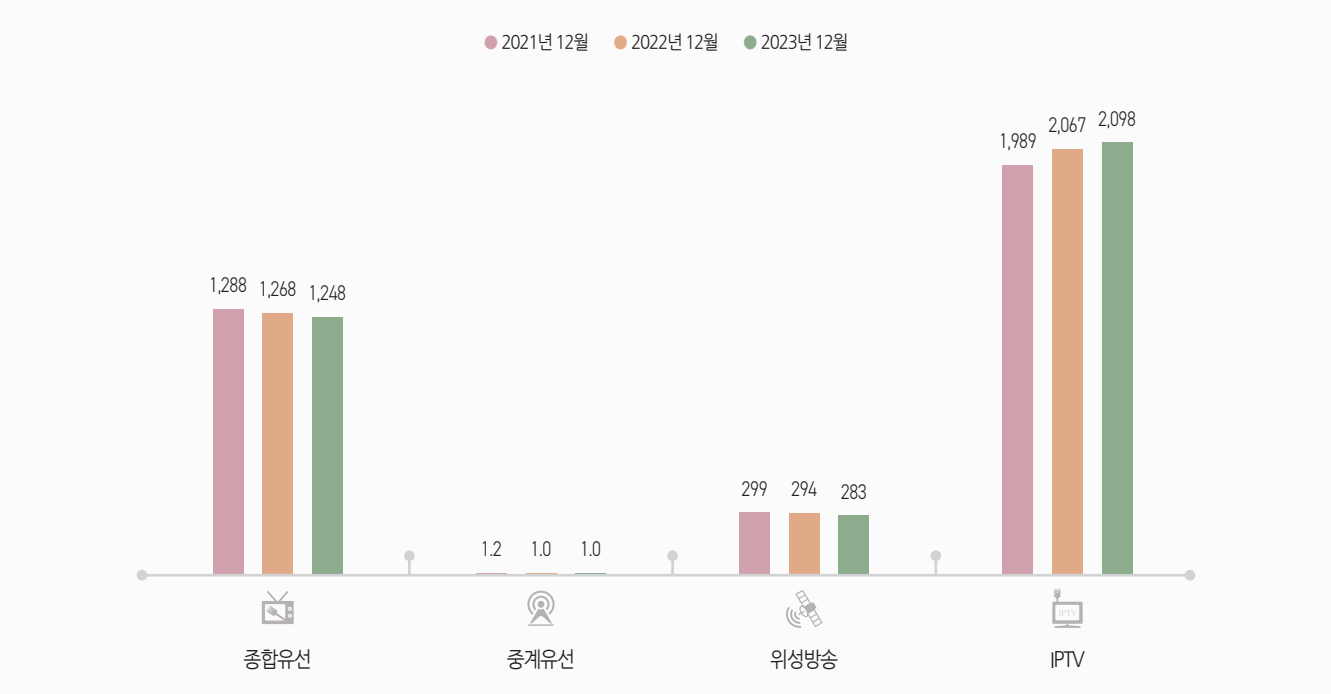
- 종합유선방송 가입자는 최근 지속적 감소세로 2023년에는 전년 대비 1.6%(20만) 감소한 1,248만 단자

- 중계유선방송 가입자 역시 지속적 감소를 보이며 2023년에 전년 대비 2.8%(0.03만) 감소한 1만 단자

- 위성방송 가입자는 2018년 이래 감소로 전향하여 2023년에 전년 대비 3.7%(11만) 감소한 283만 단자

- IPTV만 꾸준히 가입자 규모를 확대하여 전년 대비 1.5%(31만) 증가한 2,098만 단자

**[그림 5] 유료방송 가입자 추이(2021~2023, 연말 기준)** (단위: 만 단자)




주1) 종합유선방송, 위성방송, IPTV의 가입자 수는 과학기술정보통신부 제2017-7호「유료방송사업 가입자 수 검증에 관한 고시(2017.8.24)(일부개정 2018.12.31)」 기준으로 작성
※ 2015년부터 유료방송 가입자 수는 공동수신설비 유지보수 계약자, 영업 외 목적 무료가입자, 위성방송만 수신 가능한 예외지역의 가입자 수를 제외하고 산출

주2) GTS(위성·IPTV의 결합상품으로 Genie TV Skylife의 줄임말)에서 실시간방송을 KT스카이라이프로부터만 제공받는 가입자는 KT스카이라이프 가입자로 산정하고 KT와 KT스카이라이프의 실시간방송을 모두 제공받는 가입자는 각 사업자에 절반씩 산정

## 06 방송 프로그램 제작·구매비

- CP 사업자가 조사 대상에 신규 포함되면서 2023년 전체 방송사업자의 방송프로그램 제작과 구매 총 비용은 3조 8,682억 원으로 전년(3조 2,492억 원)대비 6,190억 원 증가
- 2023년 실적에는 CP 사업자의 제작과 구매비(5,545억 원)가 반영됨으로써 증가 폭이 늘어남
- CP의 제작·구매를 제외할 경우 총 증가 규모는 645억 원(2.0% 증가)에 그침
- 2023년 총 제작·구매의 항목별 증가 금액을 살펴보면 구매(2,979억 원), 자체제작(2,787억 원), 외주제작(426억 원) 순으로 전년 대비 금액이 증가함
- 2023년 전체 방송의 프로그램 제작과 구매비용 중 자체제작비가 차지하는 비율은 46.0%로 가장 높고, 외주제작(27.0%)과 구매(27.0%)가 차지하는 비중은 동일함

[표 3] 전체 방송[1]의 프로그램 제작과 구매[2] 현황(2021~2023년)

| 구 분[3] | 전체 방송(단위: 억 원) | | | '22년 대비 '23년 증감률[4] | 점유율 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2021년 | 2022년 | 2023년 | | |
| 자체제작 | 14,120 | 15,005 | 17,792 | 18.6% | 46.0% |
| 외주제작 | 9,389 | 10,029 | 10,455 | 4.2% | 27.0% |
| 구매 | 6,577 | 7,452 | 10,431 | 40.0% | 27.0% |
| 기타 | 6 | 6 | 4 | -33.9% | 0.0% |
| 합 계 | 30,092 | 32,492 | 38,682 | 19.0%[4] | 100.0% |

주1) 전체 방송에는 지상파방송, 방송채널사용사업, 지상파DMB, 종합유선방송, 위성방송, IPTV, CP가 포함
주2) 본 보고서의 방송 프로그램 제작 · 구매비는 당해 제작과 구매가 완료된 방송 프로그램의 직접비(외부 장비 · 시설 이용료, 원고출연료, 음향영상재료비, 제작진행비 등) 기준이며, 내부 인건비와 간접비 등은 포함되지 않음
※ 방송통신위원회의 「방송사업자 재산상황 공표집」의 방송 프로그램 제작 · 구매비 기준은 매출원가 기준으로 인건비, 간접비를 포함하며, 재방영에 대한 무형자산 상각액을 인정하는 등 본 조사의 기준과 상이함
주3) 자체제작에는 공동제작 포함, 외주제작에는 순수외주, 특수관계사외주 포함, 구매는 국내구매와 국외구매 포함
주4) 2023년 실적은 조사대상에 CP사업자가 추가되면서 증가율이 커진 것이므로 해석에 주의할 것(CP를 제외할 경우 총액 증감률은 2.0%)

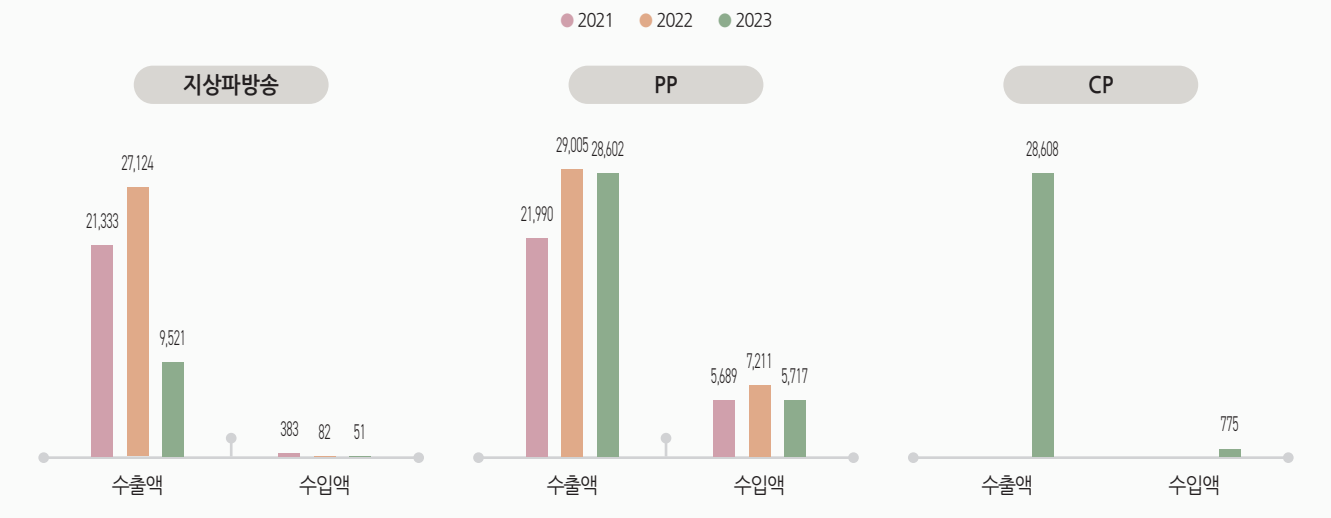
## 07 방송 프로그램 수출입

- 지상파방송, PP, CP를 포함한 총 수출액(방송프로그램(완성품), 해외교포지원방송, 비디오/DVD판매, 타임블럭, 포맷 등 포함)은 1억 603만 달러 증가한 6억 6,731만 달러, 총수입액은 749만 달러 감소한 6,544만 달러
- 실적 집계의 기준이 변경*되면서 2023년 지상파방송의 수출액은 수치상 크게 감소하였으나(전년 대비 1조 7,603만 달러 감소), 이전 기준(지상파+계열CP)으로 집계시 지상파방송의 수출액은 전년 대비 3.3%(899만 달러) 증가

  * 2023년 현황부터 지상파와 그 계열 CP 간 실적이 분리되면서 지상파의 계열 CP를 통해 이루어졌던 수출입이 2023년부터 지상파의 실적이 아닌 CP의 실적으로 집계

- 2023년 지상파방송의 수입은 전년 대비 31만 달러 감소한 51만 달러
- 2023년 PP의 수출은 전년 대비 1.4% 감소한 2억 8,602만 달러이며, 수입은 20.7% 감소한 5,717만 달러
- 2023년 CP의 수출은 2억 8,608만 달러로 PP와 비슷한 수준이며, CP의 수출액 중 지상파 계열 CP가 차지하는 비중은 약 65%

**[그림 6] 방송사 수출입 추이(2021~2023년)** (단위: 만 달러)




주1) 수출입은 직접 수출과 수입 부분만 포함(국내 유통사를 통한 수출입은 제외)
주2) 수출입 총액에는 방송프로그램(완성품) 이외에 해외교포방송지원, 비디오/DVD 판매, 타임블럭, 포맷, 기타가 포함
주3) 2023년 현황부터 지상파3사와 그 계열 CP의 실적을 분리하여 조사하면서, 그 동안 계열 CP를 통해 이루어진 지상파방송 프로그램의 수출입이 CP의 실적으로 집계되어 지상파방송의 실적이 감소(지상파가 직접 수출입한 실적만 지상파방송 실적으로 반영). 이전 기준(지상파+계열CP)으로 집계시 2023년 지상파방송의 수출액은 899만 달러 증가(+3.3%)한 2억 8,023만 달러에 해당

## 08 요약

- 2023년 국내 방송산업은 광고매출액, 방송프로그램 판매매출 등의 감소와 함께 총매출액이 전년 대비 4.1% 감소한 18조 9,575억 원 기록
- 매체별로 살펴보면 IPTV는 성장세를 이어가고 있지만(매출액 증가율 +2.3%, 가입자 증가율 +1.5%) 나머지 유료방송(종합유선방송, 위성방송)은 가입자 수와 매출액의 감소 추세가 이어지고 있음
- OTT 이용 확산 등으로 2023년 총 유료방송 가입자 수는 정체 상태이며 증가율 0.0%
- 새로 CP 사업자가 조사 대상에 포함되면서 2023년 프로그램 제작·구매비, 수출액, 종사자 수는 수치상으로 크게 증가한 모습이나 실제 증가 규모는 크지 않거나 감소(종사자 수는 감소)
- 2023년 전체 방송사업자의 방송프로그램 제작과 구매 총 비용은 3조 8,682억 원으로 전년(3조 2,492억 원)대비 6,190억 원 증가하였는데, 그 안에는 CP의 제작과 구매비(5,545억 원)가 포함된 것으로, CP를 제외할 경우 2.0% 증가에 해당
- 지상파방송, PP, CP를 포함한 총 수출액은 전년 대비 1억 603만 달러 증가한 6억 6,731만 달러이며, 2022년 기준(비지상파 계열 CP 제외)으로 집계시 총수출액은 0.9% 증가에 해당
- 2022년에는 방송프로그램 구작에 대한 수출 등이 활발하여 수출 증가율(+29.6%)이 컸지만 2023년에는 그러한 요인이 줄면서 수출 증가율이 축소
- 유료방송 구독보다 OTT를 선호하고 전통적인 방송광고보다 모바일 광고를 선호하는 기술 발전과 업계의 변화가 방송산업에 부정적 영향으로 작용

KISDI STAT REPORT

# 과월호 목록

정보통신정책연구원 KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

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

| 발간번호 | 제목 | 저자 | 발간일 |
|---|---|---|---|
| 24-18호 | BERTopic 및 GCN 기반 키워드 분석을 통한 미디어 소비 패턴 연구 | 전수영 | 2024-11-30 |
| 24-17호 | 생성형 인공지능 챗봇 이용 결정요인 탐색: AI 격차 관점 | 오주현 | 2024-10-30 |
| 24-16호 | SNS가 비판적 이해 역량을 감소시키는가? | 고흥석 | 2024-09-30 |
| 24-15호 | Youtube 댓글을 통해 보는 미국 대선 지지 정당 감성분석 | 노희용 | 2024-08-30 |
| 24-14호 | AI 챗봇 인지도 및 이용행태 | 오윤석 | 2024-07-30 |
| 24-13호 | 고용노동통계로 살펴본 산업별 고용 특징 비교 | 서영선 | 2024-07-15 |
| 24-12호 | 디지털 전환(Digital Transformation) 체감도 및 영향력 인식 | 한은영 | 2024-06-30 |
| 24-11호 | 생산연령인구의 4차 산업혁명과 디지털 전환 인식 비교 | 하승희 | 2024-06-15 |
| 24-10호 | 유료방송 가입자의 미디어 소비와 OTT | 정용찬 | 2024-05-30 |
| 24-09호 | 세대별 SNS 이용 현황 | 김윤화 | 2024-05-15 |
| 24-08호 | 뉴스 데이터를 활용한 사회갈등의 탐색 | 서영선 | 2024-04-30 |
| 24-07호 | 휴대용 전자기기 브랜드 선택에 관한 탐구 | 장신재 | 2024-04-15 |
| 24-06호 | 아동·청소년의 미디어 이용행태와 미디어 이용 제한 | 김윤화 | 2024-03-30 |
| 24-05호 | 웨어러블 기기 이용현황 분석 | 박지원 | 2024-03-15 |
| 24-04호 | SNS 이용과 디지털콘텐츠 이용 간 관계 분석 | 장현지 | 2024-02-28 |
| 24-03호 | 인스턴트 메신저 서비스와 동영상 콘텐츠 제공 서비스 이용자의 미디어 이용행태 | 하승희 | 2024-02-15 |
| 24-02호 | 장르별 방송프로그램 품질과 시청자 인식 | 한은영 | 2024-01-30 |
| 24-01호 | 스마트폰과 TV의 시간 점유율 경쟁 | 정용찬 | 2024-01-15 |
| 23-24호 | 2023년 방송산업 실태조사 주요 결과 | 한은영, 오윤석, 하승희 | 2023-12-30 |
| 23-23호 | 2023년 한국미디어패널조사 주요 결과 | 정용찬, 김윤화, 오윤석 | 2023-12-15 |
| 23-22호 | 미디어 리터러시 역량의 지역 격차 | 고흥석 | 2023-11-30 |
| 23-21호 | 누가 온라인 정보를 생산하고 확산시키는가? 비판적 사고를 중심으로 | 오주현 | 2023-11-15 |
| 23-20호 | 코로나19 전후 개인 미디어 이용 행태 및 감정 상태 | 장신재 | 2023-10-30 |
| 23-19호 | 여가용 디지털 콘텐츠 지출현황 분석 | 장현지 | 2023-10-15 |
| 23-18호 | 뉴스 데이터 기반 지수들의 특징 비교 | 서영선 | 2023-09-30 |
| 23-17호 | TV시청자의 시청 경험과 인식 변화 | 한은영 | 2023-09-15 |
| 23-16호 | 태블릿PC 이용자의 미디어 이용행태 분석 | 오윤석 | 2023-08-30 |
| 23-15호 | ICT 고용지수의 의미와 시사점 | 노희용 | 2023-08-15 |
| 23-14호 | 방송사업자 광고매출 현황 분석 | 박지원 | 2023-07-30 |
| 23-13호 | 모바일 간편 송금 및 결제 서비스 이용자의 미디어 이용 행태 | 하승희 | 2023-07-15 |
| 23-12호 | 랜선 공연의 등장과 문화 예술 향유 추이 분석 | 김나연 | 2023-06-30 |
| 23-11호 | MZ세대의 미디어이용 특징 | 김윤화 | 2023-06-15 |
| 23-10호 | 1인 가구의 확산과 미디어 이용 변화 | 정용찬 | 2023-05-30 |
| 23-09호 | 주요국 OTT(비디오 스트리밍) 서비스 이용현황 분석 | 한은영 | 2023-05-15 |
| 23-08호 | 메타버스 이용 현황 및 이용자 특성 | 김윤화 | 2023-04-30 |
| 23-07호 | ICT이머징이슈발굴 시스템을 활용한 2023년 1분기 ICT 산업 동향 분석 | 노희용 | 2023-04-15 |
| 23-06호 | OTT 서비스 플랫폼별 이용행태 비교 | 오윤석 | 2023-03-30 |

# KISDI ICT통계정보연구실

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

## 한국미디어패널조사

**조사 목적**
빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악

**조사 방법**
가구 방문 일대일 면접조사

**조사 대상**
전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

## 방송산업 실태조사

**조사 목적**
방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악

**조사 방법**
인터넷 설문조사

**조사 대상**
과학기술정보통신부 ·방송통신 위원회에 등록된 방송사업자 전수조사

# KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

### 미디어통계포털(KISDI STAT)

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

KISDISTAT
미디어통계포털
http://stat.kisdi.re.kr

▲ 클릭하면 사이트로 이동

### 미디어 통계수첩(2024년 발간)

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

▲ 클릭하면 사이트로 이동