OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

CONTENT K

2025
만화·웹툰 이용자 조사

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2025

KOCCA25-10

2025
만화·웹툰 이용자 조사



KOCCA25-10

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.
본 통계는 국가승인통계가 아닙니다.

2025 한눈에 보는 만화·웹툰 이용

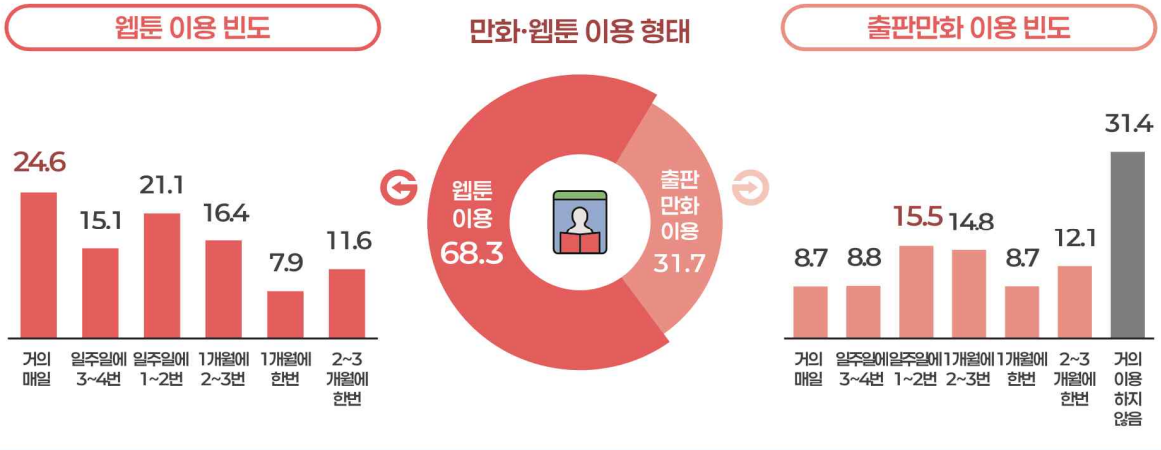
조사기준시점 2024년 5월 ~ 2025년 5월

조 사 대 상 전국 만 10~69세 만화·웹툰 콘텐츠 이용자

1. 만화·웹툰 전반적 이용 행태

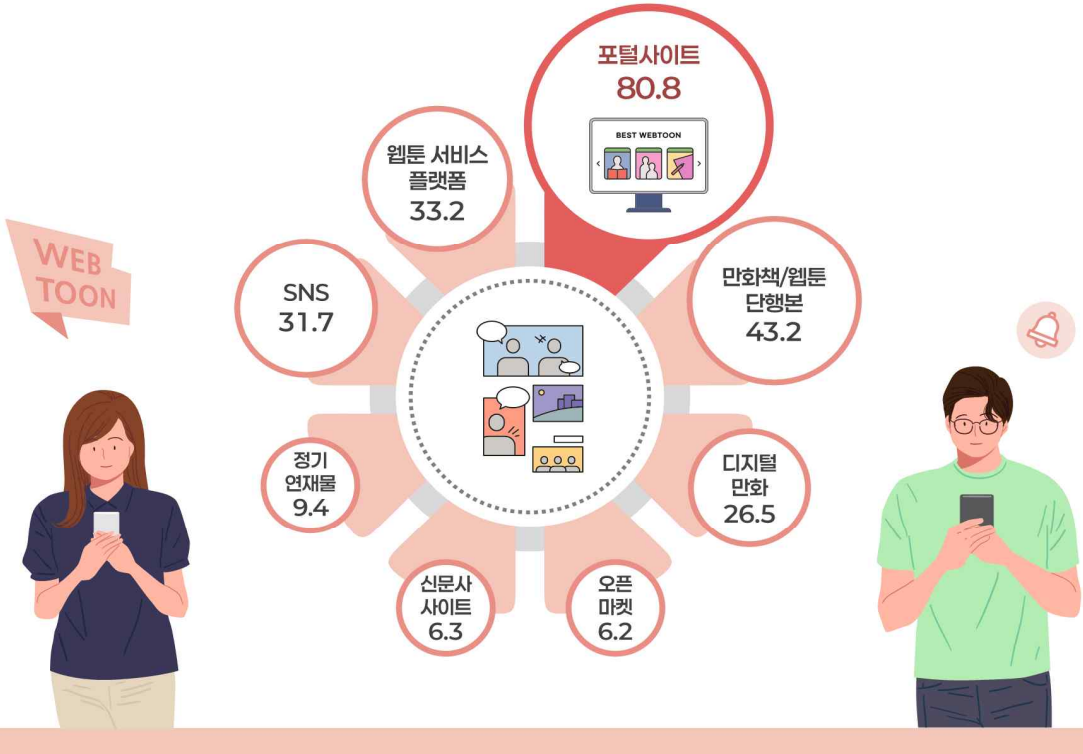
01 만화·웹툰 이용 형태 및 빈도

(Base : 전체, 단위 : %)



02 만화·웹툰 유형별 이용 경험

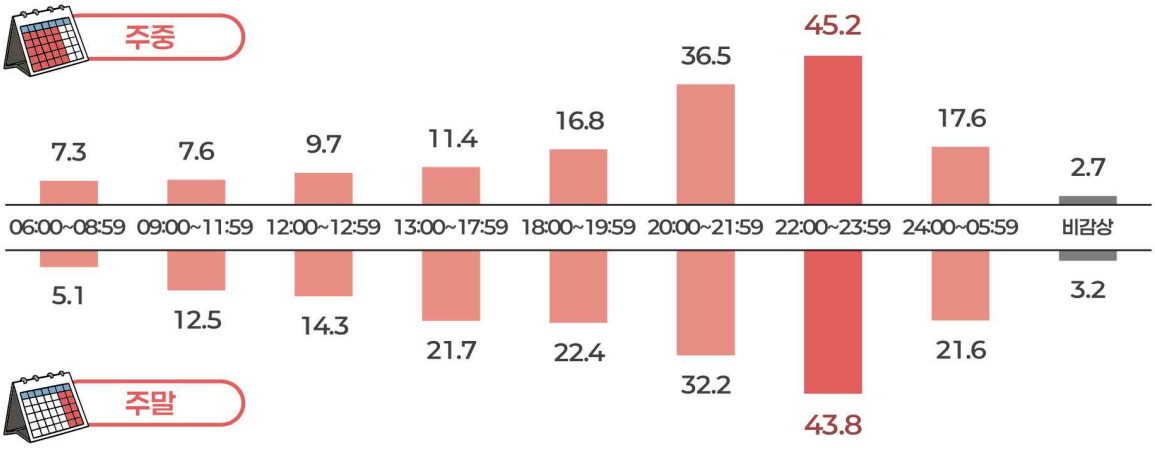
(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %)



2. 웹툰 만화 이용 현황

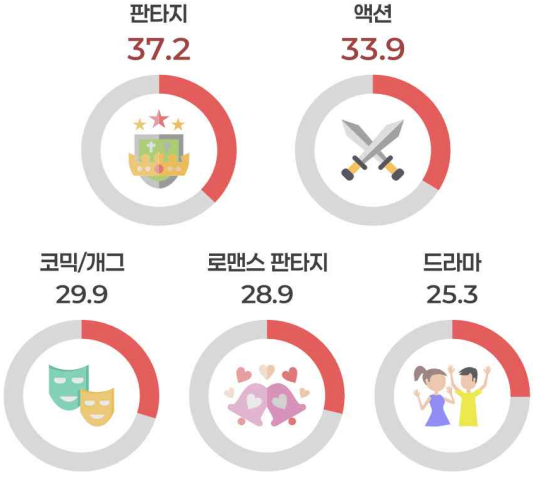
01 웹툰 감상 시간대

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)



02 즐겨보는 웹툰 장르 TOP5

(Base : 웹툰 이용자, 1+2+3순위, 단위 : %)



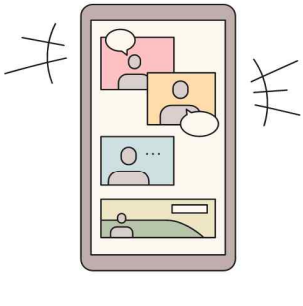
03 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



04 웹툰 주 이용 서비스 TOP10

(Base : 웹툰 이용자, 1+2+3순위, 단위 : %)



네이버웹툰	카카오페이지	네이버시리즈	인스타그램	카카오웹툰
81.4	44.0	28.8	23.9	21.0

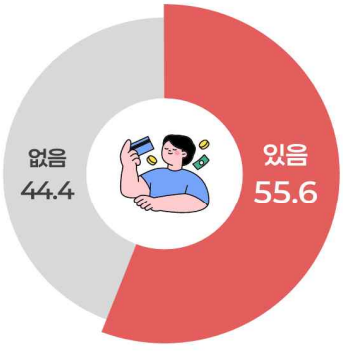
레진코믹스	탑툰	리디	투믹스	포스타입
10.1	7.9	6.7	3.2	3.1

3. 웹툰 유료 이용 현황

01 웹툰 유료 이용 행태

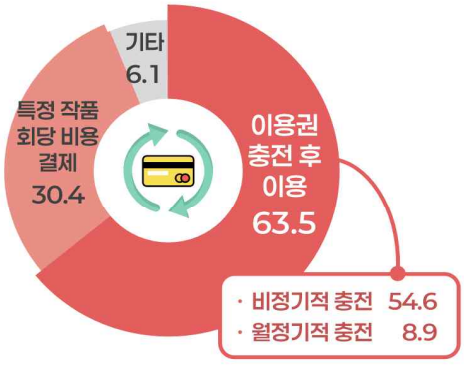
웹툰 유료 결제 여부

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



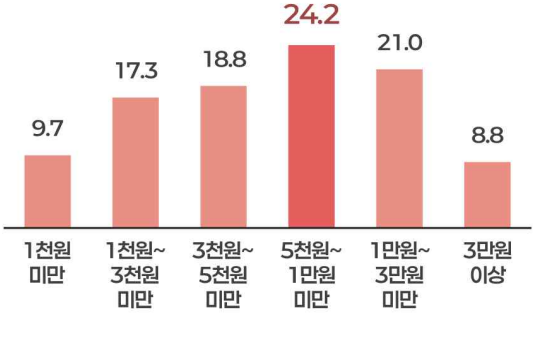
웹툰 유료 결제 방식

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



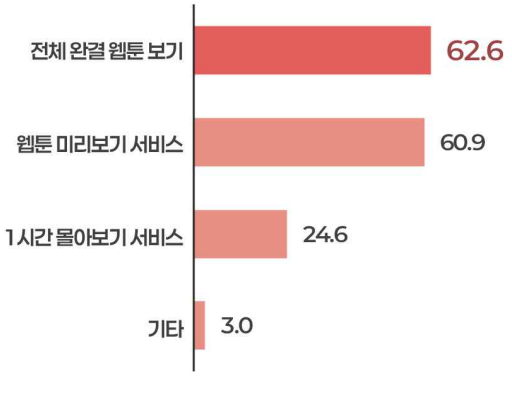
웹툰 월평균 지출 비용

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



웹툰 유료 이용 서비스

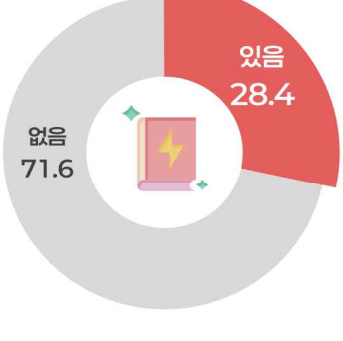
(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 1+2순위, 단위 : %)



02 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 및 이유

웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

(Base : 웹툰 오프라인 단행본 구매자, 단위 : %)

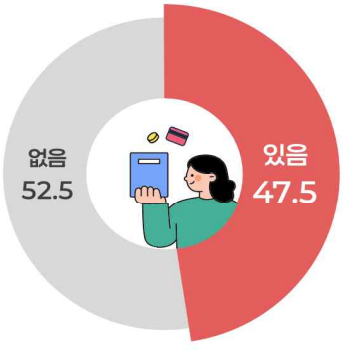
출판만화로 소장, 보관하고 싶어서	39.0
이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서	25.6
웹툰으로 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서	16.6
손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	8.4
부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서	7.8
연재처/플랫폼 서비스 종료로 웹툰 다시 볼 수 없을 것 같아서	2.5
기타	0.1

4. 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 현황

01 출판만화 구매 경험 및 주 구매 장소

출판만화 구매 경험

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



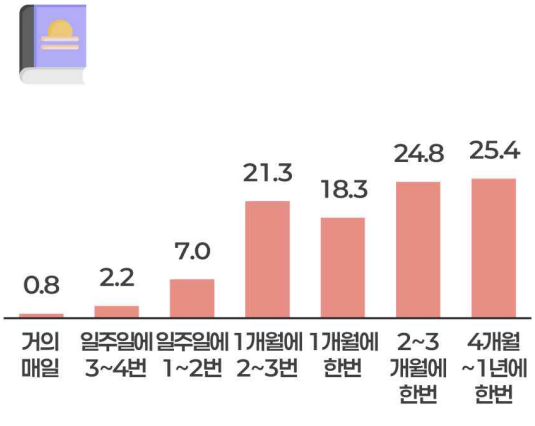
출판만화 주 구매 장소

(Base : 출판만화 구매자, 단위 : %)



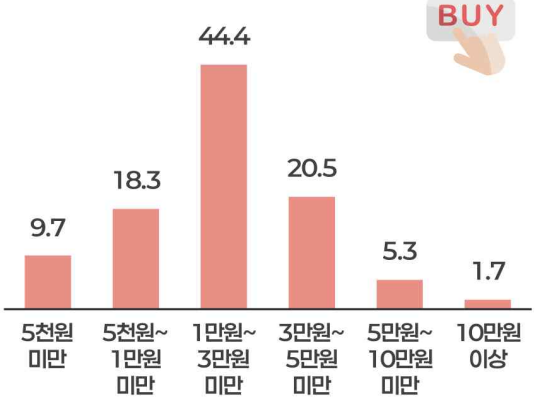
02 출판만화 구매 주기

(Base : 출판만화 구매자, 단위 : %)



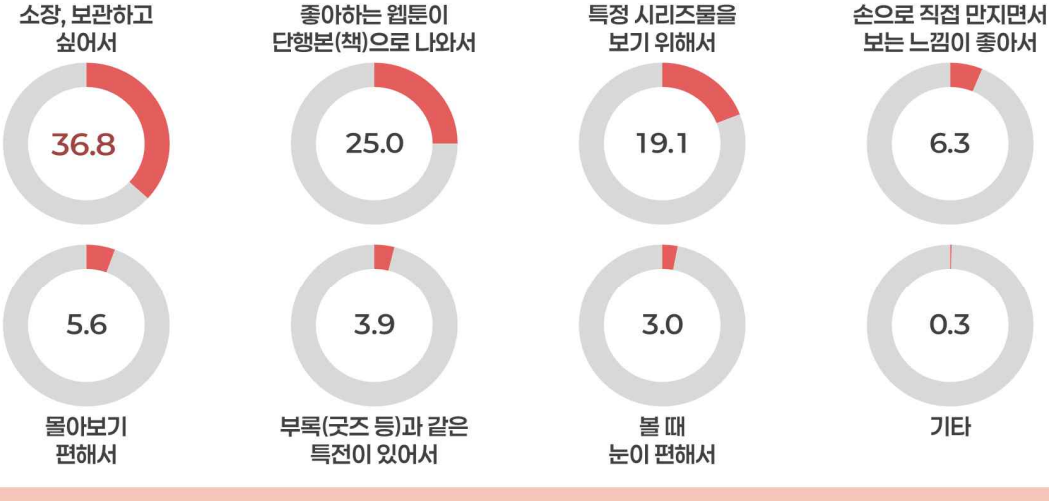
03 출판만화 구매 시 월 평균 지출 비용

(Base : 출판만화 구매자, 단위 : %)



04 출판만화 구매 이유

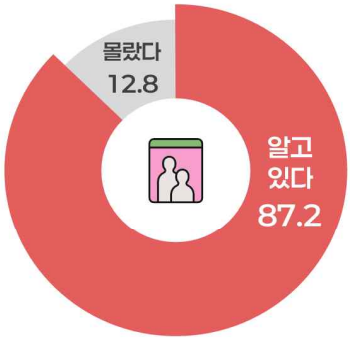
(Base : 출판만화 구매자, 단위 : %)



5. 만화·웹툰 IP 확장(타 콘텐츠 ➡ 만화·웹툰)

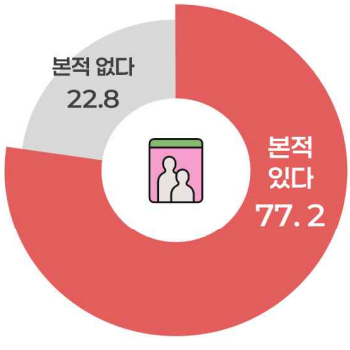
01 타 콘텐츠(IP) 활용 만화·웹툰 인지

(Base : 전체, 단위 : %)



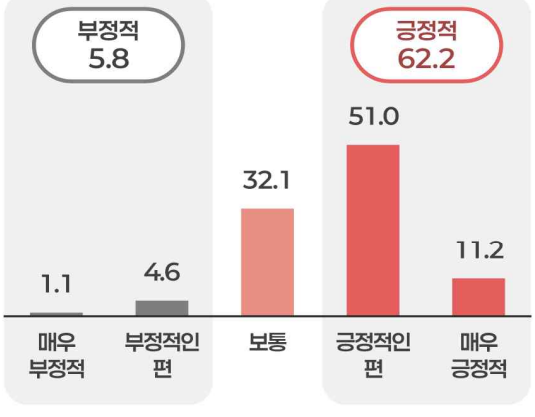
02 타 콘텐츠(IP) 활용 만화·웹툰 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



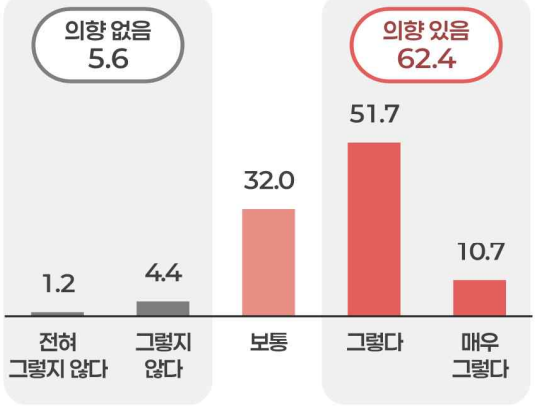
03 타 콘텐츠(IP)를 활용 만화·웹툰 선호도

(Base : 전체, 단위 : %)



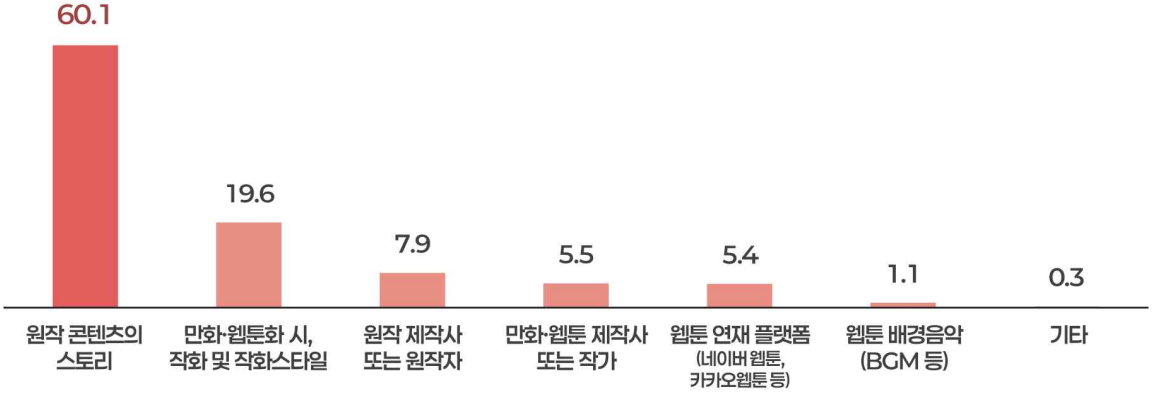
04 타 콘텐츠(IP) 활용 만화·웹툰 이용 의향

(Base : 전체, 단위 : %)



05 타 콘텐츠(IP) 활용 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

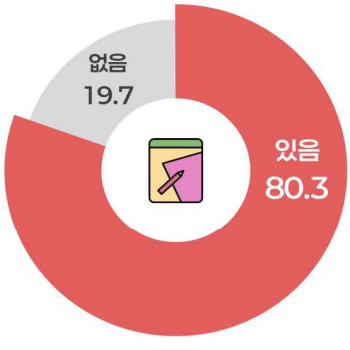
(Base : 전체, 단위 : %)



6. 만화·웹툰 IP 확장(만화·웹툰 ➡ 타 콘텐츠)

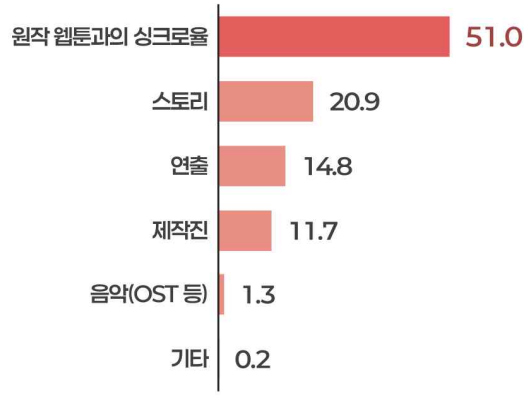
01 만화·웹툰 원작의 2차적 저작물 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



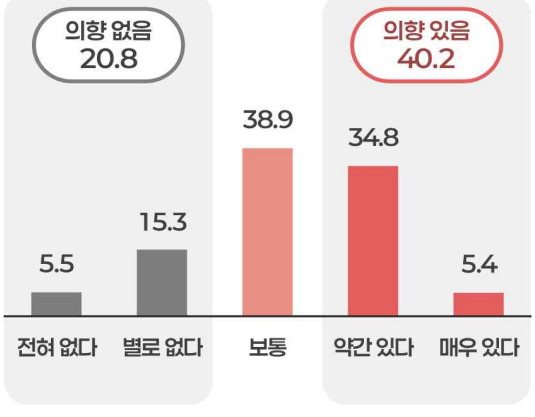
02 만화·웹툰원작의2차적저작물제작시중요요소

(Base : 전체, 단위 : %)



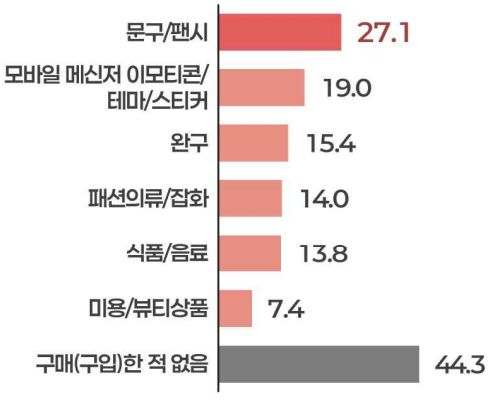
03 만화·웹툰 원작의 2차적 저작물 유료 구매 의향

(Base : 전체, 단위 : %)



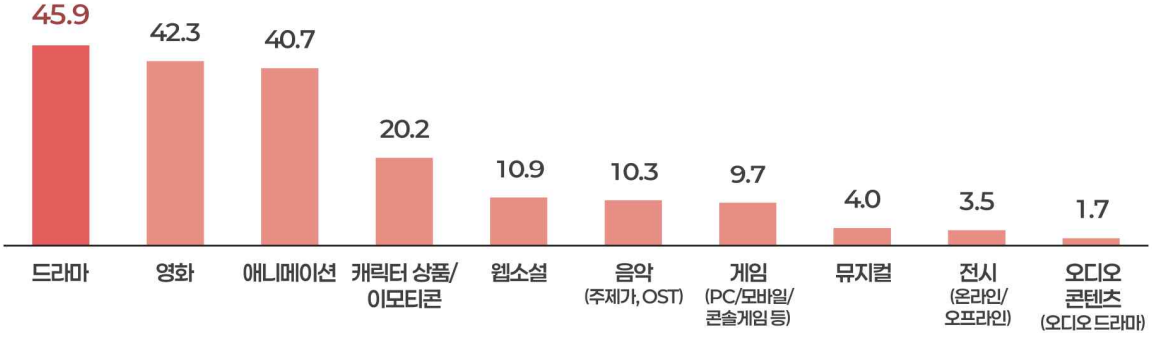
04 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



05 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

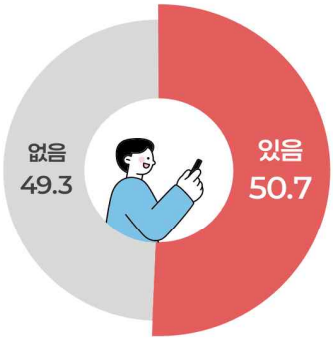
(Base : 전체, 1+2순위, 기타 제외, 단위 : %)



7. 만화·웹툰 숏폼 콘텐츠/인스타툰 이용 현황

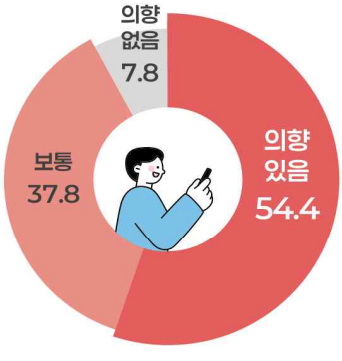
01 만화·웹툰 숏폼 콘텐츠 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



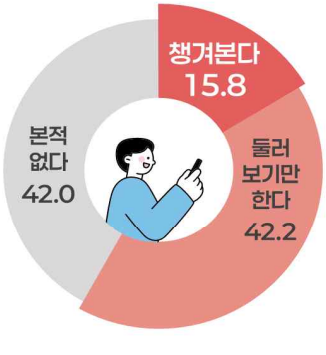
02 만화·웹툰 숏폼 콘텐츠 향후 이용 의향

(Base : 만화·웹툰 숏폼 콘텐츠 이용자, 단위 : %)



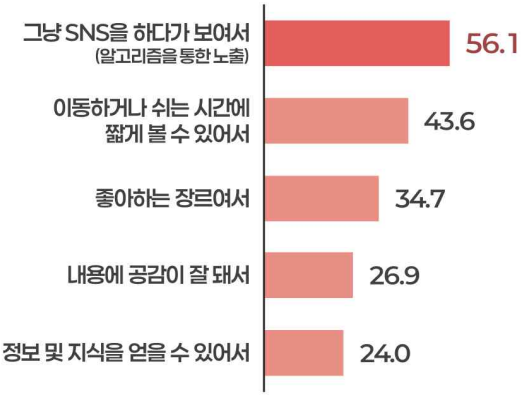
03 인스타툰 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



04 인스타툰 이용 이유 TOP5

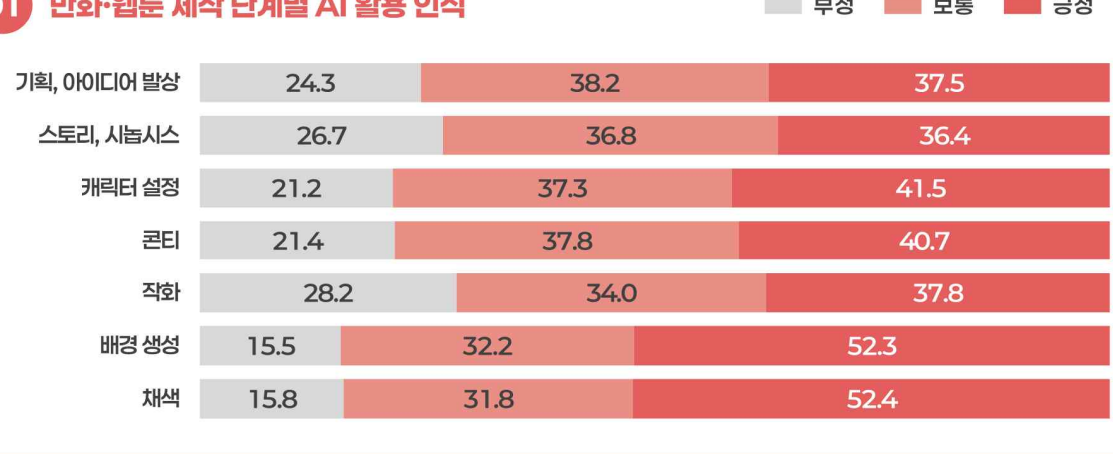
(Base : 인스타툰 이용자, 1+2+3순위, 단위 : %)



8. 만화·웹툰 AI 활용 인식

(Base : 전체, 단위 : %)

01 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용 인식



Contents

제1장 조사 개요 ····· 1
제1절 조사 목적 ····· 3
제2절 조사 체계 ····· 3
1. 최근 3년 이용자 조사 주요 ····· 3
2. 조사 설계 ····· 4
3. 조사 내용 ····· 6
4. 응답자 특성 ····· 9
5. 자료 처리 방법 ····· 10
6. 결과 해석 시 유의사항 ····· 10

제2장 설문 조사 결과 ····· 11
제1절 만화·웹툰 이용 현황 ····· 13
1. 만화·웹툰 이용 빈도 ····· 13
2. 만화·웹툰 이용 경험 ····· 15
제2절 웹툰 이용 ····· 17
1. 웹툰 이용 경험 전반 ····· 17
2. 웹툰 유료 이용 ····· 39
3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매 ····· 48
제3절 출판만화 이용 ····· 52
1. 출판만화 이용 경험 전반 ····· 52
2. 출판만화 구매 ····· 54
3. 출판만화 대여/열람 ····· 63
제4절 만화·웹툰 IP 확장 ····· 65
1. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 IP 확장 ····· 65
2. 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 ····· 70
3. IP 확장 ····· 74
4. 신유형 만화웹툰 이용 행태 ····· 77
제5절 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식 ····· 83
1. 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식 ····· 83
2. 만화웹툰에 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과 ····· 87
3. 만화웹툰에 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항 ····· 88
4. AI 기술이 만화웹툰에 활용 시, 필요 정책에 대한 이용자 인식 ····· 89

부록 설문지 ····· 91
1. 2025 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설문지 ····· 93

Contents

그림목차

그림 2-1-1 웹툰 이용 빈도 ····· 13
그림 2-1-2 출판만화 이용 빈도 ····· 14
그림 2-1-3 만화·웹툰 평균 이용 비율 ····· 15
그림 2-1-4 만화·웹툰 유형별 이용 경험 ····· 16
그림 2-2-1 웹툰 정보 획득 경로 ····· 17
그림 2-2-2 웹툰 선택 기준 ····· 20
그림 2-2-3 웹툰 감상 시간대 ····· 22
그림 2-2-4 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수 ····· 24
그림 2-2-5 웹툰 이용 시 선호 방식 ····· 25
그림 2-2-6 웹툰 주 이용 장소 ····· 26
그림 2-2-7 웹툰 주 이용 기기 ····· 27
그림 2-2-8 웹툰 주 이용 서비스 ····· 28
그림 2-2-9 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유 ····· 31
그림 2-2-10 웹툰 이용 시 고려 기준 ····· 33
그림 2-2-11 즐겨보는 웹툰 장르 ····· 36
그림 2-2-12 웹툰 유료 결제 경험 및 결제 빈도 ····· 39
그림 2-2-13 웹툰 유료 결제 방식 ····· 41
그림 2-2-14 웹툰 월평균 지출 비용 ····· 42
그림 2-2-15 이용한 웹툰 유료 서비스 ····· 43
그림 2-2-16 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법 ····· 45
그림 2-2-17 웹툰 유료 결제 의향 ····· 46
그림 2-2-18 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용 ····· 47
그림 2-2-19 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 및 구매 이유 ····· 48
그림 2-2-20 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향 ····· 50
그림 2-2-21 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향 ····· 51
그림 2-3-1 출판만화 주 이용 장소 ····· 52
그림 2-3-2 즐겨보는 출판만화 작품 유무 ····· 53
그림 2-3-3 출판만화 구매 경험 및 주 구매 장소 ····· 54
그림 2-3-4 구매한 출판만화 유형 ····· 56
그림 2-3-5 구매한 출판만화의 국내 원작만화 여부 ····· 57
그림 2-3-6 구매한 해외 원작만화의 제작 국가 ····· 58
그림 2-3-7 출판만화 구매 주기 ····· 59
그림 2-3-8 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용 ····· 60
그림 2-3-9 출판만화 구매 이유 ····· 61
그림 2-3-10 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용 ····· 62
그림 2-3-11 출판만화 대여/열람 경험 ····· 63
그림 2-3-12 출판만화 대여/열람 방식 ····· 64
그림 2-4-1 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지 ····· 65
그림 2-4-2 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험 ····· 66

그림 2-4-3 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 인식 ····· 67
그림 2-4-4 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소 ····· 68
그림 2-4-5 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향 ····· 69
그림 2-4-6 만화.웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 이용 경험 ····· 70
그림 2-4-7 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 인식 ····· 71
그림 2-4-8 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소 ····· 72
그림 2-4-9 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향 ····· 73
그림 2-4-10 만화.웹툰 관련 상품 구매 경험 ····· 74
그림 2-4-11 만화.웹툰IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠 ····· 75
그림 2-4-12 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험 ····· 77
그림 2-4-13 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도 ····· 78
그림 2-4-14 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 지속 이용 의향 ····· 79
그림 2-4-15 인스타툰 이용 경험 ····· 80
그림 2-4-16 인스타툰 이용 이유 ····· 81
그림 2-5-1 만화·웹툰 제작 단계별AI 활용에 대한 이용자 인식 ····· 83
그림 2-5-2 만화.웹툰에 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과 ····· 87
그림 2-5-3 만화.웹툰에 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항 ····· 88
그림 2-5-4 AI 기술이 만화.웹툰에 활용 시, 필요 정책에 대한 이용자 인식 ····· 89

Contents

표목차

표 1-2-1 만화·웹툰 이용자 조사 주요 변경 및 유지 사항 ····· 4
표 1-2-2 만화·웹툰 이용자 조사 온라인 조사 설계 ····· 5
표 1-2-3 만화·웹툰 콘텐츠 유형 ····· 6
표 1-2-4 만화·웹툰 이용자 조사 설문 내용 ····· 7
표 1-2-5 2025년 만화·웹툰 이용자 조사 응답자 특성 ····· 9
표 2-1-1 웹툰 이용 빈도 ····· 13
표 2-1-2 출판만화 이용 빈도 ····· 14
표 2-1-3 만화·웹툰 평균 이용 비율 ····· 15
표 2-1-4 만화·웹툰 유형별 이용 경험 ····· 16
표 2-2-1 웹툰 정보 획득 경로(1순위) ····· 18
표 2-2-2 웹툰 정보 획득 경로(1+2+3순위) ····· 19
표 2-2-3 웹툰 선택 기준 ····· 21
표 2-2-4 웹툰 감상 시간대(주중) ····· 23
표 2-2-5 웹툰 감상 시간대(주말) ····· 23
표 2-2-6 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수 ····· 24
표 2-2-7 웹툰 이용 시 선호 방식 ····· 25
표 2-2-8 웹툰 주 이용 장소 ····· 26
표 2-2-9 웹툰 주 이용 기기 ····· 27
표 2-2-10 웹툰 주 이용 서비스(1순위) ····· 29
표 2-2-11 웹툰 주 이용 서비스(1+2+3순위) ····· 30
표 2-2-12 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유(1순위) ····· 32
표 2-2-13 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유(1+2순위) ····· 32
표 2-2-14 웹툰 이용 시 고려 기준 –작품 외부 요소(1순위) ····· 34
표 2-2-15 웹툰 이용 시 고려 기준 –작품 외부 요소(1+2+3순위) ····· 34
표 2-2-16 웹툰 이용 시 고려 기준 –작품 내부 요소 및 기타(1순위) ····· 35
표 2-2-17 웹툰 이용 시 고려 기준 –작품 내부 요소 및 기타(1+2+3순위) ····· 35
표 2-2-18 즐겨보는 웹툰 장르(1순위) ····· 37
표 2-2-19 즐겨보는 웹툰 장르(1+2+3순위) ····· 38
표 2-2-20 웹툰 유료 결제 경험 ····· 39
표 2-2-21 웹툰 유료 결제 빈도 ····· 40
표 2-2-22 웹툰 유료 결제 방식 ····· 41
표 2-2-23 웹툰 월평균 지출 비용 ····· 42
표 2-2-24 이용한 웹툰 유료 서비스(1순위) ····· 43
표 2-2-25 이용한 웹툰 유료 서비스(1+2순위) ····· 44
표 2-2-26 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법 ····· 45
표 2-2-27 웹툰 유료 결제 의향 ····· 46
표 2-2-28 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용 ····· 47
표 2-2-29 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 ····· 48
표 2-2-30 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유 ····· 49

표 2-2-31 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향 ····· 50
표 2-2-32 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향 ····· 51
표 2-3-1 출판만화 주 이용 장소 ····· 52
표 2-3-2 즐겨보는 출판만화 작품 유무 ····· 53
표 2-3-3 출판만화 구매 경험 ····· 55
표 2-3-4 출판만화 주 구매 장소 ····· 55
표 2-3-5 구매한 출판만화 유형 ····· 56
표 2-3-6 구매한 출판만화의 국내 원작만화 여부 ····· 57
표 2-3-7 구매한 해외 원작만화의 제작 국가 ····· 58
표 2-3-8 출판만화 구매 주기 ····· 59
표 2-3-9 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용 ····· 60
표 2-3-10 출판만화 구매 이유 ····· 61
표 2-3-11 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용 ····· 62
표 2-3-12 출판만화 대여/열람 경험 ····· 63
표 2-3-13 출판만화 대여/열람 방식 ····· 64
표 2-4-1 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지 ····· 65
표 2-4-2 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험 ····· 66
표 2-4-3 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 인식 ····· 67
표 2-4-4 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소 ····· 68
표 2-4-5 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향 ····· 69
표 2-4-6 만화.웹툰원작, 타 장르IP 확장 콘텐츠 이용 경험 ····· 70
표 2-4-7 만화·웹툰 원작, 타 장르IP 확장 콘텐츠 인식 ····· 71
표 2-4-8 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소 ····· 72
표 2-4-9 만화·웹툰 원작, 타 장르IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향 ····· 73
표 2-4-10 만화.웹툰관련 상품 구매 경험 ····· 74
표 2-4-11 만화.웹툰IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1순위) ····· 76
표 2-4-12 만화.웹툰IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1+2순위) ····· 76
표 2-4-13 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험 ····· 77
표 2-4-14 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도 ····· 78
표 2-4-15 만화.웹툰기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도 ····· 79
표 2-4-16 인스타툰 이용 경험 ····· 80
표 2-4-17 인스타툰 이용 이유(1순위) ····· 82
표 2-4-18 인스타툰 이용 이유(1순위) ····· 82
표 2-5-1 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_1) 기획, 아이디어 발상 ····· 83
표 2-5-2 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_2) 스토리, 시놉시스 ····· 84
표 2-5-3 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_3) 캐릭터 설정 ····· 84
표 2-5-4 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_4) 콘티 ····· 85
표 2-5-5 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_5) 작화 ····· 85
표 2-5-6 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_6) 배경 생성 ····· 86

Contents

표목차

표 2-5-7 만화·웹툰 제작 단계별AI 활용에 대한 이용자 인식_7) 채색 ····· 86
표 2-5-8 만화.웹툰에AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과 ····· 87
표 2-5-9 만화.웹툰에AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항 ····· 88
표 2-5-10 AI 기술이 만화.웹툰에활용 시, 필요 정책(1순위) ····· 89
표 2-5-11 AI 기술이 만화.웹툰에활용 시, 필요 정책(1+2순위) ····· 90

제1장

조사 개요

제1절 조사 목적 03
제2절 조사 체계 03

제1절 조사 목적

- 본 조사는 만 10~69세 전 국민을 대상으로 2025년 전반적인 만화·웹툰 이용 행태 및 인식을 포함하고 있다. 웹툰의 경우 웹툰 이용 현황, 웹툰 이용 경험 전반, 웹툰 유료 이용, 웹툰 단행본 구매 등 웹툰 이용 행태를 조사하였다. 출판만화는 출판만화 이용 현황, 출판만화 이용 경험 전반, 출판만화 구매, 출판만화 대여/열람 등 출판만화 이용 행태를 조사하였다. 특히 2025년 조사에서는 만화·웹툰 산업에서 AI 기술의 도입과 활용에 대한 이용자의 수용성을 확인하기 위해 제작 단계별 기술 활용에 대한 견해를 확인해 보았으며, 아울러 만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠와 인스타툰 이용 행태에 대해서도 파악해 보았다. 또한, 만화·웹툰의 IP 확장을 고려하여 타 콘텐츠에서 만화·웹툰으로의 확장과 만화·웹툰에서 타 콘텐츠로의 확장을 함께 조사함으로써 양방향 IP 확장 콘텐츠의 이용 수준 및 인식 등을 측정하고자 하였다.
- 본 조사의 목적은 향후 만화·웹툰 전반의 다양한 활동에 대한 조사를 통해, 만화·웹툰 콘텐츠 이용자와 생산자에게 필요한 정보를 제공하고, 만화·웹툰 산업 진흥을 위한 정책 수립의 기초 자료로 활용하는 데 있다.

제2절 조사 체계

1. 최근 3년 이용자 조사 주요

- 만화·웹툰 이용자 조사는 2019년부터 온라인 조사 방식으로 이루어졌다. 2022년 조사부터 2024년까지는 10~60대 모집단을 대상으로 유효표본 3,500명으로 실시하였으며, 2025년 조사에서는 3,000명 규모로 실시하였다.
- 정확한 이용자 조사 결과를 파악하기 위해, 표본의 구성은 전년도에 도출된 이용률 파악 조사에 의한 인구 구성비를 고려하여 추출하였다.

표 1-2-1 만화·웹툰 이용자 조사 주요 변경 및 유지 사항

구분	2023년	2024년	2025년	변경 사항 및 유지 사항 (2024년 대비)
목표 모집단	만 10~69세 전국 17개 시도			유지
표본 규모	유효 표본 3,500명		유효 표본 3,000명	변경
조사 방법	온라인 조사			유지
조사 기관	㈜글로벌리서치	㈜엠브레인리서치	㈜한국리서치	변경
표본 추출 방법	인구 구성비 이전 3개년 조사 평균 콘텐츠 이용률 고려	인구 구성비 이용률 파악 조사 후 사후 가중치 적용	2024년 이용률에 따른 성/연령/지역별 비례할당	변경

2. 조사 설계

- 본 조사의 대상자는 전국에 거주하는 만 10세부터 만 69세 이하의 국민 중 최근 1년 동안 웹툰 또는 출판만화 콘텐츠를 '2~3개월에 1회 이상' 이용한 경험자이다.
- 조사의 표집틀은 조사 수행 기관(㈜한국리서치)이 보유한 패널 94만 명을 설정하였으며, 전년도에 실시한 '콘텐츠 이용률 파악' 조사의 결과를 참고하여 지역별, 성별, 연령별 인구 구성 비율에 따라 조사 패널에게 메일, SMS, 알림톡 등 다양한 방법으로 발송한 후, 만화·웹툰 이용 여부에 따라 목표 표본을 확보하였다.
- 조사 주기는 연 1회이며, 콘텐츠 이용 조사 내용에 대한 응답 기준은 별도의 언급이 없을 경우 2024년 5월~2025년 5월(최근 1년) 기간이다. 자료 수집은 2025년 5~6월(2025.5.29.~2025.6.13.) 동안 온라인 설문조사 방법을 통해 이루어졌다. 수집된 자료는 전문 검증 과정에 따라 에디팅, 클리닝 과정을 거쳤으며, 이 과정에서 자료의 신뢰성이 의심될 경우 응답 자료를 보완하거나 폐기하였다.

표 1-2-2 만화·웹툰 이용자 조사 온라인 조사 설계

구분	내용
목표 모집단	만 10~69세 전 국민
조사 모집단	최근 1년 동안 웹툰 또는 출판만화 콘텐츠를 이용해 본 이용자 '2~3개월에 1회 이상' 이용자
조사 지역	전국
자료 수집 방법	구조화된 설문지를 통한 온라인 조사
표집틀	2025년 4월 기준 행정안전부 제공 주민등록 인구통계 현황 조사 수행기관이 보유한 패널 94만 명 활용
표본 추출 방법	성/연령/지역별 비례 할당
표본오차	95% 신뢰수준에서 ±1.79%p
유효표본	3,000명
자료 수집 기간	2025년 5~6월(2025.5.29.~2025.6.13.)
조사 주관	한국콘텐츠진흥원
조사 수행	㈜한국리서치

3. 조사 내용

3-1. 만화·웹툰 콘텐츠 의미

- 『2025년 만화·웹툰 이용자 조사』에서의 만화·웹툰은 웹툰과 출판만화로 구분하였으며, TV, 극장, 온라인에서 보는 만화영화(애니메이션)와 학습만화는 만화·웹툰에 해당하지 않는다.
- 올해 조사에서는 출판만화의 개념에 '디지털페이지만화 포함'을 명확히 하였으며, 출판만화 유형 중 기존 '오프라인 단행본'은 인지면접 결과를 반영하여 '만화책/웹툰 단행본'으로 변경하였다. 이에 따라 해당 문항의 추이변화를 해석할 때에는 유의가 필요하다.

표 1-2-3 만화·웹툰 콘텐츠 유형

대분류	유형	수단 또는 서비스
웹툰	포털사이트	네이버웹툰, 카카오웹툰, 네이버시리즈, 카카오페이지
	웹툰 서비스(제공) 플랫폼	레진코믹스, 리디, 봄툰, 탑툰, 투믹스, 왓챠, 에이블리 등
	신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	오픈마켓	포스타입, 딜리헙, 알라딘(투비컨티뉴드) 등의 오픈마켓
	SNS	SNS(인스타그램(인스타툰), 페이스북, X(구 트위터), 블로그 등)
출판만화	만화책/웹툰 단행본	원피스, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과 함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들 등
	정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에 연재되는 만화
	디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털스캔만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

· **웹툰** : 세로로 스크롤을 내려서 보는 형식의 컬러 만화
· **디지털페이지만화 :** 출판만화를 스캔해서 보는 경우를 포함해서, 페이지 형식으로 보는 디지털 만화

3-2. 온라인 조사 내용

- 『2025년 만화·웹툰 이용자 조사』는 인식, 매체별 이용 및 구매 행태 등을 확인하기 위하여 주요 문항을 유지하되, 콘텐츠 환경의 변화, 조사 시점의 이슈 등을 고려하여 설문을 수정·보완하였다.

표 1-2-4 만화·웹툰 이용자 조사 설문 내용

대분류	중분류	내용	비고
응답자 일반 현황	지역	전국 17개 시도	
	성별	남성/여성	
	연령	만 10~69세 국내 거주 만화·웹툰 이용자	
이용 현황	웹툰 이용 빈도	거의 매일~거의 이용하지 않음	
	출판만화 이용 빈도	거의 매일~거의 이용하지 않음	
	웹툰·출판만화 이용 방법	이용한 웹툰·출판만화 종류	개선
	이용 경험	웹툰과 출판만화 이용 비율(동시 이용자)	
웹툰 이용	웹툰 이용 전반	웹툰 정보 획득 경로	개선
		웹툰 선택 기준	신규
		웹툰 감상 시간대	
		일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차기준) 수	
		웹툰 이용 시 선호 방식	
		웹툰 주 이용 장소 및 기기	
		웹툰 주 이용 서비스	개선
		웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	
		웹툰 이용 시 고려 기준	개선
		즐겨보는 웹툰 장르	
	웹툰 유료 이용	웹툰 유료 결제 경험 및 빈도	
		웹툰 유료 결제 방식	
		웹툰 유료 월 평균 지출 금액	
		웹툰 유료 서비스 이용 종류	개선
		웹툰 유료 상품 이용 방법	개선
		웹툰 유료 결제 의향	
		웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	
	웹툰 오프라인 단행본 구매	웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	
		웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	
		웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	
	작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스	작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향	신규
출판만화 이용	출판만화 이용 전반	출판만화 주 이용 장소	개선
		즐겨보는 출판만화 작품 유무	개선
	출판만화 구매	출판만화 구매 경험	개선
		출판만화 구매 유형	신규
		출판만화 구매 종류	신규
		출판만화 제작 국가	신규
		출판만화 구매 장소	개선

대분류	중분류	내용	비고
		출판만화 구매 주기	개선
		출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	개선
		출판만화 구매 이유	개선
		출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	개선
	출판만화 대여/열람	출판만화 대여/열람 경험	개선
		출판만화 대여/열람 방식	신규
만화·웹툰 IP 확장	타 콘텐츠 원작 → 만화·웹툰	타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지	신규
		타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험	신규
		타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 인식	신규
		타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소	신규
		타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향	신규
	만화·웹툰 원작 → 타 콘텐츠	만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 이용 경험	신규
		만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 인식	신규
		만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 제작 시 중요 요소	신규
		만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향	신규
		만화·웹툰 관련 상품 구매 경험	개선
		만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	
	신유형 만화·웹툰 이용 행태	만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험	신규
		만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 시청 만족도	신규
		만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 의향	신규
		인스타툰 이용 경험	신규
		인스타툰 이용 이유	신규
	만화·웹툰 AI 기술에 대한 이용자 인식	만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식	신규
		만화·웹툰 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과	신규
		만화·웹툰 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항	신규
		만화·웹툰 AI 활용 관련 필요 정책	신규

4. 응답자 특성

• 본 조사 결과의 응답자 특성은 아래와 같다.

표 1-2-5 2025년 만화·웹툰 이용자 조사 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		(3,000)	100.0
성별	남성	(1,568)	52.3
	여성	(1,432)	47.7
연령별	10대	(400)	13.3
	20대	(562)	18.7
	30대	(577)	19.2
	40대	(566)	18.9
	50대	(503)	16.8
	60대	(392)	13.1
지역별	서울	(576)	19.2
	인천/경기/강원	(1,084)	36.1
	대전/세종/충청	(323)	10.8
	광주/전라/제주	(313)	10.4
	대구/경북	(275)	9.2
	부산/울산/경남	(429)	14.3
이용 형태별	웹툰만	(941)	31.4
	출판만화만	(100)	3.3
	둘 다 이용	(1,959)	65.3
웹툰 이용 빈도별	주당 1회 이상	(1,822)	62.8
	주당 1회 미만	(1,078)	37.2
출판만화 이용 빈도별	주당 1회 이상	(993)	48.2
	주당 1회 미만	(1,066)	51.8

5. 자료 처리 방법

- 수집된 자료(Raw Data)는 에디팅(Editing) → 코딩(Coding) → 데이터 클리닝(Data Cleaning) → 통계 패키지(SPSS 24.0)를 활용한 자료 분석(빈도 및 교차분석)의 절차를 거쳐 통계량을 산출하였다.

6. 결과 해석 시 유의사항

- 표본조사의 경우 일정 수준의 표본오차가 발생하므로 반드시 사례 수의 관찰치(Observed Percentage)에 따른 표본오차(Sampling Error)를 고려해야 한다.
- 문항별로 질문 내용(열(Row))에 따라 인구통계학적 특성을 백분율(%)로 산출하였으며, 결과 값은 소수점 둘째 자리에서 반올림된 값이 제시되므로 백분율 합산 시 라운딩에러(Rounding Error)가 나타날 수 있다.
- 설문 문항 중 중복응답은 카테고리의 사례 수를 전체 사례 수에 근거하여 백분율을 산출하였으며, 1개 이상(1+2순위, 1+2+3순위 등)에 응답한 결과들을 합산하여 집계한 결과이다. 중복응답에 대한 집계는 통상 100.0%를 초과하지만 간혹 100%에 미치지 못하는 경우도 있다.
- 통계표에 사용된 기호 중 '-'은 '해당 숫자 없음'을, '0'은 '단위 미만'을 의미한다.
- 사례 수가 충분하지 않을 경우($n<30$) 극단치의 영향을 받을 수 있으므로 통계적으로 의미를 부여하기 어렵기 때문에 전체 값 또는 세부 집단 간 해석 시 유의해야 한다.
- 본 보고서는 지난 조사 대비 조사 모집단 구성의 변경으로 인해 연도별 이용자 행태의 직접적인 시계열 비교는 한계가 있으나, 조사 결과에 대한 이해를 돕고자 지난 3개년 조사의 결과를 일부 제시하였다.
- 이전 조사에서 설문지 문항 및 보기 수정, 질문 형식 등이 변경되었을 경우 해석 시 유의를 위해 본 보고서 본문 그래프에 해당 변경 사항을 각주로 별도 표기하였다.

제2장

설문 조사 결과

제1절 만화·웹툰 이용 현황 13
제2절 웹툰 이용 17
제3절 출판만화 이용 52
제4절 만화·웹툰 IP 확장 65
제5절 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식 83

제1절 만화·웹툰 이용 현황

1. 만화·웹툰 이용 빈도

1-1. 웹툰 이용 빈도

- 전체 응답자의 60.7%가 '주 1회 이상' 웹툰을 보는 것으로 나타났다. 세부적으로 '거의 매일'이 24.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '일주일에 1~2번'(21.1%)이 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '주 1회 이상'은 20대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-1-1 웹툰 이용 빈도

(Base: 전체, 단위: %)

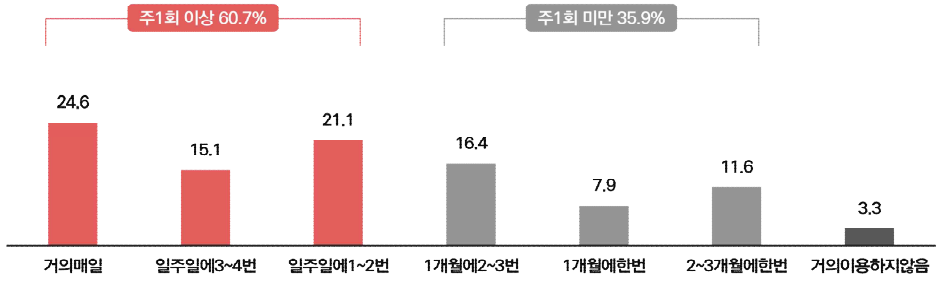


표 2-1-1 웹툰 이용 빈도

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	주 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	주 1회 미만	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	거의 이용하지 않음
전체		(3,000)	60.7	24.6	15.1	21.1	35.9	16.4	7.9	11.6	3.3
성	남성	(1,568)	61.2	24.3	15.7	21.2	35.6	17.3	8.5	9.7	3.2
	여성	(1,432)	60.2	24.9	14.4	20.9	36.3	15.3	7.3	13.8	3.5
연령	10대	(400)	68.5	29.3	16.8	22.5	26.3	14.0	4.8	7.5	5.3
	20대	(562)	73.0	33.3	19.6	20.1	24.9	11.7	6.0	7.1	2.1
	30대	(577)	65.5	28.6	17.0	19.9	32.1	15.3	6.6	10.2	2.4
	40대	(566)	62.2	24.7	14.8	22.6	35.5	17.7	7.4	10.4	2.3
	50대	(503)	47.5	15.3	10.9	21.3	48.7	20.9	10.3	17.5	3.8
	60대	(392)	43.1	13.3	9.7	20.2	51.5	19.4	13.5	18.6	5.4

1-2. 출판만화 이용 빈도

- 전체 응답자의 33.1%가 '주 1회 이상' 출판만화를 보는 것으로 나타났으며, 세부적으로 '일주일에 1~2번'이 15.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '1개월에 2~3번'(14.8%)이 높게 나타났다. 한편, '거의 이용하지 않음'은 31.4%로, 출판만화를 이용하지 않는 비율은 높은 편이었다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '주 1회 이상'의 경우 여성 대비 남성의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-1-2 출판만화 이용 빈도

(Base: 전체, 단위: %)

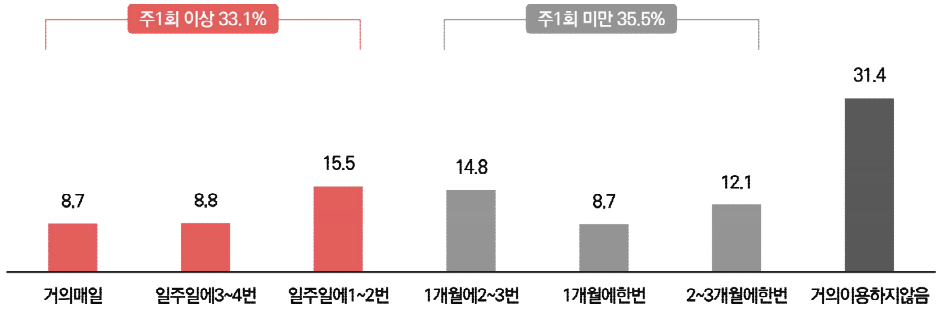


표 2-1-2 출판만화 이용 빈도

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	주 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	주 1회 미만	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	거의 이용하지 않음
전체		**(3,000)**	**33.1**	**8.7**	**8.8**	**15.5**	**35.5**	**14.8**	**8.7**	**12.1**	**31.4**
성	남성	(1,568)	35.4	8.5	10.1	16.7	36.7	16.8	9.0	11.0	27.9
	여성	(1,432)	30.6	8.9	7.4	14.2	34.2	12.7	8.3	13.3	35.2
연령	10대	(400)	40.5	10.5	12.8	17.3	30.3	13.0	7.3	10.0	29.3
	20대	(562)	37.0	9.8	11.2	16.0	26.3	11.9	6.4	8.0	36.7
	30대	(577)	31.4	10.9	6.9	13.5	30.0	11.8	7.6	10.6	38.6
	40대	(566)	32.5	9.0	8.0	15.5	35.0	17.8	7.6	9.5	32.5
	50대	(503)	28.0	6.2	6.8	15.1	43.1	16.1	10.5	16.5	28.8
	60대	(392)	29.8	5.1	8.2	16.6	53.3	19.1	14.0	20.2	16.8

2. 만화·웹툰 이용 경험

2-1. 만화·웹툰 평균 이용 비율

- 웹툰과 출판만화를 동시에 이용하는 이용자(n=1,959) 중 웹툰 평균 이용률은 68.3%, 출판만화 평균 이용률은 31.7%로 나타났다.

그림 2-1-3 만화·웹툰 평균 이용 비율

(Base: 웹툰 및 출판만화 동시 이용자, 평균(%))

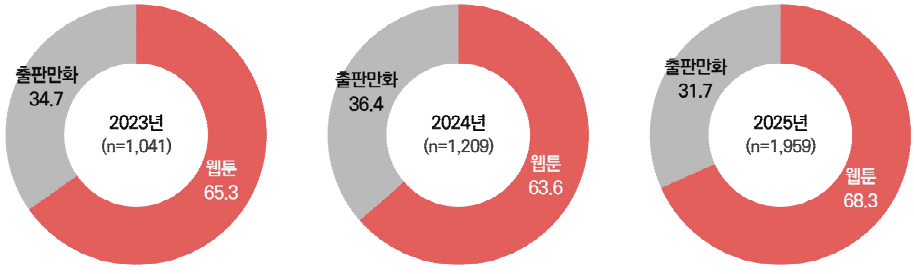


표 2-1-3 만화·웹툰 평균 이용 비율

(Base: 웹툰 및 출판만화 동시 이용자, 평균(%))

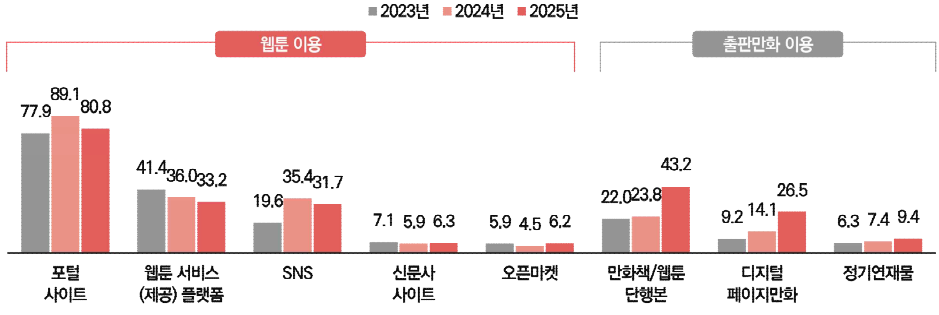
구분		사례 수	웹툰 이용	출판만화 이용
전체		**(1,959)**	**68.3**	**31.7**
성	남성	(1,081)	68.1	31.9
	여성	(877)	68.5	31.5
연령	10대	(262)	67.7	32.3
	20대	(344)	68.4	31.6
	30대	(340)	70.8	29.2
	40대	(369)	69.2	30.8
	50대	(339)	69.5	30.6
	60대	(305)	63.5	36.5

2-2. 만화·웹툰 유형별 이용 경험

- 이용한 만화·웹툰 유형으로는 '포털사이트'가 80.8%로 가장 높았으며, 이어서 '만화책/웹툰 단행본'(43.2%), '웹툰 서비스 플랫폼'(33.2%) 등의 순으로 나타났다. 세부적으로 웹툰에서는 '포털사이트'(80.8%)가 높은 비율을 차지하고 있으며, 출판만화에서는 '만화책/웹툰 단행본'(43.2%)이 높은 비율을 보였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 'SNS'와 '만화책/웹툰 단행본'은 10~20대, '신문사 사이트', '디지털페이지만화', '정기연재물'은 60대가 비교적 높은 비율을 보였다.

그림 2-1-4 만화·웹툰 유형별 이용 경험

(Base: 전체, 중복응답, 단위: %)



주 1) 2025년 '오프라인 단행본'을 '만화책/웹툰 단행본'으로 워딩 변경함

표 2-1-4 만화·웹툰 유형별 이용 경험

(Base: 전체, 중복응답, 단위: %)

구분		사례 수	웹툰 이용	포털 사이트	웹툰 서비스 플랫폼	SNS	신문사 사이트	오픈 마켓	출판 만화 이용	만화책/ 웹툰 단행본	디지털 페이지 만화	정기 연재물
전체		**(3,000)**	**96.7**	**80.8**	**33.2**	**31.7**	**6.3**	**6.2**	**68.6**	**43.2**	**26.5**	**9.4**
성	남성	(1,568)	96.8	80.9	32.3	25.6	7.6	3.9	72.1	43.6	26.8	11.4
	여성	(1,432)	96.5	80.8	34.2	38.3	5.0	8.7	64.8	42.9	26.3	7.2
연령	10대	(400)	94.8	76.8	41.0	37.3	5.0	7.8	70.8	56.5	19.8	9.8
	20대	(562)	97.9	83.1	48.8	43.8	2.7	10.7	63.3	48.4	24.4	8.4
	30대	(577)	97.6	86.0	38.5	33.1	3.5	6.6	61.4	42.1	23.2	6.8
	40대	(566)	97.7	83.2	27.7	23.0	4.6	4.4	67.5	43.3	25.1	7.2
	50대	(503)	96.2	81.1	21.7	23.5	7.2	3.6	71.2	35.2	30.0	10.3
	60대	(392)	94.6	70.4	17.9	29.8	18.6	3.6	83.2	34.2	39.0	16.1

제2절 웹툰 이용

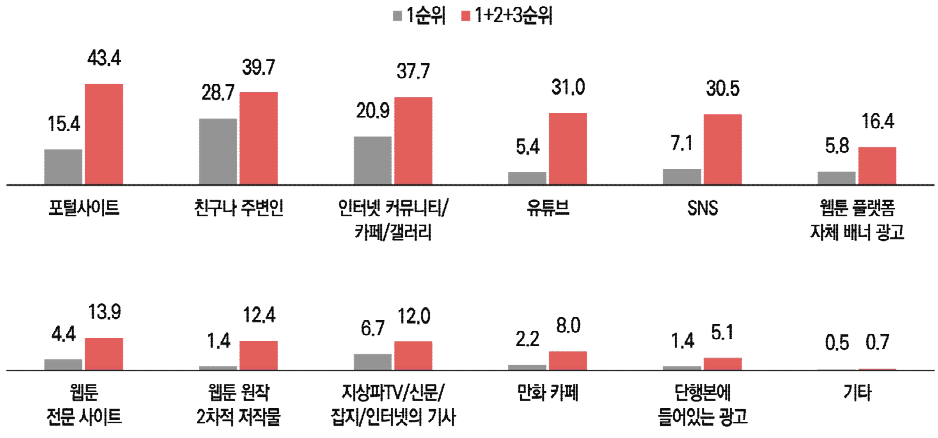
1. 웹툰 이용 경험 전반

1-1. 웹툰 정보 획득 경로

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 웹툰 정보를 획득하는 경로(1+2+3순위)로 '포털사이트'(43.4%)가 가장 높았으며, 이어서 '친구나 주변인'(39.7%), '인터넷 커뮤니티/카페/갤러리'(37.7%), '유튜브'(31.0%), 'SNS'(30.5%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '친구나 주변인'은 연령이 낮을수록, '인터넷 커뮤니티/카페/갤러리'는 연령이 높을수록 비율이 증가하는 경향을 보였다. 'SNS'의 경우는 10~20대가 상대적으로 높았다.
- 한편, 1순위 기준은 '친구나 주변인'(28.7%)에서 가장 많이 웹툰 관련 정보를 얻고 있으며, 이어서 '인터넷 커뮤니티/카페/갤러리'(20.9%), '포털사이트'(15.4%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-1 웹툰 정보 획득 경로

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)



주 1) 2022년 '유튜브' 보기 추가
2) 2023년 '웹툰 전문 플랫폼' 보기 삭제
3) 2025년 '웹툰 플랫폼 자체 배너 광고' 보기 추가

표 2-2-1 웹툰 정보 획득 경로(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	친구나 주변인	인터넷 커뮤니티/ 카페/갤러리	포털사이트	SNS	지상파TV/ 신문/잡지/ 인터넷의 기사	웹툰 플랫폼 자체 배너 광고
전체		**(2,900)**	**28.7**	**20.9**	**15.4**	**7.1**	**6.7**	**5.8**
성	남성	(1,518)	29.2	24.0	14.2	3.6	7.6	4.9
	여성	(1,382)	28.0	17.5	16.7	10.9	5.8	6.8
연령	10대	(379)	43.3	12.9	4.5	11.1	2.6	4.7
	20대	(550)	37.3	14.0	11.1	13.3	2.2	8.2
	30대	(563)	29.0	20.2	17.1	6.7	4.6	6.7
	40대	(553)	23.7	21.0	21.5	4.5	6.9	6.7
	50대	(484)	21.5	28.9	18.8	3.5	8.3	5.0
	60대	(371)	17.3	29.9	16.7	2.7	18.6	1.9

구분		사례 수	유튜브	웹툰 전문 사이트	만화 카페	단행본에 들어있는 광고	웹툰 원작 2차적 저작물	기타
전체		**(2,900)**	**5.4**	**4.4**	**2.2**	**1.4**	**1.4**	**0.5**
성	남성	(1,518)	6.0	5.0	2.8	1.1	0.9	0.6
	여성	(1,382)	4.8	3.7	1.6	1.8	2.0	0.4
연령	10대	(379)	11.9	3.2	2.4	1.8	0.8	0.8
	20대	(550)	6.0	4.2	1.8	0.9	0.7	0.4
	30대	(563)	5.0	4.6	2.5	1.1	2.1	0.4
	40대	(553)	3.8	5.1	2.2	1.3	2.5	0.9
	50대	(484)	2.5	4.1	2.9	2.9	1.2	0.4
	60대	(371)	5.1	4.9	1.6	0.8	0.5	-

표 2-2-2 웹툰 정보 획득 경로(1+2+3순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2+3순위 기준))

구분		사례 수	포털사이트	친구나 주변인	인터넷 커뮤니티/ 카페/갤러리	유튜브	SNS	웹툰 플랫폼 자체 배너 광고
전체		**(2,900)**	**43.4**	**39.7**	**37.7**	**31.0**	**30.5**	**16.4**
성	남성	(1,518)	43.1	38.5	42.1	33.9	22.5	14.4
	여성	(1,382)	43.6	41.0	32.9	27.8	39.3	18.7
연령	10대	(379)	23.5	57.0	28.8	43.3	42.2	17.9
	20대	(550)	30.9	51.6	28.9	31.6	42.5	20.4
	30대	(563)	41.2	41.4	36.1	25.6	32.5	17.4
	40대	(553)	54.4	33.8	38.0	26.6	23.5	15.9
	50대	(484)	57.9	29.1	47.1	26.0	21.1	14.9
	60대	(371)	50.1	24.0	49.6	38.5	20.5	10.5

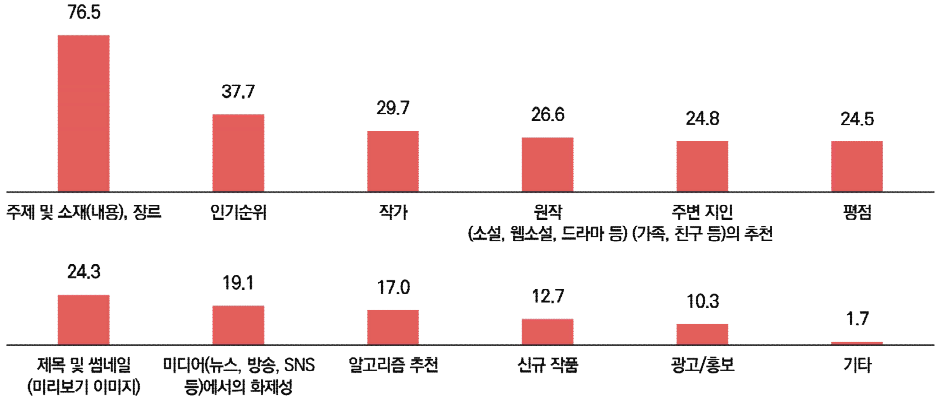
구분		사례 수	웹툰 전문 사이트	웹툰 원작 2차적 저작물	지상파TV/ 신문/잡지/ 인터넷의 기사	만화 카페	단행본에 들어있는 광고	기타
전체		**(2,900)**	**13.9**	**12.4**	**12.0**	**8.0**	**5.1**	**0.7**
성	남성	(1,518)	17.2	9.9	12.5	10.4	5.9	0.8
	여성	(1,382)	10.2	15.1	11.6	5.4	4.2	0.7
연령	10대	(379)	8.7	9.5	7.1	10.3	4.5	1.3
	20대	(550)	12.9	12.7	5.3	8.5	3.6	0.4
	30대	(563)	13.3	13.7	10.1	8.5	5.2	0.7
	40대	(553)	16.8	15.7	11.9	7.2	4.2	0.9
	50대	(484)	15.7	12.6	13.6	7.2	6.4	0.8
	60대	(371)	14.6	7.8	28.0	6.5	7.5	0.3

1-2. 웹툰 선택 기준

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 웹툰을 선택하는 기준으로는 '주제 및 소재, 장르'가 76.5%로 가장 높았으며, 이어서 '인기순위'(37.7%), '작가'(29.7%), '원작'(26.6%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '주변 지인의 추천'은 10대에서 31.9%로 상대적으로 높았으며, '작가'는 20~30대에서 각각 35.3%, 35.0%로 상대적으로 높았다.

그림 2-2-2 웹툰 선택 기준

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %, 중복응답)



주 1) 2025년 신규 문항

표 2-2-3 웹툰 선택 기준

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, 중복응답)

구분		사례 수	주제 및 소재(내용), 장르	인기순위	작가	원작(소설, 웹소설, 드라마 등)	주변 지인(가족, 친구 등)의 추천	평점
전체		**(2,900)**	**76.5**	**37.7**	**29.7**	**26.6**	**24.8**	**24.5**
성	남성	(1,518)	74.6	38.9	27.8	24.8	20.7	25.2
	여성	(1,382)	78.5	36.4	31.8	28.7	29.2	23.7
연령	10대	(379)	75.2	37.5	26.9	17.9	31.9	26.4
	20대	(550)	81.5	38.2	35.3	24.7	29.6	26.2
	30대	(563)	79.2	40.5	35.0	24.5	24.9	27.9
	40대	(553)	77.4	40.3	29.1	28.4	20.1	27.8
	50대	(484)	72.5	38.4	27.1	32.2	21.9	21.5
	60대	(371)	70.1	28.0	20.8	31.5	20.8	13.7

구분		사례 수	제목 및 썸네일(미리보기 이미지)	미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성	알고리즘 추천	신규 작품	광고/홍보	기타
전체		**(2,900)**	**24.3**	**19.1**	**17.0**	**12.7**	**10.3**	**1.7**
성	남성	(1,518)	21.2	17.5	16.8	15.9	10.4	1.3
	여성	(1,382)	27.8	21.0	17.3	9.1	10.1	2.2
연령	10대	(379)	35.9	19.8	24.3	9.2	9.2	3.2
	20대	(550)	35.1	17.8	19.8	14.9	10.4	2.5
	30대	(563)	24.3	13.5	17.2	14.9	7.6	2.8
	40대	(553)	19.0	17.2	14.1	12.7	9.0	1.3
	50대	(484)	14.5	20.0	14.3	11.4	11.2	0.2
	60대	(371)	17.5	30.7	13.2	11.1	15.9	-

1-3. 웹툰 감상 시간대

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 웹툰 감상 시간대는 주중과 주말 모두 '오후 10시~자정 이전'(주중: 45.2%, 주말: 43.8%) 응답이 가장 높게 나타났다.
- 세부적으로 보면, 주중의 경우 '오후 10시~자정 이전'에 이어 '오후 8시~오후 10시 이전'(36.5%), '자정~ 오전 6시 이전'(17.6%), '오후 6시~오후 8시 이전'(16.8%) 등의 순으로 높게 나타났으며, 주말의 경우 '오후 10시~자정 이전'에 이어 '오후 8시~오후 10시 이전'(32.2%), '오후 6시~오후 8시 이전'(22.4%), '오후 1시~오후 6시 이전'(21.7%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-3 웹툰 감상 시간대

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %, 중복응답)

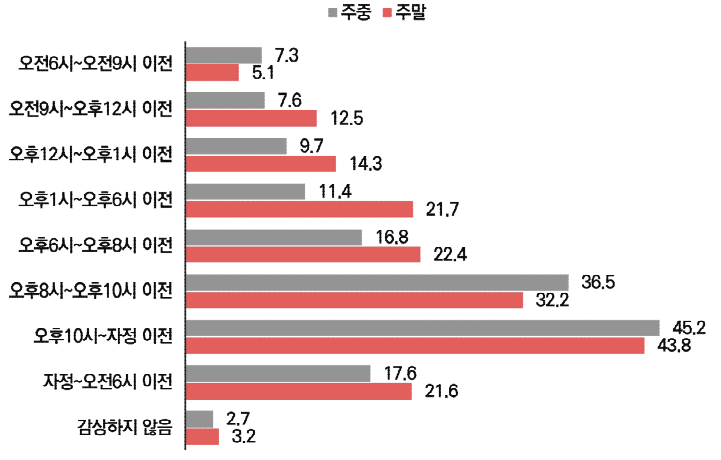


표 2-2-4 웹툰 감상 시간대(주중)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, 중복응답)

구분		사례 수	오전 6시~9시 이전	오전 9시~12시 이전	오후 12시~1시 이전	오후 1시~6시 이전	오후 6시~8시 이전	오후 8시~10시 이전	오후 10시~자정 이전	자정~오전 6시 이전	감상하지 않음
전체		**(2,900)**	**7.3**	**7.6**	**9.7**	**11.4**	**16.8**	**36.5**	**45.2**	**17.6**	**2.7**
성	남성	(1,518)	7.5	7.8	11.1	12.4	18.6	37.2	40.6	13.7	2.2
	여성	(1,382)	7.0	7.3	8.1	10.3	14.9	35.7	50.2	21.9	3.1
연령	10대	(379)	6.3	8.4	7.7	11.3	25.6	41.7	44.9	24.5	4.0
	20대	(550)	8.0	12.0	14.0	14.0	22.7	38.4	57.5	28.9	2.7
	30대	(563)	9.9	7.8	9.1	12.1	15.6	35.5	51.3	21.5	2.0
	40대	(553)	8.0	5.6	8.3	8.7	13.7	33.3	45.8	13.6	2.4
	50대	(484)	5.8	4.8	8.7	7.2	11.4	37.8	38.2	9.5	2.9
	60대	(371)	4.0	6.2	9.4	16.2	12.7	33.2	26.4	4.6	2.4

표 2-2-5 웹툰 감상 시간대(주말)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, 중복응답)

구분		사례 수	오전 6시~9시 이전	오전 9시~12시 이전	오후 12시~1시 이전	오후 1시~6시 이전	오후 6시~8시 이전	오후 8시~10시 이전	오후 10시~자정 이전	자정~오전 6시 이전	감상하지 않음
전체		**(2,900)**	**5.1**	**12.5**	**14.3**	**21.7**	**22.4**	**32.2**	**43.8**	**21.6**	**3.2**
성	남성	(1,518)	5.2	12.7	14.6	21.7	23.8	32.7	40.1	17.3	3.1
	여성	(1,382)	5.0	12.3	14.0	21.7	20.9	31.6	47.8	26.3	3.3
연령	10대	(379)	6.3	15.6	19.5	29.3	28.5	35.6	45.1	28.2	1.1
	20대	(550)	4.4	15.8	21.1	26.2	30.0	40.0	55.6	31.6	2.5
	30대	(563)	5.7	13.7	14.2	23.8	22.2	31.4	49.7	24.7	4.3
	40대	(553)	5.1	11.2	12.5	20.1	19.9	29.5	43.8	20.3	2.2
	50대	(484)	4.8	10.3	8.1	16.1	15.7	28.3	37.0	14.0	2.9
	60대	(371)	4.6	7.5	10.2	13.7	17.8	27.2	24.5	7.0	6.7

1-4. 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 1주일 동안 평균적으로 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수는 14.0편인 것으로 나타났다. 세부적으로 웹툰 작품 감상 수가 많은 구간으로는 '20편 이상'이 25.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '5~9편'(19.9%), '10~19편'(18.4%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령이 낮을수록 웹툰 작품 평균 감상 수가 증가하는 경향을 보였다.

그림 2-2-4 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수

(Base: 웹툰 이용자, 평균(편), 단위: %)

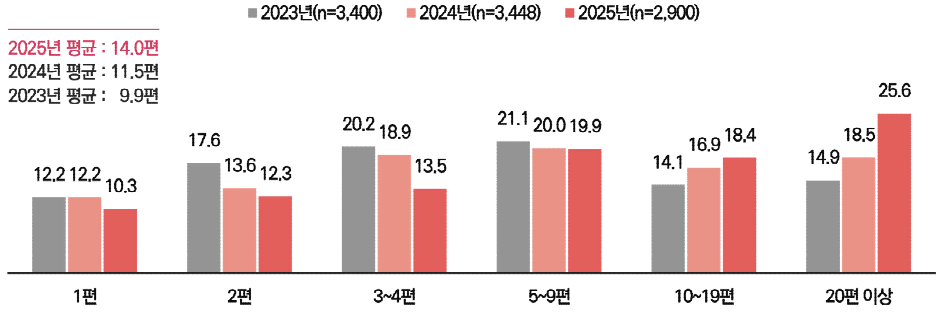


표 2-2-6 주당 웹툰 작품(회차 기준) 감상 수

(Base: 웹툰 이용자, 평균(편), 단위: %)

구분		사례 수	1편	2편	3~4편	5~9편	10~19편	20편 이상	평균
전체		**(2,900)**	**10.3**	**12.3**	**13.5**	**19.9**	**18.4**	**25.6**	**14.0**
성	남성	(1,518)	9.4	11.5	13.9	19.8	19.4	26.0	14.0
	여성	(1,382)	11.3	13.2	13.0	20.0	17.4	25.1	13.9
연령	10대	(379)	9.0	10.0	12.1	18.2	15.3	35.4	18.9
	20대	(550)	8.2	8.4	10.4	17.5	19.1	36.5	18.8
	30대	(563)	10.7	11.2	11.9	24.0	20.1	22.2	12.6
	40대	(553)	7.1	11.2	15.7	21.0	22.8	22.2	12.6
	50대	(484)	12.2	14.5	14.5	20.9	17.6	20.5	11.8
	60대	(371)	16.7	21.0	17.3	15.9	12.9	16.2	8.8

1-5. 웹툰 이용 시 선호 방식

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 선호하는 웹툰 이용 방식으로 '한 번에 몰아서 감상'이 60.2%로, '(주간 단위)연재될 때마다 감상'(39.8%)보다 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '한 번에 몰아서 감상'의 경우 40~60대, '(주간 단위)연재될 때마다 감상'은 10~30대에서 비교적 높은 것으로 나타났다.

그림 2-2-5 웹툰 이용 시 선호 방식

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

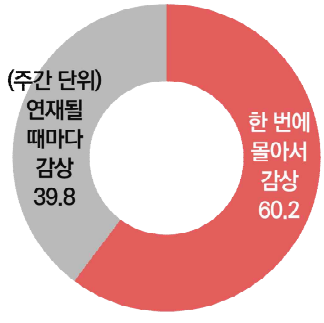


표 2-2-7 웹툰 이용 시 선호 방식

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	한 번에 몰아서 감상	(주간 단위)연재될 때마다 감상
전체		(2,900)	60.2	39.8
성	남성	(1,518)	60.2	39.8
	여성	(1,382)	60.2	39.8
연령	10대	(379)	55.7	44.3
	20대	(550)	52.4	47.6
	30대	(563)	57.5	42.5
	40대	(553)	64.2	35.8
	50대	(484)	68.0	32.0
	60대	(371)	64.4	35.6

1-6. 웹툰 주 이용 장소

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 웹툰을 주로 이용하는 장소로는 '집'이 81.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '교통수단'(10.0%), '직장'(6.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-6 웹툰 주 이용 장소

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

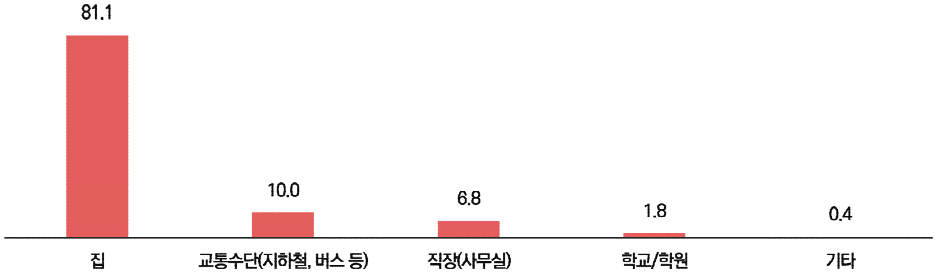


표 2-2-8 웹툰 주 이용 장소

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	집	교통수단	직장	학교/학원	기타
전체		**(2,900)**	**81.1**	**10.0**	**6.8**	**1.8**	**0.4**
성	남성	(1,518)	76.2	11.7	9.6	2.1	0.5
	여성	(1,382)	86.5	8.1	3.6	1.4	0.4
연령	10대	(379)	85.2	7.7	-	6.9	0.3
	20대	(550)	78.4	12.5	6.9	1.8	0.4
	30대	(563)	79.8	12.1	6.9	1.1	0.2
	40대	(553)	78.5	10.7	9.2	1.3	0.4
	50대	(484)	84.5	6.8	7.6	0.4	0.6
	60대	(371)	82.2	8.4	8.4	0.3	0.8

1-7. 웹툰 주 이용 기기

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 웹툰을 주로 이용하는 기기로는 '스마트폰'이 89.0%로 가장 높게 나타났으며, 'PC'(5.8%), '태블릿 PC'(5.1%) 등의 순으로 나타나 대부분 웹툰을 스마트폰으로 이용하는 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 대비 여성의 '스마트폰' 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-7 웹툰 주 이용 기기

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

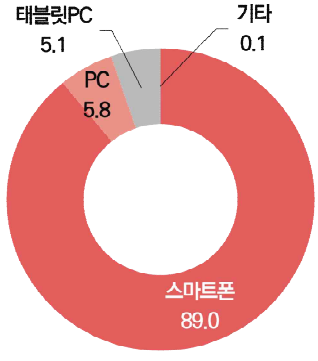


표 2-2-9 웹툰 주 이용 기기

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	스마트폰	PC	태블릿PC	기타
전체		**(2,900)**	**89.0**	**5.8**	**5.1**	**0.1**
성	남성	(1,518)	86.8	7.3	5.8	0.1
	여성	(1,382)	91.4	4.1	4.3	0.2
연령	10대	(379)	88.7	3.4	7.7	0.3
	20대	(550)	94.7	3.3	2.0	-
	30대	(563)	91.3	5.9	2.8	-
	40대	(553)	88.6	4.2	6.7	0.5
	50대	(484)	86.6	7.2	6.2	-
	60대	(371)	81.1	12.1	6.7	-

1-8. 웹툰 주 이용 서비스

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 웹툰 주 이용 서비스(1+2+3순위)는 '네이버웹툰'이 81.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '카카오페이지'(44.0%), '네이버시리즈'(28.8%), '인스타그램'(23.9%), '카카오웹툰'(21.0%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '네이버웹툰', '네이버시리즈', '탑툰', '투믹스'는 남성, '카카오페이지', '인스타그램', '리디', '포스타입' 등에서는 여성이 상대적으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답 역시 '네이버웹툰'(70.0%), '카카오페이지'(10.6%), '네이버시리즈'(7.4%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-8 웹툰 주 이용 서비스

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

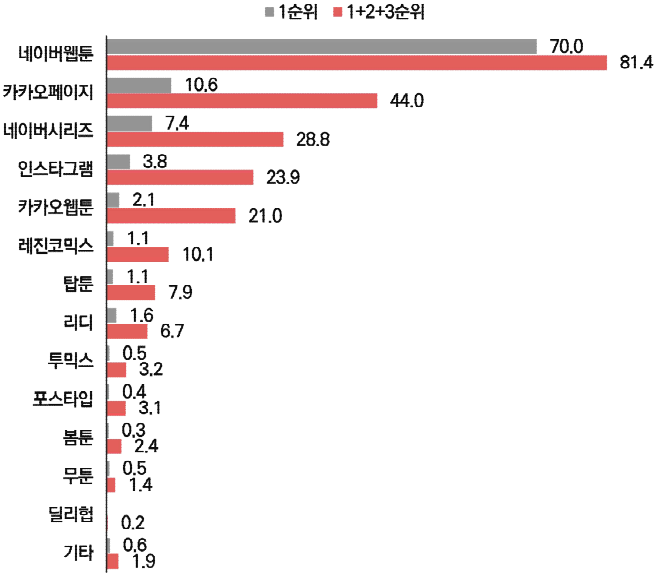


표 2-2-10 웹툰 주 이용 서비스(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	네이버 웹툰	카카오 페이지	네이버 시리즈	인스타 그램	카카오 웹툰	리디	레진 코믹스
전체		(2,900)	70.0	10.6	7.4	3.8	2.1	1.6	1.1
성	남성	(1,518)	74.5	8.8	7.1	2.8	1.8	0.5	0.9
	여성	(1,382)	65.0	12.5	7.7	5.0	2.4	2.8	1.4
연령	10대	(379)	78.4	9.0	4.2	2.4	0.8	1.3	1.1
	20대	(550)	78.4	6.0	4.2	2.4	1.5	3.6	1.5
	30대	(563)	75.8	7.8	7.6	2.7	1.1	2.3	1.2
	40대	(553)	66.0	12.7	9.6	3.4	2.4	0.7	1.1
	50대	(484)	62.4	13.2	10.1	5.0	3.3	1.0	0.6
	60대	(371)	55.8	16.4	8.4	8.4	4.0	0.0	1.3

구분		사례 수	탑툰	투믹스	무툰	포스타입	봄툰	기타
전체		(2,900)	1.1	0.5	0.5	0.4	0.3	0.6
성	남성	(1,518)	1.7	0.7	0.8	-	0.1	0.3
	여성	(1,382)	0.4	0.3	0.1	0.9	0.7	0.8
연령	10대	(379)	0.5	0.3	0.3	1.6	0.3	-
	20대	(550)	0.7	-	-	1.1	0.4	0.4
	30대	(563)	-	0.2	-	0.2	1.1	-
	40대	(553)	1.8	0.7	0.4	-	0.2	1.1
	50대	(484)	1.7	1.0	0.8	-	-	0.8
	60대	(371)	1.9	0.8	1.9	-	-	1.1

표 2-2-11 웹툰 주 이용 서비스(1+2+3순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2+3순위))

구분		사례 수	네이버 웹툰	카카오 페이지	네이버 시리즈	인스타그램	카카오웹툰	레진코믹스	탑툰
전체		**(2,900)**	**81.4**	**44.0**	**28.8**	**23.9**	**21.0**	**10.1**	**7.9**
성	남성	(1,518)	86.0	42.0	30.7	20.9	20.8	10.3	12.1
	여성	(1,382)	76.3	46.3	26.6	27.2	21.3	9.9	3.4
연령	10대	(379)	85.2	43.3	26.6	23.7	12.1	13.2	7.4
	20대	(550)	84.2	40.0	27.1	28.7	15.8	13.6	7.3
	30대	(563)	84.4	40.5	31.8	22.7	19.0	12.6	6.0
	40대	(553)	79.9	46.3	32.7	19.7	21.9	8.0	10.5
	50대	(484)	79.1	46.9	27.1	19.6	26.7	7.4	7.9
	60대	(371)	73.9	49.1	25.1	30.5	32.1	4.9	8.6

구분		사례 수	리디	투믹스	포스타입	봄툰	무툰	딜리헙	기타
전체		**(2,900)**	**6.7**	**3.2**	**3.1**	**2.4**	**1.4**	**0.2**	**1.9**
성	남성	(1,518)	2.5	4.7	0.5	0.9	2.4	0.3	1.5
	여성	(1,382)	11.2	1.6	6.1	4.1	0.4	0.2	2.4
연령	10대	(379)	6.6	2.4	7.4	2.4	0.3	0.0	0.5
	20대	(550)	12.2	1.1	7.6	4.5	0.5	0.4	1.3
	30대	(563)	9.4	3.0	2.7	3.7	0.2	-	0.7
	40대	(553)	5.1	3.8	0.5	0.9	1.6	0.4	2.9
	50대	(484)	3.9	5.0	0.2	1.4	2.5	0.4	3.3
	60대	(371)	0.3	4.3	0.5	0.8	4.3	0.3	3.0

1-9. 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 주 이용 서비스를 이용하는 이유(1+2순위)로 '오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)'가 66.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서'(36.9%), '무료로 감상할 수 있어서'(36.1%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답으로는 '오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)'가 59.2%로 가장 높게 나타났으며, '감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서'(14.6%), '무료로 감상할 수 있어서'(11.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-9 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

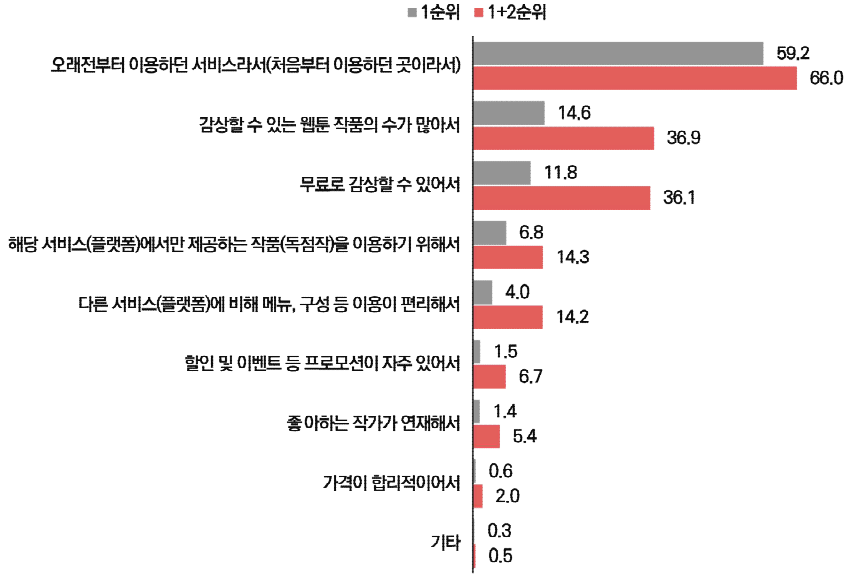


표 2-2-12 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	오래전부터 이용하던 서비스라서 (처음부터 이용하던 곳이라서)	감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서	무료로 감상할 수 있어서	해당 서비스 (플랫폼)에서만 제공하는 작품 (독점작)을 이용하기 위해서	다른 서비스 (플랫폼)에 비해 메뉴, 구성 등 이용이 편리해서	할인 및 이벤트 등 프로모션이 자주 있어서	좋아하는 작가가 연재해서	가격이 합리적이어서	기타
전체		**(2,900)**	**59.2**	**14.6**	**11.8**	**6.8**	**4.0**	**1.5**	**1.4**	**0.6**	**0.3**
성	남성	(1,518)	62.9	14.4	9.9	6.3	3.3	1.1	1.1	0.7	0.2
	여성	(1,382)	55.1	14.7	13.7	7.3	4.7	2.0	1.7	0.4	0.4
연령	10대	(379)	50.7	18.5	15.0	8.4	3.4	0.8	1.6	-	1.6
	20대	(550)	66.2	12.2	5.6	8.4	2.5	1.6	2.5	0.9	-
	30대	(563)	64.1	13.3	9.4	6.9	2.1	1.6	1.4	0.7	0.4
	40대	(553)	57.0	17.9	11.2	6.0	4.0	2.2	1.3	0.5	-
	50대	(484)	57.2	14.7	15.5	5.6	5.2	0.8	0.2	0.6	0.2
	60대	(371)	55.8	10.8	17.0	5.4	7.8	1.9	1.1	0.3	-

표 2-2-13 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유(1+2순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2순위 기준))

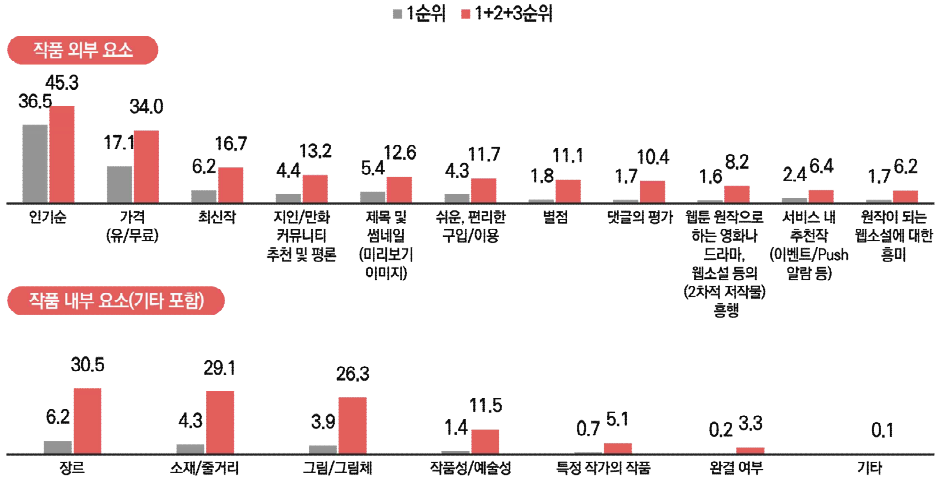
구분		사례 수	오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)	감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서	무료로 감상할 수 있어서	해당 서비스 (플랫폼)에서만 제공하는 작품 (독점작)을 이용하기 위해서	다른 서비스 (플랫폼)에 비해 메뉴, 구성 등 이용이 편리해서	할인 및 이벤트 등 프로모션이 자주 있어서	좋아하는 작가가 연재해서	가격이 합리적이어서	기타
전체		**(2,900)**	**66.0**	**36.9**	**36.1**	**14.3**	**14.2**	**6.7**	**5.4**	**2.0**	**0.5**
성	남성	(1,518)	69.1	40.2	34.7	13.2	13.8	5.1	4.4	2.3	0.3
	여성	(1,382)	62.5	33.3	37.7	15.5	14.7	8.5	6.6	1.6	0.8
연령	10대	(379)	57.5	40.9	39.1	17.2	11.9	4.2	7.1	2.4	1.6
	20대	(550)	73.5	42.2	24.9	16.9	10.9	4.9	7.6	2.4	0.4
	30대	(563)	69.1	40.0	29.8	16.3	11.5	7.8	4.6	2.0	0.7
	40대	(553)	63.5	36.0	36.3	13.2	14.8	8.9	6.1	1.4	-
	50대	(484)	65.5	33.9	45.7	10.3	16.3	5.4	2.9	2.3	0.6
	60대	(371)	63.1	25.6	46.6	11.1	21.8	8.9	4.0	1.3	-

1-10. 웹툰 이용 시 고려 기준

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 웹툰 이용 시 고려하는 기준(1+2+3순위)은 '인기순'이 45.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '가격(유/무료)'(34.0%), '장르'(30.5%), '소재/줄거리'(29.1%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 세부적으로 살펴보면, 작품 외부 요소에서는 '인기순', '가격(유/무료)', '최신작' 등의 순으로 높게 나타났으며, '인기순', '최신작'의 경우 남성, '가격(유/무료)'은 60대가 상대적으로 높게 나타났다.
- 작품 내부 요소 및 기타에서는 '장르', '소재/줄거리', '그림/그림체' 등의 순으로 높게 나타났으며, '장르'의 경우 10~20대, '소재/줄거리'와 '그림/그림체'의 경우 여성 및 20대에서 상대적으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답으로는 '인기순'(36.5%), '가격'(17.1%), '최신작'(6.2%), '장르'(6.2%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-10 웹툰 이용 시 고려 기준

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)



주) 1) 2024년 '완결 여부'(작품 내부 요소) 보기 추가
2) 2025년 '별점' 및 '제목 및 썸네일(미리보기 이미지)'(작품 외부 요소) 보기 추가

표 2-2-14 웹툰 이용 시 고려 기준 - 작품 외부 요소(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	인기순	가격(유/무료)	최신작	제목 및 썸네일(미리보기 이미지)	지인/만화 커뮤니티 추천 및 평론	쉬운, 편리한 구입/이용	서비스 내 추천작(이벤트/Push 알람 등)	별점	댓글의 평가	원작이 되는 웹소설에 대한 흥미	웹툰을 원작으로 하는 영화나 드라마, 웹소설 등(2차적 저작물)의 흥행
전체		**(2,900)**	**36.5**	**17.1**	**6.2**	**5.4**	**4.4**	**4.3**	**2.4**	**1.8**	**1.7**	**1.7**	**1.6**
성	남성	(1,518)	40.6	16.5	7.6	4.3	4.5	4.2	2.6	1.8	1.6	1.3	1.6
	여성	(1,382)	32.0	17.8	4.8	6.6	4.3	4.4	2.1	1.9	1.9	2.1	1.6
연령	10대	(379)	33.8	17.9	6.3	6.9	5.0	1.6	2.6	1.6	2.4	1.3	1.1
	20대	(550)	35.5	12.7	4.5	7.8	3.5	3.8	1.3	2.4	0.7	1.3	0.5
	30대	(563)	35.9	16.9	6.4	5.0	5.2	4.3	1.2	2.0	1.6	1.4	1.2
	40대	(553)	38.3	18.1	5.2	3.6	4.3	4.2	3.1	1.8	2.4	1.4	0.9
	50대	(484)	38.2	17.1	8.5	4.8	4.5	4.5	2.7	1.9	1.4	2.7	3.7
	60대	(371)	36.7	21.6	7.0	4.3	4.0	7.5	4.0	1.1	2.2	2.2	2.4

표 2-2-15 웹툰 이용 시 고려 기준 - 작품 외부 요소(1+2+3순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2+3순위))

구분		사례 수	인기순	가격(유/무료)	최신작	지인/만화 커뮤니티 추천 및 평론	제목 및 썸네일(미리보기 이미지)	쉬운, 편리한 구입/이용	별점	댓글의 평가	웹툰을 원작으로 하는 영화나 드라마, 웹소설 등(2차적 저작물)의 흥행	서비스 내 추천작(이벤트/Push 알람 등)	원작이 되는 웹소설에 대한 흥미
전체		**(2,900)**	**45.3**	**34.0**	**16.7**	**13.2**	**12.6**	**11.7**	**11.1**	**10.4**	**8.2**	**6.4**	**6.2**
성	남성	(1,518)	49.1	33.7	20.4	13.6	11.7	11.5	12.5	10.9	7.8	7.0	5.7
	여성	(1,382)	41.2	34.3	12.5	12.8	13.6	11.9	9.7	9.9	8.7	5.7	6.8
연령	10대	(379)	42.2	34.0	13.5	15.8	14.0	7.9	11.3	8.7	6.1	4.2	3.4
	20대	(550)	43.6	27.8	12.9	11.6	16.0	8.5	9.8	8.9	3.6	4.9	5.3
	30대	(563)	43.3	30.0	18.5	13.9	12.1	11.0	14.7	8.3	5.7	3.4	5.3
	40대	(553)	48.3	34.4	15.6	11.8	10.5	11.9	10.8	10.3	10.5	7.1	6.1
	50대	(484)	49.6	37.4	20.2	14.9	8.5	12.6	11.2	14.0	11.8	10.1	8.9
	60대	(371)	43.9	44.2	19.7	12.1	15.6	19.7	7.8	12.9	12.9	9.7	8.4

표 2-2-16 웹툰 이용 시 고려 기준 - 작품 내부 요소 및 기타(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	장르	소재/줄거리	그림/그림체	작품성/예술성	특정 작가의 작품	완결 여부	기타
전체		**(2,900)**	**6.2**	**4.3**	**3.9**	**1.4**	**0.7**	**0.2**	**0.0**
성	남성	(1,518)	5.6	3.1	2.6	1.4	0.5	0.2	0.1
	여성	(1,382)	6.9	5.7	5.4	1.4	0.9	0.3	-
연령	10대	(379)	5.8	5.5	5.3	2.4	0.3	0.3	-
	20대	(550)	8.7	5.8	8.0	1.5	1.1	0.9	-
	30대	(563)	7.6	4.1	4.6	1.6	0.9	-	0.2
	40대	(553)	6.9	4.3	2.9	0.9	1.4	0.2	-
	50대	(484)	3.1	4.1	1.7	1.0	1	-	-
	60대	(371)	3.8	1.6	-	1.3	0.3	-	-

표 2-2-17 웹툰 이용 시 고려 기준 - 작품 내부 요소 및 기타(1+2+3순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2+3순위))

구분		사례 수	장르	소재/줄거리	그림/그림체	작품성/예술성	특정 작가의 작품	완결 여부	기타
전체		**(2,900)**	**30.5**	**29.1**	**26.3**	**11.5**	**5.1**	**3.3**	**0.1**
성	남성	(1,518)	31.4	23.3	20.8	11.6	5.7	2.6	0.1
	여성	(1,382)	29.5	35.4	32.4	11.4	4.6	4.1	0.1
연령	10대	(379)	34.6	30.3	36.7	13.2	3.4	3.2	-
	20대	(550)	36.2	34.5	40.7	15.3	4.7	3.5	-
	30대	(563)	30.0	28.6	33.0	12.1	7.1	2.1	0.2
	40대	(553)	32.0	29.5	20.3	8.0	6.5	4.2	0.2
	50대	(484)	22.7	26.9	15.5	7.9	3.3	4.8	-
	60대	(371)	26.4	22.6	7.3	13.5	4.9	1.9	-

1-11. 즐겨보는 웹툰 장르

- 웹툰 이용자(n=2,900)가 즐겨보는 웹툰 장르(1+2+3순위)로는 '판타지'가 37.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '액션'(33.9%), '코믹/개그'(29.9%), '로맨스 판타지'(28.9%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 기준으로는 '액션'(22.5%), '판타지'(17.7%), '로맨스 판타지'(11.9%), '현대 로맨스'(11.7%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-11 즐겨보는 웹툰 장르

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

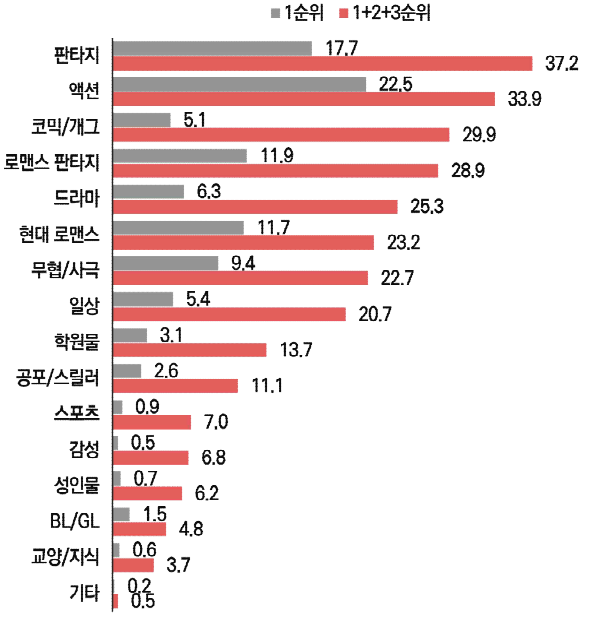


표 2-2-18 즐겨보는 웹툰 장르(1순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	액션	판타지	로맨스 판타지	현대 로맨스	무협/사극	드라마	일상	코믹/개그
전체		(2,900)	22.5	17.7	11.9	11.7	9.4	6.3	5.4	5.1
성	남성	(1,518)	36.2	18.0	4.3	5.7	13.7	3.6	3.6	5.6
	여성	(1,382)	7.5	17.4	20.3	18.2	4.6	9.4	7.3	4.6
연령	10대	(379)	21.4	21.6	13.7	11.9	5.3	2.6	5.0	7.9
	20대	(550)	23.6	16.4	13.8	11.1	8.5	4.4	5.5	3.5
	30대	(563)	24.9	16.5	11.2	9.9	7.8	4.4	6.9	5.2
	40대	(553)	21.7	17.9	12.3	12.8	11.9	6.1	4.9	4.2
	50대	(484)	21.1	20.2	9.9	13.0	10.3	9.3	4.3	5.2
	60대	(371)	21.3	13.7	10.5	11.3	12.1	12.4	5.4	6.2

구분		사례 수	학원물	공포/ 스릴러	BL/GL	스포츠	성인물	교양/지식	감성	기타
전체		(2,900)	3.1	2.6	1.5	0.9	0.7	0.6	0.5	0.2
성	남성	(1,518)	3.1	2.2	0.3	1.6	1.3	0.5	0.3	0.1
	여성	(1,382)	3.0	2.9	2.9	0.1	0.1	0.7	0.7	0.2
연령	10대	(379)	5.0	1.6	1.8	0.5	-	1.3	0.3	-
	20대	(550)	4.4	2.4	3.1	1.8	0.5	0.5	0.4	0.2
	30대	(563)	4.1	4.8	2.8	0.5	0.4	-	0.5	-
	40대	(553)	2.5	1.6	0.7	0.9	1.3	0.4	0.4	0.4
	50대	(484)	1.4	2.5	-	0.8	1.0	0.4	0.4	-
	60대	(371)	0.5	1.9	-	0.3	1.1	1.6	1.1	0.5

표 2-2-19 즐겨보는 웹툰 장르(1+2+3순위)

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %, (1+2+3순위))

구분		사례 수	판타지	액션	코믹/개그	로맨스 판타지	드라마	현대 로맨스	무협/사극	일상
전체		(2,900)	37.2	33.9	29.9	28.9	25.3	23.2	22.7	20.7
성	남성	(1,518)	42.6	52.6	31.2	14.1	17.5	12.2	33.9	15.1
	여성	(1,382)	31.3	13.4	28.5	45.2	33.9	35.3	10.3	26.8
연령	10대	(379)	42.7	34.0	33.0	28.2	12.4	23.2	19.3	21.1
	20대	(550)	38.2	36.2	25.6	32.4	21.3	22.7	18.9	23.3
	30대	(563)	40.3	37.8	28.1	25.8	20.2	21.8	22.4	25.6
	40대	(553)	38.7	31.5	28.2	31.6	28.8	24.4	25.5	17.9
	50대	(484)	36.8	33.3	31.2	29.8	32.6	25.2	25.0	15.7
	60대	(371)	24.0	29.1	36.7	24.0	37.2	21.6	24.8	19.7

구분		사례 수	학원물	공포/ 스릴러	스포츠	감성	성인물	BL/GL	교양/지식	기타
전체		(2,900)	13.7	11.1	7.0	6.8	6.2	4.8	3.7	0.5
성	남성	(1,518)	15.1	11.7	11.3	4.5	8.8	1.3	3.2	0.3
	여성	(1,382)	12.1	10.5	2.2	9.2	3.3	8.5	4.2	0.7
연령	10대	(379)	26.4	10.3	6.6	5.5	-	8.2	3.4	0.5
	20대	(550)	18.4	11.6	6.5	4.2	8.2	9.6	1.6	0.4
	30대	(563)	16.2	14.9	4.8	6.0	3.2	5.7	2.0	-
	40대	(553)	11.8	10.7	6.9	7.2	7.1	2.9	1.4	0.9
	50대	(484)	6.0	8.7	8.3	6.8	8.1	1.0	3.9	0.6
	60대	(371)	2.7	9.4	9.7	12.1	10.2	0.3	12.4	0.5

2. 웹툰 유료 이용

2-1. 웹툰 유료 결제 경험 및 결제 빈도

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 55.6%는 웹툰 유료 결제를 해 본 경험이 있는 것으로 나타났다.
- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,611)의 결제 빈도는 '주당 1회 이상' 17.8%, '주당 1회 미만' 82.2%로 나타났으며, 세부적으로 '2~3개월에 한 번'(24.2%), '4개월~1년에 한 번'(20.7%), '1개월에 한 번'(18.7%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-12 웹툰 유료 결제 경험 및 결제 빈도

(Base: 웹툰 이용자, 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

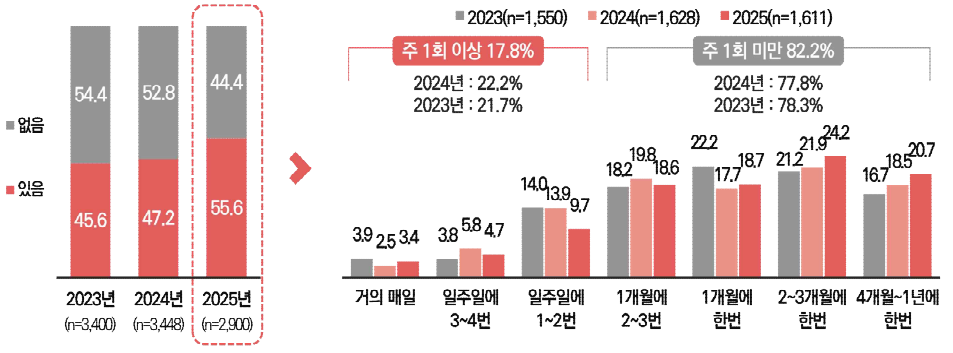


표 2-2-20 웹툰 유료 결제 경험

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	있음	없음
전체		(2,900)	55.6	44.4
성	남성	(1,518)	56.0	44.0
	여성	(1,382)	55.1	44.9
연령	10대	(379)	62.8	37.2
	20대	(550)	64.7	35.3
	30대	(563)	60.6	39.4
	40대	(553)	58.6	41.4
	50대	(484)	46.1	53.9
	60대	(371)	34.8	65.2

표 2-2-21 웹툰 유료 결제 빈도

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

구분		사례 수	주 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	주 1회 미만	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4개월~1년에 한번
전체		**(1,611)**	**17.8**	**3.4**	**4.7**	**9.7**	**82.2**	**18.6**	**18.7**	**24.2**	**20.7**
성	남성	(850)	16.7	3.9	3.5	9.3	83.3	17.8	21.6	24.0	19.9
	여성	(761)	19.1	2.8	6.0	10.2	80.9	19.6	15.4	24.4	21.6
연령	10대	(238)	19.3	3.4	6.7	9.2	80.7	23.5	20.2	23.5	13.4
	20대	(356)	20.8	3.4	5.3	12.1	79.2	23.0	17.1	21.9	17.1
	30대	(341)	19.6	4.4	5.9	9.4	80.4	17.3	19.1	21.1	22.9
	40대	(324)	17.6	3.4	4.6	9.6	82.4	13.6	22.8	26.2	19.8
	50대	(223)	14.3	2.7	2.2	9.4	85.7	15.7	17.5	25.1	27.4
	60대	(129)	8.5	1.6	0.8	6.2	91.5	18.6	10.9	33.3	28.7

2-2. 웹툰 유료 결제 방식

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,611)의 웹툰 결제 방식은 '이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)'이 63.5%로 가장 높게 나타났으며, 세부적으로는 '비정기적 충전'이 54.6%, '월 정기적 충전'이 8.9%로 나타났다.
- 응답자 특성별로는 '이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)'의 경우 50대, '특정 작품 회당 비용 결제'는 10대의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-13 웹툰 유료 결제 방식

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

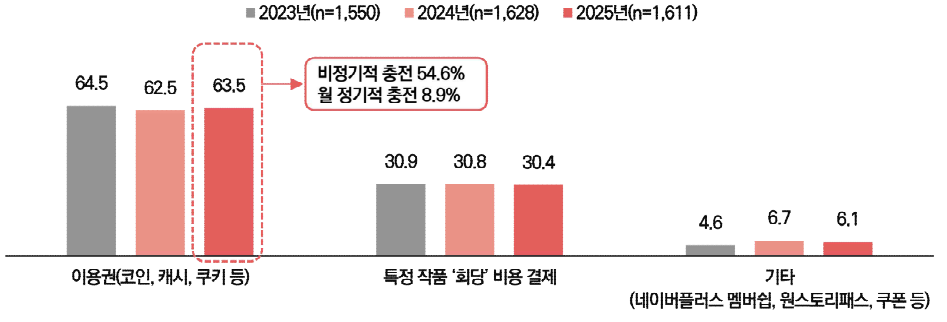


표 2-2-22 웹툰 유료 결제 방식

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

구분		사례 수	이용권 (코인, 캐시, 쿠키 등)	비정기적 충전	월 정기적 충전	특정 작품 회당 비용 결제	기타 (네이버플러스 멤버십, 원스토리패스, 쿠폰 등)
전체		**(1,611)**	**63.5**	**54.6**	**8.9**	**30.4**	**6.1**
성	남성	(850)	62.6	52.0	10.6	32.1	5.3
	여성	(761)	64.5	57.4	7.1	28.5	7.0
연령	10대	(238)	56.7	48.7	8.0	40.8	2.5
	20대	(356)	63.5	54.2	9.3	33.1	3.4
	30대	(341)	65.1	55.4	9.7	28.7	6.2
	40대	(324)	63.6	54.9	8.6	26.9	9.6
	50대	(223)	67.7	58.3	9.4	25.6	6.7
	60대	(129)	64.3	56.6	7.8	25.6	10.1

2-3. 웹툰 월평균 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,611)의 웹툰 월평균 지출 비용은 '5천 원~1만 원 미만'(24.2%)이 가장 높게 나타났으며, 이어서 '1만 원~3만 원 미만'(21.0%), '3천~5천 원 미만'(18.8%), '1천 원~3천 원 미만'(17.3%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-14 웹툰 월평균 지출 비용

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

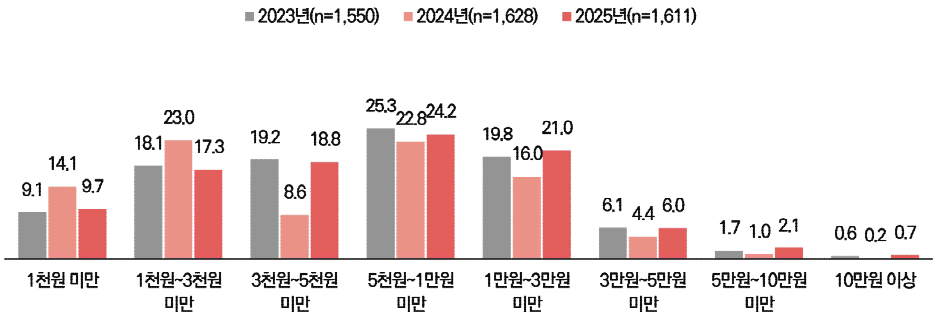


표 2-2-23 웹툰 월평균 지출 비용

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

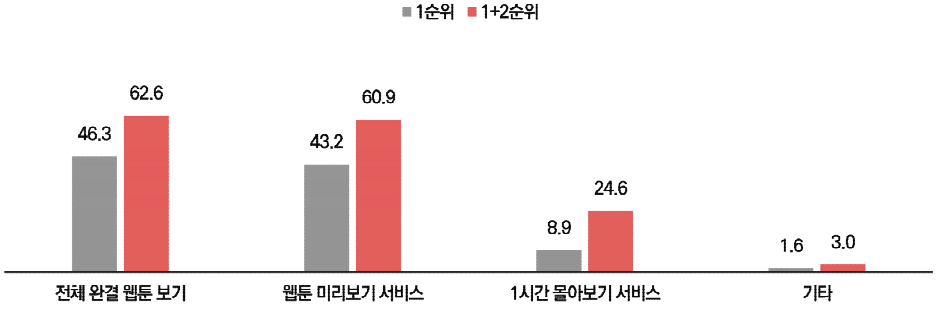
구분		사례 수	1천 원 미만	1천 원~3천 원 미만	3천 원~5천 원 미만	5천 원~1만 원 미만	1만 원~3만 원 미만	3만 원~5만 원 미만	5만 원~10만 원 미만	10만 원 이상
전체		**(1,611)**	**9.7**	**17.3**	**18.8**	**24.2**	**21.0**	**6.0**	**2.1**	**0.7**
성	남성	(850)	10.4	17.3	17.8	26.4	20.1	6.0	1.3	0.8
	여성	(761)	9.1	17.3	20.0	21.8	22.1	6.0	3.0	0.7
연령	10대	(238)	15.1	23.1	20.2	20.6	13.4	5.9	1.3	0.4
	20대	(356)	11.8	17.1	21.1	20.8	18.8	6.7	2.5	1.1
	30대	(341)	10.9	16.1	19.1	21.4	21.4	6.2	3.8	1.2
	40대	(324)	7.1	17.0	17.6	25.3	25.6	5.2	1.5	0.6
	50대	(223)	6.3	16.1	17.5	30.9	22.0	5.8	0.9	0.4
	60대	(129)	3.9	13.2	14.7	33.3	27.1	6.2	1.6	-

2-4. 이용한 웹툰 유료 서비스

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,611)가 이용한 웹툰 유료 서비스(1+2순위)는 '전체 완결 웹툰 보기'가 62.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '웹툰 미리보기 서비스'(60.9%), '1시간 몰아보기 서비스'(24.6%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 기준으로는 '전체 완결 웹툰 보기'(46.3%), '웹툰 미리보기 서비스'(43.2%), '1시간 몰아보기 서비스'(8.9%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-15 이용한 웹툰 유료 서비스

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,611), 단위: %)



주) 1) 2025년 '오프라인 단행본 구매 시 할인권' 보기 삭제

표 2-2-24 이용한 웹툰 유료 서비스(1순위)

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %)

구분		사례 수	전체 완결 웹툰 보기	웹툰 미리보기 서비스	1시간 몰아보기 서비스	기타
전체		**(1,611)**	**46.3**	**43.2**	**8.9**	**1.6**
성	남성	(850)	44.8	44.1	9.8	1.3
	여성	(761)	48.0	42.2	7.9	2.0
연령	10대	(238)	33.6	58.4	6.7	1.3
	20대	(356)	34.0	56.7	7.9	1.4
	30대	(341)	43.4	49.9	5.0	1.8
	40대	(324)	54.9	33.6	9.3	2.2
	50대	(223)	64.1	22.4	11.7	1.8
	60대	(129)	58.9	20.2	20.2	0.8

표 2-2-25 이용한 웹툰 유료 서비스(1+2순위)

(Base: 웹툰 유료 결제 경험자, 단위: %, (1+2순위))

구분		사례 수	전체 완결 웹툰 보기	웹툰 미리보기 서비스	1시간 몰아보기 서비스	기타
전체		**(1,611)**	**62.6**	**60.9**	**24.6**	**3.0**
성	남성	(850)	59.8	62.0	26.5	2.8
	여성	(761)	65.8	59.7	22.5	3.3
연령	10대	(238)	50.4	74.4	19.3	2.9
	20대	(356)	57.9	74.2	18.0	1.7
	30대	(341)	59.5	67.7	17.3	4.1
	40대	(324)	67.6	48.5	26.5	3.1
	50대	(223)	77.1	41.3	36.3	4.0
	60대	(129)	69.0	46.5	46.5	2.3

2-5. 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 웹툰 유료 상품에 대한 무료 이용 방법으로는 '무료가 될 때까지 기다린다(기다리면 무료 등)'가 49.2%로 가장 높았으며, 다음으로 '무료/제휴 프로모션을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다'가 28.5%로 높게 나타났다.

그림 2-2-16 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

(Base: 웹툰 이용자(n=2,900), 단위: %)

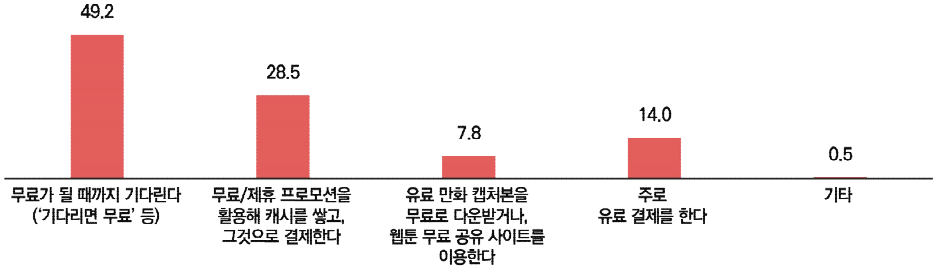


표 2-2-26 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	무료가 될 때까지 기다린다 ('기다리면 무료' 등)	무료/제휴 프로모션을 활용해 캐시를 쌓고, 그것으로 결제한다	유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나, 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다	주로 유료 결제를 한다	기타
전체		**(2,900)**	**49.2**	**28.5**	**7.8**	**14.0**	**0.5**
성	남성	(1,518)	49.5	28.5	9.0	12.7	0.2
	여성	(1,382)	48.8	28.5	6.5	15.3	0.9
연령	10대	(379)	51.5	25.9	7.7	14.5	0.5
	20대	(550)	56.2	19.5	6.2	18.0	0.2
	30대	(563)	51.5	26.3	4.8	16.9	0.5
	40대	(553)	44.5	33.1	7.2	14.6	0.5
	50대	(484)	45.5	35.1	7.6	10.7	1.0
	60대	(371)	44.7	32.6	16.2	6.2	0.3

2-6. 웹툰 유료 결제 의향

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 34.7%는 웹툰 이용 시 유료 결제할 의향이 있으며, 특히 10대와 20대에서 웹툰 유료 결제 의향이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-17 웹툰 유료 결제 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

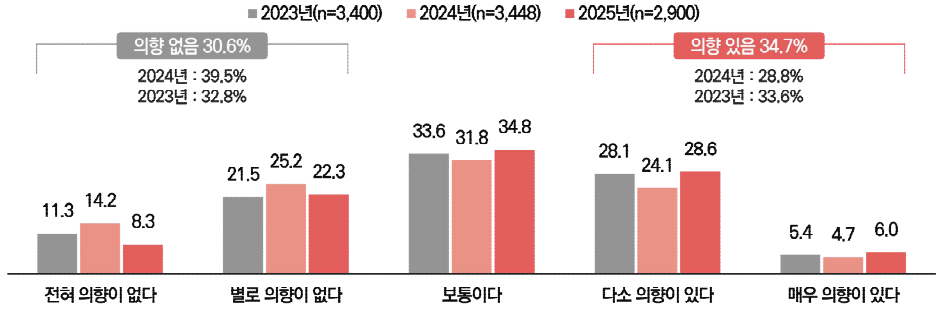


표 2-2-27 웹툰 유료 결제 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	전혀 의향이 없다 (A)	별로 의향이 없다 (B)	보통이다 (C)	다소 의향이 있다 (D)	매우 의향이 있다 (E)	[의향 없음] A+B	[의향 있음] D+E
전체		**(2,900)**	**8.3**	**22.3**	**34.8**	**28.6**	**6.0**	**30.6**	**34.7**
성	남성	(1,518)	7.8	22.7	37.7	27.4	4.3	30.5	31.8
	여성	(1,382)	8.9	21.8	31.5	30.0	7.9	30.7	37.8
연령	10대	(379)	7.9	20.1	30.9	31.7	9.5	28.0	41.2
	20대	(550)	8.2	22.4	26.9	31.6	10.9	30.5	42.5
	30대	(563)	10.7	19.4	31.8	28.8	9.4	30.0	38.2
	40대	(553)	6.5	19.0	42.5	29.8	2.2	25.5	32.0
	50대	(484)	7.2	23.8	40.3	27.1	1.7	31.0	28.7
	60대	(371)	9.4	31.8	36.1	21.0	1.6	41.2	22.6

2-7. 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 의향자(n=1,005)의 월평균 최대 지출 비용은 '1만 원~3만 원 미만'이 30.3%로 가장 높았으며, 이어서 '5천 원~1만 원 미만'(26.2%), '3만 원~5만 원 미만'(13.6%), '3천 원~5천 원 미만'(13.4%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-2-18 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

(Base: 웹툰 유료 결제 의향자, 단위: %)

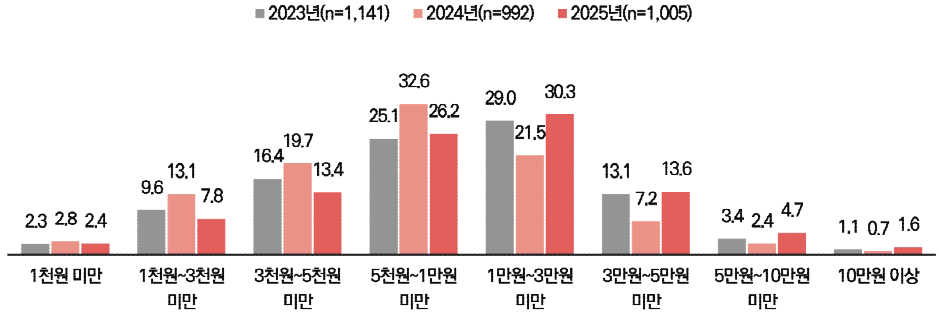


표 2-2-28 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

(Base: 웹툰 유료 결제 의향자, 단위: %)

구분		사례 수	1천 원 미만	1천 원~3천 원 미만	3천 원~5천 원 미만	5천 원~1만 원 미만	1만 원~3만 원 미만	3만 원~5만 원 미만	5만 원~10만 원 미만	10만 원 이상
전체		**(1,005)**	**2.4**	**7.8**	**13.4**	**26.2**	**30.3**	**13.6**	**4.7**	**1.6**
성	남성	(482)	2.1	7.5	12.0	25.9	32.8	14.7	3.1	1.9
	여성	(523)	2.7	8.0	14.7	26.4	28.1	12.6	6.1	1.3
연령	10대	(156)	3.2	11.5	14.7	22.4	27.6	10.9	6.4	3.2
	20대	(234)	1.7	9.4	11.5	27.4	28.6	14.1	4.7	2.6
	30대	(215)	2.8	4.7	11.6	27.0	27.4	17.7	7.0	1.9
	40대	(177)	1.7	9.6	14.7	23.7	31.1	15.8	3.4	-
	50대	(139)	2.2	6.5	18.7	30.9	29.5	10.1	2.2	-
	60대	(84)	3.6	2.4	9.5	25.0	47.6	8.3	2.4	1.2

3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매

3-1. 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 및 구매 이유

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 28.4%가 웹툰 오프라인 단행본을 구매해 본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 특히 남성의 구매율이 상대적으로 높게 나타났다.
- 웹툰 오프라인 단행본 구매자(n=824)가 웹툰 오프라인 단행본을 구매하는 이유로는 '출판만화로 소장, 보관하고 싶어서'가 39.0%로 가장 높았으며, 다음으로 '이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서'가 25.6%로 높게 나타났다.

그림 2-2-19 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 및 구매 이유

(Base: 웹툰 이용자, 웹툰 오프라인 단행본 구매자, 단위: %)

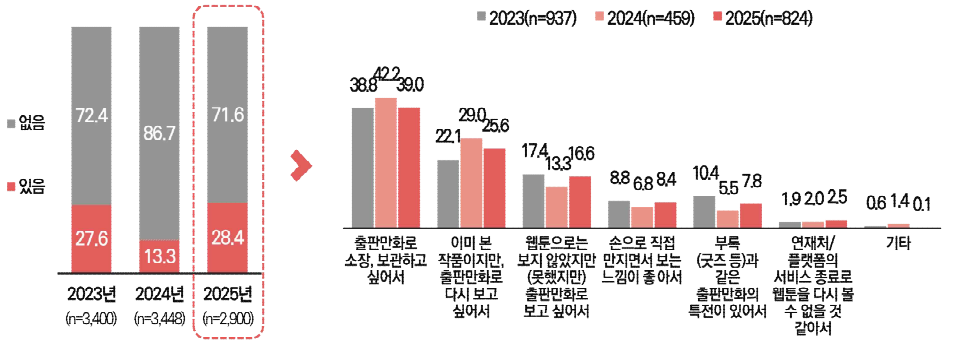


표 2-2-29 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	있음	없음
전체		(2,900)	28.4	71.6
성	남성	(1,518)	30.1	69.9
	여성	(1,382)	26.6	73.4
연령	10대	(379)	38.0	62.0
	20대	(550)	27.1	72.9
	30대	(563)	27.5	72.5
	40대	(553)	31.1	68.9
	50대	(484)	24.8	75.2
	60대	(371)	22.6	77.4

표 2-2-30 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

(Base: 웹툰 오프라인 단행본 구매자, 단위: %)

구분		사례 수	출판만화로 소장, 보관하고 싶어서	이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서	웹툰으로는 보지 않았지만 (못했지만) 출판만화로 보고 싶어서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서	연재처/ 플랫폼의 서비스 종료로 웹툰을 다시 볼 수 없을 것 같아서	기타
전체		**(824)**	**39.0**	**25.6**	**16.6**	**8.4**	**7.8**	**2.5**	**0.1**
성	남성	(457)	35.9	24.1	18.6	9.2	8.5	3.5	0.2
	여성	(367)	42.8	27.5	14.2	7.4	6.8	1.4	-
연령	10대	(144)	43.1	26.4	14.6	6.9	7.6	1.4	-
	20대	(149)	41.6	26.2	12.8	6.7	11.4	1.3	-
	30대	(155)	41.3	22.6	14.8	7.7	10.3	3.2	-
	40대	(172)	40.1	23.8	15.1	12.2	4.7	4.1	-
	50대	(120)	35.8	28.3	22.5	5.0	5.8	2.5	-
	60대	(84)	25.0	28.6	25.0	11.9	6.0	2.4	1.2

3-2. 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 24.7%가 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향이 있다고 응답하였으며, 타 연령 대비 10대에서 높은 구매 의향률을 보였다.

그림 2-2-20 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

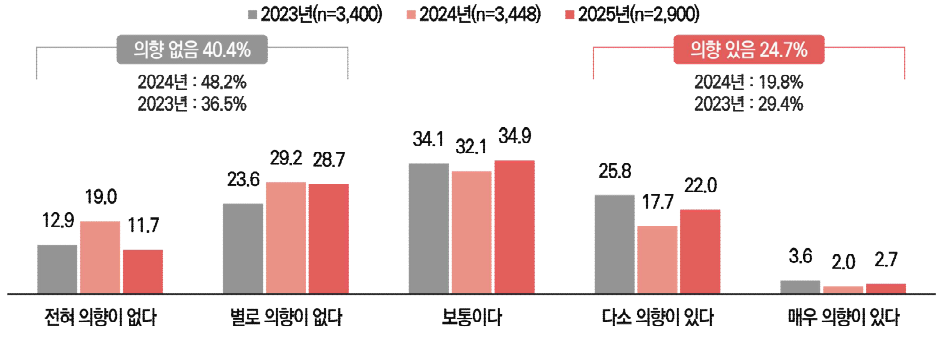


표 2-2-31 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

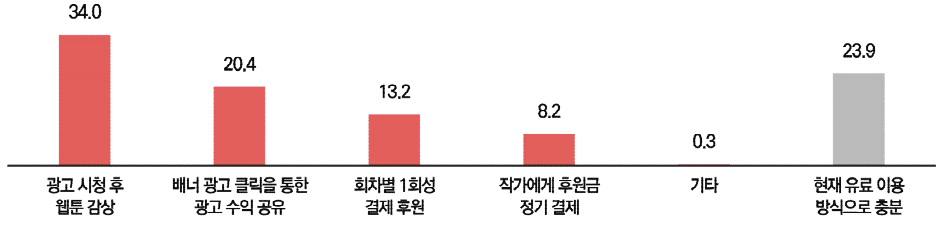
구분		사례 수	전혀 의향이 없다 (A)	별로 의향이 없다 (B)	보통이다 (C)	다소 의향이 있다 (D)	매우 의향이 있다 (E)	[의향 없음] A+B	[의향 있음] D+E
전체		**(2,900)**	**11.7**	**28.7**	**34.9**	**22.0**	**2.7**	**40.4**	**24.7**
성	남성	(1,518)	11.6	27.2	37.4	21.7	2.1	38.8	23.8
	여성	(1,382)	11.7	30.4	32.2	22.3	3.4	42.1	25.7
연령	10대	(379)	10.0	26.1	28.8	29.0	6.1	36.1	35.1
	20대	(550)	14.2	30.0	29.1	22.9	3.8	44.2	26.7
	30대	(563)	14.6	26.6	33.0	22.0	3.7	41.2	25.8
	40대	(553)	11.6	22.8	40.7	23.5	1.4	34.4	25.0
	50대	(484)	8.5	33.1	38.2	19.0	1.2	41.5	20.2
	60대	(371)	9.4	35.8	39.6	15.1	-	45.3	15.1

3-3. 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향

- 웹툰 이용자(n=2,900)의 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향은 '광고 시청 후 웹툰 감상'이 34.0%로 가장 높았으며, 다음으로 '배너 광고 클릭을 통한 광고 수익 공유'(20.4%), '회차별 1회성 결제 후원'(13.2%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 반면, '현재 유료 이용 방식으로 충분'하다는 응답은 23.9%로 나타났다.

그림 2-2-21 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-2-32 작가/작품 수익 환원형 신규 유료 서비스 이용 의향

(Base: 웹툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	광고 시청 후 웹툰 감상	배너 광고 클릭을 통한 광고 수익 공유	회차별 1회성 결제 후원	작가에게 후원금 정기 결제	기타	현재 유료 이용 방식으로 충분
전체		**(2,900)**	**34.0**	**20.4**	**13.2**	**8.2**	**0.3**	**23.9**
성	남성	(1,518)	31.2	23.1	14.2	9.1	0.2	22.3
	여성	(1,382)	37.0	17.4	12.2	7.3	0.4	25.6
연령	10대	(379)	29.8	17.7	17.2	8.2	0.5	26.6
	20대	(550)	27.1	18.5	13.8	8.0	0.4	32.2
	30대	(563)	29.1	20.4	13.3	7.5	0.2	29.5
	40대	(553)	38.3	18.6	11.9	9.2	0.2	21.7
	50대	(484)	40.3	20.9	11.4	9.1	-	18.4
	60대	(371)	41.0	27.8	12.7	7.3	0.5	10.8

제3절 출판만화 이용

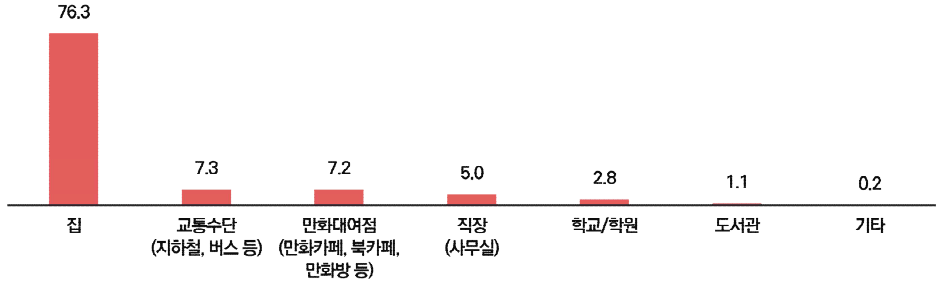
1. 출판만화 이용 경험 전반

1-1. 출판만화 주 이용 장소

- 출판만화 이용자(n=2,059)의 주 이용 장소로는 '집'이 76.3%로 가장 높았으며, '만화대여점'(7.2%)은 10~20대에서 상대적으로 높은 경향을 보였다.

그림 2-3-1 출판만화 주 이용 장소

(Base: 출판만화 이용자(n=2,059), 단위: %)



주) 출판만화이용과 관련하여, 2025년 모든 문항에 '출판만화(디지털페이지만화 포함)'이라는 문구로 조사를 진행함.
기존에는 '디지털페이지 만화 포함'이라는 워딩이 병기되지 않았음

표 2-3-1 출판만화 주 이용 장소

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	집	교통수단 (지하철, 버스 등)	만화대여점 (만화카페, 북카페, 만화방 등)	직장 (사무실)	학교/학원	도서관	기타
전체		**(2,059)**	**76.3**	**7.3**	**7.2**	**5.0**	**2.8**	**1.1**	**0.2**
성	남성	(1,131)	74.0	8.4	6.5	6.4	3.4	1.1	0.3
	여성	(928)	79.2	5.9	8.2	3.3	2.0	1.2	0.1
연령	10대	(283)	77.0	4.9	10.6	-	5.3	2.1	-
	20대	(356)	69.7	8.1	14.3	3.9	2.8	1.1	-
	30대	(354)	75.7	9.0	7.9	3.1	3.1	0.8	0.3
	40대	(382)	73.6	8.9	6.0	7.9	3.4	0.3	-
	50대	(358)	83.2	5.0	2.5	6.1	1.7	1.1	0.3
	60대	(326)	79.4	7.1	2.5	8.0	0.9	1.5	0.6

1-2. 즐겨보는 출판만화 작품 유무

- 출판만화 이용자(n=2,059)의 57.2%는 즐겨보는 출판만화 작품이 있는 것으로 나타났으며, 특히 20대의 비율이 상대적으로 높았다.

그림 2-3-2 즐겨보는 출판만화 작품 유무

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

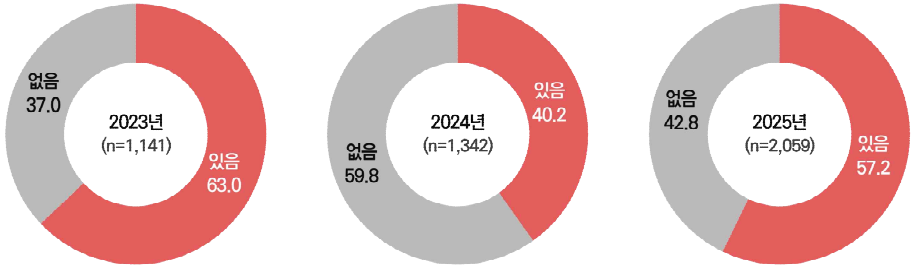


표 2-3-2 즐겨보는 출판만화 작품 유무

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	있음	없음
전체		(2,059)	57.2	42.8
성	남성	(1,131)	59.6	40.4
	여성	(928)	54.2	45.8
연령	10대	(283)	65.7	34.3
	20대	(356)	69.1	30.9
	30대	(354)	64.1	35.9
	40대	(382)	59.2	40.8
	50대	(358)	48.6	51.4
	60대	(326)	36.2	63.8

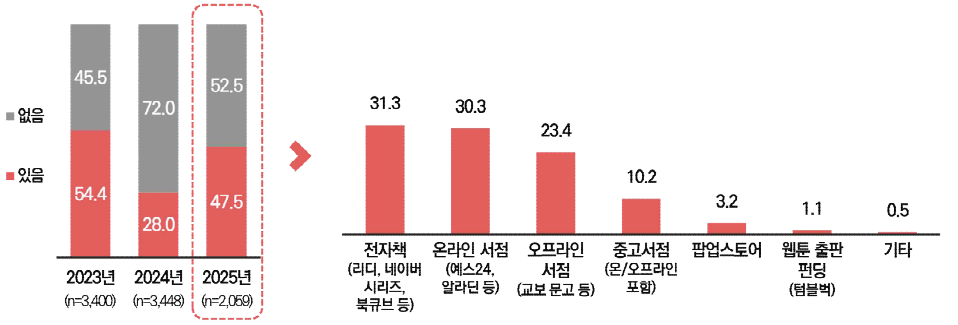
2. 출판만화 구매

2-1. 출판만화 구매 경험 및 주 구매 장소

- 출판만화 이용자(n=2,059)의 47.5%는 출판만화를 구매해 본 경험이 있으며, 특히 남성의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.
- 출판만화 구매자(n=979)의 주 구매 장소로는 '전자책(리디, 네이버시리즈, 북큐브 등)'이 31.3%로 가장 높았으며, 이어서 '온라인 서점(예스24, 알라딘 등)'(30.3%), '오프라인 서점(교보문고 등)'(23.4%), '중고서점(온/오프라인 포함)'(10.2%) 등의 순으로 높았다.

그림 2-3-3 출판만화 구매 경험 및 주 구매 장소

(Base: 출판만화 이용자, 출판만화 구매자, 단위: %)



주) 1) 2024년 주 구매 장소는 신규 문항임
2) 2025년 주 구매 장소에 '중고서점(온/오프라인 포함)', '웹툰 출판 펀딩(텀블벅)' 보기 추가

표 2-3-3 출판만화 구매 경험

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	있음	없음
전체		**(2,059)**	**47.5**	**52.5**
성	남성	(1,131)	49.7	50.3
	여성	(928)	44.9	55.1
연령	10대	(283)	55.1	44.9
	20대	(356)	54.8	45.2
	30대	(354)	50.6	49.4
	40대	(382)	53.7	46.3
	50대	(358)	39.1	60.9
	60대	(326)	31.9	68.1

표 2-3-4 출판만화 주 구매 장소

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

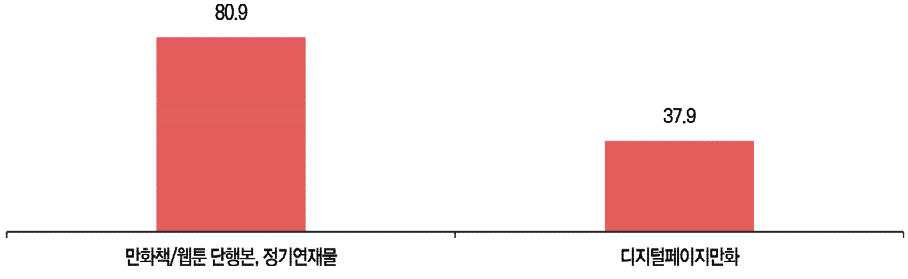
구분		사례 수	전자책 (리디, 네이버 시리즈, 북큐브 등)	온라인 서점 (예스24, 알라딘 등)	오프라인 서점 (교보 문고 등)	중고서점 (온/오프라인 포함)	팝업 스토어	웹툰 출판 펀딩 (텀블벅)	기타
전체		**(979)**	**31.3**	**30.3**	**23.4**	**10.2**	**3.2**	**1.1**	**0.5**
성	남성	(562)	27.8	29.9	25.8	10.5	3.9	1.4	0.7
	여성	(417)	36.0	30.9	20.1	9.8	2.2	0.7	0.2
연령	10대	(156)	19.2	24.4	42.9	9.6	2.6	1.3	-
	20대	(195)	41.5	26.2	19.0	10.3	2.1	0.5	0.5
	30대	(179)	33.5	30.7	21.8	10.6	2.8	-	0.6
	40대	(205)	31.7	26.8	24.4	12.7	2.4	1.5	0.5
	50대	(140)	30.0	46.4	17.1	2.9	1.4	1.4	0.7
	60대	(104)	26.9	31.7	11.5	15.4	10.6	2.9	1.0

2-2. 구매한 출판만화 유형

- 출판만화 구매자(n=979)가 출판만화 구매 유형은 '만화책/웹툰 단행본, 정기연재물'이 80.9%였으며, '디지털페이지만화'는 37.9%로 나타났다.

그림 2-3-4 구매한 출판만화 유형

(Base: 출판만화 구매자(n=979), 단위: %, 중복응답)



주) 1) 2025년 신규 문항임

표 2-3-5 구매한 출판만화 유형

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %, 중복응답)

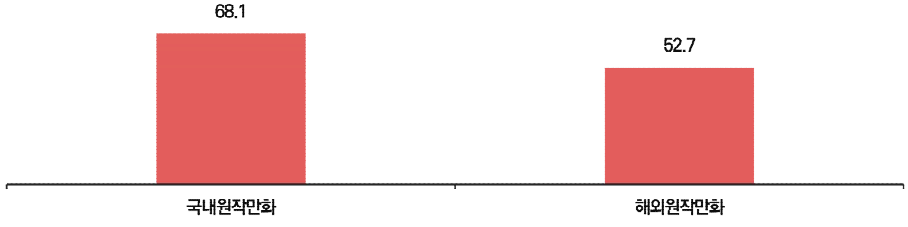
구분		사례 수	만화책/웹툰 단행본, 정기연재물	디지털페이지만화
전체		**(979)**	**80.9**	**37.9**
성	남성	(562)	81.7	34.0
	여성	(417)	79.9	43.2
연령	10대	(156)	85.9	30.1
	20대	(195)	76.9	50.8
	30대	(179)	84.9	41.3
	40대	(205)	81.5	32.2
	50대	(140)	82.1	31.4
	60대	(104)	71.2	39.4

2-3. 구매한 출판만화의 국내 원작만화 여부

- 출판만화 구매자(n=979)의 68.1%는 '국내 원작만화'책을 구매한 경험이 있으며, 52.7%는 '해외 원작만화'를 구매한 경험이 있는 것으로 나타났다.

그림 2-3-5 구매한 출판만화의 국내 원작만화 여부

(Base: 출판만화 구매자(n=979), 단위: %, 중복응답)



주) 1) 2025년 신규 문항임

표 2-3-6 구매한 출판만화의 국내 원작만화 여부

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %, 중복응답)

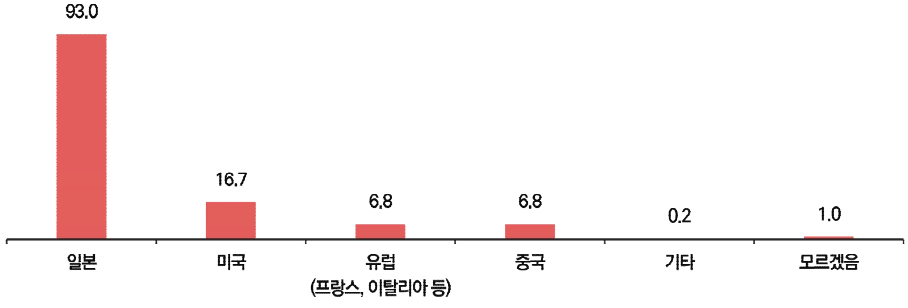
구분		사례 수	국내 원작만화	해외 원작만화
전체		**(979)**	**68.1**	**52.7**
성	남성	(562)	68.9	52.5
	여성	(417)	67.1	53.0
연령	10대	(156)	58.3	59.0
	20대	(195)	48.7	73.3
	30대	(179)	64.8	65.9
	40대	(205)	75.6	45.4
	50대	(140)	85.7	33.6
	60대	(104)	86.5	22.1

2-4. 구매한 해외 원작만화의 제작 국가

- 해외 원작만화 구매자(n=516)가 구매한 출판만화의 제작 국가는 '일본'이 93.0%로 가장 높았다.

그림 2-3-6 구매한 해외 원작만화의 제작 국가

(Base: 해외 원작만화 구매자(n=516), 단위: %, 중복응답)



주) 1) 2025년 신규 문항임

표 2-3-7 구매한 해외 원작만화의 제작 국가

(Base: 해외 원작만화 구매자, 단위: %)

구분		사례 수	일본	미국	유럽(프랑스, 이탈리아 등)	중국	기타	모르겠음
전체		**(516)**	**93.0**	**16.7**	**6.8**	**6.8**	**0.2**	**1.0**
성	남성	(295)	92.9	16.9	7.8	6.1	0.3	0.3
	여성	(221)	93.2	16.3	5.4	7.7	-	1.8
연령	10대	(92)	94.6	16.3	6.5	7.6	-	-
	20대	(143)	96.5	11.2	4.2	3.5	-	-
	30대	(118)	94.9	16.1	6.8	7.6	0.8	-
	40대	(93)	89.2	17.2	9.7	5.4	-	2.2
	50대	(47)	95.7	21.3	8.5	10.6	-	4.3
	60대	(23)	65.2	43.5	8.7	17.4	-	4.3

2-5. 출판만화 구매 주기

- 출판만화 구매자(n=979)의 구매 주기는 '월 1회 이상'이 49.7%, '월 1회 미만'이 50.3%로 나타났으며, '월 1회 이상'의 경우 남성 및 40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-7 출판만화 구매 주기

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

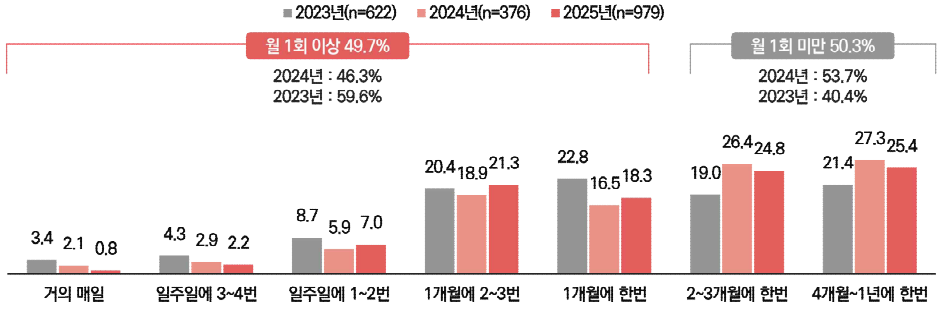


표 2-3-8 출판만화 구매 주기

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

구분		사례 수	월 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	월 1회 미만	2~3개월에 한번	4개월~1년에 한번
전체		**(979)**	**49.7**	**0.8**	**2.2**	**7.0**	**21.3**	**18.3**	**50.3**	**24.8**	**25.4**
성	남성	(562)	51.6	1.1	3.2	7.3	20.3	19.8	48.4	25.3	23.1
	여성	(417)	47.2	0.5	1.0	6.7	22.8	16.3	52.8	24.2	28.5
연령	10대	(156)	48.1	1.9	1.9	5.8	21.2	17.3	51.9	27.6	24.4
	20대	(195)	48.2	0.5	1.0	10.3	21.0	15.4	51.8	23.6	28.2
	30대	(179)	49.2	1.7	2.8	7.3	18.4	19.0	50.8	26.3	24.6
	40대	(205)	54.1	0.5	2.4	7.8	22.9	20.5	45.9	21.0	24.9
	50대	(140)	50.0	-	3.6	5.0	21.4	20.0	50.0	26.4	23.6
	60대	(104)	47.1	-	1.9	3.8	24.0	17.3	52.9	26.0	26.9

2-6. 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

- 출판만화 구매자(n=979)의 월평균 지출 비용으로 '1만 원~3만 원 미만'이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '3만 원~5만 원 미만'(20.5%), '5천 원~1만 원 미만'(18.3%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-3-8 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

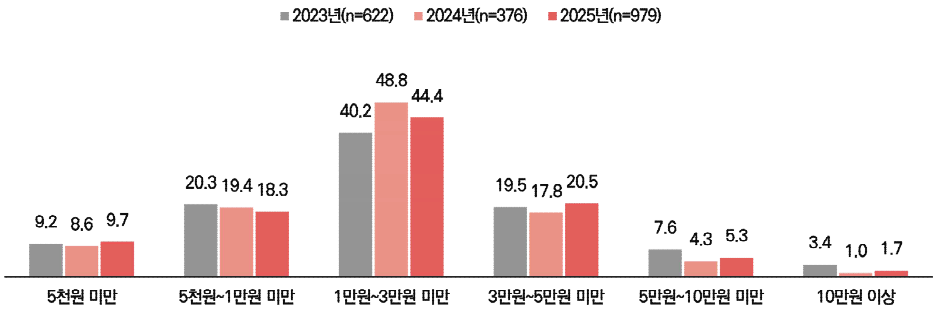


표 2-3-9 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

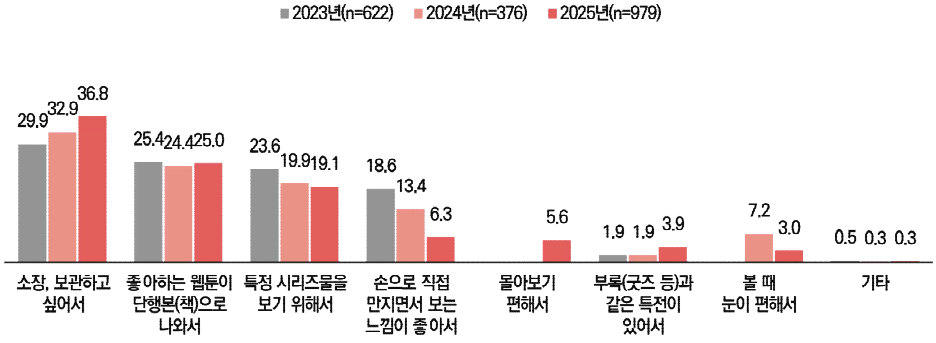
구분		사례 수	5천 원 미만	5천 원~ 1만 원 미만	1만 원~ 3만 원 미만	3만 원~ 5만 원 미만	5만 원~ 10만 원 미만	10만 원 이상
전체		**(979)**	**9.7**	**18.3**	**44.4**	**20.5**	**5.3**	**1.7**
성	남성	(562)	9.3	19.6	44.3	20.8	4.8	1.2
	여성	(417)	10.3	16.5	44.6	20.1	6.0	2.4
연령	10대	(156)	7.7	13.5	51.3	20.5	4.5	2.6
	20대	(195)	10.3	21.0	37.9	20.5	8.7	1.5
	30대	(179)	11.2	16.2	43.6	21.2	5.0	2.8
	40대	(205)	7.8	17.1	48.8	20.0	4.4	2.0
	50대	(140)	8.6	20.0	40.0	24.3	6.4	0.7
	60대	(104)	14.4	24.0	45.2	15.4	1.0	-

2-7. 출판만화 구매 이유

- 출판만화 구매자(n=979)의 구매 이유로는 '소장, 보관하고 싶어서'가 36.8%로 가장 높았으며, 이어서 '좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서'(25.0%), '특정 시리즈물을 보기 위해서'(19.1%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '소장, 보관하고 싶어서'는 10대 및 40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-9 출판만화 구매 이유

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)



주) 1) 2024년 '보기 편해서(가볍고, 눈이 편해서)' 보기 추가
2) 2025년 '보기 편해서(가볍고, 눈이 편해서)'에서 '볼 때 눈이 편해서'로 보기 변경
3) 2025년 '몰아보기 편해서' 보기 추가

표 2-3-10 출판만화 구매 이유

(Base: 출판만화 구매자, 단위: %)

구분		사례 수	소장, 보관하고 싶어서	좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서	특정 시리즈물을 보기 위해서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	몰아보기 편해서	부록(굿즈 등)과 같은 특전이 있어서	볼 때 눈이 편해서	기타
전체		**(979)**	**36.8**	**25.0**	**19.1**	**6.3**	**5.6**	**3.9**	**3.0**	**0.3**
성	남성	(562)	35.6	25.1	19.4	6.2	6.2	4.1	3.4	-
	여성	(417)	38.4	24.9	18.7	6.5	4.8	3.6	2.4	0.7
연령	10대	(156)	42.3	25.6	16.0	5.8	3.2	4.5	2.6	-
	20대	(195)	38.5	19.5	21.0	5.6	6.7	6.2	2.6	-
	30대	(179)	38.5	25.7	15.1	6.1	4.5	5.0	4.5	0.6
	40대	(205)	42.4	24.4	17.1	5.4	5.4	2.0	2.4	1.0
	50대	(140)	30.7	28.6	23.6	7.1	4.3	3.6	2.1	-
	60대	(104)	19.2	29.8	25.0	9.6	11.5	1.0	3.8	-

2-8. 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

- 출판만화 이용자(n=2,059)의 85.6%는 소비 의사가 있었으며, 나머지 14.4%는 소비 의사가 없는 것으로 나타났다.
- 소비 의사가 있을 경우 월평균 최대 지출 비용으로 '1만 원~3만 원 미만'이 29.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '5천 원~1만 원 미만'(21.9%), '5천 원 미만'(19.1%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-3-10 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

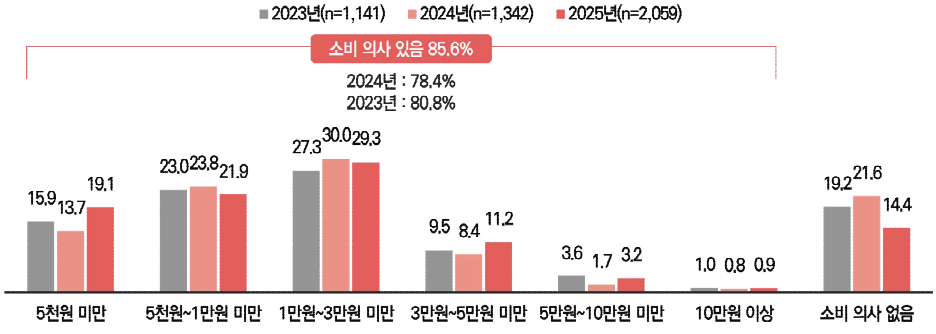


표 2-3-11 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	소비 의사 있음	5천 원 미만	5천 원~ 1만 원 미만	1만 원~ 3만 원 미만	3만 원~ 5만 원 미만	5만 원~ 10만 원 미만	10만 원 이상	소비 의사 없음
전체		**(2,059)**	**85.6**	**19.1**	**21.9**	**29.3**	**11.2**	**3.2**	**0.9**	**14.4**
성	남성	(1,131)	85.5	17.2	23.9	27.9	12.6	3.1	1.0	14.5
	여성	(928)	85.7	21.4	19.5	31.0	9.6	3.2	0.9	14.3
연령	10대	(283)	87.6	15.2	21.9	32.5	12.4	3.9	1.8	12.4
	20대	(356)	87.6	15.2	19.9	30.3	14.3	6.5	1.4	12.4
	30대	(354)	84.7	18.6	22.6	27.4	12.4	2.3	1.4	15.3
	40대	(382)	87.7	17.3	20.2	34.0	12.6	2.6	1.0	12.3
	50대	(358)	87.2	24.3	22.3	28.8	9.5	2.2	-	12.8
	60대	(326)	78.2	23.6	24.8	22.4	5.8	1.5	-	21.8

3. 출판만화 대여/열람

3-1. 출판만화 대여/열람 경험

- 출판만화 이용자(n=2,059)의 57.6%는 출판만화를 대여 혹은 열람한 경험이 있는 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 대비 여성의 경험률이 높았으며, 연령별로는 10대 및 30대에서 경험률이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-11 출판만화 대여/열람 경험

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

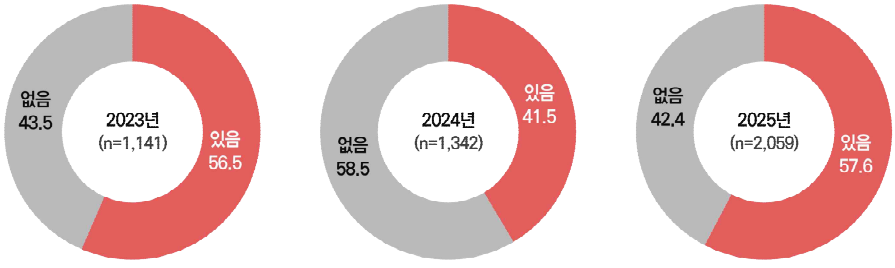


표 2-3-12 출판만화 대여/열람 경험

(Base: 출판만화 이용자, 단위: %)

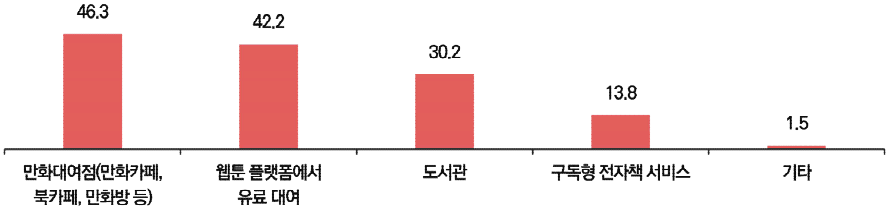
구분		사례 수	있음	없음
전체		**(2,059)**	**57.6**	**42.4**
성	남성	(1,131)	54.8	45.2
	여성	(928)	61.1	38.9
연령	10대	(283)	65.0	35.0
	20대	(356)	62.1	37.9
	30대	(354)	65.0	35.0
	40대	(382)	62.6	37.4
	50대	(358)	49.4	50.6
	60대	(326)	41.7	58.3

3-2. 출판만화 대여/열람 방식

- 출판만화를 대여/열람한 이용자(n=1,187)의 대여 및 열람 방식은 '만화대여점'을 통한 이용이 46.3%로 가장 높았으며, '웹툰 플랫폼에서 유료 대여'(42.2%), '도서관'(30.2%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대에서 '만화대여점'을 통한 대여/열람이 59.3%로 특히 높게 나타났다.

그림 2-3-12 출판만화 대여/열람 방식

(Base: 출판만화 대여/열람 이용자(1,187), 단위: %, 중복응답)



주) 1) 2025년 신규 문항임

표 2-3-13 출판만화 대여/열람 방식

(Base: 출판만화 대여/열람 이용자, 단위: %, 중복응답)

구분		사례수	만화대여점 (만화카페, 북카페, 만화방 등)	웹툰 플랫폼에서 유료 대여	도서관	구독형 전자책 서비스	기타
전체		**(1,187)**	**46.3**	**42.2**	**30.2**	**13.8**	**1.5**
성	남성	(620)	49.7	39.7	29.2	11.6	1.8
	여성	(567)	42.5	45.0	31.4	16.2	1.2
연령	10대	(184)	44.6	42.9	39.1	12.0	1.6
	20대	(221)	59.3	44.8	27.6	14.5	1.4
	30대	(230)	48.7	42.6	24.8	13.5	1.7
	40대	(239)	46.0	42.3	23.4	10.9	1.3
	50대	(177)	41.2	39.0	31.6	16.4	1.7
	60대	(136)	30.1	40.4	41.9	17.6	1.5

제4절 만화·웹툰 IP 확장

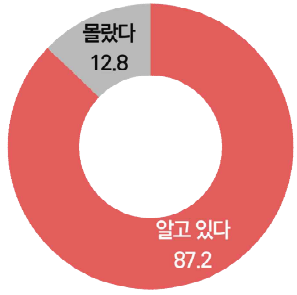
1. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 IP 확장

1-1. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지

- 전체 응답자의 87.2%가 타 콘텐츠 원작, 만화웹툰의 존재를 인지하고 있었으며, 남성 대비 여성의 인지율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-4-1 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-1 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 존재 인지

(Base: 전체, 단위: %)

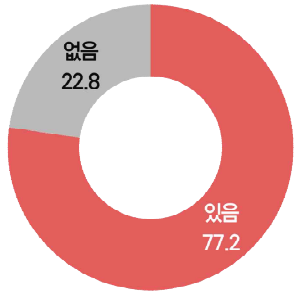
구분		사례 수	알고 있다	몰랐다
전체		**(3,000)**	**87.2**	**12.8**
성	남성	(1,568)	84.9	15.1
	여성	(1,432)	89.7	10.3
연령	10대	(400)	89.0	11.0
	20대	(562)	89.0	11.0
	30대	(577)	89.8	10.2
	40대	(566)	88.9	11.1
	50대	(503)	84.5	15.5
	60대	(392)	79.8	20.2

1-2. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험

- 전체 응답자의 77.2%가 타 콘텐츠 원작, 만화웹툰을 이용한 경험이 있었으며, 특히 40대의 경험률이 높은 경향을 보였다.

그림 2-4-2 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-2 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)

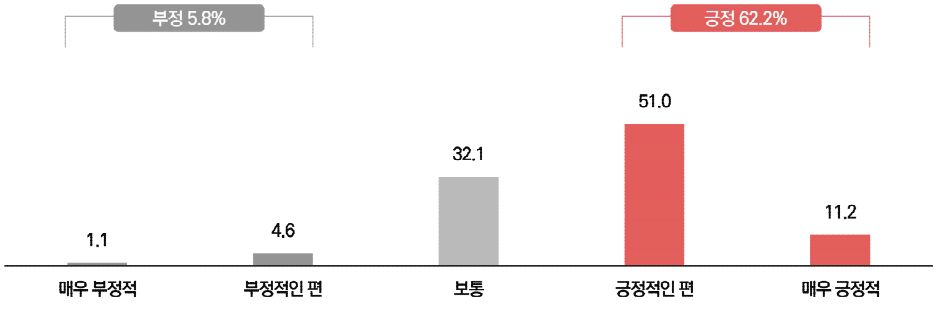
구분		사례 수	본 적 있음	본 적 없음
전체		**(3,000)**	**77.2**	**22.8**
성	남성	(1,568)	77.0	23.0
	여성	(1,432)	77.4	22.6
연령	10대	(400)	79.5	20.5
	20대	(562)	76.7	23.3
	30대	(577)	77.6	22.4
	40대	(566)	80.4	19.6
	50대	(503)	78.9	21.1
	60대	(392)	68.1	31.9

1-3. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 인식

- 전체 응답자의 62.2%가 원작이 있는 콘텐츠를 만화·웹툰으로 제작하는 것을 긍정적이라고 응답하였으며, 타 연령 대비 10대와 50대에서 높은 긍정적 인식을 보였다.

그림 2-4-3 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 인식

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-3 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 인식

(Base: 전체, 단위: %)

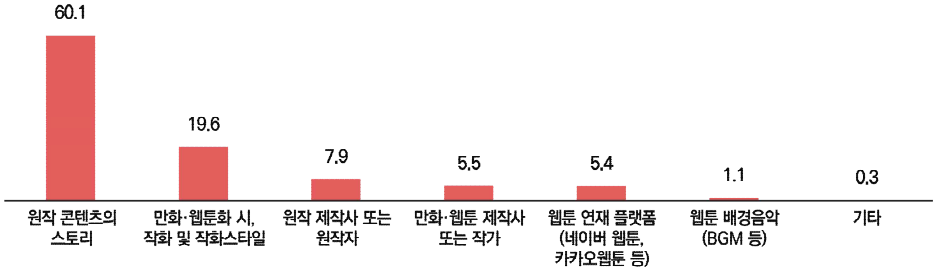
구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**1.1**	**4.6**	**32.1**	**51.0**	**11.2**	**5.8**	**62.2**
성	남성	(1,568)	1.5	4.2	32.8	49.5	12.1	5.7	61.5
	여성	(1,432)	0.8	5.1	31.3	52.6	10.3	5.9	62.8
연령	10대	(400)	1.8	7.0	24.8	52.5	14.0	8.8	66.5
	20대	(562)	2.0	7.7	31.1	46.1	13.2	9.6	59.3
	30대	(577)	1.2	4.5	34.5	48.7	11.1	5.7	59.8
	40대	(566)	0.5	2.7	32.5	51.8	12.5	3.2	64.3
	50대	(503)	0.6	2.0	30.2	58.3	8.9	2.6	67.2
	60대	(392)	0.8	4.3	39.0	49.2	6.6	5.1	55.9

1-4. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

- 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소로는 '원작 콘텐츠의 스토리'가 60.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '만화·웹툰화 시, 작화 및 작화스타일'(19.6%), '원작 제작사 또는 원작자'(7.9%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-4-4 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-4 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

(Base: 전체, 단위: %)

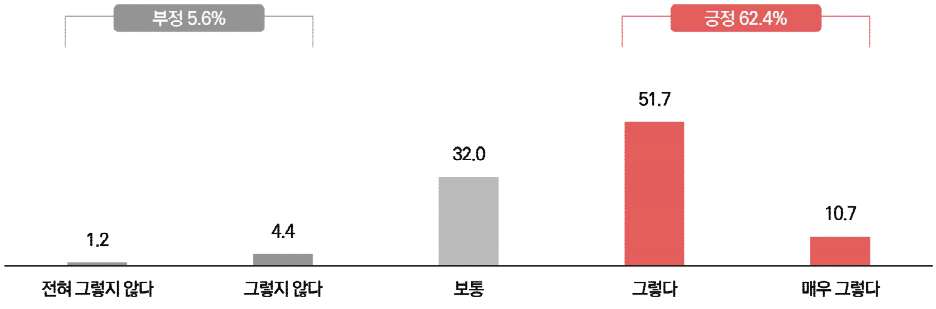
구분		사례 수	원작 콘텐츠의 스토리	만화·웹툰화 시, 작화 및 작화스타일	원작 제작사 또는 원작자	만화·웹툰 제작사 또는 작가	웹툰 연재 플랫폼 (네이버 웹툰, 카카오웹툰 등)	웹툰 배경음악 (BGM 등)	기타
전체		**(3,000)**	**60.1**	**19.6**	**7.9**	**5.5**	**5.4**	**1.1**	**0.3**
성	남성	(1,568)	59.6	17.7	9.6	6.4	5.2	1.1	0.3
	여성	(1,432)	60.6	21.7	6.1	4.5	5.7	1.1	0.3
연령	10대	(400)	58.5	23.3	7.5	4.8	3.5	1.8	0.8
	20대	(562)	57.5	25.3	5.9	4.8	4.3	1.6	0.7
	30대	(577)	58.4	21.7	6.6	6.2	5.7	1.0	0.3
	40대	(566)	64.0	16.3	8.1	4.4	6.0	1.2	-
	50대	(503)	63.4	15.9	9.7	5.8	4.4	0.8	-
	60대	(392)	58.2	14.5	10.7	7.1	9.2	0.3	-

1-5. 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향

- 전체 응답자의 62.4%가 타 콘텐츠 원작, 만화웹툰 제작 시 이용 의향이 있다고 응답하였으며, 타 연령 대비 10대 및 50대에서 높은 긍정적 인식을 보였다.

그림 2-4-5 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-5 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 이용 의향

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	전혀 그렇지 않다 (A)	그렇지 않다 (B)	보통 (C)	그렇다 (D)	매우 그렇다 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**1.2**	**4.4**	**32.0**	**51.7**	**10.7**	**5.6**	**62.4**
성	남성	(1,568)	1.5	4.6	32.9	50.1	10.9	6.1	61.0
	여성	(1,432)	0.9	4.2	31.1	53.4	10.4	5.1	63.8
연령	10대	(400)	2.0	6.5	24.0	54.3	13.3	8.5	67.5
	20대	(562)	1.8	6.0	29.0	51.1	12.1	7.8	63.2
	30대	(577)	1.2	3.3	32.4	51.0	12.1	4.5	63.1
	40대	(566)	0.4	3.7	32.9	50.7	12.4	4.1	63.1
	50대	(503)	1.0	2.4	30.4	58.1	8.2	3.4	66.2
	60대	(392)	1.0	5.1	44.9	44.4	4.6	6.1	49.0

2. 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠

2-1. 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 이용 경험

- 전체 응답자의 80.3%가 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠를 본 적 있는 것으로 나타났으며, 특히 여성 및 40대의 경험률이 높은 경향을 보였다.

그림 2-4-6 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)

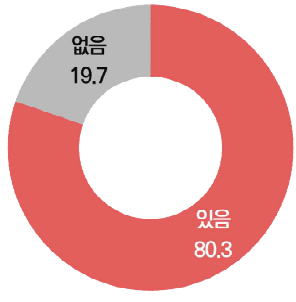


표 2-4-6 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)

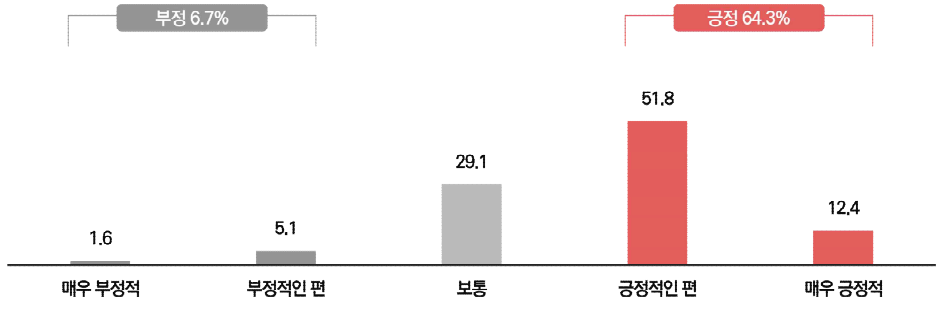
구분		사례 수	본 적 있다	본 적 없다
전체		**(3,000)**	**80.3**	**19.7**
성	남성	(1,568)	77.9	22.1
	여성	(1,432)	82.9	17.1
연령	10대	(400)	79.5	20.5
	20대	(562)	79.9	20.1
	30대	(577)	81.5	18.5
	40대	(566)	85.0	15.0
	50대	(503)	82.5	17.5
	60대	(392)	70.2	29.8

2-2. 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 인식

- 전체 응답자의 64.3%가 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠를 제작하는 것에 긍정적이라고 응답하였으며, 타 연령 대비 50대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-4-7 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 인식

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-7 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 인식

(Base: 전체, 단위: %)

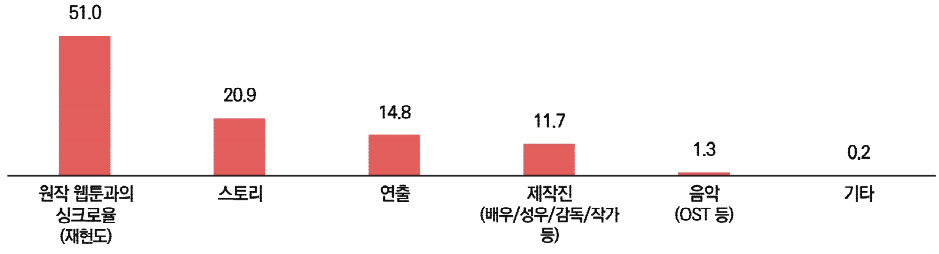
구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**1.6**	**5.1**	**29.1**	**51.8**	**12.4**	**6.7**	**64.3**
성	남성	(1,568)	1.2	4.8	30.2	50.5	13.3	6.0	63.8
	여성	(1,432)	2.0	5.4	27.8	53.3	11.5	7.4	64.8
연령	10대	(400)	2.5	10.8	23.0	49.5	14.3	13.3	63.8
	20대	(562)	3.9	8.2	31.7	42.7	13.5	12.1	56.2
	30대	(577)	1.2	4.5	30.2	50.3	13.9	5.7	64.1
	40대	(566)	0.4	2.7	28.4	54.1	14.5	3.0	68.6
	50대	(503)	0.6	2.2	24.5	61.4	11.3	2.8	72.8
	60대	(392)	0.8	3.1	36.7	54.1	5.4	3.8	59.4

2-3. 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 제작 시 중요 요소

- 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 제작 시 중요 요소로는 '원작 웹툰과의 싱크로율'이 51.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '스토리'(20.9%), '연출'(14.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-4-8 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-8 타 콘텐츠 원작, 만화·웹툰 제작 시 중요 요소

(Base: 전체, 단위: %)

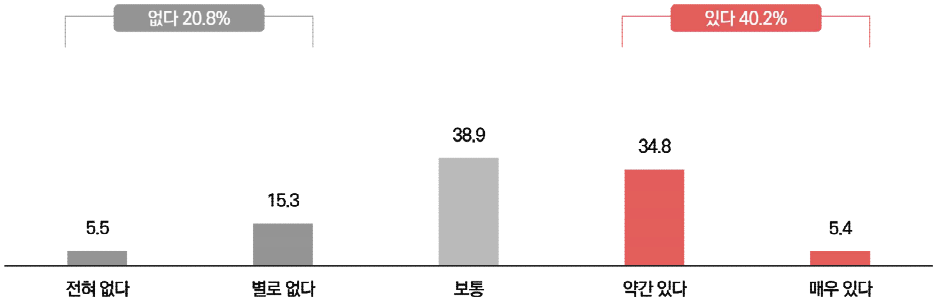
구분		사례 수	원작 웹툰과의 싱크로율 (재현도)	스토리	연출	제작진 (배우/성우/감독/작가 등)	음악 (OST 등)	기타
전체		**(3,000)**	**51.0**	**20.9**	**14.8**	**11.7**	**1.3**	**0.2**
성	남성	(1,568)	49.5	21.0	16.1	11.6	1.5	0.2
	여성	(1,432)	52.7	20.8	13.4	11.8	1.0	0.3
연령	10대	(400)	56.3	17.3	13.5	11.5	0.8	0.8
	20대	(562)	56.9	15.7	14.2	11.4	1.4	0.4
	30대	(577)	58.9	14.7	15.3	9.4	1.4	0.3
	40대	(566)	50.0	19.1	15.2	14.0	1.8	-
	50대	(503)	46.9	25.2	13.9	13.1	0.8	-
	60대	(392)	32.1	38.5	17.1	10.7	1.5	-

2-4. 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향

- 전체 응답자 중 만화웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향은 40.2%로 나타났으며, 특히 여성 대비 남성의 구매 의향이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-4-9 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-9 만화·웹툰 원작, 타 장르 IP 확장 콘텐츠 유료 구매 의향

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	전혀 없다 (A)	별로 없다 (B)	보통 (C)	약간 있다 (D)	매우 있다 (E)	[없다] A+B	[있다] D+E
전체		**(3,000)**	**5.5**	**15.3**	**38.9**	**34.8**	**5.4**	**20.8**	**40.2**
성	남성	(1,568)	5.0	12.3	40.1	37.1	5.5	17.3	42.6
	여성	(1,432)	6.1	18.6	37.7	32.3	5.3	24.7	37.6
연령	10대	(400)	7.0	14.8	33.8	39.0	5.5	21.8	44.5
	20대	(562)	8.0	17.8	35.9	31.7	6.6	25.8	38.3
	30대	(577)	5.7	14.6	35.9	36.9	6.9	20.3	43.8
	40대	(566)	3.7	12.5	43.5	35.5	4.8	16.3	40.3
	50대	(503)	4.4	12.5	41.4	36.6	5.2	16.9	41.7
	60대	(392)	4.3	20.9	43.4	28.8	2.6	25.3	31.4

3. IP 확장

3-1. 만화웹툰 관련 상품 구매 경험

- 전체 응답자의 55.7%가 만화·웹툰 관련 상품을 구매한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 특히 10대에서 구매 경험률이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-4-10 만화웹툰 관련 상품 구매 경험

(Base: 전체, 단위: %, 중복응답)

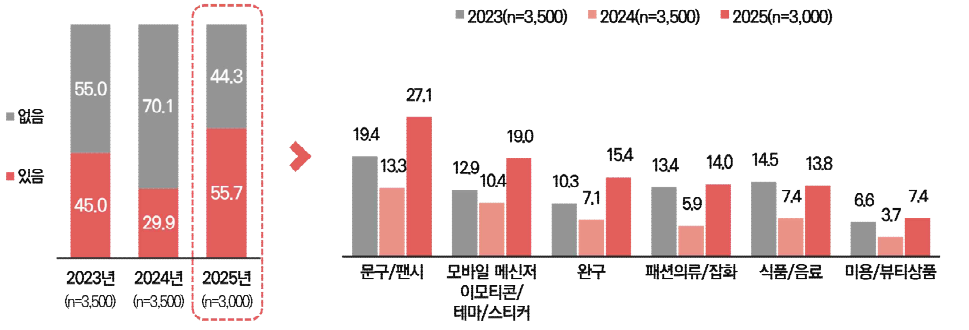


표 2-4-10 만화웹툰 관련 상품 구매 경험

(Base: 전체, 단위: %, 중복응답)

구분		사례 수	구매 경험 있음	문구/팬시	모바일 메신저 이모티콘/ 테마/ 스티커	완구	패션의류/ 잡화	식품/ 음료	미용/ 뷰티 상품	구매 경험 없음
전체		**(3,000)**	**55.7**	**27.1**	**19.0**	**15.4**	**14.0**	**13.8**	**7.4**	**44.3**
성	남성	(1,568)	55.7	22.8	17.2	15.2	15.3	15.1	6.0	44.3
	여성	(1,432)	55.7	31.8	21.0	15.5	12.6	12.4	8.9	44.3
연령	10대	(400)	60.0	36.3	20.0	22.0	14.8	12.5	6.0	40.0
	20대	(562)	56.9	26.7	25.3	20.8	12.6	14.2	6.9	43.1
	30대	(577)	54.9	25.8	19.6	15.9	13.0	12.3	8.5	45.1
	40대	(566)	54.8	25.8	17.0	14.1	14.8	11.1	8.1	45.2
	50대	(503)	54.9	26.6	16.9	11.3	14.1	16.1	7.0	45.1
	60대	(392)	53.1	22.7	13.8	6.9	15.3	17.3	7.4	46.9

3-2. 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

- 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1+2순위)는 '드라마'가 45.9%로 가장 높았으며, 이어서 '영화'(42.3%), '애니메이션'(40.7%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '드라마'의 경우 여성 및 50~60대, '영화'는 남성 및 50대, '애니메이션'은 남성 및 10대에서 상대적으로 선호 비율이 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답의 경우 '애니메이션'이 33.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '드라마'(27.3%), '영화'(17.4%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-4-11 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

(Base: 전체, 단위: %)

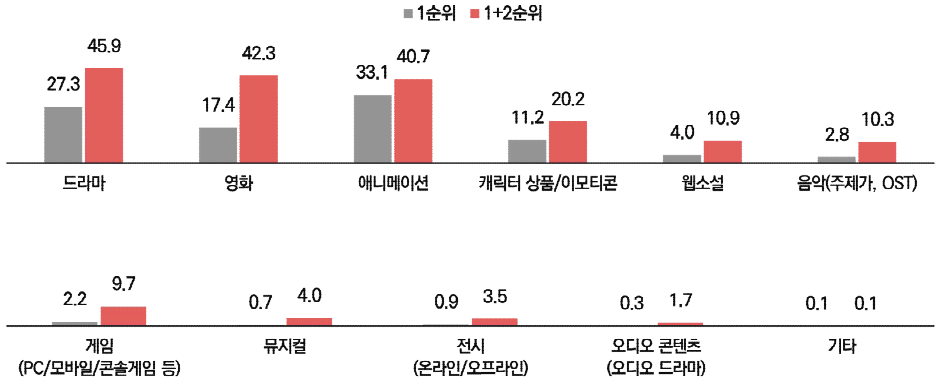


표 2-4-11 만화웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1순위)

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	애니메이션	드라마	영화	캐릭터 상품/이모티콘	웹소설	음악(주제가, OST)	게임	전시	뮤지컬	오디오 콘텐츠	기타
전체		**(3,000)**	**33.1**	**27.3**	**17.4**	**11.2**	**4.0**	**2.8**	**2.2**	**0.9**	**0.7**	**0.3**	**0.1**
성	남성	(1,568)	35.3	21.1	22.0	10.7	4.1	2.2	3.3	0.6	0.5	0.2	0.1
	여성	(1,432)	30.7	34.1	12.3	11.9	3.9	3.5	1.0	1.3	0.9	0.3	0.1
연령	10대	(400)	48.0	19.8	7.0	14.0	2.5	2.8	4.0	2.0	-	-	-
	20대	(562)	42.2	21.0	11.2	13.0	3.4	3.2	3.7	1.4	0.4	0.2	0.4
	30대	(577)	35.9	25.3	15.4	11.6	3.1	2.8	2.1	1.2	1.6	0.9	0.2
	40대	(566)	29.3	28.3	22.4	11.8	3.7	2.3	1.4	0.2	0.2	0.4	-
	50대	(503)	23.9	35.8	23.9	7.2	4.2	2.4	1.0	0.6	1.2	-	-
	60대	(392)	17.9	34.7	24.0	9.7	7.9	3.6	1.3	0.3	0.8	-	-

표 2-4-12 만화웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1+2순위)

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	드라마	영화	애니메이션	캐릭터 상품/이모티콘	웹소설	음악(주제가, OST)	게임	뮤지컬	전시	오디오 콘텐츠	기타
전체		**(3,000)**	**45.9**	**42.3**	**40.7**	**20.2**	**10.9**	**10.3**	**9.7**	**4.0**	**3.5**	**1.7**	**0.1**
성	남성	(1,568)	39.9	47.7	43.5	18.0	10.4	9.3	12.9	3.0	2.6	1.5	0.1
	여성	(1,432)	52.4	36.4	37.6	22.5	11.5	11.5	6.1	5.2	4.5	2.0	0.1
연령	10대	(400)	31.8	26.8	55.3	26.5	7.0	11.3	15.8	3.5	5.5	1.5	-
	20대	(562)	38.1	28.8	50.0	25.3	8.7	11.0	14.9	2.3	7.5	1.8	0.4
	30대	(577)	43.5	42.6	42.5	21.7	8.5	9.5	11.8	3.8	3.6	1.9	0.2
	40대	(566)	51.2	49.5	36.7	19.6	11.7	8.3	7.2	2.7	1.1	1.2	-
	50대	(503)	55.3	57.5	32.4	11.9	13.1	10.3	3.2	5.2	1.0	1.6	-
	60대	(392)	55.4	47.2	26.3	15.6	17.9	12.5	4.6	7.9	2.3	2.3	-

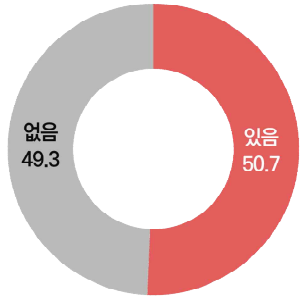
4. 신유형 만화웹툰 이용 행태

4-1. 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험

- 전체 응답자의 50.7%가 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠를 이용한 경험이 있었다.
- 여성 대비 남성의 경험률이 높았으며, 10~20대에서 경험률이 높은 경향을 보였다.

그림 2-4-12 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-13 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)

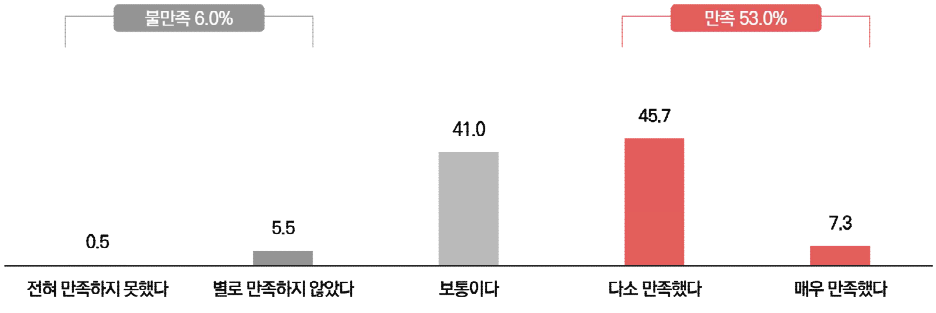
구분		사례 수	있음	없음
전체		**(3,000)**	**50.7**	**49.3**
성	남성	(1,568)	53.3	46.7
	여성	(1,432)	47.8	52.2
연령	10대	(400)	62.5	37.5
	20대	(562)	53.4	46.6
	30대	(577)	47.5	52.5
	40대	(566)	48.2	51.8
	50대	(503)	49.7	50.3
	60대	(392)	44.1	55.9

4-2. 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 시청 만족도

- 만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험자(n=1,520) 중 53.0%가 시청에 만족하고 있었으며, 특히 10대가 다른 연령 대비 높은 것으로 나타났다.

그림 2-4-13 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도

(Base: 만화웹툰 숏폼 콘텐츠 이용 경험자(n=1,520), 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-14 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도

(Base: 만화웹툰 숏폼 콘텐츠 이용 경험자, 단위: %)

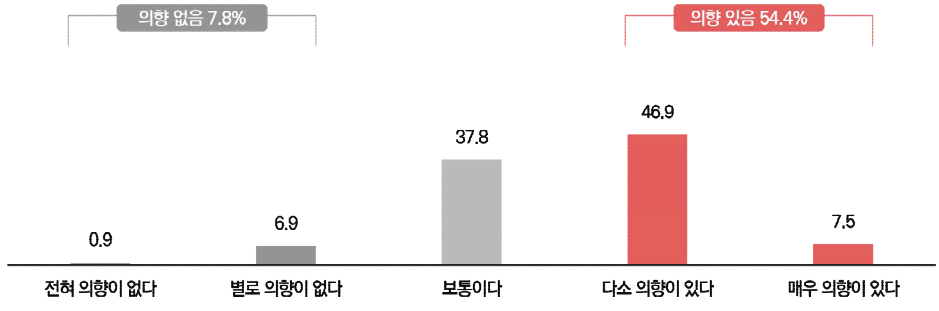
구분		사례 수	전혀 만족하지 못했다 (A)	별로 만족하지 않았다 (B)	보통이다 (C)	다소 만족했다 (D)	매우 만족했다 (E)	[불만족] A+B	[만족] D+E
전체		**(1,520)**	**0.5**	**5.5**	**41.0**	**45.7**	**7.3**	**6.0**	**53.0**
성	남성	(835)	0.6	6.3	41.6	44.0	7.5	6.9	51.5
	여성	(685)	0.3	4.5	40.3	47.9	7.0	4.8	54.9
연령	10대	(250)	0.4	7.6	34.0	48.4	9.6	8.0	58.0
	20대	(300)	0.3	3.3	43.0	44.0	9.3	3.7	53.3
	30대	(274)	0.4	6.6	37.6	46.0	9.5	6.9	55.5
	40대	(273)	-	5.9	41.0	46.9	6.2	5.9	53.1
	50대	(250)	1.2	4.0	46.0	44.0	4.8	5.2	48.8
	60대	(173)	0.6	6.4	45.7	45.1	2.3	6.9	47.4

4-3. 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 지속 이용 의향

- 만화·웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 경험자(n=1,520) 중 54.4%는 향후에도 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠를 이용할 의향이 있었다.
- 응답자 특성별로는 남성보다 여성에게서 상대적으로 높았으며,10대에서 특히 높게 나타났다.

그림 2-4-14 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 지속 이용 의향

(Base: 만화웹툰 숏폼 콘텐츠 이용 경험자(n=1,520), 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-15 만화웹툰 기반 숏폼 콘텐츠 이용 만족도

(Base: 만화웹툰 숏폼 콘텐츠 이용 경험자, 단위: %)

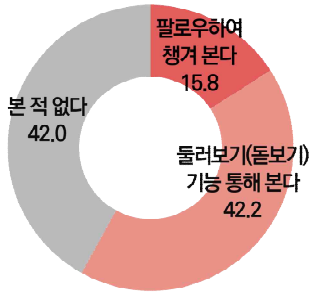
구분		사례 수	전혀 의향 없다 (A)	별로 의향 없다 (B)	보통이다 (C)	다소 의향 있다 (D)	매우 의향 있다 (E)	[의향 없음] A+B	[의향 있음] D+E
전체		**(1,520)**	**0.9**	**6.9**	**37.8**	**46.9**	**7.5**	**7.8**	**54.4**
성	남성	(835)	0.7	7.1	39.4	45.0	7.8	7.8	52.8
	여성	(685)	1.0	6.7	35.9	49.2	7.2	7.7	56.4
연령	10대	(250)	1.6	8.4	30.0	48.8	11.2	10.0	60.0
	20대	(300)	0.7	7.3	33.3	48.3	10.3	8.0	58.7
	30대	(274)	1.1	6.2	40.9	43.8	8.0	7.3	51.8
	40대	(273)	0.4	5.9	44.7	43.2	5.9	6.2	49.1
	50대	(250)	0.8	6.4	37.6	51.6	3.6	7.2	55.2
	60대	(173)	0.6	7.5	41.6	45.7	4.6	8.1	50.3

4-4. 인스타툰 이용 경험

- 전체 응답자 중 인스타툰을 본 경험이 있는 응답자는 58.0%, 본 적이 없는 응답자는 42.0%로 나타났다.
- 세부적으로 살펴보면 '팔로우하여 챙겨 본다'가 15.8%, '둘러보기(돋보기) 기능을 통해 본다'가 42.2%로 나타났다.

그림 2-4-15 인스타툰 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-16 인스타툰 이용 경험

(Base: 전체, 단위: %)

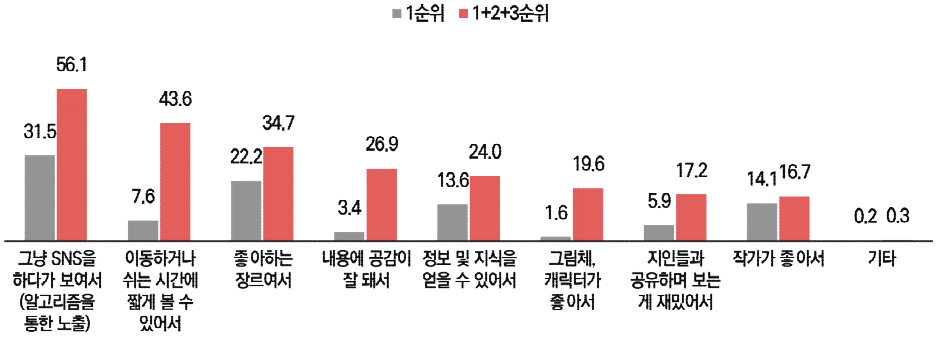
구분		사례 수	인스타툰 계정을 팔로우하여 챙겨 본다	인스타툰 계정을 팔로우하지는 않지만, 둘러보기(돋보기) 기능을 통해 본다	본 적이 없다
전체		**(3,000)**	**15.8**	**42.2**	**42.0**
성	남성	(1,568)	16.1	39.4	44.5
	여성	(1,432)	15.5	45.2	39.3
연령	10대	(400)	14.0	52.5	33.5
	20대	(562)	17.3	47.2	35.6
	30대	(577)	20.5	42.1	37.4
	40대	(566)	15.4	36.7	47.9
	50대	(503)	13.3	36.0	50.7
	60대	(392)	12.8	40.3	46.9

4-5. 인스타툰 이용 이유

- 인스타툰 이용자(n=1,740)의 인스타툰 이용 이유(1+2+3순위)는 '그냥 SNS을 하다가 보여서(알고리즘을 통한 노출)'가 56.1%로 가장 높았으며, 이어서 '이동하거나 쉬는 시간에 짧게 볼 수 있어서'(43.6%), '좋아하는 장르여서'(34.7%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '그냥 SNS를 하다가 보여서(알고리즘을 통한 노출)'의 경우 여성 및 20대, '이동하거나 쉬는 시간에 짧게 볼 수 있어서'는 60대, '좋아하는 장르여서'는 남성 및 50대에서 상대적으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답의 경우 '그냥 SNS을 하다가 보여서(알고리즘을 통한 노출)'이 31.5%로 가장 높았으며, 이어서 '좋아하는 장르여서'(22.2%), '작가가 좋아서'(14.1%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-4-16 인스타툰 이용 이유

(Base: 인스타툰 이용자(n=1,740), 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-4-17 인스타툰 이용 이유(1순위)

(Base: 인스타툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	그냥 SNS을 하다가 보여서	좋아하는 장르여서	작가가 좋아서	정보 및 지식을 얻을 수 있어서	이동하거나 쉬는 시간에 짧게 볼 수 있어서	지인들과 공유하며 보는 게 재밌어서	내용에 공감이 잘 돼서	그림체, 캐릭터가 좋아서	기타
전체		**(1,740)**	**31.5**	**22.2**	**14.1**	**13.6**	**7.6**	**5.9**	**3.4**	**1.6**	**0.2**
성	남성	(871)	25.0	25.3	16.4	16.4	6.4	6.9	2.3	1.3	-
	여성	(869)	38.0	19.2	11.7	10.7	8.9	4.8	4.5	1.8	0.3
연령	10대	(266)	36.5	20.3	12.4	12.4	8.3	6.0	2.3	1.9	-
	20대	(362)	41.7	16.6	11.9	13.0	6.4	3.6	4.7	1.9	0.3
	30대	(361)	32.1	18.6	16.9	9.7	8.3	6.1	5.0	2.8	0.6
	40대	(295)	26.1	25.1	13.9	16.3	6.4	7.1	4.1	1.0	-
	50대	(248)	23.4	29.8	15.3	14.1	9.3	7.7	-	0.4	-
	60대	(208)	23.6	27.9	13.9	18.3	7.7	5.3	2.9	0.5	-

표 2-4-18 인스타툰 이용 이유(1순위)

(Base: 인스타툰 이용자, 단위: %)

구분		사례 수	그냥 SNS을 하다가 보여서	이동하거나 쉬는 시간에 짧게 볼 수 있어서	좋아하는 장르여서	내용에 공감이 잘 돼서	정보 및 지식을 얻을 수 있어서	그림체, 캐릭터가 좋아서	지인들과 공유하며 보는 게 재밌어서	작가가 좋아서	기타
전체		**(1,740)**	**56.1**	**43.6**	**34.7**	**26.9**	**24.0**	**19.6**	**17.2**	**16.7**	**0.3**
성	남성	(871)	49.0	43.4	38.0	22.5	28.4	18.5	19.1	19.1	-
	여성	(869)	63.3	43.7	31.4	31.3	19.7	20.7	15.4	14.4	0.7
연령	10대	(266)	64.3	41.0	31.2	25.9	20.7	21.8	16.2	13.5	-
	20대	(362)	68.2	46.7	25.7	30.9	23.2	22.7	11.9	13.8	0.8
	30대	(361)	54.8	41.3	30.2	26.9	19.9	16.9	13.0	18.8	0.8
	40대	(295)	48.8	41.4	41.0	25.1	25.8	21.0	18.6	16.9	-
	50대	(248)	49.6	42.3	46.0	23.0	24.6	17.7	25.0	20.6	-
	60대	(208)	45.2	50.0	40.4	28.4	33.7	16.3	24.0	17.3	-

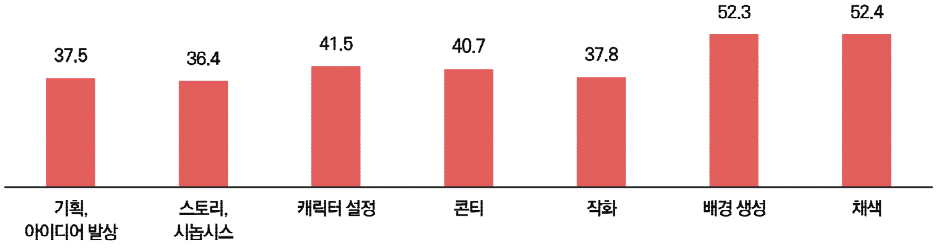
제5절 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식

1. 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식

- 만화·웹툰 제작에 AI 활용을 단계별로 질문한 결과, '채색' 단계가 52.4%, '배경 생성' 단계가 52.3% 과반으로 다른 단계 대비 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났다.
- 그 다음으로는 '캐릭터 설정'(41.5%), '콘티'(40.7%), '작화'(37.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-5-1 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식

(Base: 전체, 단위: %, 긍정비율)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-5-1 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_1) 기획, 아이디어 발상

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**7.4**	**16.9**	**38.2**	**32.9**	**4.6**	**24.3**	**37.5**
성	남성	(1,568)	5.9	14.9	39.8	33.8	5.5	20.9	39.3
	여성	(1,432)	9.0	19.0	36.5	32.0	3.5	28.0	35.5
연령	10대	(400)	12.5	19.3	34.5	29.3	4.5	31.8	33.8
	20대	(562)	11.7	19.8	32.7	31.0	4.8	31.5	35.8
	30대	(577)	8.3	15.3	39.2	31.4	5.9	23.6	37.3
	40대	(566)	5.3	17.3	40.3	33.6	3.5	22.6	37.1
	50대	(503)	3.6	15.9	42.1	32.6	5.8	19.5	38.4
	60대	(392)	2.6	13.3	40.6	41.3	2.3	15.8	43.6

표 2-5-2 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_2) 스토리, 시놉시스

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**7.5**	**19.3**	**36.8**	**31.2**	**5.3**	**26.7**	**36.4**
성	남성	(1,568)	6.2	17.2	38.1	32.1	6.4	23.3	38.6
	여성	(1,432)	8.9	21.6	35.5	30.1	4.0	30.4	34.1
연령	10대	(400)	12.8	25.0	31.5	26.5	4.3	37.8	30.8
	20대	(562)	11.4	21.7	31.9	30.1	5.0	33.1	35.1
	30대	(577)	8.5	18.5	38.1	28.6	6.2	27.0	34.8
	40대	(566)	5.1	22.1	36.2	32.0	4.6	27.2	36.6
	50대	(503)	4.4	14.1	42.7	32.4	6.4	18.5	38.8
	60대	(392)	2.3	13.5	40.8	38.5	4.8	15.8	43.4

표 2-5-3 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_3) 캐릭터 설정

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**6.4**	**14.8**	**37.3**	**35.4**	**6.0**	**21.2**	**41.5**
성	남성	(1,568)	5.4	13.6	38.7	35.3	7.0	19.1	42.2
	여성	(1,432)	7.5	16.1	35.8	35.6	5.0	23.5	40.6
연령	10대	(400)	10.8	22.0	33.0	30.3	4.0	32.8	34.3
	20대	(562)	10.7	17.4	33.3	32.6	6.0	28.1	38.6
	30대	(577)	7.5	13.9	37.1	34.1	7.5	21.3	41.6
	40대	(566)	4.2	16.6	38.7	35.2	5.3	20.8	40.5
	50대	(503)	3.0	9.3	41.6	39.4	6.8	12.3	46.1
	60대	(392)	1.8	9.4	40.6	42.1	6.1	11.2	48.2

표 2-5-4 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_4) 콘티

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**6.4**	**15.1**	**37.8**	**34.6**	**6.1**	**21.4**	**40.7**
성	남성	(1,568)	5.3	13.5	38.8	34.6	7.7	18.8	42.3
	여성	(1,432)	7.5	16.8	36.7	34.6	4.4	24.3	39.0
연령	10대	(400)	11.3	24.3	30.0	30.0	4.5	35.5	34.5
	20대	(562)	10.9	18.0	33.8	30.6	6.8	28.8	37.4
	30대	(577)	7.6	12.7	36.7	35.0	8.0	20.3	43.0
	40대	(566)	3.5	14.1	39.4	37.6	5.3	17.7	42.9
	50대	(503)	2.8	11.9	42.7	36.2	6.4	14.7	42.5
	60대	(392)	1.8	10.5	44.6	38.0	5.1	12.2	43.1

표 2-5-5 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_5) 작화

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**11.9**	**16.3**	**34.0**	**31.1**	**6.7**	**28.2**	**37.8**
성	남성	(1,568)	9.2	13.5	34.9	33.8	8.6	22.7	42.4
	여성	(1,432)	14.8	19.3	33.1	28.1	4.6	34.1	32.8
연령	10대	(400)	25.0	20.3	25.0	22.3	7.5	45.3	29.8
	20대	(562)	20.3	22.2	25.8	24.9	6.8	42.5	31.7
	30대	(577)	12.3	16.6	34.0	29.6	7.5	28.9	37.1
	40대	(566)	6.4	17.0	36.9	33.2	6.5	23.3	39.8
	50대	(503)	5.2	11.1	40.4	36.4	7.0	16.3	43.3
	60대	(392)	2.3	8.9	42.9	41.3	4.6	11.2	45.9

표 2-5-6 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_6) 배경 생성

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**5.9**	**9.6**	**32.2**	**41.2**	**11.1**	**15.5**	**52.3**
성	남성	(1,568)	5.3	8.5	33.2	41.2	11.8	13.8	53.0
	여성	(1,432)	6.6	10.7	31.1	41.2	10.4	17.3	51.6
연령	10대	(400)	10.5	13.3	29.3	36.8	10.3	23.8	47.0
	20대	(562)	10.3	13.9	29.4	35.4	11.0	24.2	46.4
	30대	(577)	7.8	8.0	32.4	41.2	10.6	15.8	51.8
	40대	(566)	2.5	8.5	35.7	41.7	11.7	11.0	53.4
	50대	(503)	2.2	5.8	34.0	45.5	12.5	8.0	58.1
	60대	(392)	2.0	8.4	31.4	47.7	10.5	10.5	58.2

표 2-5-7 만화·웹툰 제작 단계별 AI 활용에 대한 이용자 인식_7) 채색

(Base: 전체, 단위: %)

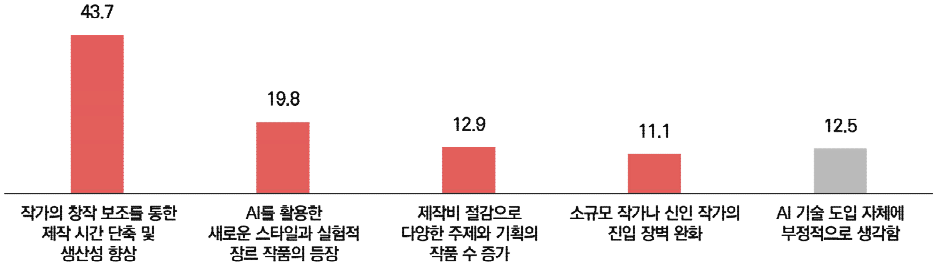
구분		사례 수	매우 부정적 (A)	부정적인 편 (B)	보통 (C)	긍정적인 편 (D)	매우 긍정적 (E)	[부정] A+B	[긍정] D+E
전체		**(3,000)**	**6.2**	**9.6**	**31.8**	**40.8**	**11.5**	**15.8**	**52.4**
성	남성	(1,568)	5.6	8.9	33.4	39.5	12.6	14.5	52.2
	여성	(1,432)	6.9	10.4	30.1	42.2	10.3	17.3	52.6
연령	10대	(400)	13.3	16.5	27.0	32.5	10.8	29.8	43.3
	20대	(562)	11.0	13.5	29.5	36.5	9.4	24.6	45.9
	30대	(577)	6.9	8.3	34.8	38.3	11.6	15.3	49.9
	40대	(566)	3.0	8.1	33.0	42.2	13.6	11.1	55.8
	50대	(503)	2.0	4.8	33.6	47.9	11.7	6.8	59.6
	60대	(392)	1.3	7.1	31.4	48.2	12.0	8.4	60.2

2. 만화·웹툰에 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과

- 전체 응답자가 기대하는 만화·웹툰에 AI 기술 적용 시, 긍정적 효과는 '작가의 창작 보조를 통한 제작 시간 단축 및 생산성 향상'이 43.7%로 가장 높았다.
- 이어서 'AI를 활용한 새로운 스타일과 실험적 장르 작품의 등장'(19.8%), '제작비 절감으로 다양한 주제와 기획의 작품 수 증가'(12.9%), '소규모 작가나 신인 작가의 진입 장벽 완화'(11.1%) 등의 순으로 높았다.
- 한편, 'AI 기술 도입 자체에 부정적으로 생각함'의 경우는 12.5%로 나타났다.

그림 2-5-2 만화·웹툰에 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-5-8 만화·웹툰에 AI 기술 적용 시, 기대하는 긍정적 효과

(Base: 전체, 단위: %)

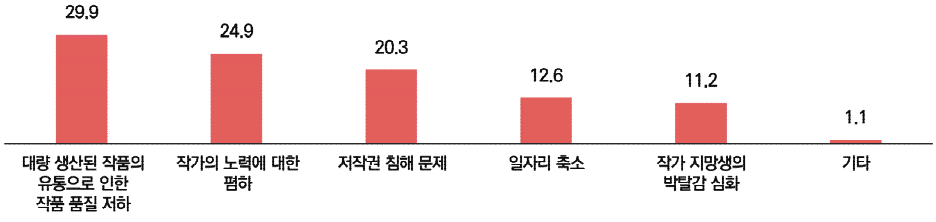
구분		사례 수	작가의 창작 보조를 통한 제작 시간 단축 및 생산성 향상	AI를 활용한 새로운 스타일과 실험적 장르 작품의 등장	제작비 절감으로 다양한 주제와 기획의 작품 수 증가	소규모 작가나 신인 작가의 진입 장벽 완화	AI 기술 도입 자체에 부정적으로 생각함
전체		**(3,000)**	**43.7**	**19.8**	**12.9**	**11.1**	**12.5**
성	남성	(1,568)	42.3	23.1	12.2	13.2	9.2
	여성	(1,432)	45.3	16.3	13.6	8.7	16.1
연령	10대	(400)	42.8	16.3	9.8	11.0	20.3
	20대	(562)	44.7	15.3	9.6	11.2	19.2
	30대	(577)	46.3	19.4	10.2	11.3	12.8
	40대	(566)	45.2	20.3	14.0	11.3	9.2
	50대	(503)	41.4	23.7	17.3	10.1	7.6
	60대	(392)	40.6	25.0	17.6	11.5	5.4

3. 만화웹툰에 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항

- AI 도입 부정 인식자(n=374)의 AI 기술 적용 시 우려 사항으로는 '대량 생산된 작품의 유통으로 인한 작품 품질 저하'가 29.9%로 가장 높게 나타났다.
- 특히 여성보다 남성, 다른 연령 대비 20대에서 상대적으로 높게 나타났다.
- 이어서 '작가의 노력에 대한 폄하'(24.9%), '저작권 침해 문제'(20.3%), '일자리 축소'(12.6%) 등의 순으로 나타났다.

그림 2-5-3 만화웹툰에 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항

(Base: AI 도입 부정 인식자(n=374), 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-5-9 만화웹툰에 AI 기술 적용 시, 이용자 우려 사항

(Base: AI 도입 부정 인식자, 단위: %)

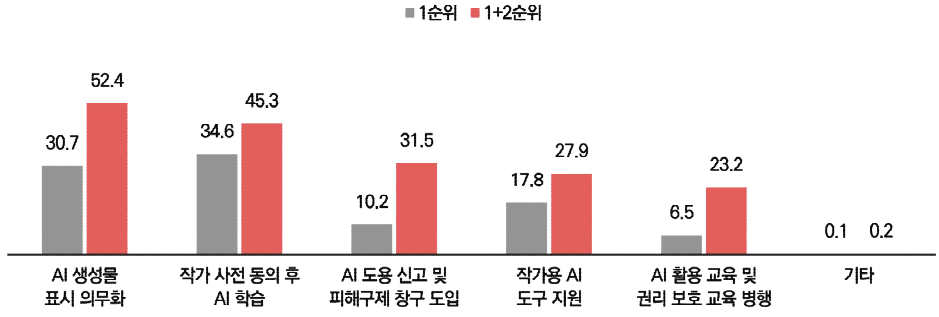
구분		사례 수	대량 생산된 작품의 유통으로 인한 작품 품질 저하	작가의 노력에 대한 폄하	저작권 침해 문제	일자리 축소	작가 지망생의 박탈감 심화	기타
전체		**(374)**	**29.9**	**24.9**	**20.3**	**12.6**	**11.2**	**1.1**
성	남성	(144)	34.0	23.6	11.1	17.4	12.5	1.4
	여성	(230)	27.4	25.7	26.1	9.6	10.4	0.9
연령	10대	(81)	30.9	27.2	27.2	6.2	7.4	1.2
	20대	(108)	36.1	15.7	30.6	9.3	8.3	-
	30대	(74)	25.7	32.4	12.2	16.2	10.8	2.7
	40대	(52)	26.9	34.6	11.5	13.5	13.5	-
	50대	(38)	23.7	21.1	10.5	18.4	23.7	2.6
	60대	(21)	28.6	19.0	9.5	28.6	14.3	-

4. AI 기술이 만화·웹툰에 활용 시, 필요 정책에 대한 이용자 인식

- AI 기술이 만화·웹툰에 활용 시 필요한 정책(1+2순위)으로 'AI 생성물 표시 의무화'가 52.4%로 가장 높았으며, 이어서 '작가 사전 동의 후 AI 학습'(45.3%), 'AI 도용 신고 및 피해구제 창구 도입'(31.5%) 등의 순으로 높게 나타났다.
- 한편, 1순위 응답의 경우 '작가 사전 동의 후 AI 학습'이 34.6%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 'AI 생성물 표시 의무화'(30.7%), '작가용 AI 도구 지원'(17.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-5-4 AI 기술이 만화·웹툰에 활용 시, 필요 정책

(Base: 전체, 단위: %)



주) 2025년 신규 문항임

표 2-5-10 AI 기술이 만화·웹툰에 활용 시, 필요 정책(1순위)

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	작가 사전 동의 후 AI 학습	AI 생성물 표시 의무화	작가용 AI 도구 지원	AI 도용 신고 및 피해구제 창구 도입	AI 활용 교육 및 권리 보호 교육 병행	기타
전체		**(3,000)**	**34.6**	**30.7**	**17.8**	**10.2**	**6.5**	**0.1**
성	남성	(1,568)	34.4	29.7	20.6	9.1	6.0	0.1
	여성	(1,432)	34.8	31.7	14.8	11.5	7.1	0.1
연령	10대	(400)	37.0	29.3	15.8	10.5	7.3	0.3
	20대	(562)	30.6	35.4	18.3	11.6	4.1	-
	30대	(577)	31.5	33.8	19.2	10.1	5.2	0.2
	40대	(566)	34.6	30.4	18.2	9.5	7.1	0.2
	50대	(503)	40.2	26.2	16.7	10.7	6.2	-
	60대	(392)	35.5	26.8	18.1	8.7	11.0	-

표 2-5-11 AI 기술이 만화웹툰에 활용 시, 필요 정책(1+2순위)

(Base: 전체, 단위: %)

구분		사례 수	AI 생성물 표시 의무화	작가 사전 동의 후 AI 학습	AI 도용 신고 및 피해구제 창구 도입	작가용 AI 도구 지원	AI 활용 교육 및 권리 보호 교육 병행	기타
전체		**(3,000)**	**52.4**	**45.3**	**31.5**	**27.9**	**23.2**	**0.2**
성	남성	(1,568)	50.7	45.5	28.3	32.1	21.0	0.3
	여성	(1,432)	54.2	45.1	35.1	23.3	25.6	0.1
연령	10대	(400)	51.8	49.5	31.8	27.0	18.8	0.3
	20대	(562)	58.2	44.3	34.0	28.8	16.7	-
	30대	(577)	54.9	40.9	32.2	30.2	19.2	0.7
	40대	(566)	51.8	42.2	31.8	28.8	23.7	0.2
	50대	(503)	48.7	49.7	29.8	24.9	28.4	-
	60대	(392)	46.4	47.7	28.3	26.8	35.5	-

부록

설문지

1. 2025 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설문지

2025년 만화·웹툰 이용자 조사

안녕하십니까?
한국콘텐츠진흥원은 국민들의 만화·웹툰 콘텐츠 이용 현황 및 의견 파악을 위하여 「**2025년 만화·웹툰 이용자 조사**」를 실시하고 있습니다.

본 조사는 전국적인 규모로 실시되고 있으며, 응답하신 결과는 만화·웹툰 산업 발전 및 관련 정책 수립을 위한 기초 자료로 활용됩니다.

설문 조사 결과는 통계법 33조(비밀의 보호)에 의하여 철저하게 보호되며, 통계처리 이외에는 절대 사용되지 않으니 바쁘시더라도 시간을 내시어 조사에 참여해주시면 감사하겠습니다.

■ 주 관 기 관 : 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원
■ 조 사 기 관 : ㈜한국리서치 OOO 책임 (연락처:02-3014-0706)

2025년 05월

SQ. 응답자 일반 현황

SQ1. 현재 귀하께서 거주하시는 **지역**은 어디입니까?

1) 서울특별시	2) 부산광역시	3) 대구광역시	4) 인천광역시
5) 광주광역시	6) 대전광역시	7) 울산광역시	8) 경기도
9) 강원도	10) 충청북도	11) 충청남도(세종시 포함)	12) 전라북도
13) 전라남도	14) 경상북도	15) 경상남도	16) 제주도

SQ2. 귀하의 **성별**은 무엇입니까?

1) 남자 2) 여자

SQ3. 귀하의 **출생연도**는 언제입니까? _____년
[Prog: 만 14~69세까지 조사 진행, 만 70세 이상 조사 종료]

[Prog: SQ3 응답값에 따라 자동 입력]
SQ4. 연령(나이)대

1) 14-19세 **[→설명문으로 이동(본인 조사)]**	2) 20-24세	3) 25-29세
4) 30-39세	5) 40-49세	6) 50-59세
7) 60-69세		

[Prog: SQ4=2~7 응답자만]
SQ5. 귀하께서는 현재 **자녀**가 있습니까?

1) 있다 2) 없다 **[→설명문으로 이동(본인 조사)]**

[Prog: SQ5=1 응답자만]

SQ6. 그렇다면, **자녀의 출생연도**는 언제입니까?

만약, 자녀가 2명 이상이면, 연령(나이)에 상관없이 생일이 가장 빠른 자녀(양력 기준)로 응답해 주십시오.

_____ 년

[Prog: 자녀가 만 10~13세인 경우 SQ7로 이동, 그 외 연령은 설명문으로 이동(본인 조사)]

[Prog: SQ6에서 자녀 나이가 만 10~13세인 응답자만]

SQ7. 그렇다면, 해당하는 연령(나이)[**#SQ6 응답값**]의 **자녀 성별**은 무엇입니까?

1) 남성 2) 여성

[Prog: SQ7까지 응답한 응답자만]

안내문	만 10~13세인 선생님 자녀(2명 이상이면 생일이 가장 빠른)의 만화·웹툰 이용 현황에 대해 조사하려고 합니다. 동의하신다면 '동의'를 클릭하신 후 **만 10~13세 자녀를 대신하여 귀하께서 조사에 응답**을 해주시기를 부탁드립니다. 1) 동의 2) 비동의

[Prog: '동의' 선택 시 만 10~13세 자녀 대상 조사 진행(자녀 조사)]

[Prog: '비동의' 선택 시 팝업창("자녀에 대한 조사를 동의하지 않았으므로, 본인 기준으로 응답을 해주시기 바랍니다") 추가 => 설명문으로 이동(본인 조사)]

[Prog: 설명문 별도 제시(제시시간 5초)]

본 설문에서의 '출판만화·웹툰'은 다음의 수단 또는 형태로 감상하는 콘텐츠입니다.
※ TV/극장/온라인에서 보는 만화영화(애니메이션)와 학습만화는 해당되지 않습니다.

대분류	유형	예시(사이트명)
웹툰	1. 포털사이트	네이버웹툰, 카카오웹툰, 네이버시리즈, 카카오페이지
	2. 웹툰 서비스 (제공) 플랫폼	레진코믹스, 리디, 봄툰, 탑툰, 투믹스, 왓챠, 에이블리 등
	3. 신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	4. 오픈마켓	포스타입, 딜리헙, 알라딘(투비컨티뉴드) 등의 오픈마켓
	5. SNS	SNS(인스타그램(인스타툰), 페이스북, X(구 트위터), 블로그 등)
출판만화	6. 만화책/웹툰 단행본	원피스, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들 등
	7. 정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
	8. 디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털스캔만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

웹툰 : 세로로 스크롤을 내려서 보는 형식의 컬러 만화
디지털페이지만화 : 출판만화를 스캔해서 보는 경우를 포함해서, 페이지 형식으로 보는 디지털 만화

[Prog: 설명문, SQ8, SQ9 동시 제시]

SQ8. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 웹툰을 얼마나 자주 이용하였습니까?

거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	거의 이용하지 않음
1	2	3	4	5	6	7

SQ9. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 출판만화(디지털페이지 만화 포함)를 얼마나 자주 이용하였습니까?

거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	거의 이용하지 않음
1	2	3	4	5	6	7

[Prog: SQ8 & SQ9 모두 7) 응답 시 조사 종료]

A. 출판만화·웹툰 이용 현황

AQ1. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 **어떤 종류의 출판만화·웹툰**을 보셨습니까? **모두 선택**해 주세요. [중복 선택]

대분류	유형	예시(사이트명)
웹툰	1. 포털사이트	네이버웹툰, 카카오웹툰, 네이버시리즈, 카카오페이지
	2. 웹툰 서비스 (제공) 플랫폼	레진코믹스, 리디, 봄툰, 탑툰, 투믹스, 왓챠, 에이블리 등
	3. 신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	4. 오픈마켓	포스타입, 딜리헙, 알라딘(투비컨티뉴드) 등의 오픈마켓
	5. SNS	SNS(인스타그램(인스타툰), 페이스북, X(구 트위터), 블로그 등)
출판만화	6. 만화책/웹툰 단행본	원피스, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들 등
	7. 정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
	8. 디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털스캔만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

[Prog: SQ8=1~6 & SQ9=7 인 경우 1)~5) 보기만 제시]

[Prog: SQ8=7 & SQ9=1~6 인 경우 6)~8) 보기만 제시]

[Prog: SQ8=1~6 & SQ9=1~6 인 경우 모든 보기 제시(단, 1~5번 보기 최소 1개, 6~8번 보기 최소 1개 선택 필수)]

[Prog: SQ8=1~6 & SQ9=1~6 응답자만]

AQ2. 전체 출판만화·웹툰 이용 시간이 100%라면, '웹툰'과 '출판만화(디지털페이지만화 포함)' 각 이용 비율은 어느 정도입니까? 합이 100이 되도록 적어 주세요.

웹툰 이용 _____ %, 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 _____ %

[Prog: 두 응답의 합이 100%이 아닌 경우 경고창 제시]

[Prog: B파트 전체 '웹툰 이용자(SQ8=1~6번 응답자)'만 진행]

B. 웹툰 이용 관련

BQ1. **웹툰 관련 정보**를 어디에서 얻고 있습니까? 순서대로 **세 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2~3순위 선택]

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

1) 친구나 주변인
2) 지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사
3) 인터넷 커뮤니티/카페/갤러리
4) 만화 카페
5) 단행본에 들어있는 광고
6) 웹툰 전문 사이트(웹툰가이드, 서울웹툰인사이트 등)
7) 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등)
8) SNS(페이스북, X(구 트위터), 인스타그램 등)
9) 유튜브
10) 웹툰 원작 2차적 저작물(영화/드라마/웹소설 등)
11) 웹툰 플랫폼 자체 배너 광고
12)기타(구체적으로 : _____)

BQ1-1. **웹툰을 선택하는 기준**에 대한 문항입니다. 귀하께서 중요하게 생각하는 요소를 **모두** 응답해 주세요.

1) 주제 및 소재(내용), 장르
2) 작가
3) 신규 작품
4) 미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성
5) 광고/홍보
6) 평점
7) 인기 순위
8) 알고리즘 추천
9) 주변 지인(가족, 친구 등)의 추천
10) 원작(소설, 웹소설, 드라마 등)
11) 제목 및 썸네일(미리보기 이미지)
12) 기타(구체적으로 : _____)

BQ2. 주중, 주말에 웹툰을 감상하는 시간대를 **모두** 체크해 주세요.

구분	06:00~08:59 오전6시~오전9시 이전	09:00~11:59 오전9시~오후12시 이전	12:00~12:59 오후12시~오후1시 이전	13:00~17:59 오후1시~오후6시 이전	18:00~19:59 오후6시~오후8시 이전	20:00~21:59 오후8시~오후10시 이전	22:00~23:59 오후10시~자정 이전	24:00~05:59 자정~오전6시 이전	감상하지 않음
1) 주중(평일)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2) 주말(토/일)	1	2	3	4	5	6	7	8	9

[Prog: 주중, 주말에서 9) 선택 시 다른 보기 선택 불가능]

[Prog: 주중과 주말 모두 9) 선택 불가능]

BQ3. 일주일에 평균적으로 감상하는 웹툰의 **작품(회차 기준) 수**는 몇 화 정도입니까?

일주일에 _____화 **[Prog: 1≤BQ3≤99]**

BQ4. 웹툰 이용 시, **선호하는 방식**은 무엇입니까?

1) 한 번에 여러 회차를 몰아서 감상한다
2) 주간 단위로 새로운 회차가 연재될 때마다 감상한다

BQ5. 웹툰을 주로 감상하는 **장소**는 어디입니까? [1개 선택]

1) 집
2) 직장(사무실) **[→ SQ4=1, 자녀 조사(만 10~13세)의 경우 해당 보기 비활성화]**
3) 학교/학원
4) 교통수단(지하철, 버스 등)
5) 기타(구체적으로 : _____)

BQ6. 평소 웹툰 감상을 위해 주로 이용하는 **기기**는 무엇입니까? [1개 선택]
1) 스마트폰 2) 태블릿PC 3) PC(데스크탑/노트북) 4) 기타(구체적으로 : _____)

BQ7. 평소 웹툰 감상을 위해 이용하는 **서비스**는 무엇입니까? 순서대로 **세 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2~3순위 선택]
1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

1) 네이버웹툰	2) 네이버시리즈	3) 레진코믹스	4) 리디	5) 카카오웹툰	6) 카카오페이지	7) 탑툰
						
8) 투믹스	**9) 딜리헙**	**10) 포스타입**	**11) 인스타그램**	**12) 무툰**	**13) 봄툰**	**14) 기타**
						_____

BQ7-1. [#BQ7 1순위 응답값#]를(을) 주로 이용하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 **두 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2순위 선택]
1순위 _____ 2순위 _____
1) 오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)
2) 감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서
3) 해당 서비스(플랫폼)에서만 제공하는 작품(독점작)을 이용하기 위해서
4) 다른 서비스(플랫폼)에 비해 메뉴, 구성 등 이용이 편리해서
5) 무료로 감상할 수 있어서
6) 할인 및 이벤트 등 프로모션이 자주 있어서
7) 좋아하는 작가가 연재해서
8) 가격이 합리적이어서
9) 기타(구체적으로 : _____)

BQ8. 웹툰 이용 시 중요하게 생각하는 기준은 무엇입니까? 순서대로 **세 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2~3순위 선택]

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

구분	보기	
작품 외부 요소	1) 인기순	2) 최신작
	3) 가격(유/무료)	4) 쉬운, 편리한 구입/이용
	5) 서비스 내 추천작(이벤트/Push 알람 등)	6) 지인/만화 커뮤니티 추천 및 평론
	7) 댓글의 평가	8) 별점
	9) 제목 및 썸네일(미리보기 이미지)	
	10) 웹툰을 원작으로 하는 영화나 드라마, 웹소설 등(2차적 저작물)의 흥행	
	11) 원작이 되는 웹소설에 대한 흥미	
작품 내부 요소	12) 장르	13) 작품성/예술성
	14) 그림/그림체	15) 특정 작가의 작품
	16) 소재/줄거리	17) 완결 여부
기타	18) 기타(구체적으로 : _____)	

BQ9. 웹툰 이용 시 평소 **즐겨보는 장르**는 무엇입니까? 순서대로 **세 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2~3순위 선택]

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

1) 액션	2) 무협/사극	3) 판타지	4) 현대 로맨스
5) 로맨스 판타지	6) 힉원물	7) 드라마	8) 일상
9) 코믹/개그	10) 감성	11) 공포/스릴러	12) 스포츠
13) 성인물	14) BL/GL	15) 교양/지식	16) 기타( )

[Prog: SQ4=1, 자녀 조사(만 10~13세)의 경우 13) 보기 비활성화]

[웹툰 유료 이용 관련]

[Prog: 안내문과 BQ10 문항 동시 제시]

> **미리보기* 위해 쿠키/캐시 충전 또는 비용 결제** : '네이버웹툰(네이버시리즈)', '카카오웹툰(다음웹툰)', '카카오페이지'
> **1시간 몰아보기** : 네이버웹툰에서 특정 웹툰의 회차 전편을 1시간 동안 마음껏 감상할 수 있는 시간제 이용권
> **캐시/코인/포인트 충전** : '레진코믹스' 등
>
> ※ 미리보기: 연재예정일보다 빠르게 볼 수 있는 유료 상품

BQ10. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 **유료로 결제하신 적**이 있습니까?

1) 있다 2) 없다

[Prog: BQ10=1 응답자만]

BQ10-1. 웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 유료 결제를 얼마나 자주하였습니까?

거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4개월~1년에 한번
1	2	3	4	5	6	7

[Prog: SQ8 응답값보다 빈도가 작게 설정(예: SQ8=5 인 경우 BQ10-1=5~7만 선택 가능)]

[Prog: BQ10=1 응답자만]

BQ10-2. 웹툰 **유료 이용 시**, 주로 **어떤 방식으로 결제**합니까? [1개 선택]

1) 특정 작품 '회당' 비용 결제
2) 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 **비정기적**으로 충전 후 이용
3) 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 **월정기적**으로 충전 후 이용(카카오페이지 캐시 PASS VIP, 네이버 쿠키 자동충전 등 자동충전 서비스 포함)
4) 기타(네이버플러스 멤버쉽, 윈스토리패스, 쿠폰 등)

[Prog: BQ10=1 응답자만]

BQ10-3. 웹툰을 유료로 결제하는 데 **월 평균** 얼마 정도 지출하였습니까?

1천원 미만	1천원~ 3천원 미만	3천원~ 5천원 미만	5천원~ 1만원 미만	1만원~ 3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원 이상
1	2	3	4	5	6	7	8

[Prog: BQ10=1 응답자만]

BQ10-4. 이용해 보신 '웹툰 유료 서비스'의 종류는 무엇입니까? 많이 사용하시는 순서대로 **두 가지**만 선택해 주세요. [1순위 필수, 2순위 선택]

1순위 _____ 2순위 _____

1) 전체 완결 웹툰 보기
2) 웹툰 미리보기 서비스
3) 1시간 몰아보기 서비스
4) 기타( )

BQ11. 보고싶은 웹툰이 유료일 때, **주로 사용하는 방법**은 무엇입니까? [1개 선택]

1) 무료가 될 때까지 기다린다('기다리면 무료' 등)
2) 무료/제휴 프로모션(게임하기, 캐시이벤트, 쿠키오븐, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다
3) 유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나, 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다
4) 주로 유료 결제를 한다 **[→ BQ10=2 의 경우 해당 보기 비활성화]**
5) 기타( )

BQ12. 향후 웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 **유료로 결제할 의향**이 얼마나 있습니까?

전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다	보통이다	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다
1	2	3	4	5

[Prog: BQ12=4, 5 응답자만]

BQ12-1. 웹툰을 유료로 결제하는 데 **월 평균 최대 얼마 정도 지출할 의향**이 있습니까?

1천원 미만	1천원~ 3천원 미만	3천원~ 5천원 미만	5천원~ 1만원 미만	1만원~ 3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원 이상
1	2	3	4	5	6	7	8

[웹툰 이용 후 오프라인 단행본(=출판만화) 구매 경험]

[Prog: 안내문과 BQ13 문항 동시 제시]

> 인기 있는 웹툰의 경우, 오프라인 단행본(만화책)이 출판되기도 합니다.
> (예) 전지적 독자 시점, 이번 생도 잘 부탁해, 나 혼자만 레벨업, 참아주세요, 대공, 화산귀환, 열렙전사, 신의 탑 등

BQ13. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 웹툰의 오프라인 단행본(출판만화)을 구매(구입)한 경험이 있습니까?

1) 있다 2) 없다

[Prog: BQ13=1 응답자만]

BQ13-1. 웹툰의 오프라인 단행본(출판만화)을 구매(구입)하는 이유는 무엇입니까? **하나만** 골라주세요. [1개 선택]

1) 이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서
2) 웹툰으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서
3) 출판만화로 소장, 보관하고 싶어서
4) 부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서
5) 손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서
6) 연재처/플랫폼의 서비스 종료로 웹툰을 다시 볼 수 없을 것 같아서
7) 기타( )

BQ14. 향후 웹툰의 오프라인 딘행본(출핀민화)을 구매(구입)하실 의향이 얼마나 있습니까?

전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다	보통이다	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다
1	2	3	4	5

BQ15. 좋아하는 작가나 작품에 수익이 돌아간다면 다음 중 어떤 서비스를 이용할 의향이 있으십니까? [1개 선택]

> 현재 웹툰 작가들은 기본 원고료 외에 조회수 기반 인센티브, 콘텐츠 유료 결제 수익(미리보기/완결보기) 등 플랫폼을 통해 수입을 얻고 있습니다. 만약 작가 및 작품에 보다 직접적으로 수익을 줄 수 있는 방법이 있다면 어떤 방식을 이용할 의향이 있는지 선택해 주세요.

1) 배너 광고 클릭을 통한 광고 수익 공유
2) 작가에게 후원금 정기 결제
3) 회차별 1회성 결제 후원
4) 광고 시청 후 웹툰 감상
5) 현재 유료 이용 방식으로 충분
6) 기타( )

[Prog: C파트 전체 '출판만화 이용자(SQ9=1~6번 응답자)'만 진행]

C. 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 관련

CQ1. 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 주로 감상하는 **장소**는 어디입니까? [1개 선택]

1) 집
2) 직장(사무실)
3) 학교/학원
4) 교통수단(지하철, 버스 등)
5) 만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)
6) 도서관
7) 기타( )

[Prog: SQ4=1, 자녀 조사(만 10~13세)의 경우 2) 보기 미제시]

CQ2. 평소에 즐겨보는 **출판만화(디지털페이지만화 포함) 작품**이 있습니까?

1) 있다
2) 없다

[출판만화 구매 관련]

[Prog: 안내문과 CQ3 문항 동시 제시]

※ 출판만화(디지털페이지만화 포함) 예시

유형	예시
만화책/웹툰 단행본	원피스, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들 등
정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털 스캔 만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

CQ3. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 구매(구입)한 경험이 있습니까?

1) 있다
2) 없다

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-1. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 구입한 출판만화(디지털페이지만화 포함)는 어떻게 이용하십니까? **모두 체크해주세요.** [중복 선택]

1) 만화책/웹툰 단행본, 정기연재물
2) 디지털페이지만화

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-2. 귀하께서 구매(구입)하신 출판만화(디지털페이지만화 포함)의 종류는 무엇입니까? **모두 체크해주세요.** [중복 선택]

1) 국내원작만화
2) 해외원작만화

국내원작만화 예시 : 식객, 미생, 이태원 클라쓰 등
해외원작만화 예시 : 원피스, 명탐정 코난, 진격의 거인 등

[Prog: CQ3-2=2 응답자만]

CQ3-3. 귀하께서 구매(구입)하신 해외 출판만화(디지털페이지만화 포함)의 제작 국가를 **모두 체크해주세요.** [중복 선택]

1) 일본
2) 미국
3) 유럽(프랑스, 이탈리아 등)
4) 중국
5) 기타( )
6) 모르겠음

[Prog: 6) 응답 시 다른 보기 선택 불가]

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-4. 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 구매(구입)하실 때, 어디서 **주로 구입하시나요?** [1개 선택]

1) 전자책(리디, 네이버시리즈, 북큐브 등)
2) 오프라인 서점(교보 문고 등)
3) 중고서점(온/오프라인 포함)
4) 온라인 서점(예스24, 알라딘 등)
5) 팝업스토어
6) 웹툰 출판 펀딩(텀블벅)
7) 기타(　　)

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-5. 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 **구매(구입)하는 주기**가 어떻게 됩니까?

거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4개월~1년에 한번
1	2	3	4	5	6	7

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-6. 출판만화(디지털페이지만화 포함) 구매(구입)를 위해 **월 평균** 얼마 정도 돈을 쓰십니까?

5천원 미만	5천원~ 1만원 미만	1만원~ 3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원 이상
1	2	3	4	5	6

[Prog: CQ3=1 응답자만]

CQ3-7. 출판만화(디지털페이지만화 포함) **구매(구입)**해서 보시는 **주된 이유**는 무엇입니까? [1개 선택]

1) 좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서
2) 특정 시리즈물을 보기 위해서
3) 소장, 보관하고 싶어서
4) 부록(굿즈 등)과 같은 특전이 있어서
5) 손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서
6) 볼 때 눈이 편해서
7) 몰아보기 편해서
8) 기타(　　)

CQ4. 출판만화(디지털페이지만화 포함) **구매(구입)**를 위해 **월 평균 최대** 얼마 정도 지출할 의향이 있습니까?

소비 의사 없음	5천원 미만	5천원~ 1만원 미만	1만원~ 3만원 미만	3만원~ 5만원 미만	5만원~ 10만원 미만	10만원 이상
1	2	3	4	5	6	7

[Prog: 안내문과 CQ5 문항 동시 제시]

※ 출판만화(아래 예시 참고)에는 디지털페이지만화가 포함됩니다.
대여/열람 경험은 디지털페이지만화를 온라인상에서 대여/열람한 경험도 포함하여 응답해 주세요.

유형	예시
만화책/웹툰 단행본	원피스, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들 등
정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털 스캔 만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

CQ5. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 **대여/열람**한 경험이 있습니까?

1) 있다
2) 없다

[Prog: CQ5=1 응답자만]

CQ6. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 **대여/열람**한 방법을 **모두 체크해주세요.** [중복 선택]

1) 도서관
2) 만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)
3) 웹툰 플랫폼에서 유료 대여
4) 구독형 전자책 서비스
5) 기타( )

D. 출판만화·웹툰 IP 확장

[타 콘텐츠에서 만화·웹툰으로 확장]

DQ1. 귀하께서는 소설/웹소설, 영화/드라마, 게임 등의 **원작을 바탕으로 제작되는 만화·웹툰**이 있다는 것을 알고 계십니까?

1) 알고 있다　　2) 몰랐다

DQ2. 귀하께서는 최근 1년간(2024. 05 ~2025. 05) **원작이 있는 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마, 게임 등)**로 제작한 출판만화·웹툰을 보신 적이 있으십니까?

1) 본 적 있다　　2) 본 적 없다

DQ3. 귀하께서는 **원작이 있는 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마, 게임 등)**를 만화·웹툰으로 제작하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

매우 부정적	부정적인 편	보통	긍정적인 편	매우 긍정적
1	2	3	4	5

DQ4. 귀하께서는 **원작이 있는 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마, 게임 등)**를 만화·웹툰으로 제작할 때, 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇이라고 생각하십니까?

1) 원작 콘텐츠의 스토리
2) 원작 제작사 또는 원작자
3) 만화·웹툰화 시, 작화 및 작화스타일
4) 만화·웹툰 제작사 또는 작가
5) 웹툰 연재 플랫폼(네이버 웹툰, 카카오웹툰 등)
6) 웹툰 배경음악(BGM 등)
7) 기타(　　)

DQ5. 귀하께서는 향후 **원작이 있는 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마, 게임 등)**가 만화·웹툰으로 제작된다면, 보실 의향이 있으십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[만화·웹툰에서 타 콘텐츠로 확장]

DQ6. 귀하께서는 최근 1년간(2024. 05 ~2025. 05) **만화·웹툰을 원작으로** 제작한 다양한 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마 등)를 보신 적이 있으십니까?

1) 본 적 있다　　2) 본 적 없다

DQ7. 귀하께서는 **만화·웹툰을 원작으로** 다양한 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마 등)를 제작하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

매우 부정적	부정적인 편	보통	긍정적인 편	매우 긍정적
1	2	3	4	5

DQ8. 귀하께서는 **만화·웹툰으로** 다양한 콘텐츠(소설, 웹소설, 영화, 드라마 등)를 제작할 때, 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까?

1) 원작 웹툰과의 싱크로율(재현도)
2) 제작진(배우/성우/감독/작가 등)
3) 연출
4) 스토리
5) 음악(OST 등)
6) 기타(　　)

DQ9. 귀하께서는 **좋아하는 만화·웹툰**이 타 장르의 콘텐츠(영화, 드라마, 게임, 소설, 웹소설 등)로 다시 만들어진다면 **유료로 구매(구입)할 의향**이 어느 정도 있으십니까?

전혀 없다	별로 없다	보통	약간 있다	매우 있다
1	2	3	4	5

DQ10. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 웹툰 또는 출판만화와 관련된 상품을 구매(구입)하신 경험이 있습니까? 구매(구입)하신 상품을 **모두** 골라주세요. [중복 선택]

1) 완구　　2) 문구/팬시　　3) 패션의류/잡화
4) 미용/뷰티상품　　5) 식품/음료　　6) 모바일 메신저 이모티콘/테마/스티커
7) 구매(구입)한 적 없음

[Prog: 7) 응답 시 다른 보기 선택 불가]

DQ11. 출판만화·웹툰이 다른 콘텐츠 장르로 만들어질 경우, 가장 기대되거나 이용해보고 싶은 콘텐츠 장르는 무엇입니까? 우선 순위대로 **두 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2순위 선택]

1순위 _____　2순위 _____

1) 애니메이션　　2) 캐릭터 상품/이모티콘
3) 드라마　　4) 영화
5) 웹소설　　6) 뮤지컬
7) 음악(주제가, OST)　　8) 게임(PC/모바일/콘솔게임 등)
9) 전시(온라인/오프라인)　　10) 오디오 콘텐츠(오디오 드라마)
11) 기타(　　)

E. 숏폼을 통한 콘텐츠 이용 경험

EQ1. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 귀하께서는 만화·웹툰을 이용하실 때, 한 번이라도 **숏폼 형태**로 이용한 적이 있습니까?

웹툰의 캐릭터와 배경 이미지를 활용하여 짧은 분량의 애니메이션 영상으로 제작된 형태

1) 예　　2) 아니오

[Prog: EQ1=1 응답자만]

EQ1-1. 만화·웹툰을 이용하여 제작된 숏폼 콘텐츠 시청에 만족하셨습니까?

전혀 만족하지 못했다	별로 만족하지 않았다	보통이다	다소 만족했다	매우 만족했다
1	2	3	4	5

[Prog: EQ1=1 응답자만]

EQ1-2. 향후 만화·웹툰을 이용하여 제작된 숏폼 콘텐츠를 이용하실 의향이 얼마나 있습니까?

전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다	보통이다	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다
1	2	3	4	5

[인스타툰 관련]

EQ2. 최근 1년(2024. 05 ~ 2025. 05) 동안 귀하께서는 **인스타툰(인스타그램에 업로드 되는 만화 및 웹툰)**을 보신 경험이 있으십니까?

1) 인스타툰 계정을 팔로우하여 챙겨 본다
2) 인스타툰 계정을 팔로우하지는 않지만, 둘러보기(돋보기) 기능을 통해 본다
3) 본 적이 없다

[Prog: EQ2=1,2 응답자만]

EQ2-1. 귀하께서 인스타툰을 보는 이유는 무엇입니까? 순서대로 **세 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2~3순위 선택]

1순위 _____　2순위 _____　3순위 _____

1) 작가가 좋아서
2) 좋아하는 장르여서
3) 정보 및 지식을 얻을 수 있어서
4) 지인들과 공유하며 보는 게 재밌어서
5) 그냥 SNS을 하다가 보여서(알고리즘을 통한 노출)
6) 이동하거나 쉬는 시간에 짧게 볼 수 있어서
7) 내용에 공감이 잘 돼서
8) 그림체, 캐릭터가 좋아서
9) 기타(　　)

F AI 기술 활용에 대한 인식 및 태도

* 최근 AI(인공지능)를 이용하여 제작한 만화/웹툰 콘텐츠가 증가하고 있습니다. 현재 귀하께서는 AI를 활용한 콘텐츠에 대해 어떤 생각을 갖고 계신지 솔직한 답변을 해주시기 바랍니다.

FQ1. 만화·웹툰 제작에 있어, 귀하께서는 다음 단계에서 AI를 활용하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

	매우 부정적	부정적인 편	보통	긍정적인 편	매우 긍정적
01. 기획, 아이디어 발상	1	2	3	4	5
02. 스토리, 시놉시스	1	2	3	4	5
03. 캐릭터 설정	1	2	3	4	5
04. 콘티	1	2	3	4	5
05. 작화	1	2	3	4	5
06. 배경 생성	1	2	3	4	5
07. 채색	1	2	3	4	5

FQ2. 귀하께서는 만화·웹툰 산업에 AI 기술이 적용될 때 기대하는 긍정적인 효과는 무엇이라고 생각하십니까?

1) 작가의 창작 보조를 통한 제작 시간 단축 및 생산성 향상 (ex. 콘티 작성, 채색 지원 등)
2) AI를 활용한 새로운 스타일과 실험적 장르 작품의 등장
3) 소규모 작가나 신인 작가의 진입 장벽 완화
4) 제작비 절감으로 다양한 주제와 기획의 작품 수 증가
5) AI 기술 도입 자체에 부정적으로 생각함

[Prog: FQ2=5 응답자만]

FQ2-1. 귀하께서는 만화·웹툰 산업에 AI 기술 적용 시 가장 큰 우려 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

1) 작가의 노력에 대한 폄하
2) 작가 지망생의 박탈감 심화
3) 저작권 침해 문제
4) 대량 생산된 작품의 유통으로 인한 작품 품질 저하
5) 일자리 축소
6) 기타(　　)

FQ3. 시대적 흐름에 따라 AI 기술이 보편화되고 있습니다. 만약, AI 기술이 만화·웹툰 제작에 활용될 경우, 어떤 정책이 필요하다고 생각하나요? 우선 순위대로 **두 가지**만 골라주세요. [1순위 필수, 2순위 선택]

1순위 _____ 2순위 _____

1) 작가 사전 동의 후 AI 학습
2) 작가용 AI 도구 지원
3) AI 생성물 표시 의무화
4) AI 도용 신고 및 피해구제 칭구 도입
5) AI 활용 교육 및 권리 보호 교육 병행
6) 기타(　　)

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

2025 만화 · 웹툰 이용자 조사

주 관 기 관 한국콘텐츠진흥원

연 구 총 괄 차 우 재 (데이터정책팀 주임)
조 사 기 관 ㈜한국리서치
조 사 책 임 이 태 훈 (기획사업본부 3부 부서장)
조 사 분 석 노 해 민 (기획사업본부 3부 책임)

발 행 인 유 현 석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)
발 행 일 2025년 11월 24일
발 행 처 한국콘텐츠진흥원
주 소 전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
전 화 1566-1114
홈 페 이 지 www.kocca.kr

기관번호 KOCCA 25-10
ISBN 979-11-6677-348-8(93600)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2025 만화·웹툰 이용자 조사』 ○○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"

ISBN 979-11-6677-348-8
비매품 93600

K-콘텐츠와 세계로 미래로

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

OPEN 공공누리
출처표시 상업용금지 변경금지
공공저작물 자유이용허락