

발간등록번호

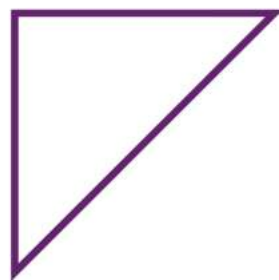
11-B552644-000400-10

2023 만화·웹툰 이용자 실태조사

20

23

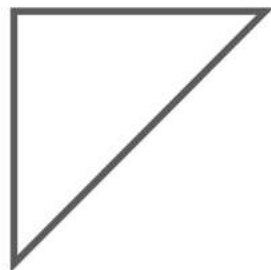
— KOCCA23-05



2023
만화·웹툰 이용자 실태조사

20

23



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

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2023 만화·웹툰 이용자 실태조사”의 결과보고서로 제출합니다.

2023년 11월 8일

조사기관 : (주)글로벌리서치

조사책임자 : 김태영 ((주)글로벌리서치 상무)

2023

한 눈에 보는 만화·웹툰 이용



·조사 기준 시점 : 2022년 6월~2023년 5월(최근 1년)
·조사대상 : 전국 만 10~69세 만화·웹툰 콘텐츠 이용자

1. 웹툰 이용 현황

01 웹툰 이용 빈도 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



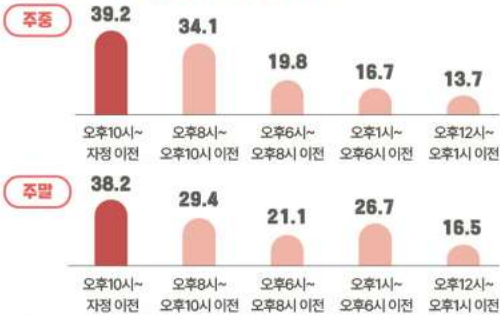
※ 2021년 조사의 경우 만화·웹툰(웹툰과 출판만화를 포함) 2~3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정한 후 '웹툰 이용 빈도(거의 매일~4개월~1년에 한 번)'에 대해 질문한 반면, 2022년 조사는 웹툰과 출판만화를 구분하여 웹툰 2~3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정함.

02 웹툰 주 이용 서비스 (Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



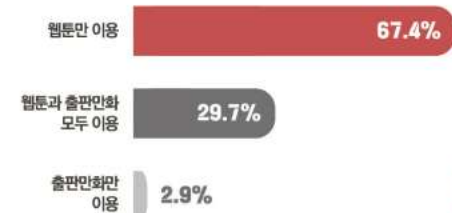
03 웹툰 감상 시간대 TOP5

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)



04 만화·웹툰 형태별 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



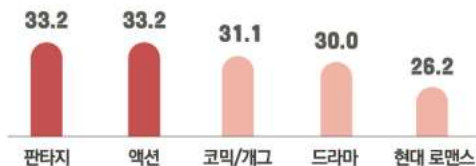
05 웹툰 이용 시 고려 기준 TOP5

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



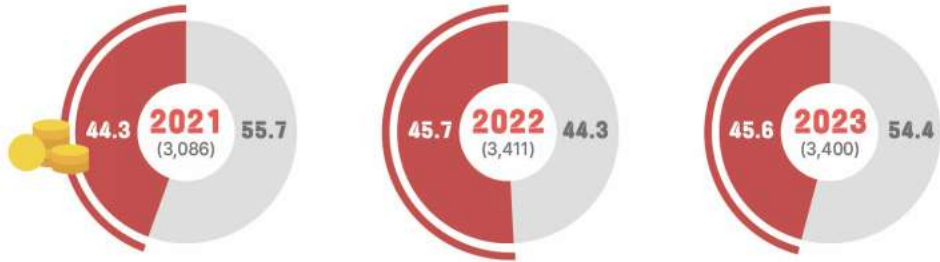
06 즐겨보는 웹툰 장르 TOP5

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



2. 웹툰 유료 이용 현황

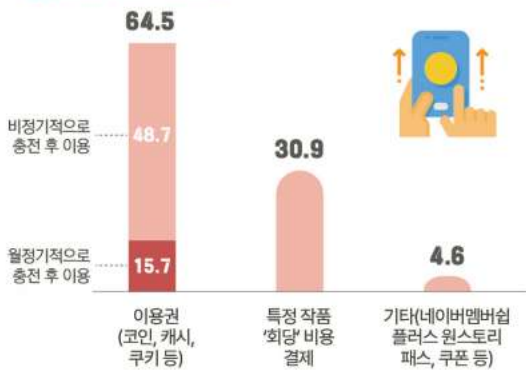
01 웹툰 유료 결제 경험 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



02 웹툰 유료 결제 빈도 (Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



03 웹툰 유료 결제 방식 (Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



04 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



05 웹툰 월평균 지출 비용 (Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



06 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유 (Base : 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험자, 단위 : %)



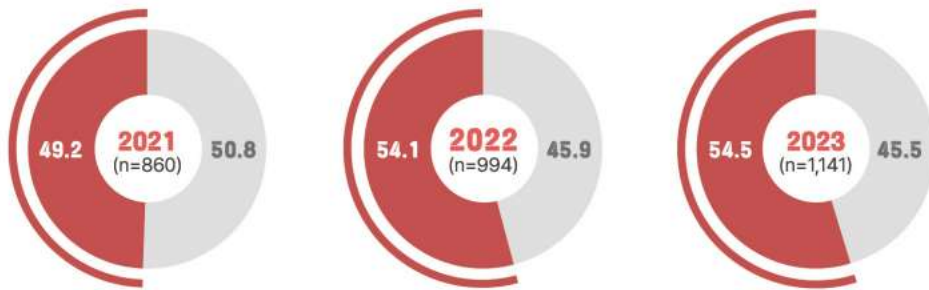
3. 출판만화 이용 현황

01 출판만화 이용 빈도 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



※ 2021년 조사의 경우 만화·웹툰(웹툰과 출판만화를 포함) 2-3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정 후 '웹툰 이용 빈도(거의 매일 - 4개월~1년에 한 번)'에 대해 질문한 반면, 2022년 조사는 웹툰과 출판만화를 구분하여 웹툰 2-3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정함.

02 출판만화 구매 경험 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



03 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용 (Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)



04 출판만화 구매 이유 (Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)



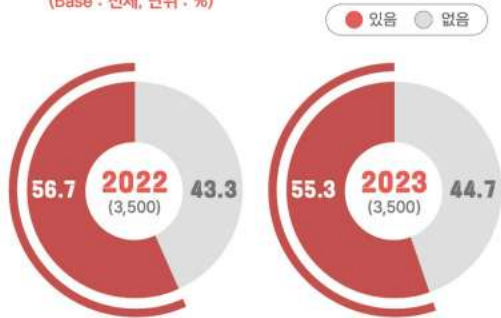
4. 만화·웹툰 IP 확장

01 만화·웹툰 2차적 저작물 이용 경험 및 만족도 (Base : 전체, 단위 :%(있음%)(만족%))



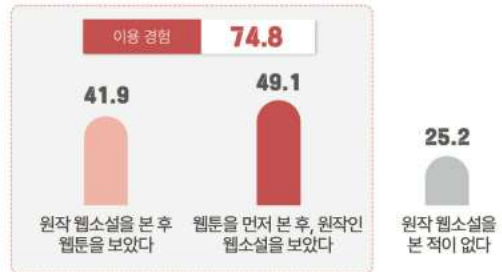
02 웹소설 원작 웹툰 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



03 원작 웹소설 이용 경험

(Base : 웹소설 원작 웹툰 이용자, 단위 : %)



04 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험 (Base : 전체, 단위 : %)



05 웹툰 구독형 서비스의 구매 의향가격대 (Base : 전체, 단위 : %)



5. 만화·웹툰 불법 이용

01 만화·웹툰 불법 이용 경험 (Base : 웹툰 및 디지털페이지만화 이용자, 중복응답, 단위 : %)



02 만화·웹툰 불법성 인식 (Base : 웹툰 및 디지털페이지만화 이용자, 단위 : %(불법 인식%))



6. 만화·웹툰 이용 시간 변화

01 웹툰 이용 시간 변화 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)



02 출판 만화 이용 시간 변화 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



Contents

제1장 조사 개요	1
제1절 조사 목적	3
제2절 조사 체계	3
1. 최근 3년 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항	3
2. 조사 설계	4
3. 조사 내용	5
4. 응답자 특성	9
5. 자료 처리 방법	11
6. 결과 해석 시 유의사항	11
제2장 조사 결과	13
제1절 만화·웹툰 이용 현황	15
1. 만화·웹툰 이용 빈도	15
2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험	18
3. 웹툰 대 출판만화 이용 비율	20
제2절 웹툰 이용	21
1. 웹툰 이용 경험 전반	21
2. 웹툰 유료 이용	37
3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매	45
제3절 출판만화 이용	48
1. 출판만화 이용 경험 전반	48
2. 출판만화 구매	51
3. 출판만화 대여/열람	56
제4절 만화·웹툰 불법 이용	57
1. 만화·웹툰 불법 이용 경험	57
2. 불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수	59
3. 만화·웹툰 불법성 인식	60
4. 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	61
제5절 만화·웹툰 IP 확장	62
1. 만화·웹툰 2차적 저작물	62
2. IP 확장	64
3. 웹소설 원작 웹툰 이용	66

제6절 만화·웹툰 이용 시간 변화	68
1. 전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간 변화	68
2. 전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간 변화	69
제7절 웹툰 구독형 서비스	70
1. 웹툰 구독형 서비스 구매 의향	70
2. 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스	71
3. 웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대	72
제8절 콘텐츠 장르 선호도	73
1. 콘텐츠 장르 선호도	73
제9절 만화·웹툰 이용자 FGI 결과	74
1. 웹툰 이용 현황	74
2. 웹툰 유료 결제 현황	77
3. 웹툰 작품 감상 중단 경험	80
4. 웹툰 IP 확장 및 관련 굿즈 구매 현황	81
5. 출판만화 이용 현황	83
6. 웹툰 불법 이용 현황	84
7. PC콘텐츠(정치적 올바름)	85
8. 향후 웹툰 이용 개선점 및 향후 이용 의향	86
제3장 시사점	89
1. 웹툰 이용 빈도 감소	91
2. 포털 위주 웹툰 이용 계속, 인스타툰 이용 증가	91
3. 웹툰 유료 결제 경험 변화	92
4. 출판만화 이용 빈도는 증가, 국내 작품 선호 감소	93
5. 만화·웹툰 IP 확장은 영화·드라마 중심, 애니메이션은 여전히 가능성	95
6. 향후 만화·웹툰 이용 변화	96
부록 설문지	97
1. 2023 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설문지	99
2. 2023 만화·웹툰 이용자 FGI 설문지	111

그림목차

그림 2-1-1	웹툰 이용 빈도	15
그림 2-1-2	출판만화 이용 빈도	17
그림 2-1-3	세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험	18
그림 2-1-4	만화·웹툰 형태별 이용 경험	19
그림 2-1-5	웹툰 대 출판만화 이용 비율	20
그림 2-2-1	웹툰 정보 획득 경로	21
그림 2-2-2	웹툰 감상 시간대	23
그림 2-2-3	일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	25
그림 2-2-4	웹툰 이용 시 선호 방식	26
그림 2-2-5	웹툰 주 이용 장소	27
그림 2-2-6	웹툰 주 이용 기기	28
그림 2-2-7	웹툰 주 이용 서비스	29
그림 2-2-8	웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	30
그림 2-2-9	즐거보는 웹툰 작품 유무	32
그림 2-2-10	즐거보는 웹툰 작품명	33
그림 2-2-11	웹툰 이용 시 고려 기준	34
그림 2-2-12	즐거보는 웹툰 장르	36
그림 2-2-13	웹툰 유료 결제 경험	37
그림 2-2-14	웹툰 유료 결제 빈도	38
그림 2-2-15	웹툰 유료 결제 방식	39
그림 2-2-16	웹툰 유료 결제 수단	40
그림 2-2-17	웹툰 월평균 지출 비용	41
그림 2-2-18	웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	42
그림 2-2-19	웹툰 유료 결제 의향	43
그림 2-2-20	웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	44
그림 2-2-21	웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	45
그림 2-2-22	웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	46
그림 2-2-23	웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	47
그림 2-3-1	출판만화 주 이용 장소	48
그림 2-3-2	즐거보는 출판만화 작품 유무	49
그림 2-3-3	즐거보는 출판만화 작품명	50
그림 2-3-4	출판만화 구매 경험	51
그림 2-3-5	출판만화 구매 주기	52
그림 2-3-6	출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	53
그림 2-3-7	출판만화 구매 이유	54
그림 2-3-8	출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	55
그림 2-3-9	출판만화 대여/열람 경험	56

그림 2-4-1	만화·웹툰 불법 이용 경험	57
그림 2-4-2	불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수	59
그림 2-4-3	만화·웹툰 불법성 인식	60
그림 2-4-4	만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	61
그림 2-5-1	만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	62
그림 2-5-2	만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	63
그림 2-5-3	만화·웹툰 관련 상품 구매 경험	64
그림 2-5-4	만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	65
그림 2-5-5	웹소설 원작 웹툰 이용 경험	66
그림 2-5-6	원작 웹소설 이용 경험	67
그림 2-6-1	전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간의 증가	68
그림 2-6-2	전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간의 증가	69
그림 2-7-1	웹툰 구독형 서비스 구매 의향	70
그림 2-7-2	웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스	71
그림 2-7-3	웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대	72
그림 2-8-1	콘텐츠 장르 선호도	73

표목차

표 1-2-1	만화·웹툰 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항	3
표 1-2-2	만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설계	4
표 1-2-3	만화·웹툰 이용자 FGI 개요	5
표 1-2-4	만화·웹툰 콘텐츠 의미	5
표 1-2-5	만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 내용	6
표 1-2-6	2023 만화·웹툰 이용자 FGI 내용	8
표 1-2-7	2023 만화·웹툰 이용자 실태조사(온라인 설문조사) 응답자 특성	9
표 1-2-8	2023 만화·웹툰 이용자 FGI 참석자 프로파일	10
표 2-1-1	응답자 특성별 웹툰 이용 빈도	15
표 2-1-2	응답자 특성별 출판만화 이용 빈도	17
표 2-1-3	응답자 특성별 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험	18
표 2-1-4	응답자 특성별 만화·웹툰 형태별 이용 경험	19
표 2-1-5	응답자 특성별 웹툰 대 출판만화 이용 비율	20
표 2-2-1	응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로	22
표 2-2-2	응답자 특성별 '주중' 웹툰 감상 시간대	24
표 2-2-3	응답자 특성별 '주말' 웹툰 감상 시간대	24
표 2-2-4	응답자 특성별 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	25
표 2-2-5	응답자 특성별 웹툰 이용 시 선호 방식	26
표 2-2-6	응답자 특성별 웹툰 주 이용 장소	27
표 2-2-7	응답자 특성별 웹툰 주 이용 기기	28
표 2-2-8	응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스	29
표 2-2-9	응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	31
표 2-2-10	응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품 유무	32
표 2-2-11	응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품명	33
표 2-2-12	응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 외부 요소	35
표 2-2-13	응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 내부 요소 및 기타	35
표 2-2-14	응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 장르	36
표 2-2-15	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 경험	37
표 2-2-16	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 빈도	38
표 2-2-17	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 방식	39
표 2-2-18	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 수단	40
표 2-2-19	응답자 특성별 웹툰 월평균 지출 비용	41
표 2-2-20	응답자 특성별 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	42
표 2-2-21	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 의향	43
표 2-2-22	응답자 특성별 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	44
표 2-2-23	응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	45
표 2-2-24	응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	46
표 2-2-25	응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	47

표 2-3-1	응답자 특성별 출판만화 주 이용 장소	48
표 2-3-2	응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품 유무	49
표 2-3-3	응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품명	50
표 2-3-4	응답자 특성별 출판만화 구매 경험	51
표 2-3-5	응답자 특성별 출판만화 구매 주기	52
표 2-3-6	응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	53
표 2-3-7	응답자 특성별 출판만화 구매 이유	54
표 2-3-8	응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	55
표 2-3-9	응답자 특성별 출판만화 대어/열람 경험	56
표 2-4-1	응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 경험	58
표 2-4-2	응답자 특성별 불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수	59
표 2-4-3	응답자 특성별 만화·웹툰 불법성 인식	60
표 2-4-4	응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	61
표 2-5-1	응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	62
표 2-5-2	응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	63
표 2-5-3	응답자 특성별 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험	64
표 2-5-4	응답자 특성별 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	65
표 2-5-5	응답자 특성별 웹소설 원작 웹툰 이용 경험	66
표 2-5-6	응답자 특성별 원작 웹소설 이용 경험	67
표 2-6-1	응답자 특성별 전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간 변화	68
표 2-6-2	응답자 특성별 전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간 변화	69
표 2-7-1	응답자 특성별 웹툰 구독형 서비스 구매 의향	70
표 2-7-2	응답자 특성별 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스	71
표 2-7-3	웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대	72
표 2-8-1	응답자 특성별 콘텐츠 장르 선호도	73
표 3-1	연령별 웹툰 이용 빈도 비교	91
표 3-2	연령별 웹툰 결제 경험 및 결제 빈도 비교	92
표 3-3	연령별 출판만화 이용 빈도 비교	94
표 3-4	즐거보는 출판만화 작품(상위 10개) 비교	94
표 3-5	만화·웹툰/애니메이션/캐릭터/음악 이용자의 콘텐츠 장르 선호도	95
표 3-6	향후 만화·웹툰 이용 시간 변화	96

2023 만화 이용자 실태조사

제1장 조사 개요

제1절

조사 목적

- 본 조사의 목적은 이용자 통계자료를 통해 만화·웹툰 콘텐츠 이용자 및 산업에 대한 합리적인 정책을 수립할 뿐만 아니라 만화·웹툰 산업 분야의 개발, 생산 및 마케팅 활동을 지원하는 근거자료로 활용하는 데 있다.

제2절

조사 체계

1. 최근 3년 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항

- 만화·웹툰 이용자 실태조사는 2021년 조사부터 60대를 모집단에 포함하여 유효표본 3,200명으로 실시하였으며, 2022년 조사부터 유효표본을 3,500명으로 확대 실시하였다. 2023년도에는 확대된 유효표본 3,500명 규모를 동일하게 유지하였다.
- 2019년 조사부터 온라인 설문조사와 함께 소규모 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 실시하였으며, 2021년부터 4그룹으로 확대하였다.
- 2022년 조사부터 인구 구성비와 이전 3개년 조사의 평균 콘텐츠 이용률을 고려하여 협조 메일을 발송한 후 콘텐츠 이용 여부에 따라 목표 표본이 완료될 때까지 조사를 진행하였다.

표 1-2-1 만화·웹툰 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항

구분	2021년	2022년	2023년	주요 변경 사항 및 유지 사항 (2022년 대비)
목표 모집단	• 만 10~69세 전국 16개 시도 거주자			목표 모집단 유지
표본 규모	• 유효표본 3,200명	• 유효표본 3,500명		표본 규모 유지
조사 방법	• 온라인 조사 + 소규모 FGI 진행(4그룹)			조사 방법 유지
표본 추출 방법	• 인구 구성비 고려	• 인구 구성비와 이전 3개년 조사의 평균 콘텐츠 이용률 고려		표본 추출 방법 유지
	• 조사 협조 메일 발송 후 콘텐츠 이용 여부에 따라 유효 여부 확정하여 목표 표본 완료 시까지 진행			

2. 조사 설계

- 본 조사의 대상자는 전국에 거주하는 만 10세부터 만 69세 이하의 국민 중 최근 1년 동안 만화·웹툰(웹툰 또는 출판만화) 콘텐츠를 '2~3개월에 1회 이상' 이용한 경험자이다.
- 조사의 표집틀은 조사 수행 기관((주)글로벌리서치)이 보유한 전국 조사 패널 117만 명을 표집틀로 하여, 2023년 5월 기준 행정안전부 제공(표1-2-2) 주민등록 인구통계 자료의 지역별, 성별, 연령별 인구 구성 비율과 이전 3개년 음악 이용자 실태조사의 콘텐츠 이용률을 고려하여 온라인 설문조사 메일을 발송한 후, 음악 콘텐츠 이용 여부에 따라 목표 표본이 완료될 때까지 조사를 진행하였다.
- 조사 주기는 연 1회이며, 콘텐츠 이용 조사 내용에 대한 응답 기준은 별도의 언급이 없을 경우 2022년 6월~2023년 5월(최근 1년) 기간이었다.
- 자료 수집은 2023년 6~7월 기간(2023.06.02.~2023.07.07.)에 온라인 설문조사 방법을 통해 이루어졌다.
- 수집된 자료는 전문 검증 과정에 따라 에디팅, 클리닝 과정을 거쳤고, 이 과정에서 자료의 신뢰성이 의심될 경우 응답 자료를 보완하거나 폐기하였다.

표 1-2-2 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설계	
구분	내용
목표 모집단	• 만 10~69세 전 국민
조사 모집단	• 만 10~69세 전 국민 중 최근 1년 동안 만화·웹툰(웹툰 또는 출판만화) 콘텐츠 '2~3개월에 1회 이상' 이용자
조사 지역	• 전국
자료 수집 방법	• 구조화된 설문지를 통한 온라인 설문조사
표집틀	• 2023년 5월 기준 행정안전부 제공 주민등록 인구통계 현황 • 조사 수행기관이 보유한 전국 조사 패널 117만 명을 표집틀로 활용
표본 추출 방법	• 성별/연령별/지역별 비례 할당
표본오차	• 95% 신뢰수준에서 ±1.66%p
유효표본	• 3,500명
자료 수집 기간	• 2023년 6~7월(2023.6.2.~2023.7.7.)
조사 주관	• 한국콘텐츠진흥원
조사 수행	• (주)글로벌리서치

- 소규모 포커스그룹인터뷰(Focus Group Interview, FGI) 4그룹을 실시하여 만화·웹툰 이용 실태에 대한 개별 사례 수집을 통해 온라인 설문조사 결과 해석에 참고하였음.
- FGI는 비대면 화상회의 방법으로 실시하였음.

표 1-2-3 만화·웹툰 이용자 FGI 개요	
구분	내용
그룹 규모	• 4그룹(총 19명)
조사 방법	• 비대면 FGI(Focus Group Interview)
세부 그룹 정보	• 1그룹 : 20대 남성(5명) • 2그룹 : 20대 여성(5명) • 3그룹 : 30대 남성(5명) • 4그룹 : 30대 여성(4명)
조사 기간	• 1그룹 : 2023년 8월 12일(토) 오전 11시 • 2그룹 : 2023년 8월 12일(토) 오후 2시 • 3그룹 : 2023년 8월 18일(금) 오후 7시 30분 • 4그룹 : 2023년 8월 11일(금) 오후 7시 30분

3. 조사 내용

3-1. 만화·웹툰 콘텐츠 의미

- 『2023 만화·웹툰 이용자 실태조사』에서의 만화·웹툰은 웹툰과 출판만화로 구분하였다.
- TV/극장/온라인에서 보는 만화영화(애니메이션)와 학습만화는 만화·웹툰에 해당하지 않는다.

표 1-2-4 만화·웹툰 콘텐츠 의미		
대분류	유형	수단 또는 서비스
웹툰	포털사이트	네이버웹툰, 카카오펀툰(다음웹툰)
	웹툰 전문 플랫폼	네이버시리즈, 라라툰, 레진코믹스, 리디, 마녀코믹스, 만화경, 미스터블루, 미툰(미소셜), 무툰, 붐툰, 버프툰, 북큐브, 애니툰, 원스토리(원스토어), 조아라, 탑툰, 투믹스, 톡소다, 피너툰, 카카오페이지, 코미코, 케이툰, 큐툰 등
	신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	오픈마켓	포스타입, 딜리헵 등의 오픈마켓
	SNS	SNS(페이스북, 인스타그램, 블로그 등)
	웹하드	파일조, 예스파일 등의 웹하드
	동영상 플랫폼	유튜브 등 동영상 플랫폼
	온라인 서점 플랫폼	교보e-book, 예스24 등
출판만화	오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 체인소맨, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세 포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라, 전지적 독자시점, 최애의 아이, 스파이 패밀리, 신의 탑, 그해 우리는 등
	정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
	디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털스캔만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

주 1) 웹툰 : 세로로 스크롤을 내려서 보는 형식의 컬러 만화

2) 디지털페이지만화 : 출판만화를 스캔해서 보는 경우를 포함해서, 페이지 형식으로 보는 디지털만화

3-2. 온라인 설문조사 내용

- 『2023 만화·웹툰 이용자 실태조사』는 만화·웹툰에 대한 인식, 매체별 이용 및 구매 현황 등의 패턴을 비교·분석하기 위해 과거의 조사 내용 중 주요 문항을 유지하되, 콘텐츠 환경의 동향을 반영하고 조사 시점의 이슈 및 전망 등을 고려하여 설문을 수정·보완하였다.

표 1-2-5 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 내용

대분류	중분류	내용	비고
응답자 일반 현황	지역	전국 16개 시도	
	성별	남성/여성	
	연령/연령대	만 10~69세 국내 거주 만화·웹툰 이용자	
만화·웹툰 이용 현황	웹툰 이용 빈도	거의 매일~거의 이용하지 않음	
	출판만화 이용 빈도	거의 매일~거의 이용하지 않음	
	만화·웹툰 이용 경험	만화·웹툰 형태별 이용 경험 웹툰 대 출판만화 이용 비율(웹툰과 출판만화 동시 이용자)	변경
웹툰 이용	웹툰 이용 경험 전반	웹툰 정보 획득 경로	변경
		웹툰 감상 시간대	
		일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	
		웹툰 이용 시 선호 방식	
		웹툰 주 이용 장소	
		웹툰 주 이용 기기	변경
		웹툰 주 이용 서비스	
		웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	변경
		즐거보는 웹툰 작품 유무	
	즐거보는 웹툰 작품명		
	웹툰 이용 시 고려 기준		
	즐거보는 웹툰 장르	변경	
	웹툰 유료 이용	웹툰 유료 결제 경험	
		웹툰 유료 결제 빈도	
		웹툰 유료 결제 방식	
		웹툰 유료 결제 수단	
		웹툰 월평균 지출 비용	
		웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	변경
웹툰 유료 결제 의향			
웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용			
웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매	웹툰 오프라인 단행본 구매 경험		
	웹툰 오프라인 단행본 구매 이유		
	웹툰 오프라인 단행본 구매 의향		

대분류	중분류	내용	비고
출판만화 이용	출판만화 이용 경험 전반	출판만화 주 이용 장소	
		즐거보는 출판만화 작품 유무	
		즐거보는 출판만화 작품명	
	출판만화 구매	출판만화 구매 경험	
		출판만화 구매 주기	
		출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	
		출판만화 구매 이유	변경
출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용			
출판만화 대여/열람	출판만화 대여/열람 경험		
만화·웹툰 불법 이용		만화·웹툰 불법 이용 경험	변경
		만화·웹툰 불법성 인식	변경
		불법 만화·웹툰 이용 방식별 불법성 인식	변경
		만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	변경
만화·웹툰 IP 확장	만화·웹툰 2차적 저작물	만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	변경
		만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	변경
	IP 확장	만화·웹툰 관련 상품 구매 경험	
		만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	
	웹소설 원작 웹툰 이용	웹소설 원작 웹툰 이용 경험	
		원작 웹소설 이용 경험	
웹툰 구독형 서비스		웹툰 구독형 서비스 구매 의향	신규
		웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스	신규
		웹툰 구독형 서비스의 구매 가격대	신규
만화·웹툰 이용 시간 변화		만화·웹툰 이용 시간 변화	변경
콘텐츠 장르 선호도		콘텐츠 장르 선호도	신규

3-3. FGI 내용

- 만화·웹툰 이용자 실태를 심층적으로 파악하기 위해 FGI를 병행하였으며, 본 콘텐츠 이용 빈도가 비교적 높은 그룹을 대상으로, 만화·웹툰 콘텐츠 이용 현황에 대한 심층적인 의견을 수렴하였음.

표 1-2-6		2023 만화·웹툰 이용자 FGI 내용
대분류	중분류	내용
	개요	FGI 목적 안내, 진행방법 소개, 참석자 소개
웹툰 이용 일반 현황	웹툰 이용 현황	웹툰 이용 빈도
		웹툰 이용 장소
		주로 이용하는 플랫폼
웹툰 이용 현황	웹툰 작품 트렌드	즐거보는 웹툰 장르
		최근 웹툰 작품 트렌드
	웹툰 유료 결제	웹툰 유료 결제 이용 빈도
		웹툰 유료 결제 월 평균 금액
		유료결제 이용 이유
	웹툰 이용 변화	향후 웹툰 이용 변화
	웹툰 이용 피로도	새로운 웹툰 작품 선택 시 느낀 어려움
웹툰 작품 감상 중에 그만두는 경우		
웹툰 관련 상품 구매 및 IP 확장	웹소설 원작 웹툰 이용 경험	
	웹소설 원작 웹툰 이용 중 좋았던 점과 나빴던 점	
출판만화 이용 현황	출판만화 이용 현황	웹툰 원작 콘텐츠 이용 경험
		웹툰 원작 콘텐츠 이용시 만족하거나 불만족한 점
	국내작품과 해외작품 선호	출판만화 이용 빈도
	출판만화 선택 기준	출판만화 이용량 변화 및 변화 이유
출판만화, 캐릭터 구매, IP 확장	출판만화, 캐릭터 구매, IP 확장	출판만화 중 국내 작품과 해외 작품 중 선호하는 작품
		해외 작품과 비교했을 때 국내 작품의 좋은 점과 나쁜점
불법 콘텐츠 이용		출판만화 작품 선택 시 고려사항
PC콘텐츠		출판만화 구매, 캐릭터 상품 구매, 출판만화 원작의 콘텐츠 이용 경험
마무리		만화·웹툰 불법 이용 현황
PC콘텐츠		만화·웹툰에서의 정치적 올바름 콘텐츠 적용에 대한 의견
마무리		마무리, 기타 의견

4. 응답자 특성

4-1. 이용자 실태조사(온라인 설문조사) 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		(3500)	100.0
성별	남성	(1831)	52.3
	여성	(1669)	47.7
연령별	10대	(408)	11.7
	20대	(690)	19.7
	30대	(782)	22.3
	40대	(609)	17.4
	50대	(561)	16.0
	60대	(450)	12.9
지역별	서울	(863)	24.7
	인천/경기	(962)	27.5
	대전/세종/충청	(354)	10.1
	광주/전라	(342)	9.8
	대구/경북	(319)	9.1
	부산/울산/경남	(573)	16.4
	강원/제주	(87)	2.5
자녀여부	자녀 있음	(1,763)	50.4
	자녀 없음	(1,737)	49.6
웹툰 이용 빈도별	주 1회 이상	(2136)	61.0
	주 1회 미만	(1264)	36.1
	거의 이용하지 않음	(100)	2.9
출판만화 이용 빈도별	주 1회 이상	(570)	16.3
	주 1회 미만	(571)	16.3
	거의 이용하지 않음	(2359)	67.4
이용 경험별	웹툰만 이용	(2359)	67.4
	출판만화만 이용	(100)	2.9
	웹툰+출판만화 동시 이용	(1041)	29.7

4-2. FGI 참석자 프로파일

표 1-2-8 2023 만화·웹툰 이용자 FGI 참석자 프로파일

구분	그룹 조건	진행일시	No	성명	성별	연령	거주지
1그룹	20대 남성	2023.08.12.(토) 오전 11시	1	천○○	남성	23세	서울
			2	김○○	남성	23세	서울
			3	김○○	남성	24세	서울
			4	원○○	남성	23세	경기
			5	이○○	남성	27세	서울
2그룹	20대 여성	2023.08.12.(토) 오후 2시	1	최○○	여성	21세	서울
			2	박○○	여성	28세	서울
			3	최○○	여성	25세	서울
			4	유○○	여성	27세	서울
			5	신○○	여성	28세	서울
3그룹	30대 남성	2023.08.18.(금) 오후 7시 30분	1	전○○	남성	34세	경북
			2	고○○	남성	33세	서울
			3	장○○	남성	38세	경남
			4	정○○	남성	34세	부산
			5	손○○	남성	33세	대구
4그룹	30대 여성	2023.08.11.(금) 오후 7시 30분	1	고○○	여성	32세	서울
			2	조○○	여성	35세	경기
			3	이○○	여성	31세	경기
			4	박○○	여성	37세	경기

5. 자료 처리 방법

- 수집된 자료(Raw Data)는 에디팅(Editing) → 코딩(Coding) → 데이터 클리닝(Data Cleaning) → 통계 패키지(SPSS 22.0)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 산출하였고, 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 충분히 크지 않을 경우($n < 30$) 극단치의 영향을 받을 수 있으므로 통계적으로 의미를 부여하기 어려우므로 전체 값 또는 세부 집단 간 해석 시 유의해야 한다.
- 본 보고서는 지난 3개년(2021년~2023년) 조사의 결과를 포함한다.
- 시계열 분석 시 이전 조사와의 설문지 문항 및 보기 수정, 질문 형식 등이 변경되었을 경우 결과 해석 시 유의를 위해 본 보고서 본문 그래프에 해당 변경 사항을 각주로 별도 표기하였다.
- 만화·웹툰 이용자 FGI는 이용자 실태조사(온라인 설문조사) 결과를 보완하기 위한 목적으로 실시되었으며, 일부 참여자의 사례와 의견을 정리한 것으로 해당 결과가 전체 대상을 대표하지는 않음을 유의해야 한다.

2023 만화 이용자 실태조사

제2장 조사 결과

제1절

만화웹툰 이용 현황

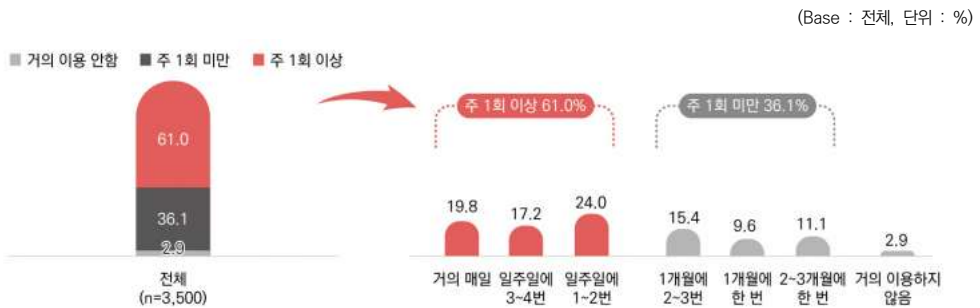
1. 만화·웹툰 이용 빈도

1-1. 웹툰 이용 빈도

- 웹툰 이용 빈도를 전체 이용자에게 질문한 결과, '주 1회 이상'이 61.0%로 나타났다.
- 연령대가 낮을수록 '주 1회 이상' 웹툰을 이용하는 비율은 증가하는 경향을 보였다.
- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 이용 빈도는 '주 1회 이상'이 62.8%로 2022년 대비 감소하였다.(2022년 69.0% → 2023년 62.8%)

그림 2-1-1

웹툰 이용 빈도



주 1) 2021년 조사의 경우 웹툰 이용자를 대상으로 질문한 반면, 2022년 조사는 전체 이용자 대상으로 질문함.

2) 2021년 조사의 "4개월~1년에 한 번"을 2022년 "거의 이용하지 않음"으로 간주하여 2~3개월에 1회 이상 웹툰을 이용하는 사람을 웹툰 이용자로 선정함.

표 2-1-1

응답자 특성별 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	4개월~1년에 한 번	거의 이용하지 않음
전체	(3,500)	61.0	19.8	17.2	24.0	36.1	15.4	9.6	11.1	-	2.9
성별	남성 (1,831)	61.9	19.4	17.4	25.1	35.0	14.8	10.4	9.8	-	3.1
	여성 (1,669)	60.0	20.2	17.0	22.8	37.3	16.1	8.6	12.6	-	2.6
연령별	10대 (408)	71.6	27.7	20.8	23.0	26.5	12.7	8.6	5.1	-	2.0
	20대 (690)	70.6	29.3	18.8	22.5	27.5	12.3	7.4	7.8	-	1.9
	30대 (782)	67.4	23.9	19.3	24.2	30.2	13.8	6.9	9.5	-	2.4

(Base : 전체, 단위 : %)

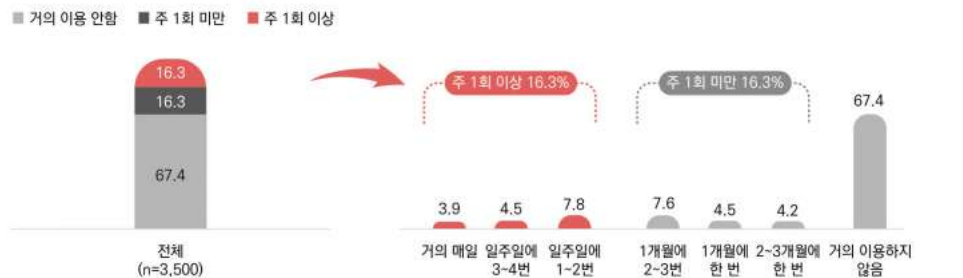
구분	사례 수	주 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	주 1회 미만	연도별				거의 이용하지 않음	
							2021년	2022년	2023년	2024년		
연도별 (웹툰 이용자)	40대	(609)	58.9	17.1	18.2	23.6	38.8	14.9	11.8	12.0	-	2.3
	50대	(561)	46.9	9.4	14.1	23.4	48.3	19.6	12.1	16.6	-	4.8
	60대	(450)	46.2	7.6	10.2	28.4	49.6	20.9	12.2	16.4	-	4.2
연도별 (웹툰 이용자)	2021년	(3,086)	66.9	23.9	17.8	25.2	33.1	15.3	7.8	7.1	2.9	-
	2022년	(3,411)	69.0	24.7	18.2	26.0	31.0	13.1	7.8	10.1	-	-
	2023년	(3,400)	62.8	20.4	17.7	24.7	37.2	15.9	9.9	11.4	-	-

- 주 1) 2021년 조사의 경우 만화·웹툰(웹툰과 출판만화를 포함) 2~3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정 후 '웹툰 이용 빈도(거의 매일 - 4개월~1년에 한 번)'에 대해 질문한 반면, 2022년 조사는 웹툰과 출판만화를 구분하여 웹툰 2~3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정함.
- 2) 연도별 비교는 웹툰 이용자만의 결과임.
- 3) 2021년 조사부터 60대가 모집단에 포함됨.

1-2. 출판만화 이용 빈도

- 출판만화 이용 빈도를 전체 이용자에게 질문한 결과, '주 1회 이상'이 16.3%로 나타났다.
- 전체 이용자 중, 출판만화를 '거의 이용하지 않음' 응답은 67.4%로 나타났다.
- 여성 대비 남성, 연령대가 낮을수록 '주 1회 이상' 출판만화를 이용하는 비율이 상대적으로 높았다.
- 출판만화 이용자(n=1,141) 중, 출판만화를 '주 1회 이상' 이용하는 비율은 50.0%로 2021년 이후 계속해서 증가 추세였다.(2021년 33.8% → 2022년 42.6% → 2023년 50.0%)

그림 2-1-2 출판만화 이용 빈도



- 주 1) 2021년 조사의 경우 출판만화 이용자를 대상으로 질문한 반면, 2022년 조사는 전체 이용자 대상으로 질문함.
 2) 2021년 조사의 '4개월~1년에 한 번'을 2022년 '거의 이용하지 않음'으로 간주하여 2-3개월에 1회 이상 출판만화를 이용하는 사람을 출판만화 이용자로 선정함.

표 2-1-2 응답자 특성별 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	4개월~1년에 한 번	거의 이용하지 않음
전체	(3,500)	16.3	3.9	4.5	7.8	16.3	7.6	4.5	4.2	-	67.4
성별	남성 (1,831)	17.0	4.2	4.9	7.9	16.8	8.2	4.4	4.1	-	66.2
	여성 (1,669)	15.5	3.6	4.2	7.7	15.8	6.9	4.6	4.3	-	68.7
연령별	10대 (408)	26.5	8.6	6.9	11.0	18.1	11.3	4.4	2.5	-	55.4
	20대 (690)	22.6	6.2	6.7	9.7	17.7	8.8	5.4	3.5	-	59.7
	30대 (782)	11.9	2.0	4.2	5.6	9.8	4.6	2.2	3.1	-	78.3
	40대 (609)	12.5	3.3	3.8	5.4	12.5	4.3	3.4	4.8	-	75.0
	50대 (561)	11.4	2.0	3.4	6.1	17.6	6.8	5.5	5.3	-	70.9
	60대 (450)	16.2	2.7	2.2	11.3	27.3	13.1	7.6	6.7	-	56.4
연도별 (출판만화 이용자)	2021년 (860)	33.8	6.2	9.4	18.3	66.2	25.2	16.2	14.5	10.2	-
	2022년 (994)	42.6	9.3	10.3	23.0	57.4	25.5	16.3	15.7	-	-
	2023년 (1,141)	50.0	12.0	13.9	24.0	50.0	23.3	13.8	12.9	-	-

- 주 1) 2021년 조사의 경우 만화·웹툰(웹툰과 출판만화를 포함) 2-3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정한 후 '출판만화 이용 빈도(거의 매일 - 4개월~1년에 한 번)'에 대해 질문한 반면, 2022년 조사는 웹툰과 출판만화를 구분하여 출판만화 2-3개월에 1회 이상 이용자를 조사 대상으로 선정함.
 2) 연도별 비교는 출판만화 이용자만의 결과임.
 3) 2021년 조사부터 60대가 모집단에 포함됨.

2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험

2-1. 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험

- 만화·웹툰 이용 유형은 ‘웹툰’이 97.1%, ‘출판만화’가 32.6%로 나타났다.
- ‘웹툰’ 중에서는 ‘포털사이트’ 이용 경험이 77.9%로 가장 높고, ‘웹툰 전문 플랫폼’ 41.4%, ‘동영상 플랫폼’이 20.7% 순으로 높았다.
- ‘출판만화’ 중에서는 ‘오프라인 단행본(시리즈물, 웹툰 단행본 포함)’ 이용 경험이 22.0%로 가장 높게 나타났다.

그림 2-1-3

세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험



- 1) 2021년 “VR 웹툰 전문 플랫폼”, “디지털스캔만화” 보기 추가, “신문 연재물”과 “잡지(격/월간)”이 통합되어 “정기연재물”로 변경됨.
- 2) 2021년 조사의 경우 “디지털페이지만화”를 웹툰에 포함한 반면, 2022년 조사에서는 출판만화에 포함하였음. 디지털스캔만화는 디지털 페이지만화의 하위 개념으로 변경됨.
- 3) 2023년 기준의 오픈마켓/SNS 보기는 별도 분리하여 보기로 구현하고, 웹하드, 유튜브 등은 웹하드와 동영상 플랫폼으로 분리, 만화 출판사 사이트, VR웹툰 전문 플랫폼 보기 삭제함.

표 2-1-3

응답자 특성별 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	웹툰	웹툰 세부 유형								출판만화 세부 유형			
			포털 사이트	웹툰 전문 플랫폼	동영상 플랫폼	SNS	온라인 서점 플랫폼	신문사 사이트	오픈마켓	웹하드	출판만화	오프라인 단행본	디지털 페이지 만화	정기 연재물
전체	(3,500)	97.1	77.9	41.4	20.7	19.6	8.4	7.1	5.9	5.5	32.6	22.0	9.2	6.3
성별	남성 (1,831)	96.9	77.2	41.6	22.7	17.6	8.1	9.6	6.0	8.0	33.8	21.7	10.1	7.2
	여성 (1,669)	97.4	78.7	41.2	18.6	21.8	8.7	4.3	5.8	2.7	31.3	22.4	8.2	5.4
연령별	10대 (408)	98.0	77.9	46.1	30.1	31.1	9.3	5.6	7.6	4.7	44.6	33.1	10.5	7.6
	20대 (690)	98.1	80.9	51.3	19.3	26.8	10.9	6.1	7.4	5.2	40.3	27.2	12.9	9.3
	30대 (782)	97.6	80.1	46.4	14.2	18.3	10.1	4.6	6.1	6.0	21.7	15.9	5.1	2.9
	40대 (609)	97.7	80.8	41.1	17.7	12.6	8.9	7.1	6.4	7.2	25.0	17.1	7.7	4.9
	50대 (561)	95.2	74.0	29.6	21.2	15.9	4.8	6.2	4.3	5.0	29.1	19.4	7.3	4.6
	60대 (450)	95.8	70.4	28.7	29.3	14.7	4.9	15.1	2.9	4.0	43.6	24.7	13.8	10.7

2-2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험

- 만화·웹툰 형태별 이용 경험은 ‘웹툰만 이용’이 67.4%, ‘웹툰과 출판만화 모두 이용’이 29.7%, ‘출판만화만 이용’이 2.9%로 나타났다.
- 전년 대비 ‘웹툰만 이용’ 응답 비율은 감소, ‘웹툰과 출판만화 모두 이용’ 응답 비율은 증가하였다.
- 성별로는 남성에서, 연령별로는 10대에서 ‘웹툰과 출판만화 모두 이용’ 응답 비율이 상대적으로 높았다.

그림 2-1-4 만화·웹툰 형태별 이용 경험



표 2-1-4 응답자 특성별 만화·웹툰 형태별 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	웹툰만 이용	웹툰과 출판만화 모두 이용	출판만화만 이용
전체	(3,500)	67.4	29.7	2.9
성별	남성 (1,831)	66.2	30.7	3.1
	여성 (1,669)	68.7	28.7	2.6
연령별	10대 (408)	55.4	42.6	2.0
	20대 (690)	59.7	38.4	1.9
	30대 (782)	78.3	19.3	2.4
	40대 (609)	75.0	22.7	2.3
	50대 (561)	70.9	24.2	4.8
	60대 (450)	56.4	39.3	4.2

3. 웹툰 대 출판만화 이용 비율

- 웹툰과 출판만화 동시 이용자들의 웹툰 대 출판만화 이용 비율은, ‘웹툰’이 65.3%, ‘출판만화’가 34.7%로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로 여성, 연령별로 10대에서는 ‘웹툰’ 이용 비율이 상대적으로 높고, 성별로 남성, 40~60대에서는 ‘출판만화’ 이용 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-1-5 웹툰 대 출판만화 이용 비율

(Base : 웹툰과 출판만화 동시 이용자, 단위 : %)



표 2-1-5 응답자 특성별 웹툰 대 출판만화 이용 비율

(Base : 웹툰과 출판만화 동시 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	웹툰 (%)	출판만화 (%)
전체	(1,041)	65.3	34.7
성별	남성 (562)	64.2	35.8
	여성 (479)	66.7	33.3
연령별	10대 (174)	68.1	31.9
	20대 (265)	66.8	33.2
	30대 (151)	66.0	34.0
	40대 (138)	63.2	36.8
	50대 (136)	63.8	36.2
	60대 (177)	62.6	37.4

제2절

웹툰 이용

1. 웹툰 이용 경험 전반

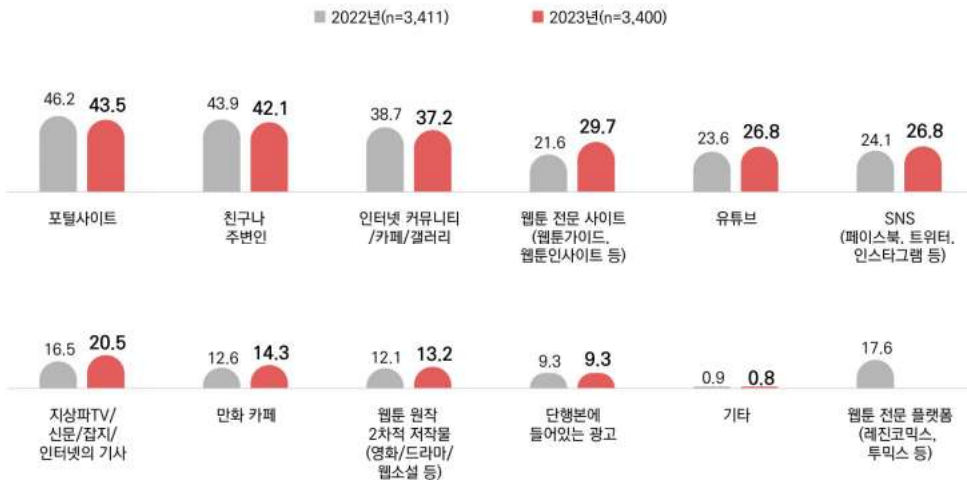
1-1. 웹툰 정보 획득 경로

- 웹툰 이용자(n=3,400)들은 웹툰 관련 정보를 '포털사이트(43.5%)'에서 가장 많이 획득하는 것으로 나타났다.
- 이어서 '친구나 주변인(42.1%)', '인터넷 커뮤니티/카페/갤러리(37.2%)' 등의 순으로 웹툰과 관련된 정보를 획득하는 비율이 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 대비 여성이 '친구나 주변인', 'SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)', '웹툰 원작 2차적 저작물(영화/드라마/웹소설 등)'을 통해 웹툰 정보를 획득하는 비율이 상대적으로 높았다.
- 10대의 경우는 '친구나 주변인'을 통해 정보를 획득하는 비율이 상대적으로 높았다.

그림 2-2-1

웹툰 정보 획득 경로

(Base : 웹툰 이용자(n=3,400), 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



- 주 1) 중복응답에서 순위형으로 변경되어 이전 연도와 직접적 비교 어려움.
 2) 2021년 "인터넷동호회/카페/갤러리"에서 2022년 "인터넷 커뮤니티/카페/갤러리"로 보기 수정됨.
 3) 2022년 "유튜브" 보기 추가됨.
 4) 2023년 "웹툰 전문 플랫폼(레진코믹스, 투믹스 등)" 보기 삭제

표 2-2-1 응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분		사례 수	포털사이트	친구나 주변인	인터넷 커뮤니티/카페/갤러리	웹툰 전문 사이트 (웹툰가이드, 웹툰인사이드 등)	유튜브	SNS (페이스북, 트위터, 인스타그램 등)
전체		(3,400)	43.5	42.1	37.2	29.7	26.8	26.8
성별	남성	(1,775)	46.4	39.9	39.5	30.2	29.0	23.6
	여성	(1,625)	40.4	44.6	34.6	29.2	24.4	30.2
연령별	10대	(400)	29.3	60.3	32.8	30.3	33.8	34.5
	20대	(677)	35.2	41.9	33.5	32.8	27.5	35.7
	30대	(763)	38.7	41.7	40.1	27.1	23.6	26.6
	40대	(595)	48.7	35.3	42.7	31.6	22.5	20.3
	50대	(534)	55.8	40.4	34.1	29.6	27.2	21.2
	60대	(431)	56.1	38.1	38.1	26.7	30.6	21.6

구분		사례 수	자상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사	만화 카페	웹툰 원작 2차적 저작물 (영화/드라마/웹소설 등)	단행본에 들어있는 광고	기타
전체		(3,400)	20.5	14.3	13.2	9.3	0.8
성별	남성	(1,775)	21.4	15.2	10.3	10.8	0.6
	여성	(1,625)	19.5	13.2	16.4	7.7	1.0
연령별	10대	(400)	17.5	14.3	11.0	7.5	0.8
	20대	(677)	14.6	15.8	13.1	12.3	1.2
	30대	(763)	18.6	15.2	14.5	10.0	1.0
	40대	(595)	22.0	14.8	15.0	9.7	0.8
	50대	(534)	22.5	13.9	12.5	7.3	0.2
	60대	(431)	31.3	10.0	11.4	7.2	0.5

1-2. 웹툰 감상 시간대

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 감상 시간대는 ‘주중’과 ‘주말’ 모두 ‘오후 10시~자정 이전’(주중 39.2%, 주말 38.2%) 응답 비율이 가장 높게 나타났다.
- ‘주중’ 웹툰 감상 시간대는 ‘오후 10시~자정 이전’에 감상하는 비율이 전년 대비 1.4%p 감소하였다.
- ‘주말’ 웹툰 감상 시간대는 ‘오후 10시~자정 이전’에 감상하는 비율이 전년 대비 1.3%p 감소하였다.
- 성별로는 여성, 연령별로는 20~30대에서 ‘오후 10시~자정 이전’에 웹툰을 감상하는 비율이 상대적으로 높았다.

그림 2-2-2 웹툰 감상 시간대

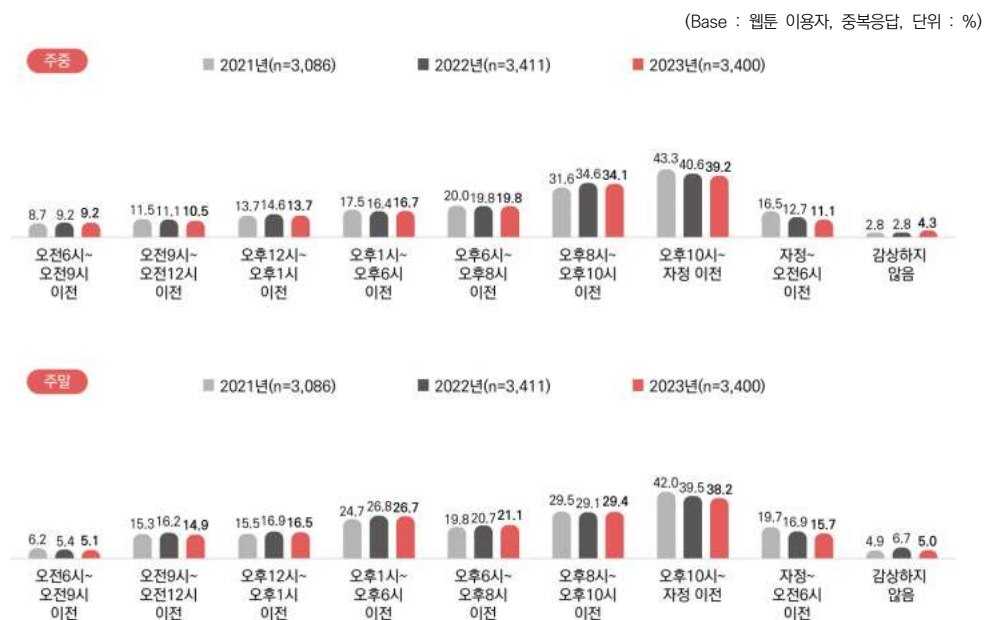


표 2-2-2 응답자 특성별 '주중' 웹툰 감상 시간대

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	오전6시~ 오전9시 이전	오전9시~ 오전12시 이전	오후12시~ 오후1시 이전	오후1시~ 오후6시 이전	오후6시~ 오후8시 이전	오후8시~ 오후10시 이전	오후10시 ~자정 이전	자정~ 오전6시 이전	감상 하지 않음
전체	(3,400)	9.2	10.5	13.7	16.7	19.8	34.1	39.2	11.1	4.3
성별	남성 (1,775)	9.5	10.8	15.2	16.1	21.1	36.0	36.1	8.7	4.7
	여성 (1,625)	8.9	10.2	12.1	17.4	18.3	32.1	42.6	13.8	3.9
연령별	10대 (400)	16.3	7.8	10.8	26.5	28.0	38.8	36.3	15.5	3.5
	20대 (677)	9.7	10.8	15.1	19.8	22.5	36.6	41.2	17.9	2.1
	30대 (763)	9.7	13.4	14.7	12.1	19.8	33.6	46.9	11.4	3.7
	40대 (595)	7.2	9.7	14.1	10.4	19.3	33.4	39.0	10.6	5.9
	50대 (534)	4.5	9.7	14.2	12.7	13.9	31.6	34.8	5.2	6.2
	60대 (431)	9.5	9.3	11.6	24.4	16.0	31.1	30.6	4.2	5.1

표 2-2-3 응답자 특성별 '주말' 웹툰 감상 시간대

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	오전6시~ 오전9시 이전	오전9시~ 오전12시 이전	오후12시~ 오후1시 이전	오후1시~ 오후6시 이전	오후6시~ 오후8시 이전	오후8시~ 오후10시 이전	오후10시 ~자정 이전	자정~ 오전6시 이전	감상 하지 않음
전체	(3,400)	5.1	14.9	16.5	26.7	21.1	29.4	38.2	15.7	5.0
성별	남성 (1,775)	6.1	15.4	15.9	26.4	23.2	31.1	36.6	12.7	4.2
	여성 (1,625)	4.1	14.3	17.2	27.0	19.0	27.4	39.9	19.0	5.8
연령별	10대 (400)	5.3	14.3	22.0	30.0	28.0	33.5	39.5	18.5	2.0
	20대 (677)	3.2	14.9	17.4	26.0	24.2	31.6	44.0	22.9	3.7
	30대 (763)	5.8	16.1	18.0	21.9	21.8	29.0	43.9	16.8	6.4
	40대 (595)	5.5	15.8	15.0	26.6	22.9	29.9	36.3	15.3	4.0
	50대 (534)	4.9	15.0	14.0	30.7	15.7	27.2	32.0	8.6	5.4
	60대 (431)	6.5	11.8	12.5	28.3	13.2	24.6	27.8	9.5	8.1

1-3. 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 평균적으로 감상하는 회차 기준 일주일 작품 감상 수는 평균 9.9편으로 전년대비 감소한 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령대가 낮을수록 일주일에 감상하는 웹툰 작품 수가 증가하는 경향을 보였다.

그림 2-2-3 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %, 평균(편))



주) 2021년 “일주일에 주기적으로 감상하는 웹툰의 작품(회차기준) 수는 몇 화 정도입니까?”에서 2022년 “일주일에 평균적으로 감상하는 웹툰의 작품(회차기준) 수는 몇 화 정도입니까?”로 질문 수정됨.

표 2-2-4 응답자 특성별 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

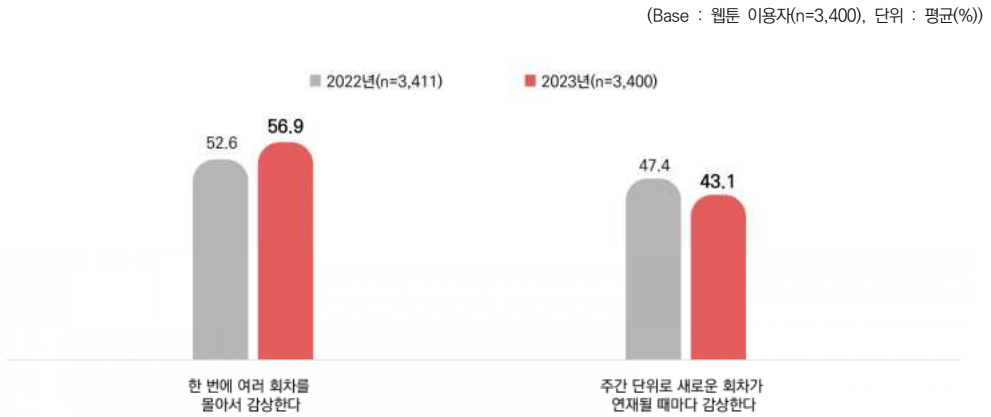
(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %, 평균(편))

구분	사례 수	1편	2편	3~4편	5~9편	10~19편	20편 이상	평균(편)
전체	(3,400)	12.2	17.6	20.2	21.1	14.1	14.9	9.9
성별	남성 (1,775)	11.7	18.4	21.7	20.8	13.2	14.2	9.7
	여성 (1,625)	12.7	16.7	18.5	21.4	15.1	15.7	10.2
연령 별	10대 (400)	9.3	13.8	19.8	21.8	13.8	21.8	13.8
	20대 (677)	7.5	14.5	18.3	24.1	17.3	18.3	12.1
	30대 (763)	11.5	15.1	21.0	21.1	16.8	14.5	10.0
	40대 (595)	12.3	18.7	19.7	20.0	14.6	14.8	9.2
	50대 (534)	15.4	20.6	23.0	20.6	9.9	10.5	7.6
	60대 (431)	19.3	25.1	19.3	17.6	9.3	9.5	6.6

1-4. 웹툰 이용 시 선호 방식

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 이용 시 선호 방식 비율은, ‘한 번에 여러 회차를 몰아서 감상’이 56.9%, ‘주간 단위로 새로운 회차가 연재될 때마다 감상’이 43.1%로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 50~60대는 ‘한 번에 여러 회차를 몰아서 감상’하는 것을 상대적으로 선호, 20대~30대는 ‘주간 단위로 새로운 회차가 연재될 때마다 감상’하는 것을 다른 연령대 대비 상대적으로 선호하는 것으로 나타났다.

그림 2-2-4 웹툰 이용 시 선호 방식



주) 2022년 신규 문항임.

표 2-2-5 응답자 특성별 웹툰 이용 시 선호 방식

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : 평균(%))

구분	사례 수	한 번에 여러 회차를 몰아서 감상한다	주간 단위로 새로운 회차가 연재될 때마다 감상한다
전체	(3,400)	56.9	43.1
성별	남성 (1,775)	56.8	43.2
	여성 (1,625)	57.1	42.9
연령별	10대 (400)	55.0	45.0
	20대 (677)	52.4	47.6
	30대 (763)	51.9	48.1
	40대 (595)	58.5	41.5
	50대 (534)	63.9	36.1
	60대 (431)	64.0	36.0

1-5. 웹툰 주 이용 장소

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 주 이용 장소는 '집'이 81.1%로 가장 높았다.
- '집'에서 웹툰을 이용하는 비중은 2022년 대비 증가한 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대, 60대는 '집'에서 웹툰을 이용하는 비율이 다른 연령대에 비해 높으며, 30대는 '교통수단(지하철, 버스 등)'에서 웹툰을 이용하는 비율이 다른 연령대 대비 높게 나타났다.

그림 2-2-5 웹툰 주 이용 장소

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

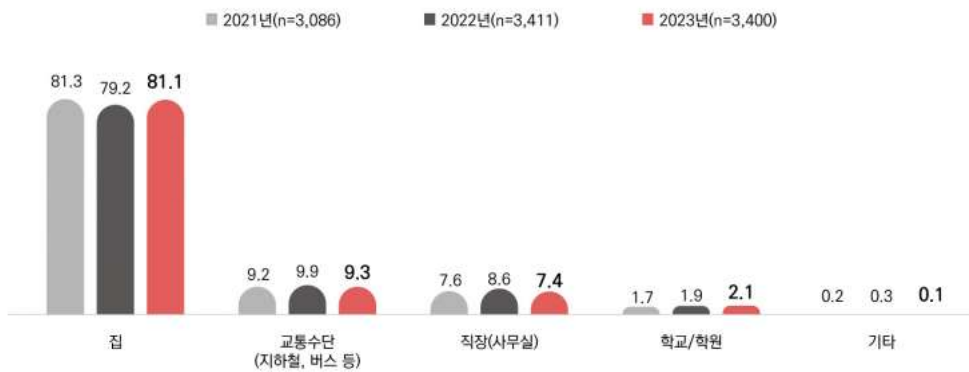


표 2-2-6 응답자 특성별 웹툰 주 이용 장소

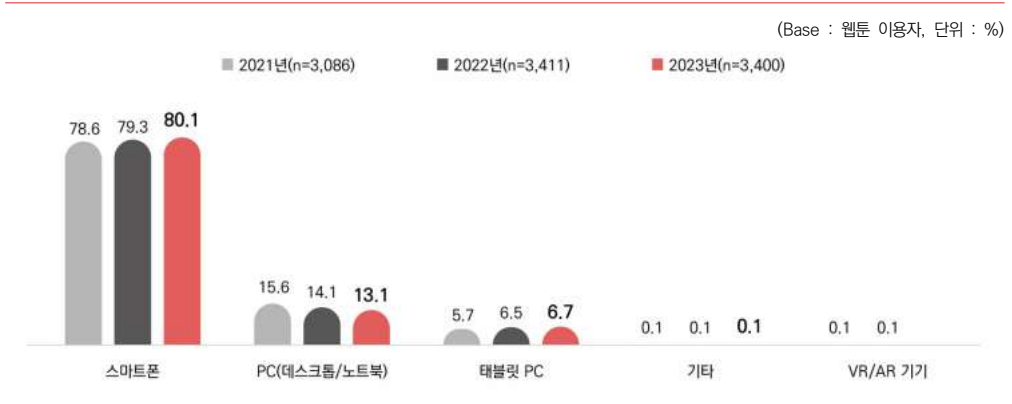
(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	집	교통수단 (지하철, 버스 등)	직장(사무실)	학교/학원	기타
전체	(3400)	81.1	9.3	7.4	2.1	0.1
성별	남성 (1775)	78.6	10.3	9.0	1.9	0.2
	여성 (1625)	83.8	8.2	5.6	2.4	0.0
연령 별	10대 (400)	85.3	7.8	0.5	6.3	0.3
	20대 (677)	79.5	9.9	7.7	3.0	0.0
	30대 (763)	76.4	12.3	9.3	2.0	0.0
	40대 (595)	81.3	8.1	9.1	1.3	0.2
	50대 (534)	83.1	8.4	7.7	0.7	0.0
	60대 (431)	85.4	7.0	7.0	0.2	0.5

1-6. 웹툰 주 이용 기기

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 감상 시 주 이용 기기는 '스마트폰'이 80.1%로 가장 높으며, 지속해서 증가 추세로 나타났다.
- 이어서 'PC(데스크톱/노트북)'는 13.1%로 감소 추세를 보이고 있고, '태블릿 PC'는 6.7%로 증가 추세였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령대가 낮을수록 '스마트폰'으로 웹툰을 이용하는 비율이 증가하는 경향인 반면, 연령대가 높아질수록 'PC(데스크톱/노트북)'로 웹툰을 이용하는 비율이 증가하는 경향으로 나타났다.

그림 2-2-6 웹툰 주 이용 기기



주 1) 2021년부터 "VR/AR기기" 보기 추가됨
 2) 2023년 "VR/AR기기" 보기 삭제됨.

표 2-2-7 응답자 특성별 웹툰 주 이용 기기

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	스마트폰	PC(데스크톱/노트북)	태블릿 PC	기타
전체	(3,400)	80.1	13.1	6.7	0.1
성별	남성 (1,775)	76.0	17.0	6.9	0.1
	여성 (1,625)	84.7	8.9	6.4	0.1
연령별	10대 (400)	87.8	4.3	8.0	0.0
	20대 (677)	88.3	5.0	6.6	0.0
	30대 (763)	84.3	10.0	5.8	0.0
	40대 (595)	76.5	16.8	6.7	0.0
	50대 (534)	72.1	21.2	6.7	0.0
	60대 (431)	68.0	24.6	7.0	0.5

1-7. 웹툰 주 이용 서비스

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 주 이용 서비스는 '네이버웹툰(84.0%)'이 가장 많은 것으로 나타났으며, 이어서 '카카오페이지(32.0%)', '카카오웹툰(다음웹툰)(28.4%)', '네이버시리즈(27.8%)' 등의 순으로 나타났다.
- 연령별로는 연령대가 낮을수록 '네이버웹툰' 이용 비율이 증가하는 경향을 보였다.
- '카카오페이지'는 10대, 30대, 40대에서 이용 비율이 상대적으로 높았다.

그림 2-2-7 웹툰 주 이용 서비스



주) 2021년 대비 보기 수정 및 간소화되어 직접적 비교 불가함.

표 2-2-8 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	네이버 웹툰	카카오 페이지	카카오 웹툰 (다음 웹툰)	네이버 시리즈	인스타그램	레진 코믹스	툰툰	리디	투믹스	페이스북	만화경	포스 타입	딜리헵	기타
전체	(3,400)	84.0	32.0	28.4	27.8	13.6	13.1	9.0	5.4	5.1	5.0	2.3	1.7	0.9	1.7
성별	남성 (1,775)	84.1	29.7	27.9	27.0	11.8	14.9	13.4	4.0	6.6	6.4	2.5	0.8	0.8	1.6
	여성 (1,625)	84.0	34.4	28.9	28.7	15.6	11.2	4.1	6.9	3.4	3.6	2.2	2.6	0.9	1.8
연령별	10대 (400)	87.5	34.0	25.5	25.5	21.0	12.5	8.0	2.5	4.5	6.0	4.8	2.8	1.0	1.8
	20대 (677)	87.3	29.5	23.0	30.9	16.8	16.1	9.7	9.5	3.4	3.7	2.1	2.4	1.2	1.3
	30대 (763)	84.3	34.2	23.5	31.2	11.9	15.6	7.7	7.3	3.3	1.8	1.3	1.8	1.0	1.4
	40대 (595)	84.2	35.8	31.1	32.3	8.7	13.3	9.4	4.9	6.1	3.9	2.0	1.3	0.5	1.3
	50대 (534)	81.5	28.5	35.0	22.7	12.0	10.1	9.6	3.2	7.1	6.6	1.9	1.1	0.7	2.4
	60대 (431)	78.2	29.0	36.4	19.5	13.5	8.1	9.5	1.6	7.7	11.6	3.2	0.5	0.7	2.3

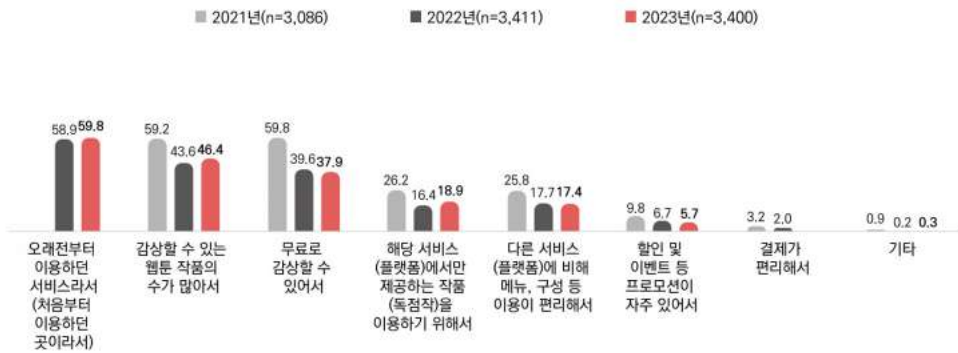
1-8. 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

- 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유는 새롭게 추가된 보기인 ‘오래전부터 이용하던 서비스라서 (처음부터 이용하던 곳이라서)’가 59.8%로 가장 높게 나타났다.
- 이어서 ‘감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서(46.4%)’, ‘무료로 감상할 수 있어서 (37.9%)’ 등의 순으로 나타났다.
- ‘네이버웹툰’과 ‘카카오웹툰’, ‘카카오페이지’를 이용하는 이유로는 ‘오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)’가 상대적으로 높고, ‘네이버웹툰’, ‘네이버시리즈’, ‘레진코믹스’는 ‘감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서’가 상대적으로 높았다.

그림 2-2-8

웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))



주 1) 2022년 조사부터 “오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)” 보기 추가되었으므로, 결과 해석시유의가 필요함.
 2) 2023년 “결제가 편리해서” 보기 삭제

표 2-2-9 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 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	기타
전체	(3,400)	59.8	46.4	37.9	18.9	17.4	5.7	0.3
성별	남성 (1,775)	59.2	47.3	36.1	19.6	18.7	5.5	0.4
	여성 (1,625)	60.5	45.5	40.0	18.0	15.9	5.9	0.2
연령별	10대 (400)	56.5	52.3	34.3	19.5	17.8	6.0	0.0
	20대 (677)	62.6	50.8	31.0	21.1	16.1	4.6	0.3
	30대 (763)	58.6	51.6	32.8	24.0	16.3	5.0	0.8
	40대 (595)	60.5	46.9	37.1	19.5	17.8	5.7	0.2
	50대 (534)	62.9	39.7	44.6	14.4	16.5	6.4	0.2
	60대 (431)	55.9	32.7	54.3	10.2	21.3	7.4	0.0
주 이용 서비스 (1순위 기준)	네이버웹툰 (2,408)	66.7	49.0	36.7	15.3	15.4	3.3	0.2
	네이버시리즈 (230)	43.5	50.9	23.9	36.1	25.2	8.7	0.0
	레진코믹스 (96)	19.8	50.0	29.2	49.0	31.3	11.5	0.0
	리디 (56)	30.4	37.5	19.6	46.4	46.4	17.9	0.0
	카카오웹툰 (다음웹툰) (134)	50.7	36.6	49.3	21.6	15.7	11.2	0.7
	카카오페이지 (251)	50.6	35.5	55.8	17.9	14.3	13.9	0.8
	탑툰 (74)	40.5	44.6	40.5	24.3	18.9	16.2	1.4
	투믹스 (25)	44.0	48.0	36.0	16.0	32.0	4.0	0.0
	딜리헵 (2)	0.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	포스타입 (4)	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0
	만화경 (9)	33.3	55.6	33.3	11.1	33.3	0.0	0.0
	인스타그램 (56)	35.7	30.4	48.2	23.2	26.8	5.4	1.8
	페이스북 (30)	63.3	13.3	70.0	0.0	20.0	0.0	0.0
기타 (25)	52.0	4.0	64.0	20.0	8.0	20.0	4.0	

1-9. 즐겨보는 웹툰 작품 유무

- 웹툰 이용자(n=3,400)들에게 즐겨보는 웹툰 작품이 있는지 조사한 결과, 63.9%가 즐겨보는 웹툰 작품이 있다고 응답하였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대에서 즐겨보는 웹툰 작품이 있다고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 20대 이후 연령대가 높아질수록 즐겨보는 웹툰 작품이 '있다'라고 응답한 비율은 감소하였다.

그림 2-2-9 즐겨보는 웹툰 작품 유무

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %(있음%))

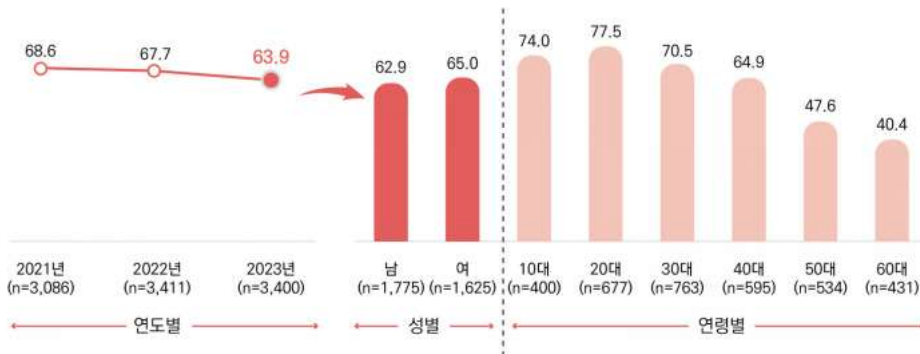


표 2-2-10 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품 유무

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,400)	63.9	36.1
성별	남성 (1,775)	62.9	37.1
	여성 (1,625)	65.0	35.0
연령별	10대 (400)	74.0	26.0
	20대 (677)	77.5	22.5
	30대 (763)	70.5	29.5
	40대 (595)	64.9	35.1
	50대 (534)	47.6	52.4
	60대 (431)	40.4	59.6

1-10. 즐겨보는 웹툰 작품명

- 즐겨보는 웹툰 작품명(1+2+3순위 기준)은 2023년의 경우 '외모지상주의(9.0%)'가 가장 높고, 이어서 '호랑이형님(5.1%)', '신의 탑(5.1%)' 등의 순으로 높게 나타났다.
- 2023년 즐겨보는 웹툰 작품명으로 새롭게 상위 10개에 포함된 웹툰으로는 '전지적독자시점', '나 혼자만 레벨업', '소녀의 세계', '재혼황후', '뷰티풀군바리' 등으로 나타났다.

그림 2-2-10 즐겨보는 웹툰 작품명



주 1) 주관식 문항임.
2) 상위 10개만 제시함.

표 2-2-11 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품명

(Base : 즐겨보는 웹툰 "있다"라고 응답한 경우, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	외모 지상주의	호랑이 형님	신의 탑	전지적 독자 시점	김부장	나혼자만 레벨업	소녀의 세계	재혼황후	연애혁명	뷰티풀 군바리
전체	(2,173)	9.0	5.1	5.1	5.0	3.6	3.6	3.4	3.1	2.8	2.8
성별	남성 (1,116)	13.0	8.2	7.0	5.5	5.7	5.2	0.4	0.2	1.7	4.6
	여성 (1,057)	4.8	1.8	3.0	4.4	1.4	1.9	6.4	6.1	4.0	0.9
연령별	10대 (296)	14.2	2.7	1.0	2.4	4.1	4.4	4.1	2.7	4.1	0.7
	20대 (525)	12.8	2.9	7.2	6.1	1.7	1.7	4.8	2.9	5.7	3.2
	30대 (538)	7.8	7.8	7.4	4.8	2.8	4.1	4.8	4.1	2.4	4.5
	40대 (386)	8.8	7.0	3.4	6.2	4.7	3.6	2.1	4.4	0.5	2.8
	50대 (254)	2.4	5.1	4.7	4.3	7.1	5.5	0.4	1.2	1.6	2.0
	60대 (174)	2.9	3.4	2.3	4.6	4.0	3.4	0.6	1.1	0.0	0.6

1-11. 웹툰 이용 시 고려 기준

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 이용 시 고려 기준(1+2+3순위 기준)은 ‘인기순’이 47.0%로 가장 높았으며, 이어서 ‘가격(유/무료)(35.9%)’, ‘소재/줄거리(33.0%)’ 등의 순으로 나타났다.
- 작품 외부 및 내부 요소별로 살펴보면, ‘인기순’, ‘가격(유/무료)’, ‘최신작’ 등의 외부 요소를 고려하는 비율이 87.2%, ‘소재/줄거리’, ‘그림/그림체’, ‘장르’ 등의 내부 요소를 고려하는 비율이 64.1%로 나타났다.
- ‘인기순’ 요소는 10대에서, ‘소재/줄거리’ 요소는 연령별로 20대 이상의 연령대에서 상대적으로 더 많이 고려하는 것으로 나타났다.
- ‘가격(유/무료)’의 경우 50대와 60대가 상대적으로 많이 고려하는 것으로 나타났다.

그림 2-2-11 웹툰 이용 시 고려 기준

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



주) 2021년 “웹소설 원작의 작품(웹소설→웹툰)”, “웹툰 원작의 2차적 저작물(웹툰→영화/드라마/웹소설)의 흥행”에서 2022년 “원작이 되는 웹소설에 대한 흥미”, “웹툰 원작 영화나 드라마, 웹소설 등(2차적 저작물)의 흥행”으로 보기 각각 수정됨.

표 2-2-12 응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 외부 요소

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	외부 요소	외부 요소								
			인기순	가격 (유/무료)	최신작	쉬운, 편리한 구입/이용	지인/만화 커뮤니티의 추천	댓글의 평가	원작이 되는 웹소설에 대한 흥미	웹툰을 원작으로 하는 영화나 드라마, 웹소설 등 (2차적 저작물)의 흥행	서비스 내 추천작 (이벤트/ Push 알람 등)
전체	(3,400)	87.2	47.0	35.9	24.4	14.0	13.5	11.9	8.9	8.6	7.4
성별	남성 (1,775)	88.7	47.6	37.7	27.8	14.5	13.1	11.5	8.4	9.5	8.8
	여성 (1,625)	85.7	46.3	33.9	20.6	13.5	13.9	12.3	9.4	7.6	5.8
연령별	10대 (400)	87.3	51.8	33.0	24.3	12.3	14.5	10.3	9.8	6.5	8.5
	20대 (677)	82.1	46.8	28.8	26.4	13.9	15.2	11.2	5.3	6.1	8.6
	30대 (763)	85.5	47.6	34.9	24.6	14.5	14.5	11.3	7.3	8.0	7.3
	40대 (595)	89.1	49.1	34.8	28.9	14.1	11.3	14.8	9.1	7.2	7.6
	50대 (534)	91.6	46.6	42.1	21.9	14.2	13.1	12.7	11.2	11.2	6.0
	60대 (431)	90.5	39.2	45.2	17.6	14.6	11.4	10.7	13.0	14.2	6.0

표 2-2-13 응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 내부 요소 및 기타

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	내부 요소	내부 요소					특정 작가의 작품	기타
			소재/줄거리	장르	그림/그림체	작품성/예술성			
전체	(3,400)	64.1	33.0	28.0	25.1	13.8	4.9	0.1	
성별	남성 (1,775)	61.2	30.0	28.3	20.1	14.1	4.9	0.1	
	여성 (1,625)	67.2	36.2	27.6	30.6	13.4	4.9	0.2	
연령별	10대 (400)	60.5	25.8	25.5	30.5	13.8	6.0	0.3	
	20대 (677)	66.5	32.8	31.6	34.1	16.7	4.9	0.3	
	30대 (763)	63.6	34.5	28.3	29.0	13.9	4.2	0.1	
	40대 (595)	62.5	32.6	27.4	23.9	11.6	4.7	0.0	
	50대 (534)	63.5	33.7	27.0	15.5	11.6	6.2	0.0	
	60대 (431)	67.5	36.9	26.0	13.0	14.6	3.9	0.2	

1-12. 즐겨보는 웹툰 장르

- 웹툰 이용자(n=3,400)들이 평소 즐겨보는 웹툰 장르(1+2+3순위 기준)는 ‘판타지’, ‘액션’이 33.2%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘코믹/개그’가 31.1%, ‘드라마’가 30.0% 등의 순으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘액션’, ‘판타지’, ‘무협/사극’, ‘스포츠’ 등은 남성에서, ‘드라마’, ‘현대 로맨스’, ‘일상’, ‘감성’, ‘로맨스 판타지’ 등은 여성에서 상대적으로 응답 비율이 높았다.

그림 2-2-12 즐겨보는 웹툰 장르

(Base : 웹툰 이용자(n=3,400), 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



주) 2023년에는 보기 다변화, 중복응답에서 순위형 응답으로 변경되어 직접적 비교 불가함.

표 2-2-14 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 장르

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	판타지	액션	코믹/개그	드라마	현대 로맨스	일상	학원물	무협/사극	공포/스릴러	감성	로맨스 판타지	스포츠	성인물	BL/GL	교양/지식	기타
전체	(3,400)	33.2	33.2	31.1	30.0	26.2	24.9	15.4	15.1	14.6	11.1	10.9	9.0	7.8	3.6	3.5	0.4
성별	남성 (1,775)	35.4	49.2	30.4	21.9	15.0	18.9	15.6	22.3	14.5	9.4	9.1	12.8	11.7	1.7	3.6	0.4
	여성 (1,625)	30.8	15.8	31.8	38.8	38.5	31.6	15.2	7.3	14.6	13.1	12.9	4.8	3.4	5.6	3.4	0.3
연령별	10대 (400)	30.3	36.0	33.3	21.0	27.8	23.5	25.8	10.5	14.8	12.0	13.0	8.8	5.0	4.3	2.8	0.3
	20대 (677)	33.4	29.5	31.3	27.6	32.2	29.2	21.7	8.3	14.8	9.7	12.0	8.6	7.4	5.9	1.6	0.3
	30대 (763)	36.4	30.1	30.7	29.1	25.7	28.0	15.7	12.7	15.7	11.1	12.1	9.0	5.9	5.2	1.3	0.7
	40대 (595)	38.3	38.7	30.8	32.3	21.7	21.3	15.8	19.8	13.1	10.3	9.9	6.4	6.2	3.5	1.7	0.0
	50대 (534)	35.8	34.1	29.6	35.8	24.9	20.4	7.3	16.5	14.6	13.3	11.2	9.2	9.0	0.4	4.9	0.6
	60대 (431)	20.0	33.2	31.6	33.2	24.4	24.6	4.9	26.2	13.9	11.1	6.0	13.0	14.8	0.2	11.8	0.2

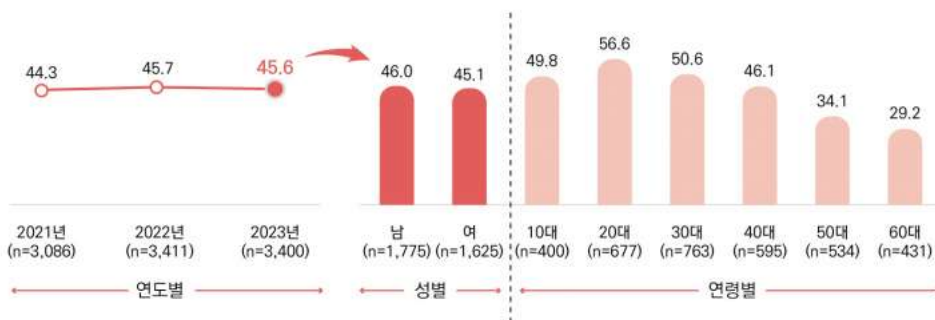
2. 웹툰 유료 이용

2-1. 웹툰 유료 결제 경험

- 웹툰 이용자(n=3,400) 중, 웹툰을 유료로 결제한 경험이 있다고 응답한 비율은 45.6%로 나타났으며, 2022년 대비 큰 변화가 없는 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대에서 '있다'라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-13 웹툰 유료 결제 경험

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %(있음%))



주) 2021년 "최근 1년 동안 웹툰을 감상하기 위해 유료로 결제하신 적이 있습니까?"에서 2022년 "최근 1년 동안 웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 유료로 결제하신 적이 있습니까?"로 질문 수정됨.

표 2-2-15 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 경험

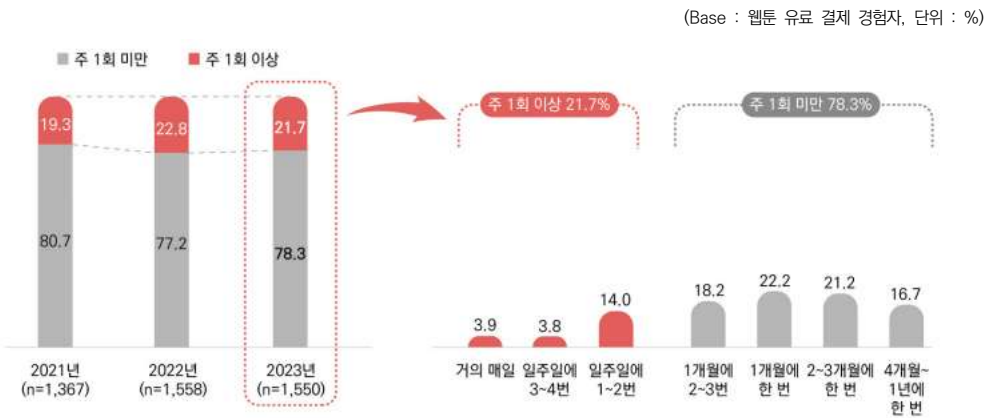
(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,400)	45.6	54.4
성별	남성 (1,775)	46.0	54.0
	여성 (1,625)	45.1	54.9
연령별	10대 (400)	49.8	50.3
	20대 (677)	56.6	43.4
	30대 (763)	50.6	49.4
	40대 (595)	46.1	53.9
	50대 (534)	34.1	65.9
	60대 (431)	29.2	70.8

2-2. 웹툰 유료 결제 빈도

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,550)들의 웹툰 유료 결제 빈도는 ‘1개월에 한 번’이 22.2%로 가장 높았다.
- ‘주 1회 이상’ 웹툰을 유료로 결제한다는 비율은 21.7%로, 전년 대비 감소하였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로는 남성, 연령별로는 10대의 ‘주 1회 이상’ 웹툰 유료 결제 비율이 가장 높게 나타났다.

그림 2-2-14 웹툰 유료 결제 빈도



주) 2021년 “웹툰을 감상하기 위해 유료 결제를 얼마나 자주하였습니까?”에서 2022년 “웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 유료 결제를 얼마나 자주하였습니까?”로 질문 수정됨.

표 2-2-16 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 빈도

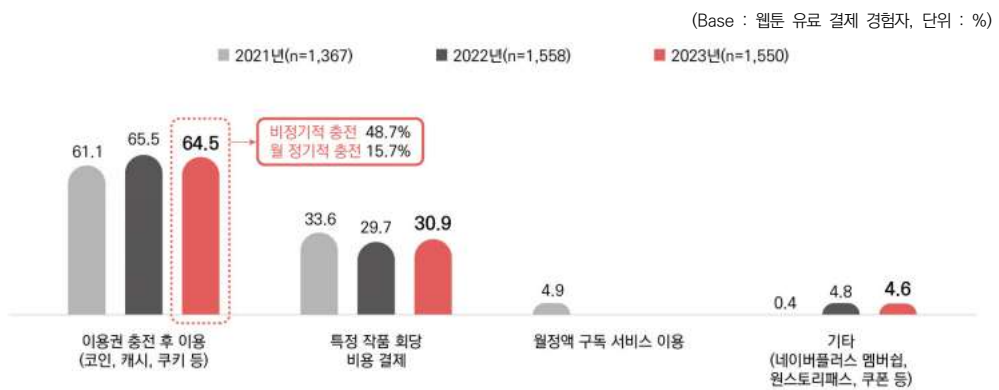
(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	주 1회 이상	주 1회 이상			주 1회 미만	주 1회 미만			
			거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번		1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4개월~1년에 한 번
연도별	2021년 (1,367)	19.3	2.4	4.4	12.5	80.7	20.0	22.8	21.1	16.9
	2022년 (1,558)	22.8	3.4	5.1	14.3	77.2	18.5	22.3	20.9	15.3
	2023년 (1,550)	21.7	3.9	3.8	14.0	78.3	18.2	22.2	21.2	16.7
성별	남성 (817)	24.7	4.3	4.5	15.9	75.3	16.9	23.1	20.7	14.6
	여성 (733)	18.3	3.4	3.0	11.9	81.7	19.6	21.1	21.8	19.1
연령별	10대 (199)	29.1	5.5	5.5	18.1	70.9	18.1	21.6	19.1	12.1
	20대 (383)	26.6	4.7	5.2	16.7	73.4	17.8	19.3	21.1	15.1
	30대 (386)	23.1	3.9	5.2	14.0	76.9	16.8	23.1	17.6	19.4
	40대 (274)	16.1	4.0	1.1	10.9	83.9	23.0	23.0	19.0	19.0
	50대 (182)	14.8	0.5	2.2	12.1	85.2	18.7	22.0	30.2	14.3
60대 (126)	12.7	3.2	0.8	8.7	87.3	12.7	27.8	27.8	19.0	

2-3. 웹툰 유료 결제 방식

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,550)들의 웹툰 유료 결제 방식은 ‘이용권 충전 후 이용(코인, 캐시, 쿠키 등)’이 64.5%로 가장 높았다. 그중 ‘비정기적 충전’의 비율이 48.7%로 ‘월 정기적 충전’ 15.7%보다 상대적으로 높게 나타났다.
- ‘특정 작품 회당 비용 결제’ 비율은 30.9%로 2022년 대비 소폭 상승한 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘특정 작품 회당 비용 결제’ 비율은 10~20대에서 상대적으로 높고, ‘이용권 충전 후 이용(코인, 캐시, 쿠키 등)’은 30대, 60대에서 상대적으로 높았다.

그림 2-2-15 웹툰 유료 결제 방식



- 주 1) 2021년 “유료 결제 시”에서 2022년 “유료 이용 시”로 질문 수정됨.
 2) 2021년 조사의 “월정액 구독 서비스 이용” 보기 삭제, 2022년 조사는 “이용권을 월 정기적으로 충전 후 이용”과 통합하여 보기 재구성 함.
 3) 2021년 “기타”에서 “기타(네이버플러스 멤버십, 원스토리패스, 쿠폰 등)”로 보기 수정함.

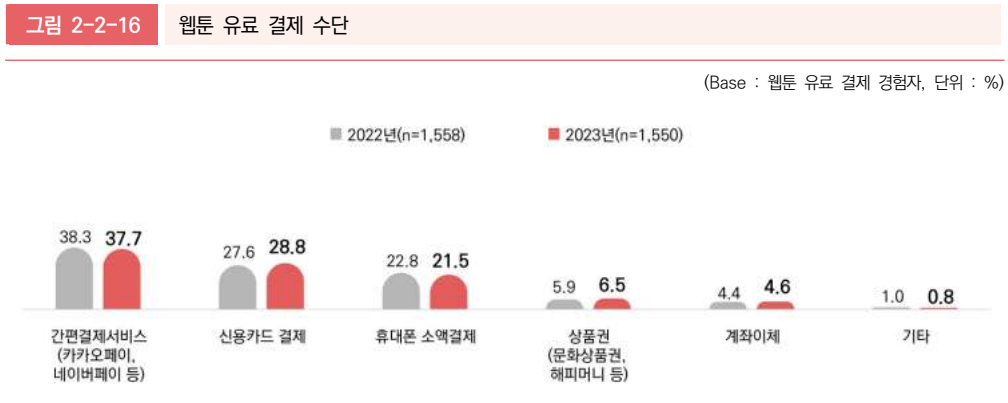
표 2-2-17 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 방식

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	이용권 (코인, 캐시, 쿠키 등)			특정 작품 ‘회당’ 비용 결제	기타 (네이버플러스 멤버십, 원스토리패스, 쿠폰 등)
		비정기적으로 충전 후 이용	월정기적으로 충전 후 이용	월정기적으로 충전 후 이용		
전체	(1,550)	64.5	48.7	15.7	30.9	4.6
성별	남성 (817)	64.0	47.9	16.2	31.6	4.4
	여성 (733)	64.9	49.7	15.3	30.2	4.9
연령별	10대 (199)	62.8	44.7	18.1	33.7	3.5
	20대 (383)	61.6	46.5	15.1	33.2	5.2
	30대 (386)	67.1	53.4	13.7	28.0	4.9
	40대 (274)	64.6	47.8	16.8	32.8	2.6
	50대 (182)	64.3	47.8	16.5	29.7	6.0
	60대 (126)	67.5	50.8	16.7	26.2	6.3

2-4. 웹툰 유료 결제 수단

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,550)들의 웹툰 유료 결제 수단은 ‘간편결제서비스(카카오페이, 네이버페이 등)’이 37.7%로 가장 높았다.
- 이어서 ‘신용카드 결제(28.8%)’, ‘휴대폰 소액결제(21.5%)’ 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘간편결제서비스(카카오페이, 네이버페이 등)’는 남성 대비 여성, 연령별로는 20대에서 상대적으로 높게 나타났다.
- ‘신용카드 결제’는 여성 대비 남성에서, 연령별로는 60대에서 상대적으로 높게 나타났다.



주) 2022년 신규 문항임.

표 2-2-18 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 수단

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	간편결제서비스 (카카오페이, 네이버페이 등)	신용카드 결제	휴대폰 소액결제	상품권 (문화상품권, 해피머니 등)	계좌이체	기타
전체	(1,550)	37.7	28.8	21.5	6.5	4.6	0.8
성별	남성 (817)	33.7	30.4	25.1	6.1	4.2	0.6
	여성 (733)	42.3	27.1	17.6	6.8	5.2	1.0
연령별	10대 (199)	38.2	23.1	24.6	8.0	5.5	0.5
	20대 (383)	50.1	21.7	15.1	4.7	7.0	1.3
	30대 (386)	41.5	30.6	18.1	6.2	3.4	0.3
	40대 (274)	27.7	33.2	27.0	9.1	2.6	0.4
	50대 (182)	28.0	29.7	30.2	5.5	4.9	1.6
	60대 (126)	23.8	43.7	22.2	5.6	4.0	0.8

2-5. 웹툰 월평균 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,550)들의 월평균 지출 비용은 '5천 원 미만'이 46.4%로 나타났으며, 전년 대비 1.3%p 감소하였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '5천 원 미만'은 성별로는 여성, 연령별로는 10~30대에서 상대적으로 응답 비율이 높았다.

그림 2-2-17 웹툰 월평균 지출 비용

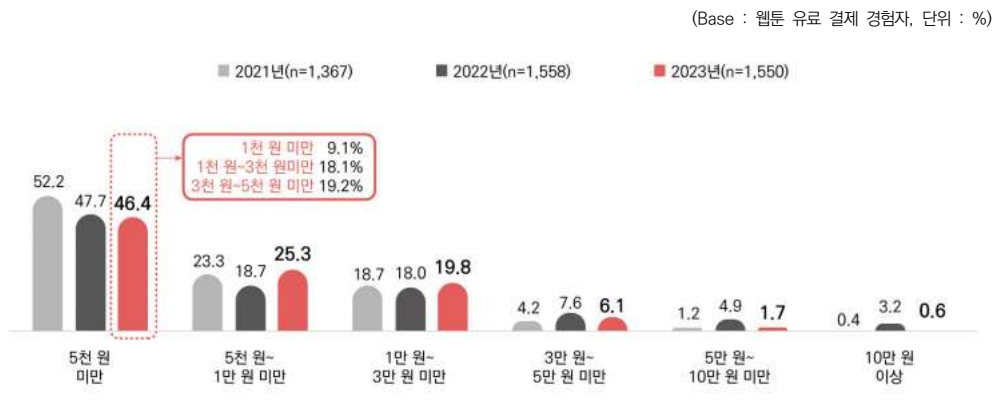


표 2-2-19 응답자 특성별 웹툰 월평균 지출 비용

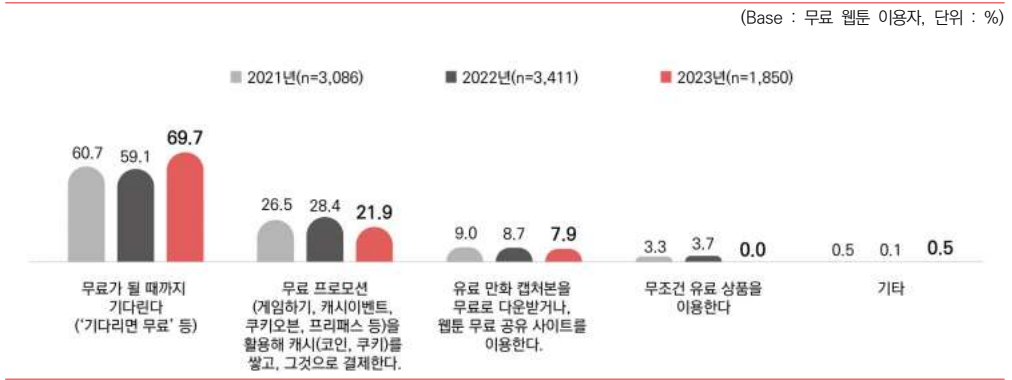
(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	5천 원 미만	5천 원 미만			5천~1만 원 미만	1만~3만 원 미만	3만~5만 원 미만	5만~10만 원 미만	10만 원 이상
			1천 원 미만	1천~3천 원 미만	3천~5천 원 미만					
전체	(1,550)	46.4	9.1	18.1	19.2	25.3	19.8	6.1	1.7	0.6
성별	남성 (817)	43.3	8.6	16.2	18.6	28.0	20.2	6.5	1.1	0.9
	여성 (733)	49.8	9.7	20.3	19.8	22.2	19.4	5.7	2.5	0.4
연령별	10대 (199)	49.7	12.1	27.1	10.6	21.6	19.1	5.5	2.5	1.5
	20대 (383)	50.9	12.5	17.2	21.1	24.8	16.4	6.0	1.3	0.5
	30대 (386)	51.3	8.5	21.8	21.0	21.2	17.4	7.0	2.8	0.3
	40대 (274)	38.3	7.3	15.0	16.1	27.7	25.2	6.6	1.1	1.1
	50대 (182)	40.7	4.9	9.9	25.8	31.3	20.9	6.0	0.5	0.5
	60대 (126)	38.1	5.6	14.3	18.3	31.0	25.4	4.0	1.6	0.0

2-6. 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

- 웹툰 무료 이용자(n=1,850)들의 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법은 ‘무료가 될 때까지 기다린다(‘기다리면 무료’ 등)’가 69.7%로 가장 높았다.
- 그다음으로 ‘무료 프로모션(게임하기, 캐시이벤트, 쿠키오븐, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다’가 21.9%, ‘유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다’가 7.9% 등의 순으로 나타났다.
- ‘무료가 될 때까지 기다린다(‘기다리면 무료’ 등)’ 응답은 성별로는 여성에서, 연령별로는 10대에서 응답 비율이 가장 높게 나타났다.

그림 2-2-18 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법



주 1) 2021년 “무료 프로모션(게임하기, 친구추천 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다”에서 2022년 “무료 프로모션(게임하기, 캐시이벤트, 쿠키오븐, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다”로 보기 수정됨.
 주 2) 2023년 ‘유료 웹툰을 이용하실 때 주로 사용하는 방법은 무엇입니까?’로 문항이 변경되었으며, 무료 웹툰 이용자가 유료웹툰 이용 방식을 묻는 로직으로 수정되어 전년도와의 비교 시 유의할 필요가 있음.

표 2-2-20 응답자 특성별 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

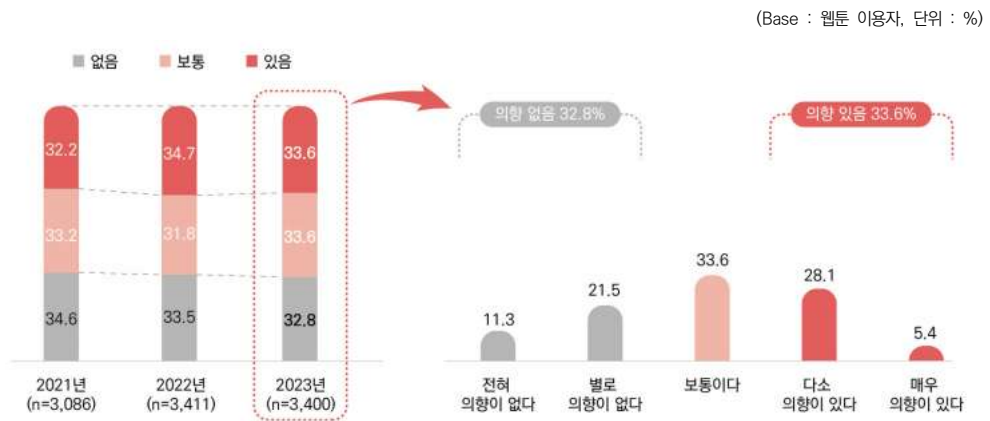
(Base : 무료 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	무료가 될 때까지 기다린다 ('기다리면 무료' 등)	무료 프로모션 (게임하기, 캐시이벤트, 쿠키오븐, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다.	유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나, 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다. (불법 이용 방식)	기타
전체	(1,850)	69.7	21.9	7.9	0.5
성별	남성 (958)	68.9	22.8	7.9	0.4
	여성 (892)	70.5	21.0	7.8	0.7
연령별	10대 (201)	76.1	17.4	5.5	1.0
	20대 (294)	71.8	20.1	7.5	0.7
	30대 (377)	70.6	22.8	6.1	0.5
	40대 (321)	68.2	24.6	7.2	0.0
	50대 (352)	70.2	21.6	8.2	0.0
	60대 (305)	63.3	23.0	12.5	1.3

2-7. 웹툰 유료 결제 의향

- 웹툰 이용자(n=3,400)들의 웹툰 유료 결제 의향은 33.6%로 나타났으며, 2022년 대비 소폭 하락한 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령별로는 20대에서 웹툰 유료 결제 의향이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-19 웹툰 유료 결제 의향



주) 2021년 “웹툰을 감상하기 위해 유료로 결제할 의향이 얼마나 있습니까?”에서 2022년 “웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 유료로 결제할 의향이 얼마나 있습니까?”로 질문 수정됨.

표 2-2-21 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 의향

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	의향 없음	의향 없음		보통	의향 있음	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다
			전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다				
전체	(3,400)	32.8	11.3	21.5	33.6	33.6	28.1	5.4
성별	남성 (1,775)	31.8	10.9	20.8	35.0	33.2	28.7	4.5
	여성 (1,625)	33.9	11.7	22.2	32.2	33.9	27.5	6.4
연령별	10대 (400)	31.0	12.8	18.3	33.3	35.8	29.8	6.0
	20대 (677)	30.3	12.9	17.4	28.4	41.4	33.7	7.7
	30대 (763)	34.7	11.0	23.7	32.8	32.5	26.9	5.6
	40대 (595)	28.4	10.4	18.0	36.1	35.5	29.1	6.4
	50대 (534)	37.1	11.2	25.8	36.0	27.0	24.5	2.4
	60대 (431)	35.7	9.3	26.5	37.6	26.7	23.4	3.2

2-8. 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 의향자(n=1,141)들의 웹툰 유료 결제 월평균 최대 지출 비용은 '1만~3만 원 미만'이 29.0%로 가장 높았으며, 그다음으로 '5천원 미만(28.2%)', '5천~1만 원 미만 (25.1%)' 등의 순으로 높게 나타났다.
- 성별로는 여성, 연령별로는 10대에서 '5천 원 미만'으로 지출할 의향이 있다는 비율이 상대적으로 높게 나타났고, 성별로 남성, 연령별로는 20대에서는 '1만~3만 원 미만' 지출 의향이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-20 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

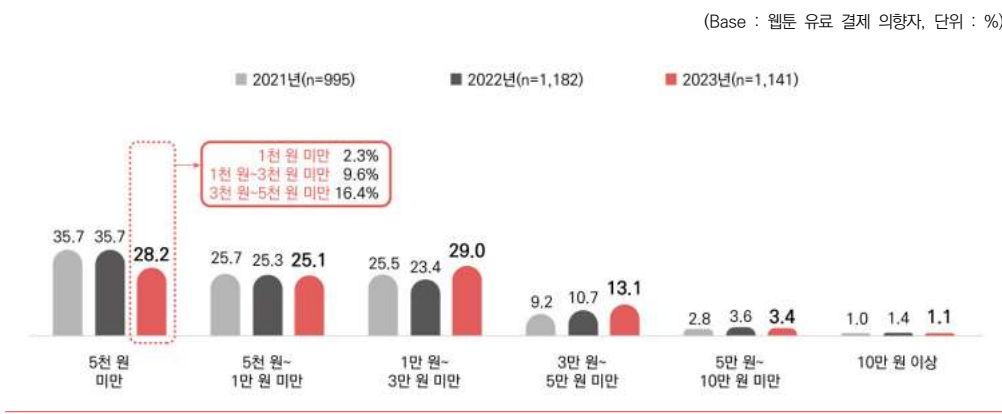


표 2-2-22 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

(Base : 웹툰 유료 결제 의향자, 단위 : %)

구분	사례 수	월평균 최대 지출 비용								
		5천 원 미만	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	(1,141)	28.2	2.3	9.6	16.4	25.1	29.0	13.1	3.4	1.1
성별	남성 (590)	26.1	1.2	9.5	15.4	24.2	31.4	13.7	3.1	1.5
	여성 (551)	30.5	3.4	9.6	17.4	26.0	26.5	12.5	3.8	0.7
연령별	10대 (143)	36.4	4.2	15.4	16.8	21.7	23.1	11.2	5.6	2.1
	20대 (280)	28.9	3.2	6.8	18.9	20.4	34.6	11.1	3.9	1.1
	30대 (248)	31.5	2.4	10.1	19.0	24.6	24.6	14.9	3.2	1.2
	40대 (211)	21.8	1.9	9.0	10.9	27.0	29.9	17.1	3.3	0.9
	50대 (144)	20.8	0.0	9.0	11.8	33.3	30.6	12.5	1.4	1.4
	60대 (115)	30.4	0.9	9.6	20.0	27.8	28.7	10.4	2.6	0.0

3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매

3-1. 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

- 웹툰 이용자(n=3,400) 중, 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험은 27.6%로 나타났으며, 2022년 대비 감소한 것으로 나타났다.
- 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험은 남성이 여성보다 높으며, 연령별로는 10대에서 가장 높게 나타났다.

그림 2-2-21 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %(있음%))

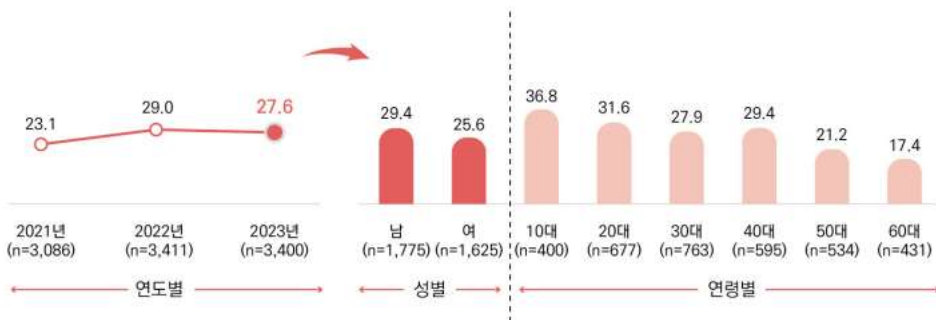


표 2-2-23 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

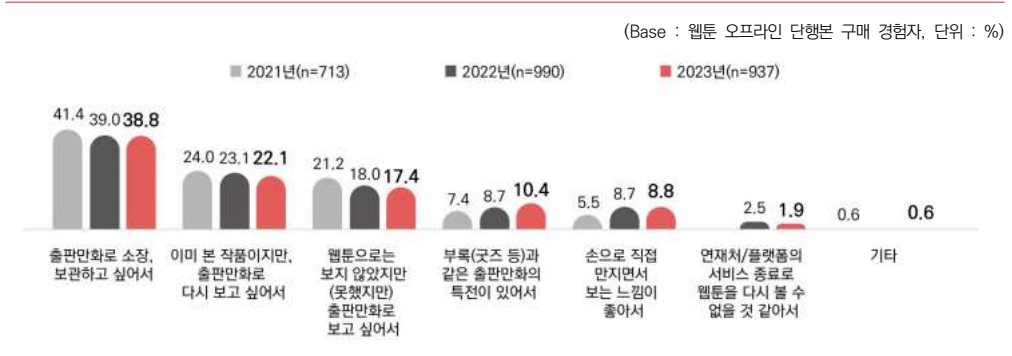
(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,400)	27.6	72.4
성별	남성 (1,775)	29.4	70.6
	여성 (1,625)	25.6	74.4
연령별	10대 (400)	36.8	63.3
	20대 (677)	31.6	68.4
	30대 (763)	27.9	72.1
	40대 (595)	29.4	70.6
	50대 (534)	21.2	78.8
	60대 (431)	17.4	82.6

3-2. 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

- 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험자(n=937)들의 구매 이유는 ‘출판만화로 소장, 보관하고 싶어서’가 38.8%로 가장 높았다.
- 이어서 ‘이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서’가 22.1%, ‘웹툰으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서’가 17.4% 등의 순으로 높게 나타났다.
- ‘이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서’는 성별로는 여성, 연령별로 50대에서 가장 높았다.
- ‘웹툰으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서’ 응답은 성별로는 남성, 연령별로는 10대에서 가장 높게 나타났다.

그림 2-2-22 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유



주 1) 2021년 “손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서” 보기 추가됨.
 2) 2022년 “연재처/플랫폼의 서비스 종료로 웹툰을 다시 볼 수 없을 것 같아서” 보기 추가됨.

표 2-2-24 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

구분	사례 수	출판만화로 소장, 보관하고 싶어서	이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서	웹툰으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서	부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특점이 있어서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	연재처/플랫폼의 서비스 종료로 웹툰을 다시 볼 수 없을 것 같아서	기타
전체	(937)	38.8	22.1	17.4	10.4	8.8	1.9	0.6
성별	남성 (521)	39.2	20.9	19.4	10.7	7.7	1.7	0.4
	여성 (416)	38.5	23.6	14.9	9.9	10.1	2.2	1.0
연령별	10대 (147)	38.8	23.1	19.7	8.2	7.5	2.7	0.0
	20대 (214)	38.8	19.2	16.4	13.1	11.2	1.4	0.0
	30대 (213)	40.4	18.3	16.4	14.6	7.0	2.3	0.9
	40대 (175)	39.4	24.0	18.3	8.6	8.0	0.6	1.1
	50대 (113)	35.4	28.3	17.7	8.0	8.0	0.9	1.8
	60대 (75)	38.7	25.3	16.0	2.7	12.0	5.3	0.0

3-3. 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

- 웹툰 이용자(n=3,400)의 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향은 29.4%로 나타났으며, 2022년 대비 유사한 수준으로 나타났다.
- 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향은 성별로는 남성에서, 연령별로는 10~20대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-2-23 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

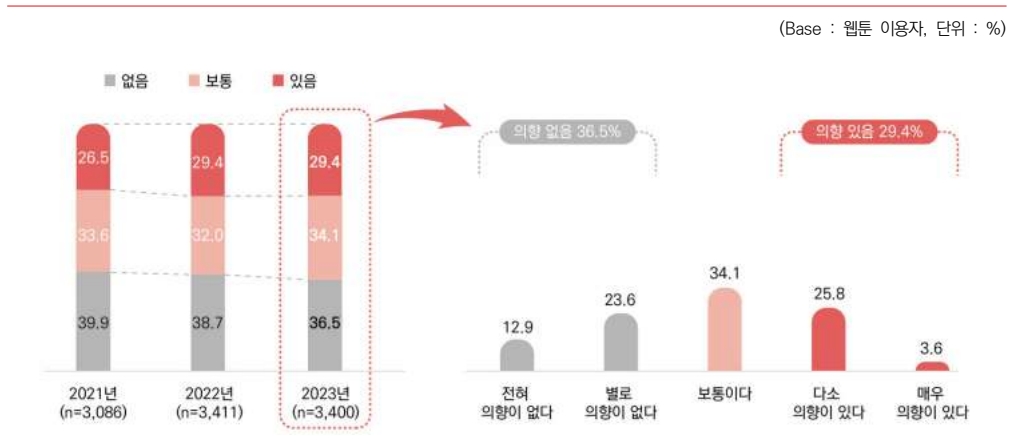


표 2-2-25 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	의향 없음	의향 없음		보통이다	의향 있음		
			전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다		다소 의향이 없다	매우 의향이 없다	
전체	(3,400)	36.5	12.9	23.6	34.1	29.4	25.8	3.6
성별	남성 (1,775)	34.3	11.4	22.9	35.4	30.3	26.8	3.5
	여성 (1,625)	38.8	14.4	24.4	32.8	28.4	24.7	3.7
연령별	10대 (400)	32.5	14.5	18.0	30.0	37.5	33.3	4.3
	20대 (677)	35.7	14.9	20.8	28.5	35.7	30.3	5.5
	30대 (763)	39.4	15.9	23.6	36.0	24.5	21.6	2.9
	40대 (595)	32.4	9.9	22.5	35.8	31.8	27.6	4.2
	50대 (534)	40.1	11.8	28.3	37.3	22.7	21.3	1.3
	60대 (431)	37.1	8.1	29.0	37.4	25.5	22.0	3.5

제3절 출판만화 이용

1. 출판만화 이용 경험 전반

1-1. 출판만화 주 이용 장소

- 출판만화 이용자(n=1,141)들의 출판만화 주 이용 장소는 '집'이 76.4%로 가장 높으며, 2021년 이후 계속해서 증가 추세였다.
- 이어서 '만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)'이 9.1%로 나타났으며, 2021년 이후 계속해서 감소 추세로 나타났다.
- '집'에서 출판만화를 이용하는 비율은 성별로는 여성, 연령별로는 40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-1 출판만화 주 이용 장소

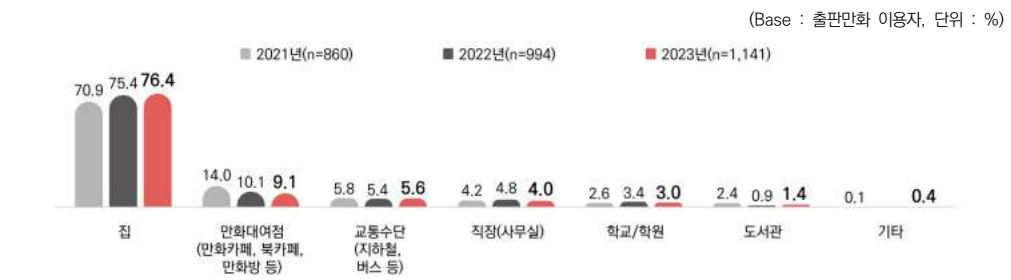


표 2-3-1 응답자 특성별 출판만화 주 이용 장소

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	집	만화대여점 (만화카페, 북카페, 만화방 등)	교통수단 (지하철, 버스 등)	직장(사무실)	학교/학원	도서관	기타
전체	(1,141)	76.4	9.1	5.6	4.0	3.0	1.4	0.4
성별	남성 (618)	74.8	7.9	5.8	5.2	4.0	1.9	0.3
	여성 (523)	78.4	10.5	5.4	2.7	1.7	0.8	0.6
연령별	10대 (182)	74.7	11.0	6.6	1.6	4.9	1.1	0.0
	20대 (278)	71.2	10.4	6.5	2.5	6.1	2.9	0.4
	30대 (170)	75.9	10.0	4.7	6.5	1.8	1.2	0.0
	40대 (152)	82.9	5.9	5.3	3.3	2.0	0.7	0.0
	50대 (163)	78.5	11.0	4.9	3.7	1.2	0.0	0.6
	60대 (196)	79.1	5.6	5.1	7.1	0.0	1.5	1.5

1-2. 즐겨보는 출판만화 작품 유무

- 출판만화 이용자(n=1,141) 중 평소 즐겨보는 출판만화가 '있다'라고 응답한 비율은 63.0%로 나타났으며, 2022년 대비 소폭 감소한 것으로 나타났다.
- 즐겨보는 출판만화 작품이 '있다'라고 응답한 비율은 성별로는 남성에서, 연령별로는 30~40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-2 즐겨보는 출판만화 작품 유무

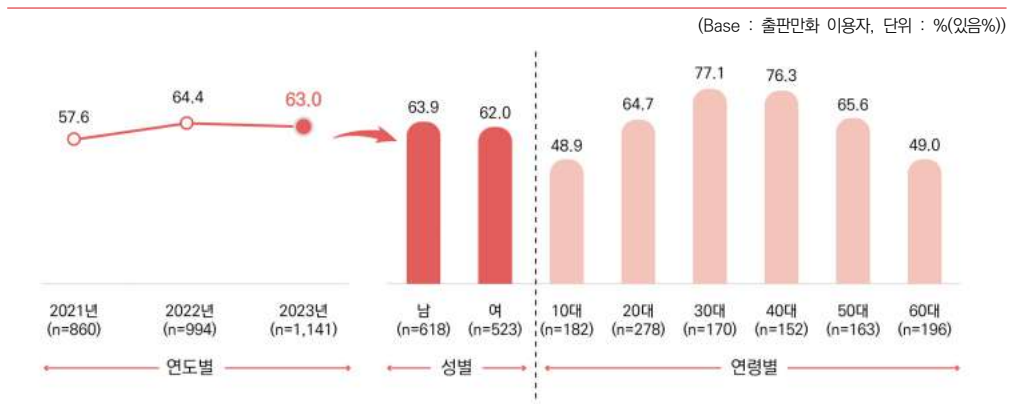


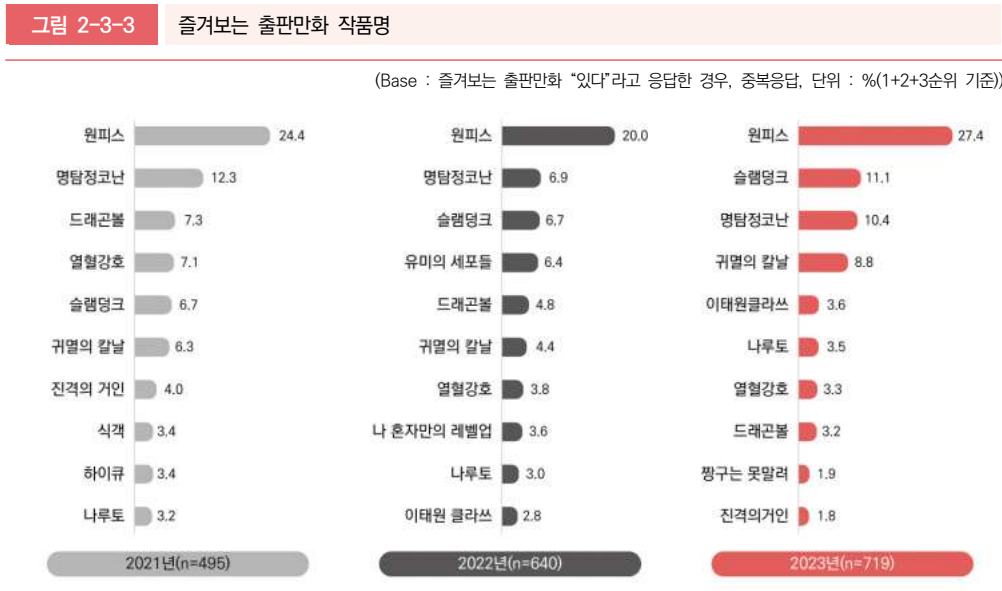
표 2-3-2 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품 유무

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(1,141)	63.0	37.0
성별	남성 (618)	63.9	36.1
	여성 (523)	62.0	38.0
연령별	10대 (182)	48.9	51.1
	20대 (278)	64.7	35.3
	30대 (170)	77.1	22.9
	40대 (152)	76.3	23.7
	50대 (163)	65.6	34.4
	60대 (196)	49.0	51.0

1-3. 즐겨보는 출판만화 작품명

- 2023년 즐겨보는 출판만화 작품명(1+2+3순위 기준)은 ‘원피스(27.4%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘슬램덩크(11.1%)’, ‘명탐정코난(10.4%)’ 등의 순으로 높았다.
- 이 중, ‘이태원클라쓰’는 웹툰이 원작인 작품이며, 2022년의 ‘유미의 세포들’, ‘나 혼자만 레벨업’은 10위권에서 빠진 것으로 나타났다.



주 1) 주관식 문항임.
2) 상위 10개만 제시함.

표 2-3-3 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품명

(Base : 즐겨보는 출판만화 "있다"라고 응답한 경우, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	원피스	슬램덩크	명탐정코난	귀멸의칼날	이태원클라쓰	나루토	열혈강호	드래곤볼	짱구는 못말려	진격의 거인
전체	(719)	27.4	11.1	10.4	8.8	3.6	3.5	3.3	3.2	1.9	1.8
성별	남성 (395)	28.9	11.4	6.8	10.1	2.5	3.8	4.8	5.1	2.0	2.0
	여성 (324)	25.6	10.8	14.8	7.1	4.9	3.1	1.5	0.9	1.9	1.5
연령별	10대 (89)	13.5	9.0	6.7	11.2	0.0	3.4	4.5	4.5	2.2	2.2
	20대 (180)	26.7	9.4	10.0	10.6	3.9	3.3	0.0	1.7	2.8	1.7
	30대 (131)	41.2	9.9	9.9	4.6	3.1	5.3	2.3	4.6	0.8	3.8
	40대 (116)	26.7	19.8	11.2	2.6	4.3	5.2	5.2	4.3	1.7	1.7
	50대 (107)	29.0	15.0	15.0	10.3	4.7	2.8	5.6	1.9	1.9	0.9
	60대 (96)	21.9	3.1	9.4	14.6	5.2	0.0	5.2	3.1	2.1	0.0

2. 출판만화 구매

2-1. 출판만화 구매 경험

- 출판만화 이용자(n=1,141) 중, 출판만화 구매 경험이 '있다'라는 응답은 54.5%로, 2021년 이후 계속해서 증가 추세였다.
- 출판만화 구매 경험이 '있다'라고 응답한 비율은 30대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-4 출판만화 구매 경험

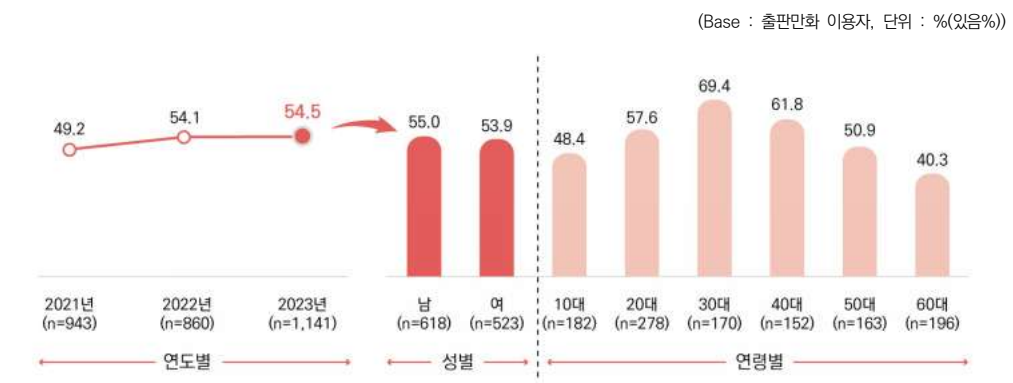


표 2-3-4 응답자 특성별 출판만화 구매 경험

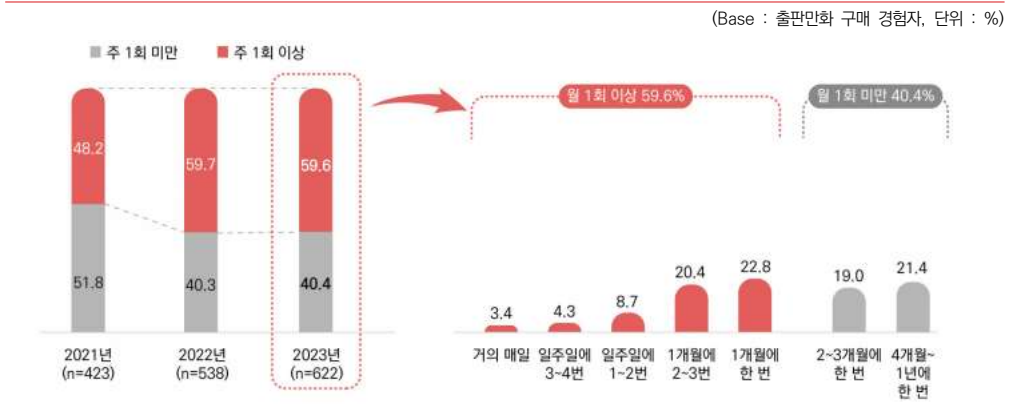
(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(1,141)	54.5	45.5
성별	남성 (618)	55.0	45.0
	여성 (523)	53.9	46.1
연령별	10대 (182)	48.4	51.6
	20대 (278)	57.6	42.4
	30대 (170)	69.4	30.6
	40대 (152)	61.8	38.2
	50대 (163)	50.9	49.1
	60대 (196)	40.3	59.7

2-2. 출판만화 구매 주기

- 출판만화 구매 주기가 '주 1회 이상'인 비율은 59.6%로 나타났으며, 2022년 대비 유사한 수준으로 나타났다.
- 출판만화 구매 경험자(n=622)들의 출판만화 구매 주기는 '1개월에 한 번'이 22.8%로 가장 높게 나타났다.
- '월 1회 이상' 출판만화를 구매하는 비율은 여성 대비 남성에서, 연령별로는 30대와 40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-3-5 출판만화 구매 주기



주) 2022년도 척도 급간 수정됨.

표 2-3-5 응답자 특성별 출판만화 구매 주기

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	주 1회 이상						주 1회 미만		
		월 1회 이상	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	월 1회 미만	2~3개월에 한 번	4개월~1년에 한 번
전체	(622)	59.6	3.4	4.3	8.7	20.4	22.8	40.4	19.0	21.4
성별	남성 (340)	65.0	3.2	5.6	9.4	20.0	26.8	35.0	17.6	17.4
	여성 (282)	53.2	3.5	2.8	7.8	20.9	18.1	46.8	20.6	26.2
연령별	10대 (88)	55.7	1.1	3.4	4.5	19.3	27.3	44.3	25.0	19.3
	20대 (160)	58.8	2.5	5.6	9.4	25.0	16.3	41.3	21.9	19.4
	30대 (118)	65.3	4.2	1.7	8.5	18.6	32.2	34.7	12.7	22.0
	40대 (94)	64.9	8.5	7.4	11.7	11.7	25.5	35.1	17.0	18.1
	50대 (83)	60.2	1.2	4.8	10.8	24.1	19.3	39.8	20.5	19.3
	60대 (79)	50.6	2.5	2.5	6.3	21.5	17.7	49.4	16.5	32.9

2-3. 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

- 출판만화 구매 경험자(n=622)들의 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용은 '1만~3만 원 미만'이 40.2%로 가장 높았다.
- 이어서 '5천~1만 원 미만'이 20.3%, '3만~5만 원 미만'이 19.5% 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-3-6

출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)



주) 2022년 척도 구간 수정됨.

표 2-3-6

응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

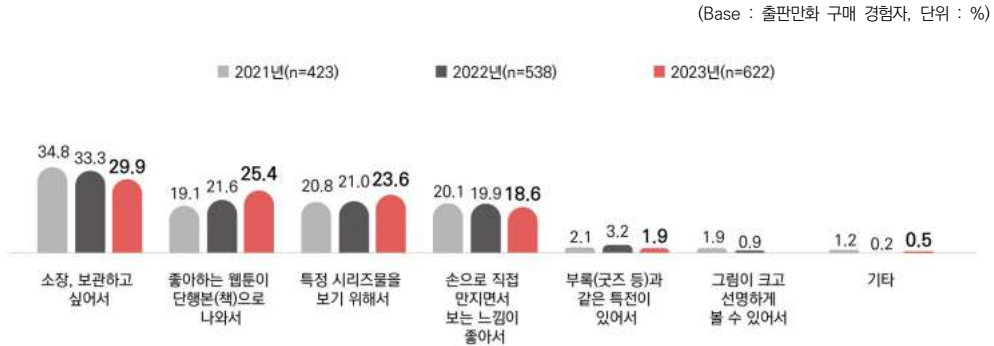
(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	5천 원 미만	5천~1만 원 미만	1만~3만 원 미만	3만~5만 원 미만	5만~10만 원 미만	10만 원 이상
전체	(622)	9.2	20.3	40.2	19.5	7.6	3.4
성별	남성 (340)	6.5	19.1	42.4	22.4	7.1	2.6
	여성 (282)	12.4	21.6	37.6	16.0	8.2	4.3
연령별	10대 (88)	12.5	23.9	34.1	26.1	2.3	1.1
	20대 (160)	9.4	16.3	38.1	24.4	11.3	0.6
	30대 (118)	6.8	21.2	44.1	13.6	5.9	8.5
	40대 (94)	9.6	18.1	42.6	16.0	8.5	5.3
	50대 (83)	6.0	26.5	42.2	18.1	6.0	1.2
	60대 (79)	11.4	19.0	40.5	16.5	8.9	3.8

2-4. 출판만화 구매 이유

- 출판만화 구매 경험자(n=622)들의 출판만화 구매 이유는 ‘소장, 보관하고 싶어서’가 29.9%로 가장 높음. 그다음으로는 ‘좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서’가 25.4%, ‘특정 시리즈물을 보기 위해서’가 23.6%, ‘손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서’가 18.6% 등의 순으로 높게 나타났다.
- ‘소장, 보관하고 싶어서’의 응답 비율은 2021년 이후 감소 추세이나, ‘좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서’는 2021년 이후 증가 추세를 보였다.

그림 2-3-7 출판만화 구매 이유



- 2021년 “특정 시리즈물을 보기 위해서” 보기 추가됨.
- 2021년 “이북(e-book)보다 먼저 발매되기 때문에” 보기 삭제됨.
- 2023년 “그림을 크고 선명하게 볼 수 있어서” 보기 삭제됨.

표 2-3-7 응답자 특성별 출판만화 구매 이유

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	소장, 보관하고 싶어서	좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서	특정 시리즈물을 보기 위해서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	부록(굿즈 등)과 같은 특전이 있어서	기타
전체	(622)	29.9	25.4	23.6	18.6	1.9	0.5
성별	남성 (340)	26.8	24.7	25.6	20.9	1.5	0.6
	여성 (282)	33.7	26.2	21.3	16.0	2.5	0.4
연령별	10대 (88)	36.4	25.0	20.5	15.9	2.3	0.0
	20대 (160)	21.9	28.1	26.3	20.0	3.1	0.6
	30대 (118)	38.1	21.2	21.2	18.6	0.8	0.0
	40대 (94)	31.9	29.8	21.3	14.9	1.1	1.1
	50대 (83)	28.9	21.7	31.3	18.1	0.0	0.0
	60대 (79)	25.3	25.3	20.3	24.1	3.8	1.3

2-5. 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

- 출판만화 이용자(n=1,141) 중 출판만화 구매 의사가 있는 비율은 80.8%였다.
- 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용은 '1만~3만 원 미만'이 27.3%로 가장 높게 나타났다. 그다음으로 '5천~1만 원 미만'이 23.6%, '5천 원 미만'이 15.9% 등의 순으로 높게 나타났다.

그림 2-3-8 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용



주) 2022년 척도 구간 수정됨.

표 2-3-8 응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	소비 의사 없음	소비 의사 있음	5천 원 미만	5천~1만 원 미만	1만~3만 원 미만	3만~5만 원 미만	5만~10만 원 미만	10만 원 이상
				15.9	23.6	27.3	9.5	3.6	1.0
전체	(1,141)	19.2	80.8	15.9	23.6	27.3	9.5	3.6	1.0
성별	남성 (618)	17.0	83.0	15.9	25.1	27.7	10.0	3.4	1.0
	여성 (523)	21.8	78.2	15.9	21.8	27.0	8.8	3.8	1.0
연령별	10대 (182)	20.3	79.7	14.3	17.6	31.3	11.0	3.8	1.6
	20대 (278)	18.7	81.3	12.2	20.5	30.2	12.6	5.0	0.7
	30대 (170)	15.9	84.1	15.9	25.9	30.0	8.8	1.8	1.8
	40대 (152)	19.7	80.3	19.7	21.1	22.4	10.5	5.3	1.3
	50대 (163)	18.4	81.6	17.2	30.7	24.5	6.1	2.5	0.6
	60대 (196)	21.9	78.1	18.4	27.6	23.5	6.1	2.6	0.0

3. 출판만화 대여/열람

3-1. 출판만화 대여/열람 경험

- 출판만화 이용자(n=1,141) 중 출판만화 대여/열람 경험이 '있다'라고 응답한 비율이 56.5%로 2022년 대비 유사한 수준으로 나타났다.
- 연령별로는 40대에서 출판만화 대여/열람 경험이 '있다'라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

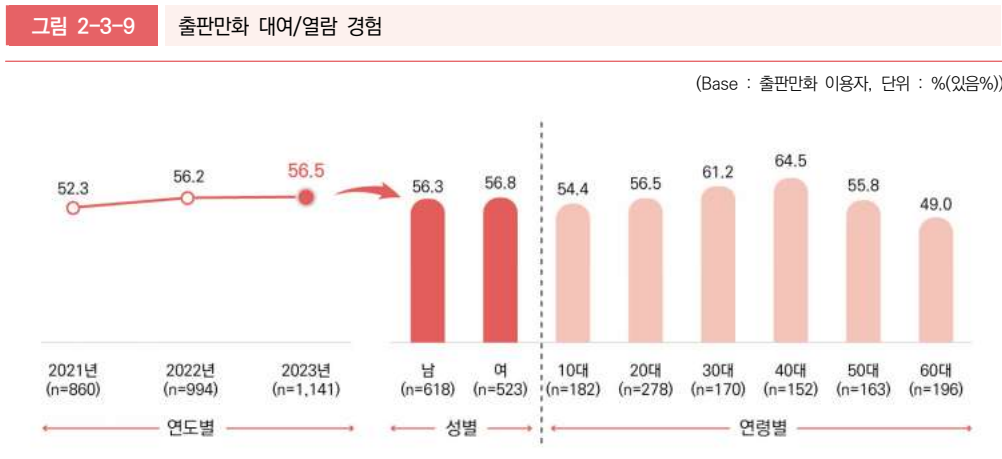


표 2-3-9 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 경험

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(1,141)	56.5	43.5
성별	남성 (618)	56.3	43.7
	여성 (523)	56.8	43.2
연령별	10대 (182)	54.4	45.6
	20대 (278)	56.5	43.5
	30대 (170)	61.2	38.8
	40대 (152)	64.5	35.5
	50대 (163)	55.8	44.2
	60대 (196)	49.0	51.0

제4절

만화·웹툰 불법 이용

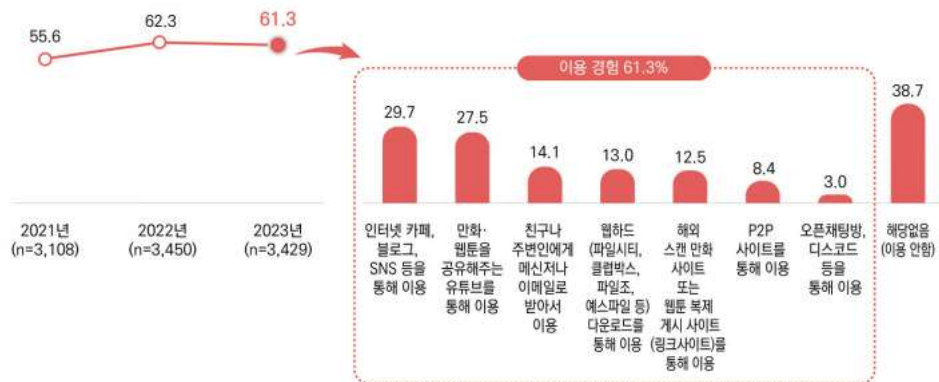
1. 만화·웹툰 불법 이용 경험

- 만화·웹툰 불법 이용 경험은 61.3%로 전년 대비 감소하였다.
- 불법 이용 유형으로는 '인터넷 카페, 블로그 SNS 등을 통해 이용'이 29.7%, '만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용'이 27.5%로 높게 나타났다.
- 불법 이용 경험은 여성 대비 남성, 연령별로는 10대, 50대, 60대에서 상대적으로 높게 나타났고, 20대와 30대는 상대적으로 낮게 나타났다.

그림 2-4-1

만화·웹툰 불법 이용 경험

(Base : 웹툰 및 디지털페지만화 이용자, 중복응답, 단위 : %)



- 주 1) 2021년 “웹하드(클러박스, 위디스크 등)다운로드를 통해 이용”에서 2022년 “웹하드(파일시더(클러박스), 파일조, 에스파일 등) 다운로드를 통해 이용”으로 수정됨
- 2) 2021년 “해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용”에서 2022년 “해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용”으로 수정됨
- 3) 2023년 “오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용” 보기 추가

표 2-4-1 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 경험

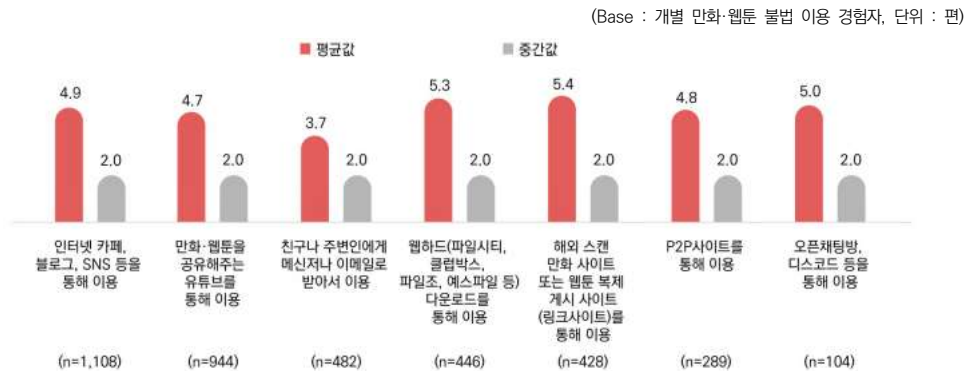
(Base : 웹툰 및 디지털페이지만화 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	이용 경험	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	웹하드 (파일시디, 클럽박스, 파일조, 에스파일 등) 다운로드를 통해 이용	해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용	P2P 사이트를 통해 이용	오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용	해당없음 (이용 안함)
연도별	2021년 (3,108)	55.6	27.8	24.1	13.7	9.0	10.1	8.3	-	44.4
	2022년 (3,450)	62.3	27.8	26.7	14.6	11.5	10.7	8.4	-	37.7
	2023년 (3,429)	61.3	29.7	27.5	14.1	13.0	12.5	8.4	3.0	38.7
성별	남성 (1,791)	67.7	31.4	29.6	15.5	16.4	15.5	12.3	3.6	32.3
	여성 (1,638)	54.4	27.8	25.3	12.5	9.3	9.2	4.2	2.4	45.6
연령별	10대 (401)	65.1	30.7	33.7	16.7	11.5	11.2	8.2	4.0	34.9
	20대 (682)	58.7	28.9	22.0	11.6	12.5	17.6	7.6	4.5	41.3
	30대 (767)	50.8	24.5	20.7	8.7	11.2	14.0	6.5	2.0	49.2
	40대 (598)	62.0	26.6	27.1	12.7	16.2	14.0	9.0	2.7	38.0
	50대 (539)	67.0	34.0	31.4	19.1	14.7	8.2	9.5	2.4	33.0
	60대 (442)	72.4	38.0	38.2	20.4	12.0	6.3	11.1	2.9	27.6

2. 불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수

- 만화·웹툰 불법 이용 회차(에피소드 기준) 수는 '해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용'이 평균 5.4편으로 가장 높게 나타났다.

그림 2-4-2 불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수



- 주 1) 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수는 극단 값의 영향을 고려하여 중간 값을 함께 제시함.
 2) 2023년 "오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용" 보기 추가

표 2-4-2 응답자 특성별 불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수

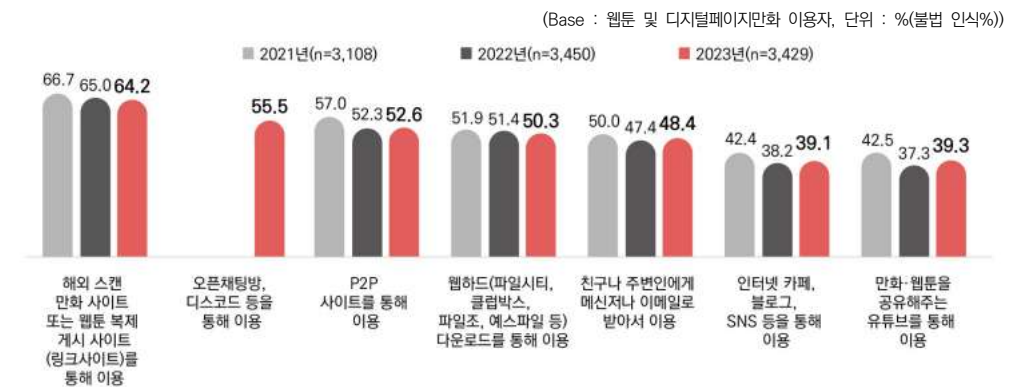
(Base : 개별 만화·웹툰 불법 이용 경험자, 단위 : 편)

구분	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용			만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용			친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용						
	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	사례 수	평균값(편)	중간값(편)				
전체	(1,018)	4.9	2.0	(944)	4.7	2.0	(482)	3.7	2.0				
성별	남성	(562)	5.0	2.0	(530)	5.1	2.0	(277)	3.9	2.0			
	여성	(456)	4.7	2.0	(414)	4.0	2.0	(205)	3.3	2.0			
연령별	10대	(123)	6.2	3.0	(135)	5.3	3.0	(67)	4.3	2.0			
	20대	(197)	4.1	2.0	(150)	5.5	2.0	(79)	3.2	2.0			
	30대	(188)	3.7	2.0	(159)	3.8	2.0	(67)	3.0	2.0			
	40대	(159)	5.3	2.0	(162)	5.1	2.0	(76)	3.6	2.0			
	50대	(183)	5.2	2.0	(169)	4.0	2.0	(103)	3.9	2.0			
	60대	(168)	5.3	2.0	(169)	4.4	2.0	(90)	3.9	1.0			
구분	웹하드(파일시티, 클럽박스, 파일조, 예스파일 등) 다운로드를 통해 이용			해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용			P2P사이트를 통해 이용			오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용			
	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	사례 수	평균값(편)	중간값(편)	
전체	(446)	5.3	2.0	(428)	5.4	2.0	(289)	4.8	2.0	(104)	5.0	2.0	
성별	남성	(293)	4.6	2.0	(278)	5.9	2.0	(220)	5.0	2.0	(64)	5.1	2.0
	여성	(153)	6.5	2.0	(150)	4.4	2.0	(69)	4.2	2.0	(40)	5.0	1.0
연령별	10대	(46)	6.7	2.0	(45)	8.1	3.0	(33)	6.2	2.0	(16)	7.4	2.5
	20대	(85)	3.7	2.0	(120)	6.4	2.0	(52)	4.5	2.0	(31)	4.2	1.0
	30대	(86)	3.5	2.0	(107)	4.7	2.0	(50)	3.3	2.0	(15)	3.9	2.0
	40대	(97)	6.7	3.0	(84)	5.1	2.0	(54)	6.3	2.0	(16)	3.4	2.0
	50대	(79)	8.1	2.0	(44)	3.8	2.0	(51)	5.4	2.0	(13)	2.2	1.0
	60대	(53)	2.6	2.0	(28)	2.4	2.0	(49)	3.7	2.0	(13)	10.2	3.0

3. 만화·웹툰 불법성 인식

- 만화·웹툰 불법 이용 방식 중 ‘해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용’이 불법이라는 인식이 64.2%로 가장 높게 나타났다.
- 그다음으로는 ‘오픈 채팅방, 디스코드 등’이 55.5%, ‘P2P 사이트를 통해 이용’이 52.6% 등의 순으로 나타났다.

그림 2-4-3 만화·웹툰 불법성 인식



- 1) 2021년 “웹하드(클럽박스, 위디스크 등)다운로드를 통해 이용”에서 2022년 “웹하드(파일시티(클럽박스), 파일조, 예스파일 등) 다운로드를 통해 이용”으로 수정됨
- 2) 2021년 “해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용”에서 2022년 “해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용”으로 수정됨
- 3) 2023년 “오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용” 보기 추가

표 2-4-3 응답자 특성별 만화·웹툰 불법성 인식

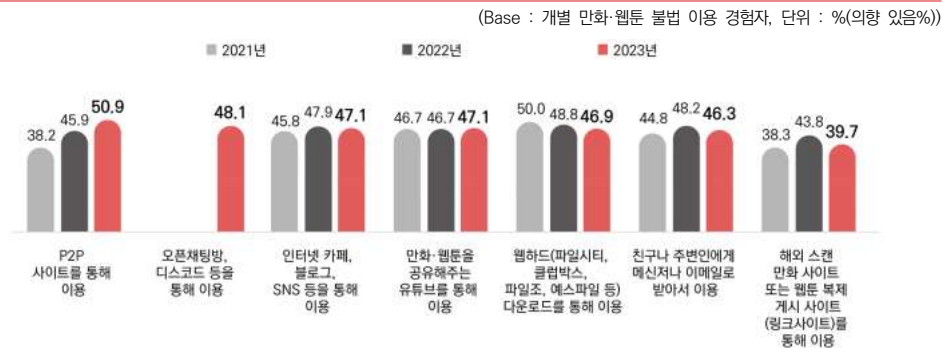
(Base : 웹툰 및 디지털페이지만화 이용자, 단위 : %(불법 인식%))

구분	사례 수	해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용	오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용	P2P 사이트를 통해 이용	웹하드 (파일시티, 클럽박스, 파일조, 예스파일 등) 다운로드를 통해 이용	친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
전체	(3,429)	64.2	55.5	52.6	50.3	48.4	39.3	39.1
성별	남성 (1,791)	60.7	52.7	51.1	48.4	46.8	37.6	37.6
	여성 (1,638)	67.9	58.5	54.2	52.5	50.2	41.1	40.8
연령별	10대 (401)	61.6	49.1	45.6	45.6	40.9	29.2	32.4
	20대 (682)	65.8	61.3	53.5	57.2	53.2	44.7	45.2
	30대 (767)	71.4	65.8	66.1	60.4	57.8	52.0	49.5
	40대 (598)	63.2	56.4	55.4	51.0	47.2	42.5	40.5
	50대 (539)	60.5	48.4	44.3	39.5	41.9	31.2	30.1
	60대 (442)	57.0	41.9	40.5	38.9	41.2	23.5	26.9

4. 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향

- 불법 만화·웹툰을 이용할 수 없다면 비용을 들여서라도 정식 사이트에서 만화·웹툰을 감상할 의향이 있는지 조사한 결과, 'P2P 사이트를 통해 불법적으로 이용한 응답자'의 50.9%가 합법적인 경로 이용 의향이 가장 높은 것으로 나타났다.
- 반면, '해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)'는 39.7%로 상대적으로 낮게 나타났다.

그림 2-4-4 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향



- 1) 2021년 "웹하드(클러박스, 위디스크 등)다운로드를 통해 이용"에서 2022년 "웹하드(파일시터(클러박스), 파일조, 에스파일 등) 다운로드를 통해 이용"으로 수정됨
- 2) 2021년 "해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용"에서 2022년 "해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용"으로 수정됨
- 3) 2023년 "오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용" 보기 추가

표 2-4-4 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향

(Base : 개별 만화·웹툰 불법 이용 경험자, 단위 : %(의향있음%))

구분		P2P 사이트를 통해 이용		오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용		인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용		만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용		웹하드(파일시터, 클러박스, 파일조, 에스파일 등) 다운로드를 통해 이용		친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용		해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트)를 통해 이용	
		사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향	사례 수	이용 의향
전체		(289)	50.9	(104)	48.1	(1,018)	47.1	(944)	47.1	(446)	46.9	(482)	46.3	(428)	39.7
성별	남성	(220)	50.0	(64)	46.9	(562)	48.4	(530)	44.3	(293)	48.8	(277)	48.0	(278)	39.2
	여성	(69)	53.6	(40)	50.0	(456)	45.4	(414)	50.7	(153)	43.1	(205)	43.9	(150)	40.7
연령별	10대	(33)	57.6	(16)	43.8	(123)	61.0	(135)	60.0	(46)	45.7	(67)	44.8	(45)	44.4
	20대	(52)	55.8	(31)	48.4	(197)	40.1	(150)	42.0	(85)	41.2	(79)	53.2	(120)	52.5
	30대	(50)	46.0	(15)	60.0	(188)	45.2	(159)	40.3	(86)	53.5	(67)	29.9	(107)	29.9
	40대	(54)	48.1	(16)	50.0	(159)	55.3	(162)	46.3	(97)	51.5	(76)	50.0	(84)	35.7
	50대	(51)	54.9	(13)	46.2	(183)	43.2	(169)	50.9	(79)	45.6	(103)	48.5	(44)	40.9
	60대	(49)	44.9	(13)	38.5	(168)	43.5	(169)	45.0	(53)	39.6	(90)	47.8	(28)	25.0

제5절

만화·웹툰 IP 확장

1. 만화·웹툰 2차적 저작물

1-1. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험

- 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험 중 '영화'가 71.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '드라마' 68.0%, '애니메이션' 43.5% 등의 순으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '영화'라는 응답은 남성보다 여성, 연령별로는 40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-5-1 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험

(Base : 전체(n=3,500), 단위 : %(있음%))



주) 2023년 2차 저작물 이용 경험이 각 장르별로 세분화되어 2022년도와 비교 불가함.

표 2-5-1 응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %(있음%))

구분	사례 수	영화	드라마	애니메이션	웹소설	게임
전체	(3,500)	71.8	68.0	43.5	31.6	26.5
성별	남성 (1,831)	70.8	63.0	42.2	32.2	30.1
	여성 (1,669)	72.9	73.5	44.9	31.0	22.5
연령별	10대 (408)	67.6	65.4	55.9	36.8	35.5
	20대 (690)	72.3	69.4	48.4	28.8	32.0
	30대 (782)	74.8	70.7	40.3	31.2	26.6
	40대 (609)	76.4	69.3	48.1	35.8	27.4
	50대 (561)	68.8	67.4	40.1	29.6	19.8
	60대 (450)	67.3	62.4	28.2	28.7	16.7

1-2. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

- 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족 비율 중 '영화'가 71.5%로 가장 만족도가 높은 것으로 나타났고, 다음으로 '드라마' 69.9%, '애니메이션' 56.3% 등의 순으로 나타났다.
- 연령별로는 50대와 60대에서 '영화'와 '드라마'의 만족 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-5-2

만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

(Base : 2차적 저작물 이용 경험자, 단위 : %(만족%))



주) 2023년 2차 저작물 이용 경험이 각 장르별로 세분화되어 2022년도와 비교 불가함.

표 2-5-2

응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

(Base : 2차적 저작물 이용 경험자, 단위 : %(만족%))

구분	영화		드라마		애니메이션		웹소설		게임		
	사례 수	만족도	사례 수	만족도	사례 수	만족도	사례 수	만족도	사례 수	만족도	
전체	(2,514)	71.5	(2,380)	69.9	(1,522)	56.3	(1,106)	51.6	(927)	49.7	
성별	남성	(1,297)	71.4	(1,153)	69.9	(772)	56.1	(589)	50.1	(551)	51.4
	여성	(1,217)	71.6	(1,227)	69.9	(750)	56.5	(517)	53.4	(376)	47.3
연령별	10대	(276)	69.2	(267)	70.0	(228)	62.3	(150)	45.3	(145)	58.6
	20대	(499)	70.7	(479)	66.4	(334)	55.1	(199)	50.3	(221)	42.1
	30대	(585)	69.6	(553)	68.0	(315)	49.5	(244)	50.0	(208)	40.9
	40대	(465)	69.7	(422)	67.3	(293)	58.7	(218)	53.2	(167)	56.9
	50대	(386)	74.6	(378)	73.8	(225)	55.1	(166)	53.0	(111)	58.6
	60대	(303)	77.2	(281)	78.3	(127)	62.2	(129)	59.7	(75)	50.7

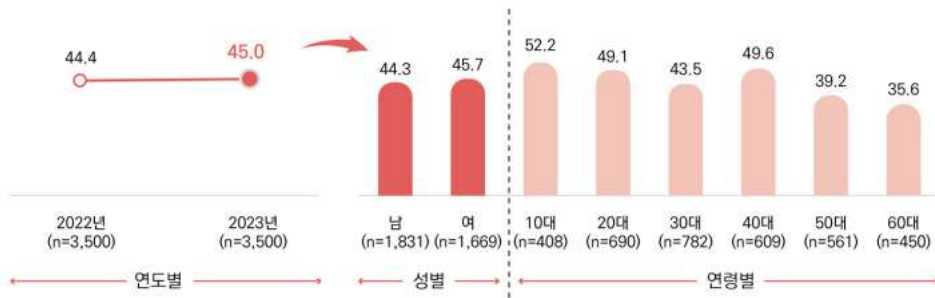
2. IP 확장

2-1. 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험

- 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험은 45.0%로 나타났다.
- 구매한 상품으로는 '문구/팬시'가 19.4%로 가장 높고, 다음으로 '식품/음료'가 14.5%, '패션 의류/잡화' 13.4% 등의 순으로 높게 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로는 여성, 연령별로는 10대의 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-5-3 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험

(Base : 전체, 단위 : %(있음%))



주) 2022년 신규 문항임.

표 2-5-3 응답자 특성별 만화·웹툰 관련 상품 구매 경험

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	구매 경험 있음	구매 상품							구매 경험 없음
			문구/팬시	식품/음료	패션 의류/잡화	모바일 메신저 이모티콘/테마/스티커	완구	미용/뷰티 상품	웹툰 펀딩 (텀블벅)	
전체	(3,500)	45.0	19.4	14.5	13.4	12.9	10.3	7.8	6.6	55.0
성별	남성 (1,831)	44.3	17.6	15.8	14.3	11.5	10.8	7.7	7.3	55.7
	여성 (1,669)	45.7	21.4	13.2	12.4	14.4	9.7	8.0	5.8	54.3
연령별	10대 (408)	52.2	26.0	13.7	15.9	12.5	16.7	9.1	5.6	47.8
	20대 (690)	49.1	17.1	15.8	15.7	15.5	9.9	9.6	11.3	50.9
	30대 (782)	43.5	18.9	12.8	13.6	13.8	10.9	9.0	6.4	56.5
	40대 (609)	49.6	24.8	13.8	13.5	13.5	11.8	7.1	6.1	50.4
	50대 (561)	39.2	16.8	16.2	11.1	10.2	6.1	5.5	4.6	60.8
	60대 (450)	35.6	14.0	15.3	10.0	10.2	7.3	6.0	3.6	64.4

2-2. 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

- 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1+2순위 기준)는 ‘영화’가 49.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘드라마’ 46.9%, ‘애니메이션’ 32.7% 등의 순으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘영화’는 남성, 50~60대에서, ‘드라마’는 여성, ‘애니메이션’은 10대에서 상대적으로 선호 비율이 높게 나타났다.

그림 2-5-4 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))



표 2-5-4 응답자 특성별 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

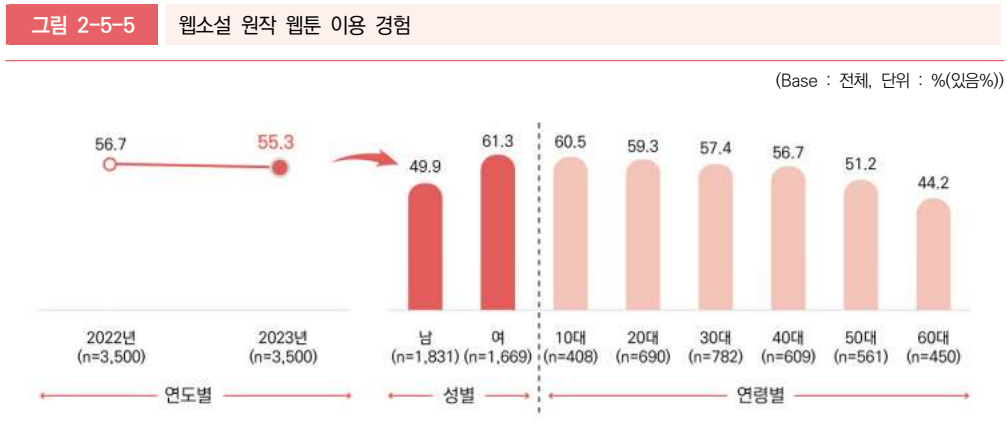
(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))

구분	사례 수	영화	드라마	애니메이션	캐릭터 상품/이모티콘	웹소설	음악 (주제가, OST)	게임 (PC/모바일/콘솔 게임 등)	뮤지컬	전시 (온라인/오프라인)	기타
전체	(3,500)	49.1	46.9	32.7	19.7	11.9	10.9	7.9	6.1	2.9	0.3
성별	남성 (1,831)	53.7	42.2	35.3	17.4	10.8	10.0	10.5	6.7	2.1	0.2
	여성 (1,669)	44.0	51.9	29.8	22.3	13.2	11.9	4.9	5.5	3.8	0.4
연령별	10대 (408)	34.6	34.3	50.5	25.7	12.3	13.7	11.5	3.4	2.5	0.0
	20대 (690)	40.3	45.7	32.3	22.2	12.2	11.6	10.0	8.6	5.5	0.1
	30대 (782)	47.2	46.4	29.3	22.6	13.4	9.8	8.8	6.4	2.9	0.5
	40대 (609)	51.1	47.0	36.1	20.2	10.8	8.7	6.7	5.7	2.0	0.3
	50대 (561)	61.1	53.1	29.1	13.7	11.6	9.6	4.5	4.5	1.2	0.2
	60대 (450)	61.6	52.9	22.9	12.4	10.4	13.8	5.3	7.1	2.7	0.2

3. 웹소설 원작 웹툰 이용

3-1. 웹소설 원작 웹툰 이용 경험

- 웹소설 원작 웹툰 이용 경험은 55.3%로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성보다 여성에서, 10대와 20대에서 웹소설 원작 웹툰 이용 경험 비율이 상대적으로 높게 나타났다.



주) 2022년 신규 문항임.

표 2-5-5 응답자 특성별 웹소설 원작 웹툰 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)

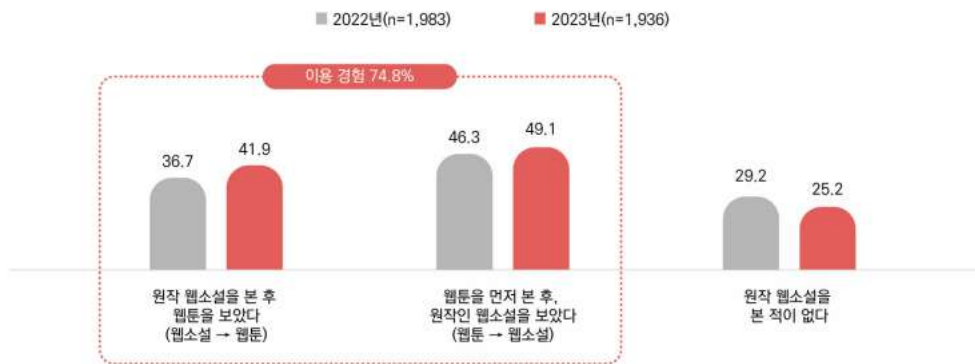
구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,500)	55.3	44.7
성별	남성 (1,831)	49.9	50.1
	여성 (1,669)	61.3	38.7
연령별	10대 (408)	60.5	39.5
	20대 (690)	59.3	40.7
	30대 (782)	57.4	42.6
	40대 (609)	56.7	43.3
	50대 (561)	51.2	48.8
	60대 (450)	44.2	55.8

3-2. 원작 웹소설 이용 경험

- 웹소설 원작 웹툰 이용자(n=1,936) 중 원작 웹소설을 이용한 경험은 74.8%로 나타났다.
- 웹툰을 먼저 본 후에 원작인 웹소설을 본 경우가 49.1%, 원작 웹소설을 본 후에 웹툰을 본 경우가 41.9%로 나타났다.
- 웹소설 원작 웹툰 이용 경험은 연령별로 40대에서 가장 높게 나타났다.

그림 2-5-6 원작 웹소설 이용 경험

(Base : 웹소설 원작 웹툰 이용자(n=1,936), 단위 : %)



주) 2022년 신규 문항임.

표 2-5-6 응답자 특성별 원작 웹소설 이용 경험

(Base : 웹소설 원작 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	이용 경험	원작 웹소설을 본 후		원작 웹소설을 본 적이 없다
			원작 웹소설을 본 후 웹툰을 보았다 (웹소설 → 웹툰)	웹툰을 먼저 본 후, 원작인 웹소설을 보았다 (웹툰 → 웹소설)	
전체	(1,936)	74.8	41.9	49.1	25.2
성별	남성 (913)	75.9	40.4	50.8	24.1
	여성 (1,023)	73.8	43.2	47.6	26.2
연령별	10대 (247)	71.7	40.1	47.8	28.3
	20대 (409)	71.6	40.1	47.9	28.4
	30대 (449)	75.3	45.4	49.9	24.7
	40대 (345)	81.4	47.0	52.5	18.6
	50대 (287)	73.2	34.1	48.4	26.8
	60대 (199)	74.9	42.2	46.7	25.1

제6절

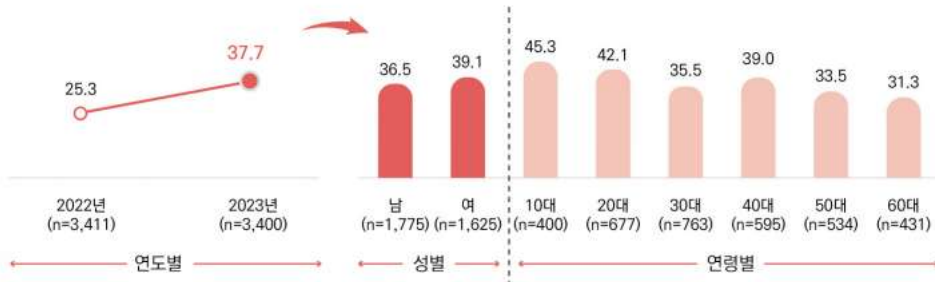
만화웹툰 이용 시간 변화

1. 전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간 변화

- 웹툰 이용자(n=3,400)들에게 웹툰 이용 시간 변화에 대해 질문한 결과, 이용 시간이 '증가할 것'이라고 응답한 비율이 37.7%, '감소할 것'이라고 응답한 비율이 9.5%로 나타났다.
- 지금과 '비슷할 것'이라는 응답이 52.7%로 가장 높았다.
- 웹툰 이용 시간이 '증가할 것'이라고 응답한 비율은 성별로는 여성, 연령별로는 10대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-6-1 전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간의 증가

(Base : 웹툰 이용자(n=3,400), 단위 : %(증가%))



주 1) 2022년 신규 문항임

2) 2023년 "2023년 향후 만화웹툰의 이용 시간은 어떻게 될 것이라 생각하십니까?"로 문항이 변경되어 전년도와 비교는 참고사항임.

표 2-6-1 응답자 특성별 전년과 비교할 때, 웹툰 이용 시간 변화

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

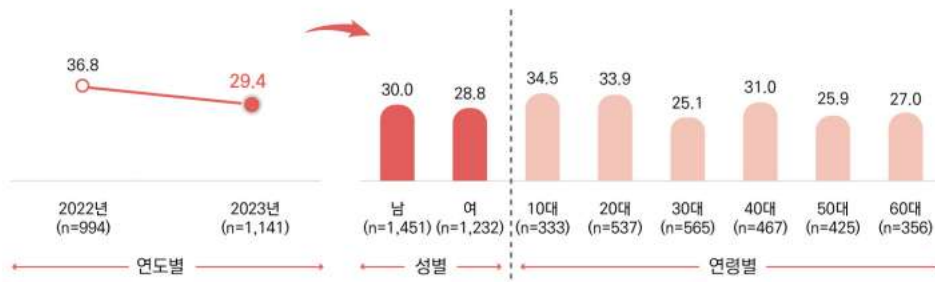
구분	사례 수	감소할 것	비슷		증가할 것	약간 증가할 것	매우 증가할 것
			매우 감소할 것	약간 감소할 것			
전체	(3,400)	9.5	2.1	7.4	52.7	37.7	5.4
성별	남성 (1,775)	10.1	1.8	8.3	53.4	36.5	5.1
	여성 (1,625)	8.9	2.4	6.5	52.0	39.1	5.8
연령별	10대 (400)	8.8	1.3	7.5	46.0	45.3	8.8
	20대 (677)	9.7	2.5	7.2	48.2	42.1	7.4
	30대 (763)	8.7	1.8	6.8	55.8	35.5	5.6
	40대 (595)	7.9	1.8	6.1	53.1	39.0	5.0
	50대 (534)	10.9	2.2	8.6	55.6	33.5	2.4
	60대 (431)	12.1	2.8	9.3	56.6	31.3	3.2

2. 전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간 변화

- 출판만화 이용자(n=1,141)들에게 출판만화 이용 시간 변화에 대해 질문한 결과, 이용 시간이 '증가할 것'이라고 응답한 비율이 29.4%, '감소할 것'이라고 응답한 비율이 21.8%로 나타났다.
- 지금과 '비슷할 것'이라는 응답이 48.7%로 가장 높았다.
- 출판만화 이용 시간이 '증가할 것'이라고 응답한 비율은 성별로는 남성, 연령별로는 10~20대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-6-2 전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간의 증가

(Base : 출판만화 이용자(n=1,141), 단위 : %(증가%))



주 1) 2022년 신규 문항임.

2) 2023년 "2023년 향후 출판만화의 이용 시간은 어떻게 될 것이라 생각하십니까?"로 문항이 변경되어 전년도와 비교는 참고사항임.

표 2-6-2 응답자 특성별 전년과 비교할 때, 출판만화 이용 시간 변화

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

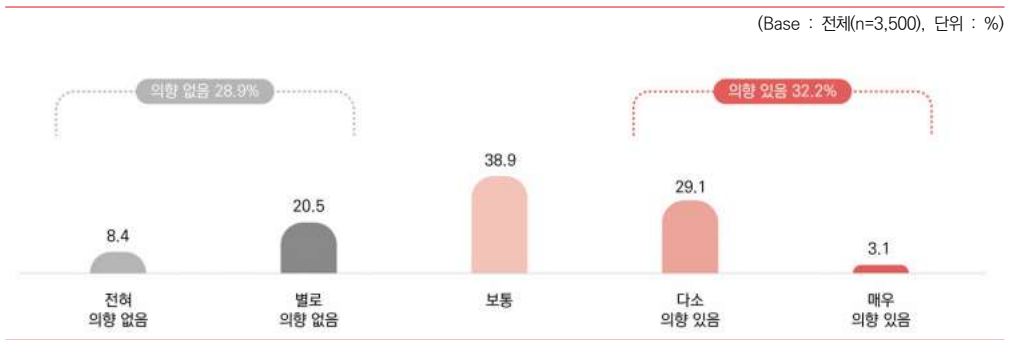
구분	사례 수	감소할 것	증가할 것		비슷	증가할 것	약간 증가할 것	매우 증가할 것
			매우 감소할 것	약간 감소할 것				
전체	(1,141)	21.8	5.0	16.9	48.7	29.4	24.6	4.8
성별	남성 (618)	21.0	4.6	16.4	49.0	30.0	24.5	5.4
	여성 (523)	22.8	5.4	17.5	48.4	28.8	24.7	4.1
연령별	10대 (182)	23.1	5.1	18.0	42.3	34.5	29.1	5.4
	20대 (278)	21.2	4.8	16.4	44.9	33.9	27.2	6.7
	30대 (170)	23.0	6.0	17.0	51.9	25.1	21.4	3.7
	40대 (152)	20.3	5.4	15.0	48.6	31.0	25.7	5.4
	50대 (163)	22.1	4.0	18.1	52.0	25.9	22.6	3.3
	60대 (196)	21.3	3.9	17.4	51.7	27.0	22.5	4.5

제7절 웹툰 구독형 서비스

1. 웹툰 구독형 서비스 구매 의향

- 웹툰 구독형 서비스 구매 의향에 대해 질문한 결과, ‘구매 의향이 있다’라고 응답한 비율이 32.2%, ‘의향이 없다’라고 응답한 비율이 28.9%로 나타났다.
- 웹툰 구독형 서비스의 ‘구매 의향이 있다’라고 응답한 비율은 연령별로는 10대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-7-1 웹툰 구독형 서비스 구매 의향



주) 2023년 신규 문항임.

표 2-7-1 응답자 특성별 웹툰 구독형 서비스 구매 의향

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	의향 없음	의향 없음		보통	의향 있음	다소 의향 있음	매우 의향 있음
			전혀 의향 없음	별로 의향 없음				
전체	(3,500)	28.9	8.4	20.5	38.9	32.2	29.1	3.1
성별	남성 (1,831)	27.7	7.9	19.8	39.5	32.7	29.5	3.2
	여성 (1,669)	30.2	8.9	21.3	38.2	31.6	28.6	3.0
연령별	10대 (408)	31.1	10.8	20.3	31.6	37.3	31.9	5.4
	20대 (690)	28.6	10.0	18.6	35.9	35.5	31.7	3.8
	30대 (782)	31.6	8.4	23.1	39.6	28.8	26.5	2.3
	40대 (609)	24.5	7.2	17.2	41.4	34.2	29.6	4.6
	50대 (561)	28.5	6.6	21.9	41.5	29.9	28.7	1.2
	60대 (450)	29.3	7.6	21.8	42.0	28.7	26.9	1.8

2. 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스

- 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스에 대해 질문한 결과, '전체 완결 웹툰 보기'가 57.9%로 가장 높고, 다음으로 '웹툰 미리보기 서비스' 32.0%, '오프라인 단행본 구매 시 할인권' 8.7%의 순으로 나타났다.
- 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스로 '전체 완결 웹툰 보기'라고 응답한 비율은 성별로는 여성, 연령별로는 30~40대에서 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-7-2 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스

(Base : 전체(n=3,500), 단위 : %)



주) 2023년 신규 문항임.

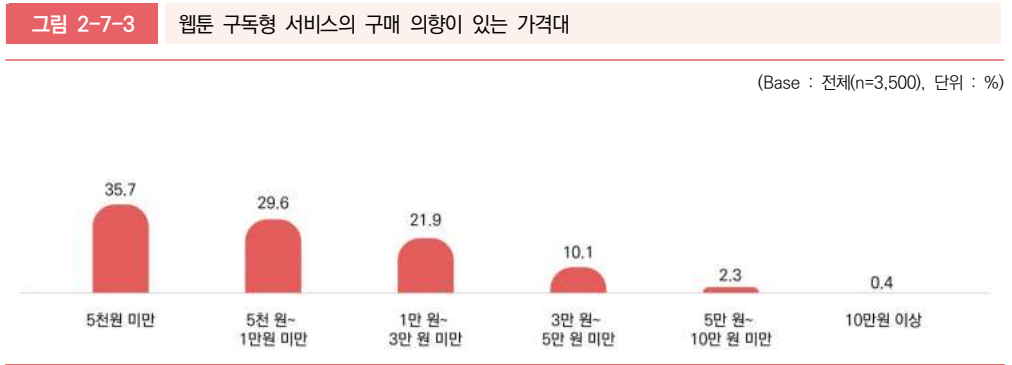
표 2-7-2 응답자 특성별 웹툰 구독형 서비스에 포함되어야 할 서비스

(Base :전체, 단위 : %)

구분	사례 수	전체 완결 웹툰 보기	웹툰 미리보기 서비스	오프라인 단행본 구매 시 할인권	기타
전체	(3,500)	57.9	32.0	8.7	1.5
성별	남성 (1,831)	55.3	34.2	9.0	1.5
	여성 (1,669)	60.8	29.5	8.3	1.4
연령별	10대 (408)	58.8	33.1	7.1	1.0
	20대 (690)	58.3	33.2	7.5	1.0
	30대 (782)	62.1	29.2	7.7	1.0
	40대 (609)	63.5	28.7	6.4	1.3
	50대 (561)	55.4	32.4	10.0	2.1
	60대 (450)	44.7	37.8	14.9	2.7

3. 웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대

- 웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대는 '5천 원 미만'이 35.7%로 가장 높았으며, 그다음으로 '5천 원~1만 원 미만(29.6%)', '1만 원~3만 원 미만(21.9%)' 등의 순으로 높게 나타났다.
- 성별로는 여성, 연령별로는 50~60대에서 '1만원 미만'으로 지출할 의향이 있다는 비율이 상대적으로 높게 나타났다.



주) 2023년 신규 문항임.

표 2-7-3 웹툰 구독형 서비스의 구매 의향이 있는 가격대

(Base :전체, 단위 : %)

구분	사례 수	1만 원 미만			1만~3만원 미만	3만~5만 원 미만	5만~10만 원 미만	10만 원 이상
		5천 원 미만	5천~1만 원 미만	1만 원 미만				
전체	(3,500)	65.3	35.7	29.6	21.9	10.1	2.3	0.4
성별	남성 (1,831)	61.9	32.0	29.9	23.3	12.1	2.2	0.4
	여성 (1,669)	69.1	39.8	29.3	20.3	7.8	2.4	0.4
연령별	10대 (408)	64.7	34.3	30.4	20.8	11.8	1.7	1.0
	20대 (690)	63.0	32.6	30.4	20.0	12.8	3.8	0.4
	30대 (782)	66.0	36.1	29.9	20.6	11.3	1.9	0.3
	40대 (609)	62.6	36.0	26.6	23.8	10.2	2.8	0.7
	50대 (561)	67.9	37.3	30.7	23.0	7.8	1.1	0.2
	60대 (450)	68.9	38.9	30.0	23.8	5.1	2.2	0.0

제8절

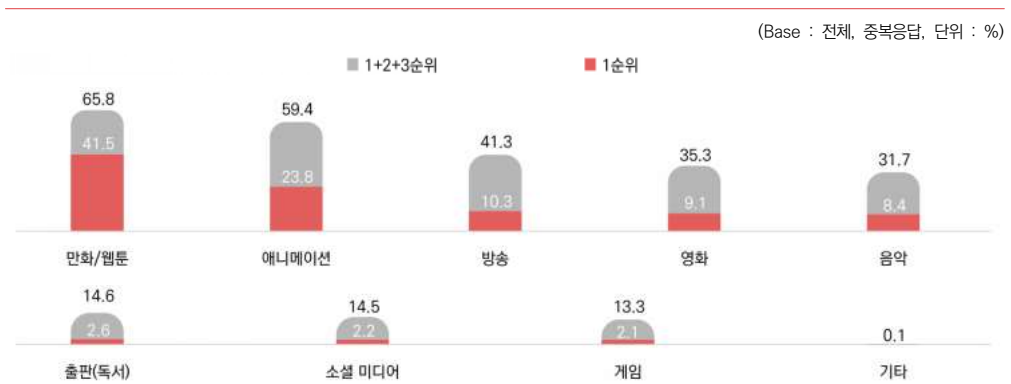
콘텐츠 장르 선호도

1. 콘텐츠 장르 선호도

- 만화 이용자들에게 콘텐츠 장르에 대한 선호도(1+2+3순위 기준)를 물어본 결과, '만화/웹툰'이 65.8%로 가장 높았다.
- 이어서 '애니메이션(59.4%)', '방송(41.3%)', '영화(35.3%)', '음악(31.7%)', '출판(독서)(14.6%)', '소셜 미디어(14.5%)', '게임(13.3%)' 등의 순으로 높았다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10~20대에서 '애니메이션', 50~60대에서 '방송', 50~60대에서 '영화' 콘텐츠 선호 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

그림 2-8-1

콘텐츠 장르 선호도



주) 2023년 신규 문항임.

표 2-8-1

응답자 특성별 콘텐츠 장르 선호도

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %, (1+2+3순위))

구분	사례 수	만화/웹툰	애니메이션	방송	영화	음악	출판(독서)	소셜 미디어	게임	기타
전체	(3,500)	65.8	59.4	41.3	35.3	31.7	14.6	14.5	13.3	0.1
성별	남성 (1,831)	65.6	59.3	38.3	37.7	32.1	14.1	14.1	17.7	0.1
	여성 (1,669)	66.0	59.5	44.6	32.7	31.3	15.2	14.9	8.4	0.0
연령별	10대 (408)	70.1	68.4	28.9	26.7	35.5	9.8	17.9	19.9	0.0
	20대 (690)	64.8	63.5	32.6	29.3	39.1	13.8	19.7	15.5	0.0
	30대 (782)	68.8	56.4	42.2	29.8	32.0	15.3	13.0	16.0	0.1
	40대 (609)	69.0	62.7	41.7	31.9	29.6	15.6	11.7	14.9	0.0
	50대 (561)	63.5	55.1	50.1	47.2	26.0	13.0	12.1	7.7	0.0
	60대 (450)	56.9	51.1	52.7	51.6	26.2	19.8	12.7	4.0	0.2

제9절

만화웹툰 이용자 FGI 결과

- 해당 절은 온라인 설문조사 결과 해석 참고를 위해 소규모 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 실시한 결과를 정리한 것이다.
- FGI는 만화·웹툰 콘텐츠 이용 빈도가 높은 이용자를 대상으로 하여 진행하였으며, 본 조사에서는 20대 남성(5명), 20대 여성(5명), 30대 남성(5명), 30대 여성(4명) 등 총 4그룹(총 19명)을 2023년 8월 11일(금)~8월 18일(금) 기간 내에 비대면 화상회의 방법으로 진행하였다.

1. 웹툰 이용 현황

1-1. 웹툰 자주 이용하는 장르 및 감상 방법

- 남성은 판타지, 스포츠, 무협 등 액션물 형태의 만화·웹툰을 선호하고, 여성은 일상물, 로맨스, 코믹/개그 등의 장르를 선호하고 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 판타지, 스포츠, 무협 등의 전통적인 액션물 형태의 만화·웹툰을 선호 • 게임과 연관된 게임 판타지물에 대한 선호도 높음. • 교통수단, 이동 시에 주로 감상, 좋아하는 작품을 한꺼번에 몰아보는 것을 선호
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 일상물, 로맨스, 코믹/개그, 스릴러, 로맨스 판타지 등의 장르 만화·웹툰 선호 • 액션이나 스포츠물의 선호는 낮은 편임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 다른 콘텐츠로 제작된 원작 웹툰에 대한 선호도가 높음. • 과거부터 연재한 작품(열혈강호, 호랑이 형님) 에 대한 선호도가 높은 편. • 액션물, 코믹/개그물 등을 선호하고 있었고, 로맨스, 일상물 등은 선호가 낮음. • 일상 중 짧은 시간에 자주 웹툰 보고, 취침 전에 오래 본다는 의견임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 일상물, 로맨스, 코믹/개그, 스릴러, 로맨스 판타지 등의 장르 만화·웹툰 선호 • 요일마다 정해져 있는 루틴에 따라서 작품을 보는 편이고, 작품 감상 후 다른 작품도 검색해서 본다는 의견임.

1-2. 만화·웹툰 주 이용 플랫폼

- 대부분의 응답자는 네이버를 주로 이용하고, 카카오를 보조적으로 이용하고 있었다.
- 20대 여성에서는 플랫폼을 혼합해서 이용하고 있었고, 레진코믹스, 인스타그램 등을 주요 플랫폼인 네이버, 카카오와 동시에 이용한다는 의견이 있었다.
- 네이버는 보편적인 느낌의 웹툰 콘텐츠가 많다는 평, 카카오는 내용상으로 색다른 웹툰을 많이 서비스하고 있다는 평가가 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버를 주로 이용, 카카오는 보조적으로 활용 • 추가적인 플랫폼에 대한 욕구가 없는 편임. 인스타그램에 대한 흥미도는 낮음.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버, 카카오, 레진코믹스, 인스타그램 등 다양한 플랫폼을 많이 활용 • 네이버가 가장 접근성이 좋고 이용하기 편하지만, 만화의 수위는 불만임. • 일상툰을 인스타그램에서 자주 감상하고 있으며, 무료라서 보기 편하다는 의견임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버를 주로 이용, 카카오는 보조적으로 활용 • 카카오는 색다른 내용을 가진 작품이 많다는 의견임. • 네이버는 보편적으로 보기 편한 작품들이 있다는 평가임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버와 인스타그램을 자주 감상하는 편임. 카카오는 매우 제한적으로 이용함. • 익숙한 네이버 이용이 편하다는 응답으로 플랫폼간의 이동에는 부정적인 편임.

1-3. 웹툰 장르 트렌드

- 남성에서는 성장형 판타지물 등이 장르 트렌드라는 의견이 있고, 여성에서는 로맨스 판타지에서 장르 트렌드를 형성하고 있고, 인스타그램에서 서비스하는 일상물이 많아졌다는 의견이 있었다.
- 30대 남성은 웹툰 작품의 방향성이 10대와 20대 위주의 내용인 것으로 느끼고 있었고, 이에 따라 새로운 웹툰을 찾기보다는 기존의 서비스되던 웹툰을 지속해서 소비하거나, 예전 작품을 다시 보는 등의 방법으로 소비하고 있었다.
- 웹툰 소비층 내에서 절대다수인 1020세대 위주로 산업이 전개됨에 따라 상대적으로 30대가 소외감을 느끼고 있다는 의견이 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 가지의 장르가 합쳐진 웹툰이 많아진다는 의견으로, '나혼자만 레벨업' 이후 성장형 판타지가 트렌드임. • 비슷한 유형이라도 작품만의 재미가 있어서, 유사 장르도 소비하는 편
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 로맨스 판타지형 웹툰이 트렌드라는 의견임. • 특히, 로맨스 판타지형 제목이 유행으로 보임, '태어나면 8살' 등 장르가 다르지만, 로맨스 판타지의 제목으로 느껴지는 제목들이 많이 보임. • 내용과 제목이 맞지 않아서 불쾌한 느낌임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • '환생'과 관련된 내용의 웹툰이 자주 나오는 것으로 보임. • 30대가 보기에 더 젊은 세대를 위한 웹툰이 더 많은 것 같다는 의견이 많음. 10대와 20대 위주의 내용으로 많이 나오고 있음. • 이에, 새로운 웹툰보다 예전부터 보던 웹툰 위주로 감상함.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 인스타그램에 일상툰이 올라오는 경우가 있어서, 인스타를 통해서 보는 일상툰이 현재의 장르 추세인 것 같음.

2. 웹툰 유료 결제 현황

2-1. 웹툰 유료 결제 금액 및 결제 현황

- 전반적으로 5,000원~10,000원 정도의 라이트한 웹툰 소비를 하고 있었으나, 이 중 여성 30대에서 10,000원~30,000원으로 소비 금액이 가장 많았다.
- 코로나19로 인한 유료 결제로는 20대 남성, 30대 여성에서는 거리두기 시기에 비해서 크게 변함이 없었다는 의견, 20대 여성과 30대 남성은 외부 활동으로 인해 웹툰 결제를 많이 하지 않게 되었다는 의견이 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 월간 약 5천 원 정도의 가벼운 웹툰 소비 • 즐겨보는 웹툰 1~2편 정도만 필요할 때 미리 결제 해놓고 사용 • 코로나 시기에 비해서 결제는 크게 변함없음.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 월간 약 1만 원 정도의 가벼운 웹툰 소비, 다양한 플랫폼을 나누어서 결제 • 코로나 시기에는 2만~3만 원을 소비 하였으나, 현재는 금액이 감소함. • 웹툰 감상 대신 다른 콘텐츠로 이동된 것이 아닌, 외부 활동을 주로 하고 있음. • 웹툰을 미리 보기 할 때마다 결제한다하는 편임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 월간 약 5천~1만 원 정도의 가벼운 웹툰 소비 • 코로나 이후 전체적인 웹툰 소비량이 줄면서, 유료 결제도 줄었다는 의견임. • 즐겨보는 작품이 있는 응답자는 코로나 이후에도 보던 작품만 결제하는 편임. • 미리 결제를 하고 사용, 대여가 아닌 소장으로 구매한다는 의견도 있음.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 월 1만~3만 원 정도의 웹툰 소비 • 특정한 작품 구매를 선호하는 편으로, 좋아하는 작품에는 유료 결제를 적극적으로 하는 편임. • 코로나로 인해 웹툰 감상은 큰 변화가 없었다는 의견이 있음.

2-2. 향후 웹툰 유료 결제 의향

- 전반적으로 웹툰의 유료 결제는 유지 혹은 줄어든 것이라는 의견으로 나타났다. 남성은 현재 웹툰 소비가 남은 시간을 활용하기 때문에 크게 줄어들지 않을 것이라는 의견으로 나타났다.
- 반면, 여성은 외부활동이 늘어나고, 이용할 수 있는 다양한 콘텐츠로 인해 웹툰 유료 결제가 줄어들 수 있다는 의견으로 나타났다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지될 것이라는 의견으로, 웹툰은 빈 시간을 활용하기 때문에, 더 늘어나지도 줄어들지도 않을 것이라는 의견임. • 웹툰의 흥미도 작품성에 따라서 추가적인 결제할 의향이 있음. • 다른 콘텐츠 장르와 혼용하여 이용하고 있어서, 다른 콘텐츠 이용으로 인한 웹툰 이용 시간 감소의 영향이 적을 것 같음.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지되거나 줄어든 것이라는 의견임. • 다른 외부 활동에 집중하려 하는 편임. • 다른 활동에 대한 욕구가 남성 이용자보다 더 큰 것으로 보임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지될 것이라는 의견임. • 재미있는 웹툰이 생긴다고 하면 언제든지 추가로 결제할 의향이 있다는 의견이었고, 소액의 결제 금액에 비용적인 부담을 느끼지 않고 있어서, 결제를 줄일 의향은 크게 없는 편임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지 혹은 줄어든 것이라는 의견이 많음. • 일상적으로 보고 있는 패턴대로 이용하나, 현재는 이용할 수 있는 콘텐츠의 선택지가 넓어져서 결제 행위가 줄어들 것이라는 의견이 있었음.

2-3. 웹툰 구독형 서비스

- 전체적으로 웹툰을 짧은 시간에 보고 있어서, OTT 서비스의 구독 서비스를 도입하는 것에 대해서는 충분한 매리트가 있는 서비스를 원하는 것으로 나타났다.
- 적절한 가격대로는 5천 원에서 1만 3천 원까지 최대 2만 원을 넘지 않는 가격을 적절하다고 평가했다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 7천~1만 3천 원대의 요금 선호 • 전체 콘텐츠를 제한 없이 활용할 수 있는 형태를 선호
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 5천~1만 원대의 요금 선호 • 포함되는 작품에 따라서 구독 여부를 결정함. • 다양한 작품, 과거 작품, 단건 결제 웹툰 등 구독형 서비스만의 차별화된 서비스가 있어야 이용할 것이라는 의견임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 1만 원 미만의 요금 선호 • 서비스 방식은 모든 작품을 다 볼 수 있는 방식을 선호
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 5천~8천 원대의 요금 선호 • 다른 콘텐츠들의 스트리밍 비용과 유사하다면 구독할 의향이 있음.

3. 웹툰 작품 감상 중단 경험

3-1. 웹툰 감상 중단 이유

- 스토리의 개연성이 떨어지는 웹툰에 대해서 감상을 중단하는 경험이 가장 많았다.
- 30대 여성에서는 잦은 휴재로 인한 웹툰 감상을 중단했다는 의견도 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품의 내용적인 부분에서 자극성이 줄어들면 감상을 중단하는 경험이 많음. • 현재 트렌드와 맞지 않는 내용에 대해서는 짧은 감상 후 결정을 하는 편임.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품의 스토리에서 생각했던 전개가 아니거나, 내용의 개연성에 대해서 중요하게 생각한다는 의견이 많음.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 스토리의 몰입도가 초반에는 높아서 감상하다가, 개연성이 떨어지는 내용이 나온다면 내부의 즐거움 문제점으로 인해 감상을 중단하는 경우가 많은 편임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 휴재가 너무 잦은 경우나, 보던 웹툰이 드라마로 나왔을 때, 스토리의 흥미도가 떨어져서 중단하였다는 의견이 있음.

3-2. 웹툰 작품 관련 피로도

- 전반적으로 평점과 댓글, 큐레이션 등 작품을 선택을 돕는 시스템을 통해 작품 선택의 피로도는 낮은 수준으로 나타난 반면, 30대 여성은 많은 웹툰 작품으로 인해 피로도를 느낀다는 의견이 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 선택 피로도는 낮은 수준임. • 평점과 댓글을 통해 사전에 웹툰 탐색 후 이용하기 때문에, 유사한 장르가 많은 부분에 대해서는 큰 영향이 없다는 의견
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 선택 피로도는 낮은 수준임. • 볼 수 있는 작품이 많고, 선택할 수 있는 작품이 많을수록 좋다는 의견임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 선택 피로도는 낮은 수준임. • 웹툰을 추천해 주는 큐레이션 기능으로 웹툰 고를 때의 피로감이 크지 않은 편
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 작품 중 하나를 찾기가 어려워서 추천받은 웹툰을 먼저 보는 편임. • 새로운 웹툰을 스스로 선택하기가 힘든 구조라고 생각한다는 의견임.

4. 웹툰 IP 확장 및 관련 굿즈 구매 현황

4-1. 웹툰 IP 확장

- 웹툰 원작 작품의 수가 많아지면서 전체적인 웹툰 원작 작품의 관심도가 많이 낮아졌다고 느끼는 편으로, 웹툰 원작 콘텐츠의 질이나 재현도가 많이 떨어진다는 의견이 있었다.
- 반면, 30대 남성에서는 다른 콘텐츠를 통해 웹툰을 역으로 접할 때 만족감을 느꼈다는 의견이 있어서, 다른 콘텐츠의 제작이 웹툰 감상을 유도한다는 의견이 있었다.
- 웹툰의 캐릭터성 유지, 웹툰 원작 재현도를 가장 중요하게 생각했고, 애니메이션으로도 나왔으면 한다는 의견이 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 원작 콘텐츠에 대해서는 부정적인 의견임. • 웹툰의 이미지와 드라마의 이미지가 맞지 않아 몰입감이 떨어지고, 콘텐츠의 퀄리티가 높지 않은 것 같다는 부정적 의견임. 웹툰 원작의 콘텐츠가 너무 많기 때문에 식상한 느낌임. • 반면, 웹소설 원작의 웹툰은 긍정적 견해
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 원작 콘텐츠에 대해서는 부정적인 의견이며, 웹툰 콘텐츠를 영화, 드라마가 잘 표현하지 못한다는 의견, 웹툰 이미지와 드라마의 이미지가 맞지 않는다는 의견임. • 웹툰으로 스토리를 알고 있어서 스토리에 대한 흥미도가 떨어지는 편임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 원작 콘텐츠에 대해서는 긍정적인 의견이며, 영화나 드라마를 통해 역으로 웹툰을 보게 되는 경우가 있음. 이는 드라마보다 만화웹툰의 스토리가 더 자세하기 때문에 오히려 더 긍정적으로 느끼는 편임. • 웹툰의 스토리를 미리 알고 있으면, 콘텐츠의 흥미도가 떨어진다는 의견임. • 다른 콘텐츠의 제작이 웹툰 감상을 유도하는 경향이 있다는 의견
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 원작 콘텐츠에 대해서는 부정적인 의견이며, 원작을 훼손하는 것에 대한 두려움과 걱정이 있는 편임. • 웹툰 원작 드라마의 포화로 인해 예전보다 관심도가 낮아진 것이라는 의견임. • 애니메이션화를 원하지만, 실제로 애니메이션이 된 경우는 별로 없는 것 같음.

4-2. 만화 관련 굿즈 구매

- 평소 만화 관련 피규어 등을 주로 구매한 경험이 있는 20대 남성에서는 일본 만화의 관련 제품의 질이 매우 좋다고 인식하고 있었다.
- 상대적으로 굿즈의 상품성에 대해서 구매 욕구를 자극할 수 있는 물품이 부족한 것으로 판단하고 있었고, 웹툰의 캐릭터 특성을 살린 굿즈를 통해 새로운 가치를 부여할 수 있는 제품의 개발이 필요하다는 의견도 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 피규어 등 관련 굿즈는 일본 만화에서 나오는 제품의 질이 월등하다는 의견임. • 국내산 웹툰 관련 굿즈는 일회성 구매 후에 질이나 내용적인 부분에 실망하여 재구매를 하지 않음. • 굿즈 상품의 활성화를 위해서는 가치를 더 전해줄 수 있는 굿즈의 개발이 필요
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 별도로 굿즈 등을 자주 구매하지는 않는 편임. • 단행본 구매 시에 함께 포함된 것을 받은 경험은 있으나, 굿즈를 소장하기 위해 단행본을 사는 것은 아니라는 의견이 다수임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰의 본질적인 상품인 단행본은 자주 구매하는 편임. • 하지만, 단행본 이외에 다른 굿즈에는 큰 관심이 없는 편임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 굿즈 중에서 실생활에 도움이 되는 물품을 구매한 경험이 있다는 의견이 있음. • 구매가 좋아하는 작가에게 도움이 될 것이라 기대하고 구매한다는 다수 의견

5. 출판만화 이용 현황

- 출판만화의 경우, 30대 남성에서 가장 높은 관심도가 높은 의견이 많았고, 지속해서 보고 있는 작품도 많았다.
- 30대 남성층에서는 신규로 연재되는 작품이 아닌 예전부터 연재되고 있었던 출판만화를 지속해서 소비하고 있다는 의견이 있었으며, 새로운 작품보다 이전부터 소비하던 작품을 지속해서 소비하는 패턴을 보이고 있었다.
- 2022년도에는 슬램덩크 영화, OTT 서비스에서 히트한 귀멸의 칼날 애니메이션 등으로 출판만화에 대한 관심이 많이 늘어났다는 의견이 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> 웹툰에 비해서 보는 방식이 불편하다는 의견이 대부분임. 그중에서도 일본 만화의 퀄리티가 우수하다는 의견, 그림체 및 스토리가 훌륭한 평임. 출판만화는 옛날 느낌이 난다는 평, 출판만화 또한 온라인을 통한 지속적인 보급과 가격 측면의 매리트를 갖추어야 한다는 의견
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> 남성층에 비해 출판만화에 대한 관심도나 흥미도는 매우 낮은 수준임. 출판만화 중 일본 만화에 대해서는 정서상 맞지 않다는 의견, 실제로 종이 만화를 읽을 때도, 웹툰의 단행본을 선호한다는 의견임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> 한 작품 출판의 텀이 길기에, 정기적으로 출판만화를 보기는 어려운 것 같음. 이에, 예전부터 연재가 되고 있었던 출판만화를 현재도 지속해서 소비 출판만화는 주로 해외의 작품을 많이 소비하고 있음. 일본 애니메이션 중에서도 오래된 작품(드래곤볼, 슬램덩크, 헌터바이헌터 등)을 주로 소비한다는 의견이 많음. 특히, 10대 시절에 주로 보았던 만화책 위주의 소비 패턴을 보임. 현재는 국내 웹툰의 내용이나 그림체가 출판만화에 비해서 질이 떨어진다고 판단되지는 않는다는 의견. 새로운 작품을 접하는 경우는 크게 없고, 예전에 보았던 작품을 다시 보는 형태로 소비가 많이 이루어진다는 의견임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> 출판만화 자체에 대한 관심도는 낮은 편임. 슬램덩크 영화 등의 개봉을 통해, 출판만화에 대해서 많이 인지하게 되었다는 의견이 있었음. OTT를 통한 애니메이션 경험도 출판만화를 찾아서 보게 되는 효과가 있음.

6. 웹툰 불법 이용 현황

- 웹툰 불법 이용 방법에 대해서는 알고 있지만, 불법 복제에 대한 이용 필요성이 매우 낮다는 의견으로 불법 이용에 대한 관심도가 떨어지는 것으로 판단이 된다.
- 불법 복제 이용 금지의 필요성은 전 연령층에서 인정하고 있으나, 불법 사이트에 대한 처벌이나 단속이 약하다는 의견이 다수였다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 결제 가격에 비해 불법 사용이 간편하지 않고, 광고 강제 시청으로 불편 • 불법 이용 금지에 더 강한 처벌이 필요
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 불법에 대한 인식은 남성층에 비해 불법 사용 방법을 잘 모른다고 하는 의견이 다수로, 남성보다 접근성이 다소 낮은 편임. • 불법 사용 방법을 알고 있어도 작가에 대한 친근감이나 작가에 대한 도움을 위해 유료 결제 등을 한다는 의견도 많은 편임. • 불법 사이트에 대한 처벌이나, 단속이 약하다는 인식하고 있음.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 예전에 비해서 불법 이용 자체의 수가 많이 줄었다는 의견 • 지속적인 관리로 인해 불법에 대한 인식개선이 이루어짐. • 불법 방식에 대한 인지도는 높은 편이나, 실제로 불법 이용 방식의 활용이 번거롭고 복잡하게 느끼는 편, 만화 웹툰 지출 금액 대비 불법 이용의 실효성이 크지 않다는 의견임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 불법 복제는 현재는 많이 사라진 것으로 인식 • 불법 이용의 필요성이 높지 않아서, 관심도가 떨어지는 것으로 생각됨.

7. PC콘텐츠(정치적 올바름)

- 웹툰에서의 PC콘텐츠에 대해서는 전반적으로 긍정적인 의견으로 나타났다. 다만, 남성에서는 원작의 작품성을 해치지 않는 선에서의 새로운 시도가 필요하다는 의견이었다.
- 또한, 표현의 자유를 오히려 침해하는 형태가 될 수 있다는 의견도 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 원작의 느낌을 따라가게 가장 좋은 콘텐츠라는 의견임. • 정치적 올바름보다는 원작을 훼손하는 것이 더 불쾌하다는 입장임.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 한국에서도 다문화가정의 증가로 정치적 올바름을 반영하여야 한다는 의견임. • 약간 어색하거나 이질감이 있을 수 있지만, 그 자체만으로는 작품을 평가하지 않는다는 의견으로 PC콘텐츠에 대한 긍정적인 의견임.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 작품성을 해치지 않는 선에서 적용되는 것에 대한 긍정 의견 • 오히려 표현의 자유를 침해하는 형태로 보임.
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 시도이기에 긍정적으로 평가함. • 결국 인종보다는 작품의 완성도가 성공에 영향을 미친다고 생각함.

8. 향후 웹툰 이용 개선점 및 향후 이용 의향

8-1. 향후 웹툰 이용의 개선점

- 향후 웹툰 이용의 개선점으로는 20대 남성에서는 웹툰 연재 분량을 균일하게 유지할 필요가 있다는 것과 쿠키 소진 개수 등 금액적인 부분이 있었다.
- 특히, 상대적으로 소외당한다고 느끼고 있었기 때문에, 다양한 연령대를 포괄할 수 있는 다양한 주제의 웹툰을 통해, 건전한 웹툰을 서비스했으면 좋겠다는 의견이 많았다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰마다 연재 분량의 차이로 같은 금액에 동일한 분량으로 개선 필요 • 웹툰 미리 보기 시의 쿠키 소진 개수가 다른 점에 대해서는 이해할 수가 없음. • 요일별 웹툰 정리보다, 장르별로 찾아볼 수 있도록 모아놓았으면 좋겠음.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 서비스 중 움직이는 트레일러 영상 등이 웹툰 감상을 더디게 만들고 있음. • 매주 연재하는 부분이 작가의 희생을 통해서 만들어지는 부분인데, 이런 환경적인 부분을 잘 정비해서 웹툰 산업 환경이 개선될 필요가 있음.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 작가에 대한 인신공격성 댓글 등은 산업을 위축시킬 수 있는 큰 문제임. • 다양한 연령대를 포괄할 수 있는 다양한 주제의 웹툰이 많이 나왔으면 좋겠다는 의견, 현재는 저연령대를 중심으로 웹툰 시장이 구성되어 있다고 느낌
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰에서 선정적인 그림체 등이 많이 늘어난 것 같다는 의견이 있었음.

8-2. 향후 만화·웹툰 이용 시간의 변화

- 20대 남성에서는 유지되거나 늘어날 것이라는 의견이 다수로 나타났고, 그 이유로는 웹툰의 작품성과 화제성, 흥미도에 따라서 추가로 즐겨볼 웹툰이 늘어날 수 있다는 의견이 있었다.
- 여성에서는 작품의 내부 요소보다 외부활동으로 인해 웹툰 이용 시간을 크게 바꿀 수 있다는 의견이 있었다.
- 30대 남성에서는 새롭게 나오는 웹툰이 흥미성이 떨어진다는 의견이 있었고, 자연스럽게 외부활동이 늘어나서 웹툰의 감상 시간이 줄어들 것으로 예상하고 있었다.

세부 그룹별 의견

20대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지 혹은 늘어날 것으로 예상 • 다만, 웹툰 작품의 화제성이나 흥미도에 따라서 웹툰 이용 시간이 늘어날 것이라는 의견이 많음. • 한편, 현재도 남는 시간 대부분을, 웹툰을 보는 시간에 쓰고 있어서 더 이상 웹툰 이용 시간이 늘어나지 않을 것이라는 의견도 있음.
20대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지 혹은 줄어들 것으로 예상 • 웹툰의 작품성, 흥미성 등의 내부적인 요소보다는 본인의 외부활동에 더 집중할 필요성을 느끼는 의견이 많음. • 웹툰 이용을 점차 축소하고 남는 시간에 외부활동을 늘리겠다는 의견이 다수의 의견으로 나타남.
30대 남성	<ul style="list-style-type: none"> • 줄어들 것으로 예상 • 새롭게 나오는 웹툰 자체의 흥미성이 떨어진다는 의견이 많음. • 자연스럽게 늘어난 외부활동으로 인해 웹툰 감상 시간 자체도 감소한 영향
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> • 유지되거나 줄어들 가능성이 높다는 의견이 다수임. • 웹툰의 작품성이나 흥미도와는 별개로 개인의 주변 사정에 따라서 웹툰 이용이 줄어들 수 있다는 의견이 있었음. • 특히, 30대 여성층에서는 결혼, 출산, 육아할 시기로 개인 신상의 변화에 따라서 웹툰 이용이 줄어들 것 같다는 의견이 다수임.

2023 만화 이용자 실태조사

제3장 시사점

1. 웹툰 이용 빈도 감소

- 웹툰 이용자의 웹툰 '주 1회 이상' 이용 비율은 2021년 66.9%, 2022년 69.0%, 2023년 62.8%로 전년 대비 감소한 수준으로 나타났다(본문 15p). 이 가운데, 20대와 40대, 50대의 '주 1회 이상' 이용 비율 감소가 두드러졌다.
- 평소 즐겨보는 웹툰 장르로는 '판타지', '액션'이 33.2%로 가장 높게 나타났으며, '코믹/개그'(31.1%), '드라마'(30.0%), '현대 로맨스'(26.2%) 등의 순으로 나타났다(본문 36p). '판타지' 장르는 2021년 2위, 2022년 3위, 2023년에는 1위로 전년 대비 순위가 상승한 것으로 나타났고, '코믹/개그' 장르는 2021년 1위, 2022년 1위, 2023년 3위로 순위가 하락한 것으로 나타났다.
- 웹툰 이용 빈도 감소는 코로나19 기간 동안 증가세를 보이던 디지털 콘텐츠 이용이 엔데믹과 함께 외부 활동이 늘어남에 따라 증가세가 정체하거나 감소하는 경향에 해당된다. 또한 웹툰 이용 빈도 감소는 판타지 장르 웹소설 기반의 스튜디오 제작 증가에 따라 내용이 유사한 작품이 대거 양산되는 경향 때문이라는 의견도 있다.
- 이는 '즐거보는 웹툰 작품이 있다'는 응답이 63.9%로 2021년(68.6%), 2022년(67.7%) 대비 감소하는 추세와도 관련이 있다. 이용자가 개별 인기 작품 IP를 기억하기 보다는 장르로 기억하는 경향이 나타나고 있으며, 비슷한 스타일의 작품이 다수 양산 되는 것에 대한 피로감도 영향을 미친다는 의견이다.

표 3-1

연령별 웹툰 이용 빈도 비교

(Base: 전체 만화 웹툰 이용자, 단위: %)

구분	웹툰 '주 1회 이상' 이용 비율	
	2022년	2023년
전체	67.2	61.0
연령별	10대	75.6
	20대	77.8
	30대	72.2
	40대	67.4
	50대	55.8
	60대	47.4

2. 포털 위주 웹툰 이용 계속, 인스타그램 이용 증가

- 웹툰 주 이용 서비스 중 네이버웹툰이 84.0%로 가장 높게 나타났다. 이어서 카카오페이지(32.0%), 카카오페이지(28.4%), 네이버 시리즈(27.8%), 인스타그램(13.6%), 레진코믹스(13.1%) 등의 순으로 나타났다(본문 29p).

- 네이버웹툰('22년 87.4%→'23년 84.0%), 카카오페이지('22년 35.0%→'23년 32.0%)는 전년 대비 감소했고, 카카오 웹툰('22년 25.7%→'23년 28.4%), 네이버 시리즈('22년 22.3%→'23년 27.8%), 인스타그램('22년 11.5%→'23년 13.6%)은 증가했다(본문 29p).
- 인스타그램(13.6%)이 주 이용 서비스 순위에서 포털(네이버웹툰, 카카오페이지, 카카오웹툰, 네이버 시리즈)에 이어서, 그리고 다른 전문 플랫폼(레진, 탑툰 등)보다 순위가 높은 5위를 차지한 것과, 페이스북(5.0%)을 합치면 소셜 미디어를 통한 웹툰 이용이 18.6%에 달하는 것을 주목해 볼 수 있다.
- 이는 과거 양대 포털에서 인기가 있던 일상툰 장르가 최근에는 소셜 미디어를 중심으로 서비스되고 있기 때문이라는 의견이 있다. 인스타그램에서 일상툰 작가가 인플루언서처럼 팔로워 기반 비즈니스 모델로 웹툰을 연재하고 있다.

3. 웹툰 유료 결제 경험 변화

- 웹툰 유료 결제 경험이 '있다'는 응답자는 2022년 45.7%, 2023년 45.6%로 전년 대비 유사한 수준으로 나타났다(본문 37p). 이 가운데, 30대의 웹툰 유료 결제 경험은 감소한 것으로 나타났고, 50대의 웹툰 유료 결제 경험은 증가한 것으로 나타났다.
- 웹툰 유료 결제 빈도 '주 1회 이상' 역시 2022년 22.8%, 2023년 21.7%로 전년과 유사한 수준으로 나타났다(본문 38p). 이 가운데, 10대의 웹툰 유료 결제 빈도는 증가한 반면, 40대는 전년 대비 감소한 것으로 나타났다.

표 3-2 연령별 웹툰 결제 경험 및 결제 빈도 비교

(단위: %)

구분	웹툰 유료 결제 경험 '있음' 비율		웹툰 '주 1회 이상' 결제 빈도 비율		
	2022년	2023년	2022년	2023년	
전체	45.7	45.6	22.8	21.7	
연령별	10대	49.9	49.8	24.4	29.1
	20대	57.0	56.6	28.8	26.6
	30대	55.0	50.6	22.9	23.1
	40대	44.4	46.1	20.6	16.1
	50대	30.2	34.1	15.1	14.8
	60대	27.6	29.2	15.3	12.7

- 웹툰 유료 결제 경험자의 월평균 지출 비용은 '5천 원 미만'이 46.4%로 나타났으며, 이는 3년 연속 감소세를 보인 것이다. 반면, '5천 원 ~1만 원 미만'은 25.3%로 2022년(18.7%) 대비 증가했다. 한편, 1만원 이상은 전반적으로 감소 경향을 보였다(본문 41p).
 - '5천 원 미만' 2021년 52.2% → 2022년 47.7% → 2023년 46.4%
- '5천 원 미만' 감소와 '5천 원 ~1만 원 미만' 증가는 최근 웹툰 쿠키 가격 상승 때문으로 볼 수 있다는 의견이 있다.
- 웹툰 유료 결제 의향자의 웹툰 유료 결제 월평균 최대 지출 비용이 '5천 원 미만'이 28.2%로 2022년(35.7%) 대비 감소하고, '5천 원 ~1만 원 미만'은 25.1%로 2022년(25.3%)와 비슷하며, '1만 원~3만 원 미만'이 29.0%로 2022년(23.4%) 대비 상승한 것으로 나타났다(본문 44p).
- 이로 볼 때 '5천 원 미만' 감소가 이후에도 계속되는 한편, '5천 원 ~1만 원 미만' 이 비슷한 수준, '1만 원~3만 원 미만'이 증가 의향으로 나타나, 웹툰 유료 결제는 다소 증가할 것으로 전망된다.
- 웹툰 무료 이용자의 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법은 '무료가 될 때까지 기다린다(기다리면 무료' 등)가 69.7%로 가장 높았다. 그다음으로 '무료 프로모션(게임하기, 캐시이벤트, 쿠키 오븐, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다'가 21.9%, '유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다'가 7.9% 등의 순이다. 특히, '기다리면 무료'는 2022년(59.1%) 대비 증가한 반면, '무료 프로모션'은 2022년(28.4%) 대비 감소한 것으로 나타났다.
- '기다리면 무료'의 이용 증가는 이 모델의 결제 유도가 떨어지고 있다는 점을 함께 살펴봐야 한다. '기다리면 무료'는 이전에 무료로 보기 위한 기간이 하루에서 3시간('3다무')까지 줄었고, 한시간 반까지 줄이는 경우도 있다.

4. 출판만화 이용 빈도는 증가, 국내 작품 선호 감소

- 출판만화 이용자의 '주 1회 이상' 이용 비율은 2021년 33.8%, 2022년 42.6%, 2023년 50.0%로 지난 3년 동안 증가세를 보였다(본문 17p). 이 가운데, 10대, 20대, 60대의 '주 1회 이상' 이용 비율 증가가 두드러졌다(본문 17p).
- 출판만화 이용 빈도 증가는 그동안 전자책 이용의 증가, 그리고 굿즈 구매로 출판만화를 구매해 온 경향의 증가와 함께, 최근 일본의 만화 붐과 인기 작품들의 국내 출간 때문이다. '더 퍼스트 슬램덩크', '귀멸의 칼날' 등 애니메이션의 인기에 더불어 출판만화의 인지도가 상승한 것으로 보인다. 애니메이션을 통해서 저연령층의 출판만화 신규 이용 증가가 나타났고, 중장년층의 레트로 소비도 영향을 미쳤다.

표 3-3 연령별 출판만화 이용 빈도 비교

(Base: 전체 만화 웹툰 이용자, 단위: 회)

구분	출판만화 '주 1회 이상' 이용 비율	
	2022년	2023년
전체	12.1	16.3
연령별	10대	16.0
	20대	13.0
	30대	15.5
	40대	14.0
	50대	5.3
	60대	6.6

- 즐겨보는 출판만화 작품이 '있다'라고 응답한 비율은 2021년 57.6%, 2022년 64.4%, 2023년 63.0%로 전년과 유사한 수준으로 나타났다(본문 49p).
- 즐겨보는 출판만화 작품 중에서 2022년도에는 '유미의 세포들', '열혈강호', '나 혼자만 레벨업', '이태원 클라쓰'의 총 4개의 작품이 상위 10위로 나타났으나, 2023년도에는 '이태원 클라쓰', '열혈강호'의 2개의 작품만이 상위 10위 내에 있는 것으로 나타나서, 출판만화 시장에서의 국내작품의 영향력이 감소한 것으로 나타났다.
- 최근 일본의 만화 붐, 인기 작품 국내 출간과 애니메이션의 인기로 인해 국내 출판만화 저조 경향이 이어질 것이라는 의견도 있다.

표 3-4 즐겨보는 출판만화 작품(상위 10개) 비교

구분	평소 즐겨보는 출판만화 작품	
	2022년	2023년
1위	원피스	원피스
2위	명탐정 코난	슬램덩크
3위	슬램덩크	명탐정 코난
4위	유미의 세포들	귀멸의 칼날
5위	드래곤볼	이태원 클라쓰
6위	귀멸의 칼날	나루토
7위	열혈강호	열혈강호
8위	나 혼자만 레벨업	드래곤볼
9위	나루토	짱구는 못말려
10위	이태원 클라쓰	진격의 거인

5. 만화·웹툰 IP 확장은 영화·드라마 중심, 애니메이션은 여전히 가능성

- 만화·웹툰을 원작으로 하는 2차적 저작물 중 이용 경험이 많은 장르는 영화(71.8%), 드라마(68.0%), 애니메이션(43.5%), 웹소설(31.6%), 게임(26.5%)의 순으로 나타났다(본문 62p). 만화·웹툰 원작의 2차적 저작물에 대한 이용 만족도는 이용 경험이 많은 장르일수록 만족도가 높은 것으로 나타나서, 영화, 드라마, 애니메이션, 웹소설, 게임의 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났다(본문 63p).
- 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 역시 ‘영화’가 49.1%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘드라마’ 46.9%, ‘애니메이션’ 32.7% 등의 순으로 나타났다. ‘영화’는 2022년(44.7%) 대비 선호도가 증가했고, ‘애니메이션’은 2022년(35.7%) 대비 선호도가 감소했다(본문 65p).
- 그럼에도 만화·웹툰 이용자의 타 분야 선호도는 ‘애니메이션(59.4%)’이 가장 높았다. 이어서, ‘방송(41.3%)’, ‘영화(35.3%)’, ‘음악(31.7%)’, ‘출판(독서)(14.6%)’, ‘소셜 미디어(14.5%)’, ‘게임(13.3%)’ 등의 순이다.

표 3-5

만화·웹툰/애니메이션/캐릭터/음악 이용자의 콘텐츠 장르 선호도

(Base : 각 콘텐츠 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	음악	방송	영화	애니메이션	만화/웹툰	소셜 미디어	게임	출판(독서)	기타
만화·웹툰 이용자	(3,500)	31.7	41.3	35.3	59.4	-	14.5	13.3	14.6	0.1
음악 이용자	(3,500)	-	58.1	45.1	40.1	25.6	22.5	17.5	12.9	0.2
애니메이션 이용자	(3,500)	34.1	32.9	39.1	-	52.1	17.3	19.0	14.4	0.0
캐릭터 이용자	(3,500)	28.2	34.7	34.5	67.7	45.9	24.6	27.0	13.3	0.3

- 웹소설 원작 웹툰 이용 경험은 55.3%로 나타났다. 웹소설 원작 웹툰 이용자 중 원작 웹소설을 이용한 경험은 74.8%이며, 이들 중에 웹툰을 먼저 본 후에 원작인 웹소설을 본 경우가 49.1%, 원작 웹소설을 본 후에 웹툰을 본 경우가 41.9%로 나타났다(본문 67p).
- 최근 웹툰을 원작으로 한 영화·드라마가 성과를 보이는 등 웹툰 IP가 타 장르에서도 중요한 역할을 하고 있으며, 캐릭터/굿즈/게임으로의 확장도 기대해 볼 수 있다는 의견이 있다. 한편, 만화·웹툰을 원작으로 하는 애니메이션 제작은 계속 시도되고 있으나 가시적 성과가 나오지 않고 있으며, 이는 국내 2D기반 애니메이션 제작 환경과 관련이 있다는 의견도 있다. 게임은 만화·웹툰 원작 IP의 영향력보다 게임 자체의 완성도가 만족도에 더 큰 영향을 미칠 것으로 보인다. 최근 만화·웹툰 원작 게임의 평가가 다소 낮은 경향을 보이고, 이용자들의 만화·웹툰 원작 게임에 대한 인식과 기대가 낮아졌을 것으로 예측된다.

6. 향후 만화·웹툰 이용 변화

- 향후 만화·웹툰 이용 시간이 '증가할 것'이라는 응답은 '웹툰'이 37.7%로 '출판만화' 29.4% 보다 높게 나타났다. '웹툰' 이용 증가 의향은 2022년(25.3%) 대비 증가했고, '출판만화' 이용 증가 의향은 2022년(36.8%) 대비 감소했다(본문 68p).
- 이러한 결과로 볼 때 향후 웹툰 이용은 올해 정체, 감소 경향에서 다시 증가세로 나타날 가능성이 보이고, 출판만화는 최근의 증가세가 유지될지 살펴볼 필요가 있다.

표 3-6 향후 만화·웹툰 이용 시간 변화

(단위: %)

구분	웹툰	출판만화
증가	37.7	29.4
비슷	52.7	48.7
감소	9.5	21.8

2023 만화 이용자 실태조사

부록 설문지

SQ7. [SQ6에서 만10~14세 응답자] 그렇다면, 해당하는 연령(나이)[SQ6번 응답값]의 **자녀 성별**은 무엇입니까?
 01. 남성 02. 여성

안내문	만 10~14세인 선생님 자녀(2명 이상이면 생일이 가장 빠른)의 만화웹툰 이용 현황에 대해 조사하려고 합니다. 동의하신다면 '동의'를 클릭하신 후 만 10~14세 자녀가 조사할 수 있도록 도와주시길 부탁드립니다.
	01. 동의 02. 비동의

[PGM] 만 10~14세 자녀가 있을 경우, 자동 로테이션으로 아래 안내문 구현(자녀 조사) 또는 안내문 비구현(본인 조사) 진행
 '01. 동의' 선택시 모든 문항의 앞쪽에 "만 10~14세 자녀가 조사를 할 수 있도록 도와주시길 바랍니다" 구현, 쿼터도 자녀 연령, 성별로 할당 부여
 '02. 비동의' 선택시 본인 기준으로 응답, "자녀가 조사에 참여하는 것에 동의하지 않는다면, 본인의 만화웹툰 이용 행태에 대해 응답해주세요" 구현

[제시 시간] 5초 [PGM] SQ8, SQ9 문항 상단 제시

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

대분류	유형	예시(사이트명)
웹툰	포털사이트	네이버웹툰, 카카오웹툰(다음웹툰)
	웹툰 전문 플랫폼	네이버시리즈, 라라툰, 레진코믹스, 리디, 마녀코믹스, 만화경, 미스터블루, 미론(미소설), 무론, 붐툰, 버프툰, 북큐브, 애니툰, 윈스토리(윈스토리), 조아라, 탐툰, 투믹스, 톡스다, 피너툰, 카카오페이지, 코미코, 케이툰, 큐툰 등
	신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	오픈마켓	포스타입, 딜리헛 등의 오픈마켓
	SNS	SNS(페이스북, 인스타그램, 블로그 등)
	웹하드	파일조, 예스파일 등의 웹하드
	동영상 플랫폼	유튜브 등 동영상 플랫폼
	온라인서점 플랫폼	교보e-book, 예스24 등
출판만화	오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 체인소맨, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라, 전지적 독자시점, 최애의 아이, 스파이패밀리, 신의 탑, 그해 우리는 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 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

SQ8. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 **웹툰을 얼마나 자주 이용**하였습니까?

거의 매일	일주일 3~4번	일주일 1~2번	1개월 2~3번	1개월 한번	2~3개월 한번	거의 이용 하지 않음
1	2	3	4	5	6	7

SQ9. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 **출판만화(디지털페이지 만화 포함)**를 **얼마나 자주 이용**하였습니까?

거의 매일	일주일 3~4번	일주일 1~2번	1개월 2~3번	1개월 한번	2~3개월 한번	거의 이용 하지 않음
1	2	3	4	5	6	7

[PGM] SQ8 또는 SQ9 둘 중에서 하나라도 1~6에 해당하면 설문 진행, SQ8과 SQ9 모두 7) 거의 이용하지 않음이면 조사 종료

A. 만화/웹툰 이용 현황

AQ1. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 어떤 종류의 만화웹툰을 보셨습니까? 모두 선택해 주세요.

대분류	유형	예시(사이트명)
웹툰	1. 포털사이트	네이버웹툰, 카카오편(다음웹툰)
	2. 웹툰 전문 플랫폼	네이버시리즈, 라라툰, 레진코믹스, 리디, 마녀코믹스, 만화경, 미스터블루, 미룬(미소셜), 무론, 붐툰, 버프툰, 북큐브, 애니툰, 원스토리(원스토어), 조아라, 탑툰, 투믹스, 톡소다, 피너툰, 카카오페이지, 코미코, 케이툰, 큐툰 등
	3. 신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	4. 오픈마켓	포스타입, 딜리헙 등의 오픈마켓
	5. SNS	SNS(페이스북, 인스타그램, 블로그 등)
	6. 웹하드	파일조, 에스파일 등의 웹하드
	7. 동영상 플랫폼	유튜브 등 동영상 플랫폼
	8. 온라인서점 플랫폼	교보e-book, 예스24 등
출판만화	9. 오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 체인소맨, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라, 전자적 독자시점, 최애의 아이, 스파이패밀리, 신의 탑, 그해 우리는 등
	10. 정기연재물	파티, 코믹챔프 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화
	11. 디지털페이지만화	페이지 연출의 디지털 만화 - 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털스캔만화 포함 (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

[복수] [PGM] SQ8=1~6 & SQ9=7이면 보기 1~8만 제시, SQ8=7 & SQ9=1~6이면 보기 9~11만 제시, SQ8=1~6 OR SQ9=1~6이면 모든 보기 제시, SQ8=1~6 OR SQ9=1~6인데 AQ1~1~8만 선택 시 또는 AQ1=9~11만 선택시 경고창 제시

AQ2. [웹툰, 출판만화 동시 이용자만] 전체 만화웹툰 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 _____ %

[대상] AQ1에서 1~8 중 최소 1개 이상 AND 9~11 중 최소 1개 이상 응답자 [숫자] 1~100
[PGM] 두 응답의 합이 100%이 되도록 함

B. 웹툰 이용 관련

BQ1. 웹툰 관련 정보를 어디에서 얻고 있습니까? 순서대로 세 가지만 골라주세요.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

- 01. 친구나 주변인
- 02. 지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사
- 03. 인터넷 커뮤니티/카페/갤러리
- 04. 만화 카페
- 05. 단행본에 들어있는 광고
- 06. 웹툰 전문 사이트(웹툰가이드, 웹툰인사이드 등)
- 07. 포털사이트
- 08. SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)
- 09. 유튜브
- 10. 웹툰 원작 2차적 저작물(영화/드라마/웹소설 등)
- 11. 기타(구체적으로 : _____)

[공통] BQ1~BQ15 "[대상] AQ1에서 1~8 중 최소 1개 이상 응답자" [순위] 1개

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

구분	06:00~ 08:59	09:00~ 11:59	12:00~ 12:59	13:00~ 17:59	18:00~ 19:59	20:00~ 21:59	22:00~ 23:59	24:00~ 05:59	감상 하지 않음
	오전6시~ 오전9시 이전	오전9시~ 오전12시 이전	오후12시~ 오후1시 이전	오후1시~ 오후6시 이전	오후6시~ 오후8시 이전	오후8시~ 오후10시 이전	오후10시~ 자정 이전	자정~ 오전6시 이전	
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

[복수] [PGM] 1) 주중(평일), 2) 주말(토/일)에서 각각 9. 감상하지 않음 선택 시 나머지 보기 비활성화, 1) 주중(평일), 2) 주말(토/일) 모두 9. 감상하지 않음 선택 불가

BQ3. 일주일에 평균적으로 감상하는 웹툰의 작품(회차 기준) 수는 몇 화 정도입니까? 일주일에 _____화

[NUM] 1보다 크게

BQ4. 웹툰 이용 시, 선호하는 방식은 무엇입니까?

01. 한 번에 여러 회차를 몰아서 감상한다. 02. 주간 단위로 새로운 회차가 연재될 때마다 감상한다.

BQ5. 웹툰을 주로 감상하는 장소는 어디입니까?

01. 집 02. 직장(사무실) 03. 학교/학원 04. 교통수단(지하철, 버스 등)

05. 기타(구체적으로 : _____)

[PGM] 연령 할당 10~19세일 경우, 보기 2번 비활성화

BQ6. 평소 웹툰 감상을 위해 주로 이용하는 기기는 무엇입니까?

01. 스마트폰 02. 태블릿PC 03. PC(데스크탑/노트북) 04. 기타(구체적으로 : _____)

BQ7. 평소 웹툰 감상을 위해 이용하는 서비스는 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 골라주세요.

※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위, 3순위가 없으신 경우에는 '다음' 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

01. 네이버웹툰	02. 네이버시리즈	03. 레진코믹스	04. 리디	05. 카카오페이지 (다음웹툰)	06. 카카오페이지	07. 탑툰
						
08. 투믹스	09. 딜리허브	10. 포스타입	11. 만화경	12. 인스타그램	13. 페이스북	14. 기타
						_____

[순위] 최소 1개

BQ7-1. [BQ7 1순위 응답]를(을) 주로 이용하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 두 가지만 골라주세요.

※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위가 없으신 경우에는 '다음' 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

1순위 _____ 2순위 _____

- 01. 오래전부터 이용하던 서비스라서(처음부터 이용하던 곳이라서)
- 02. 감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서
- 03. 해당 서비스(플랫폼)에서만 제공하는 작품(독점작)을 이용하기 위해서
- 04. 다른 서비스(플랫폼)에 비해 메뉴, 구성 등 이용이 편리해서
- 05. 무료로 감상할 수 있어서
- 06. 할인 및 이벤트 등 프로모션이 자주 있어서
- 07. 기타(구체적으로 : _____)

[순위] 최소 1개 [PGM] BQ7 1순위 응답값은 파란색 글씨로

BQ11-2. [BQ11의 1 응답자] 웹툰 유료 이용 시, 주로 어떤 방식으로 결제합니까?

- 01. 특정 작품 '회당' 비용 결제
- 02. 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 **비정기적**으로 충전 후 이용
- 03. 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 **월정기적**으로 충전 후 이용
(카카오페이지 캐시 PASS VIP, 네이버 쿠키 자동충전 등 자동충전 서비스 포함)
- 04. 기타(네이버플러스 멤버십, 원스토리패스, 쿠폰 등)

[대상] BQ11=1

BQ11-3. 웹툰 유료 결제 시, 주로 어떤 수단으로 결제합니까?

- 01. 휴대폰 소액결제
- 02. 신용카드 결제
- 03. 간편결제서비스(카카오페이, 네이버페이 등)
- 04. 계좌이체
- 05. 상품권(문화상품권, 해피머니 등)
- 06. 기타()

[대상] BQ11=1

BQ11-4. [BQ11의 1 응답자] 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

[대상] BQ11=1

BQ12. 유료 웹툰을 이용하실 때, 주로 사용하는 방법은 무엇입니까?

- 01. 무료가 될 때까지 기다린다('기다리면 무료' 등)
- 02. 무료 프로모션(가입하기, 캐시이벤트, 쿠키오브, 프리패스 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다.
- 03. 유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나, 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다.
- 04. 무조건 유료 상품을 이용한다
- 05. 기타()

[PGM] BQ11=2 응답자는 보기 4번 비활성화

BQ13. 향후 웹툰을 감상(대여, 소장)하기 위해 유료로 결제할 의향이 얼마나 있습니까?

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

BQ13-1. [BQ13의 4,5 응답자] 웹툰을 유료로 결제하는 데 월 평균 최대 얼마 정도 지출할 의향이 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

[대상] BQ13=4,5

[웹툰 이용 후 오프라인 단행본(=출판만화) 구매 경험]

BQ14. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 웹툰의 오프라인 단행본(출판만화)을 구매(구입)한 경험이 있습니까?

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

- 01. 있다
- 02. 없다 →BQ15

BQ14-1. [BQ14의 1 응답자] 웹툰의 오프라인 단행본(출판만화)을 구매(구입)하는 이유는 무엇입니까? **하나만** 골라주세요.

- 01. 이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서
- 02. 웹툰으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서
- 03. 출판만화로 소장, 보관하고 싶어서
- 04. 부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서
- 05. 손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서
- 06. 연재처/플랫폼의 서비스 종류로 웹툰을 다시 볼 수 없을 것 같아서
- 07. 기타()

[대상] BQ14=1

BQ15. 향후 웹툰의 오프라인 단행본(출판만화)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

C. 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 관련

CQ1. 출판만화를 주로 감상하는 장소는 어디입니까?

- 01. 집
- 02. 직장(사무실)
- 03. 학교/학원
- 04. 교통수단(지하철, 버스 등)
- 05. 만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)
- 06. 도서관
- 07. 기타()

[공통] CQ1~CQ5 "[대상] AQ1에서 9~11 중 최소 1개 이상 응답자"

[PGM] 연형 활달 10~19세일 경우, 보기 2번 비활성화

CQ2. 평소에 즐겨보는 **출판만화 작품**이 있습니까?

- 01. 있다
- 02. 없다 →CQ3

CQ2-1. [CQ2의 1 응답자] 평소 즐겨보는 **‘출판만화’의 작품명**은 무엇입니까? 순서대로 **세 가지**만 응답해 주세요.

※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위, 3순위가 없으신 경우에는 ‘다음’ 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

[대상] CQ2=1 [순위] 최소 1순위 [문자] [특수문자] 특수부호, 특수문자 입력 불가

[출판만화 구매 관련]

CQ3. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 출판만화를 구매(구입)한 경험이 있습니까?

출판만화 예시	
유형	예시
오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬럼링크, 진격의 거인, 체인소맨, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라, 전지적 독자시점, 최애의 아이, 스파이패밀리, 신의 탑, 그해 우리는 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)

- 01. 있다
- 02. 없다 → CQ4로 이동

CQ3-1. [CQ3의 1 응답자] 출판만화를 구매(구입)하는 주기가 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

[대상] CQ3=1

CQ3-2. [CQ3의 1 응답자] 출판만화 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

[대상] CQ3=1

CQ3-3. [CQ3의 1 응답자] 출판만화 구매(구입)해서 보시는 주된 이유는 무엇입니까?

- 01. 좋아하는 웹툰이 단행본(책)으로 나와서
- 02. 특정 시리즈물을 보기 위해서
- 03. 손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서
- 04. 소장, 보관하고 싶어서
- 05. 부록(굿즈 등)과 같은 특전이 있어서
- 06. 기타()

[대상] CQ3=1

CQ4. 출판만화 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

CQ5. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 출판만화를 대여/열람한 경험이 있습니까?

출판만화(아래 예시 참고)에는 디지털페이지만화가 포함됩니다. 대여/열람 경험은 디지털페이지만화를 온라인상에서 대여/열람한 경험도 포함하여 응답해 주세요.	
유형	예시
오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬럼영크, 진격의 거인, 체인소맨, 하이큐, 원펀맨, 귀멸의 칼날, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라, 전지적 독자시점, 최애의 아이, 스파이패밀리, 신의 탑, 그해 우리는 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)

01. 있다

02. 없다

D. 웹툰 및 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 관련 인식

- DQ1.** 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 귀하께서 다음의 웹툰 및 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 이용해 본 경로를 모두 골라주세요.
- 01. P2P사이트를 통해 이용
 - 02. 웹하드 다운로드를 통해 이용
 - 03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트 등)를 통해 이용
 - 04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용
 - 05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
 - 06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용
 - 07. 오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용
 - 08. 해당없음(이용 안함) → DQ3 응답 후 EQ1으로 이동

[대상] AQ1에서 1~8, 11 중 최소 1개 이상 응답자 [복수] [PGM] 보기 8번 응답시 나머지 보기 비활성화
 [DQ1 응답값 개별로 모두 응답] 일주일에 평균적으로 해당 경로를 통해서 웹툰 및 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 몇 화 정도(에피소드 기준) 이용하였습니까? 경로가 여러 개인 경우 각각 응답해 주십시오.

구분	이용 회차(에피소드)
01. P2P사이트를 통해 이용	일주일에 _____화
02. 웹하드 다운로드를 통해 이용	일주일에 _____화
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크 사이트)를 통해 이용	일주일에 _____화
04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	일주일에 _____화
05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	일주일에 _____화
06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	일주일에 _____화
07. 오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용	일주일에 _____화

[대상] DQ1 개별 응답자 베이스 [숫자] 1이상 입력 [PGM] DQ1의 응답값만 제시
 DQ3. 다음의 웹툰 및 출판만화(디지털페이지만화 포함) 이용 방식에 대해 어떻게 생각합니까? 각 항목에 해당하는 칸에 표시해 주십시오.

구분	매우 불만	약 불만	보통	약 만족	매우 만족
01. P2P사이트를 통해 이용	1	2	3	4	5
02. 웹하드 다운로드를 통해 이용	1	2	3	4	5
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크 사이트)를 통해 이용	1	2	3	4	5
04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	1	2	3	4	5
05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	1	2	3	4	5
06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	1	2	3	4	5
07. 오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용	1	2	3	4	5

[Base] AQ1에서 1~8, 11 중 최소 1개 이상 응답자

DQ4. [DQ1 응답값 개별로 모두 응답] 다음 보기의 경로로 웹툰 및 출판만화(디지털페이지만화 포함)를 이용할 수 없다면, 비용을 들여서라도 정식 사이트에서 감상하실 의향이 얼마나 되십니까?

구분	전혀 없으 않으 실 않으 실	보 통	다 소 있 으 실 않 으 실	매 우 있 으 실 않 으 실
01. P2P사이트를 통해 이용	1	2	3	4
02. 웹하드 다운로드를 통해 이용	1	2	3	4
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(링크 사이트)를 통해 이용	1	2	3	4
04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	1	2	3	4
05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	1	2	3	4
06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	1	2	3	4
07. 오픈채팅방, 디스코드 등을 통해 이용	1	2	3	4

[대상] DQ1 개별 응답자 베이스 [PGM] DQ1의 응답값만 제시

E. 만화웹툰 IP 확장

EQ1. 웹툰 또는 출판만화를 원작으로 하는 웹소설, 드라마, 영화, 게임, 애니메이션 등 타 장르 콘텐츠를 이용해 본 적이 있습니까? 각각의 콘텐츠에 대한 만족도는 어떻게 되십니까?

구분	이용 경험		콘텐츠 만족도					
	있다	없다	매우 불만 족	약간 불만 족	보통	약간 만족	매우 만족	
01. 웹툰/출판만화 → 웹소설	취적생월 등	1	2	1	2	3	4	5
02. 웹툰/출판만화 → 드라마	식객, 미생, 여신강림, D.P, 유미의 세포들, 치즈인더트랩, 타인은 지옥이다, 나빌레라 등	1	2	1	2	3	4	5
03. 웹툰/출판만화 → 영화	식객, 신과함께, 이끼, 내부자들, 은밀하게 위대하게, 순정만화 등	1	2	1	2	3	4	5
04. 웹툰/출판만화 → 게임	노블레스: 제로, 유미의 세포들 더 퍼즐, 신의 탑M: 위대한 여정, 아일랜드 M 등	1	2	1	2	3	4	5
05. 웹툰/출판만화 → 애니메이션	갯오브하이스쿨, 노블레스, 농지마정신술, 외모지상주의, 유미의 세포들, 신의 탑 등	1	2	1	2	3	4	5

[PGM] 이용 경험이 있는 응답자만 콘텐츠 만족도 응답

EQ2. 최근 1년(2022. 05 ~ 2023. 05) 동안 웹툰 또는 출판만화와 관련된 상품을 구매(구입)하신 경험이 있습니까? 구매(구입)하신 상품을 모두 골라주세요.

- 01. 완구 02. 문구/팬시 03. 패션의류/잡화
- 04. 미용/뷰티상품 05. 식품/음료 06. 웹툰 펀딩(텀블벅)
- 07. 모바일 메신저 이모티콘/테마/스티커 08. 구매(구입)한 적 없음

[PGM] 복수, 7번 응답시 다른 보기 비활성화

EQ3. 만화웹툰이 다른 콘텐츠 장르로 만들어질 경우, 가장 기대되거나 이용해보고 싶은 콘텐츠 장르는 무엇입니까? 우선 순위대로 **두 가지**만 골라주세요. 1순위 _____ 2순위 _____

※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위가 없으신 경우에는 '다음' 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

- 01. 애니메이션 02. 캐릭터 상품/이모티콘 03. 드라마
- 04. 영화 05. 웹소설 06. 뮤지컬
- 07. 음악(주제가, OST) 08. 게임(PC/모바일/콘솔게임 등) 09. 전시(온라인/오프라인)
- 10. 기타()

[순위] 최소 1순위

EQ4. 웹소설 원작의 웹툰을 본 적이 있으십니까?

(예) 김비서가 왜 그럴까, 재혼황후, 사내맞선, 나 혼자만 레벨업, 전지적 독자 시점, 증증외상센터 : 골든 아워, 화산귀환, 아비무쌍 등

- 01. 있다 02. 없다 →FQ1

EQ4-1. [EQ4의 1 응답자] 그렇다면, 원작 웹소설을 본 적이 있으십니까? **모두** 골라 주세요.

- 01. 원작 웹소설을 본 후 웹툰을 보았다(웹소설 → 웹툰)
- 02. 웹툰을 먼저 본 후, 원작인 웹소설을 보았다(웹툰 → 웹소설)
- 03. 원작 웹소설을 본 적이 없다

[대상] EQ4=1

F. 향후 만화웹툰 이용 시간 변화 및 웹툰 구독형 서비스

FQ1. 귀하의 2023년 향후 만화웹툰의 이용 시간은 어떻게 될 것이라 생각하십니까? (전년도(2022년도)와 비교하여 응답해 주세요.)

	매우 감소할 것	약간 감소할 것	비슷	약간 증가할 것	매우 증가할 것
01. 웹툰	1	2	3	4	5
02. 출판만화(디지털페이지만화, 단행본 포함)	1	2	3	4	5

[PGM] SQ8에서 7) 거의 이용하지 않음이면 01. 웹툰 비활성화, SQ9에서 7) 거의 이용하지 않음이면 02. 출판만화 비활성화

FQ2. 웹툰 구독형 서비스를 출시 한다면, 이용할 의향이 있으십니까?

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

FQ3. 웹툰 구독형 서비스를 출시 한다면, 어떤 서비스를 포함하게 되면 구매할 의향이 있으십니까?

- 01. 전체 완결 웹툰 보기
- 02. 웹툰 미리보기 서비스
- 03. 오프라인 단행본 구매 시 할인권
- 04. 기타(_____)

FQ4. 웹툰 구독형 서비스를 출시 한다면, 어느정도 가격대라면 구매를 고려하시겠습니까?

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

G. 선호 장르 분석을 위한 공통질문

G1. 다음 콘텐츠 장르 중 귀하께서 **선호하는 순서대로 세 가지만** 골라주세요.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

① 만화/웹툰	웹 사이트 또는 모바일 앱을 통한 웹툰 감상, 종이 만화(출판 만화)를 통한 감상 등
② 애니메이션	OTT(넷플릭스, 디즈니플러스 등), 유튜브(요약/편집본은 제외), VOD 다시 보기로 건별 구매, 지상파/중편 및 애니메이션 전문 채널 실시간/재방송 시청, DVD/블루레이 등의 방법을 통해 TV, PC, 태블릿, 스마트폰을 이용해서 시청하거나, 극장에서 애니메이션을 관람
③ 음악	음원 스트리밍/다운로드 서비스, 피지컬 음반, 플랫폼 음반 등을 통한 음악 감상, 콘서트, 페스티벌, 뮤지컬 등 음악 공연, TV 음악 프로그램, 라디오, 온라인 동영상 사이트 등 미디어를 통한 음악 감상
④ 방송	드라마, 예능, 교양/다큐 등의 방송 프로그램을 TV나 스마트 기기 등을 통해서 IPTV, 유선방송, 케이블 TV, DMB, 등의 다양한 형태로 감상(영화, 애니메이션은 제외)
⑤ 소셜 미디어	페이스북, 트위터, 인스타그램, 블로그 등 소셜 네트워크 서비스 및 유튜브의 개인 방송, 틱톡 등 숏폼 콘텐츠를 감상
⑥ 출판(독서)	소설, 시/에세이 등 장르의 일반도서 및 전자책, 웹소설 등의 독서
⑦ 게임	PC 게임, 모바일 게임, 콘솔 게임(비디오게임, 휴대용 게임기 포함), 아케이드(오락실)게임, VR 게임 등
⑧ 영화	극장, OTT 서비스, IPTV/케이블, VOD, DVD, 블루레이 등으로 영화 감상(※애니메이션은 제외)
⑨ 기타()	

[순위] 최소 1순위

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

2. 2023 만화·웹툰 이용자 FGI 설문지

만화/웹툰 이용자 FGI 가이드라인

구분	조건
Group1	20대 남성(만화/웹툰 이용자)
Group2	20대 여성(만화/웹툰 이용자)
Group3	30대 남성(만화/웹툰 이용자)
Group4	30대 여성(만화/웹툰 이용자)

A. Warming up	5분
----------------------	-----------

A1. 좌담회 목적 안내

- 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 만화/웹툰 이용 현황에 대한 실태 조사를 진행하고 있으며, 오늘은 설문조사에 응해주신 분들 가운데 희망자를 모시고 이용 현황 및 의견에 대한 좌담회를 실시하고 있습니다.
 - 만화/웹툰 이용과 관련하여 심층적인 내용을 여쭙고, 이를 통해 만화/웹툰 독자의 더 나은 문화 향유와 산업 발전을 위한 정책적인 기초 자료로 활용하고자 합니다. 오늘 좌담회는 한국콘텐츠진흥원의 의뢰로 리서치 전문회사인 글로벌 리서치에서 수행하고 있으며, 저는 좌담회를 진행하는 000입니다.

A2. 진행방법 소개

- 본 좌담회는 실태조사연구의 일부인 Focus Group Interview로 진행되며, 말씀하신 내용은 익명으로 처리됩니다.
 - 응답하신 내용은 물론 응답자에 대한 개인정보는 통계법 및 개인정보 보호법 등 관련법규에 의해 비밀이 철저히 보호됨을 알려드립니다. 오늘 말씀하신 내용은 추후 보고서 작성을 위해 녹화 및 녹음이 되며, 개인 정보는 일체 공개되지 않음을 다시 한 번 말씀드립니다. 녹화 및 녹음 파일은 연구가 종료된 다음 삭제 처리하게 됩니다.
 - 진행하는 동안 휴대전화를 끄거나 무음으로 해 주세요.

A3. 참석자 소개

- 본격적인 인터뷰에 들어가기에 앞서, 00님에 대한 간단한 소개를 부탁드립니다.
 - 이름, 나이, 사시는 곳, 하시는 일

B. 웹툰 이용 현황	35분
--------------------	------------

M. 모든 인터뷰에서 특정 콘텐츠 이용 빈도, 채널의 종류 등을 묻는 양적 질문은 질적 이유를 묻기 위한 논리적 선정 질문입니다. 각각 질문에서 응답 빈도 보다는 그 응답을 선택한 이유에 집중해서 진행해 주세요.

B1. 웹툰 이용

- 웹툰을 어느 정도 자주 보시나요?
 - 웹툰을 주중/주간 몇 개의 작품(에피소드 기준)을 보시는 편입니까?
 - 몰아보기 / 매일 연재하는 작품 보기 등 보는 방식은 어떤 식인가요?
각각에 대해서 왜 그런 방식으로 선호하나요?
각각에 대해서 몇 화씩, 어떤 주기로 감상하시나요? 그렇게 보시는 이유는요?

- 웹툰을 주로 보시는 장소는 어디인가요?
 - 집 / 교통수단 / 학교/학원/사무실 등등
 - 각각의 장소에 따라 웹툰 이용 방식이 달라지는 것이 있나요?

- 웹툰을 주로 보시는 기기는 무엇인가요?
 - 장소별/상황별로 주로 이용하시는 기기가 달라지나요? 그 이유는요?

- 주로 이용하시는 어플(플랫폼)은 무엇인가요?

01. 네이버웹툰	02. 네이버시리즈	03. 레진코믹스	04. 리디	05. 카카오웹툰 (다음웹툰)	06. 카카오페이지	07. 탑툰
						
08. 투믹스	09. 딜리허브	10. 포스타입	11. 만화경	12. 인스타그램	13. 페이스북	14. 기타
						_____

- 왜 그 어플을 주로 이용하시나요?
- (여러 플랫폼을 이용하는 경우) 플랫폼에 따라 웹툰의 성격이나 이용하는 방식에 차이가 있나요?
- 포스타입, 딜리허브와 같은 오픈마켓/인스타그램, 페이스북, 유튜브, 온라인서점 플랫폼(e-book 형태)등을 이용하는 경우도 있나요? 그 경로를 이용하는 이유는 무엇인가요?
- 오픈마켓이나 소셜 미디어, 전자책 등에서 보시는 웹툰은 다른 플랫폼에서 웹툰을 보는 것과 어떤 점이 다른가요?

- 웹툰에서 즐겨 보시는 장르는 무엇인가요?
- M. 01. 액션 02. 무협/사극 03. 판타지 04. 현대 로맨스 05. 로맨스 판타지
06. 학원물 07. 드라마 08. 일상 09. 코믹/개그 10. 감성
11. 공포/스릴러 12. 스포츠 13. 성인물 14. BL/GL 15. 교양/지식**
- 그 장르를 즐겨 보시는 이유는 무엇인가요?
 - 현재 웹툰은 여러 장르의 혼합되는 형태로 만들어지고 있습니다. 여러 장르를 혼합하는 웹툰을 단일 장르에 비해 선호하는 편입니까?(예. 판타지 액션, 판타지 무협, 학원 무협물 등)
 - 향후에 어떤 장르의 웹툰을 더 보고 싶은가요?
- 그밖에 최근 웹툰 작품의 트렌드가 어떻다고 생각하시나요?
- 트렌드에 만족하시나요? 불만족하시나요?
 - 그 이유는요?
- 웹툰 유료 결제를 하시는 편인가요?
- 어느 정도 자주 하시나요? 전체 웹툰 보는 시간이나 편수 중에 유료로 보는 비중은 어느 정도인가요? 금액은 어느 정도인가요(월평균 등)?
 - 작년과 비교했을 때 유료 결제 금액이 달라진 점이 있나요? 늘거나 줄었다면 그 이유는 무엇인가요?
 - 유료 결제를 하는 이유는 무엇인가요?
 - 어떤 상황일 때 유료 결제를 하고, 어떤 상황일 때에 기다렸다 무료로 보신다고 생각하십니까?
 - 유료 결제는 어떤 방식으로 하시나요?(회당 결제, 이용권 비정기 충전, 이용권 정기 충전 등)?
 - 결제 중 대여/구매가 있는데 어떤 방식으로 보시나요?
 - **(회당 비용 결제시)** 회당 결제 비용은 얼마 정도인가요? 얼마가 적당하다고 생각하시나요? 얼마까지 지불할 용의가 있으신가요?
 - 월 정액 유료결제(카카오 캐시 PASS VIP, 네이버 쿠키 자동충전 등)를 해 본 적이 있으신가요? 월 정액 유료결제 금액으로 적절하다고 생각하시는 비용은 어느정도인가요? 월 정액 방식을 앞으로/ 더 이용할 것 같나요? 월 정액 방식의 장단점은 무엇이라 생각하나요?
 - 앞으로 유료 결제가 더 늘것 / 줄것 같은가요? 왜 그런가요?
- 만약에 웹툰에 넷플릭스처럼 월 구독 방식의 요금제가 도입된다면, 이용하실 의향이 있으십니까?
- 얼마가 적당하다고 생각하시나요? 얼마까지 지불할 용의가 있으신가요?

- 향후에 웹툰을 이용이 어떻게 변할 것이라 생각하십니까?
 - 그 이유는 무엇인가요?
 - 이전에 웹툰을 보던 시간에 현재는 어떤 일을 하고 계신가요?(웹툰 대체제 확인)
 - 웹툰을 더 많이 보는 경우 다른 콘텐츠를 덜 이용하거나, 웹툰을 적게 보는 경우 다른 콘텐츠를 더 이용하는 경우가 있나요?

B2. 웹툰 이용 피로도

- 새로운 웹툰 작품을 찾아볼 때 어려움을 느낀 경험이 있습니까?
 - 새로운 웹툰을 감상할 때 어떤 방식으로 선택을 하십니까? (플랫폼 추천작, 큐레이션 서비스, 직접 검색)
 - 큐레이션 서비스, 추천작을 보신후 만족하시는 편이십니까?
 - 새로운 웹툰 이용 시에 웹툰 종류가 많아서 선택이 곤란했던 경험이 있으십니까?
- 특정 웹툰 작품을 보다가 중간에 그만보게 되는 경우가 어느 정도 있나요?
 - 어떤 이유로 중도에 그만보게 되나요?

B3. 웹툰 단행본 / 캐릭터 구매 / IP확장

- 웹툰의 오프라인 단행본을 사보신 적이 있나요?
 - 단행본을 사시는 이유는 무엇인가요? 단행본의 장단점은 무엇인가요?
 - (굿즈 때문이라면) 어떤 굿즈가 만족스러우셨나요? 어떤 굿즈를 위해 구매하셨나요?
- 웹소설 원작의 웹툰을 이용해 본 적이 있으신가요?
 - 어떤 작품을 이용하셨나요? 왜 이용하셨나요?
 - 웹소설 원작 웹툰이 가장 좋았던 점, 혹은 아쉬웠던 점은 무엇이었나요?
- 웹툰 원작 콘텐츠(애니메이션, 드라마, 영화, 뮤지컬, 웹소설 등)를 이용해 본 경험이 있으신가요?

M. (예시)
 웹툰/출판만화 → 웹소설 : 취침냉월 등
 웹툰/출판만화 → 드라마 : 식객, 미생, 여신강림, D.P, 유미의 세포들, 치즈인더트랩, 타인은 자옥이다, 나빌레라 등
 웹툰/출판만화 → 영화 : 식객, 신과함께, 이끼, 내부자들, 은밀하게 위대하게, 순정만화 등
 웹툰/출판만화 → 게임 : 노블레스, 제로, 유미의 세포들 더 퍼즐, 신의 탑M, 위대한 여정, 아일랜드 M 등

- 왜, 어떻게 이용하게 되셨나요?
 - 만족하신 점 또는 불만족 하신 점은 무엇인가요?
 - 가장 기대되거나 이용해 보고 싶은 다른 장르는 무엇인가요?
- 다른 분야 콘텐츠(애니메이션, 드라마, 영화, 뮤지컬, 웹소설 등)를 원작으로 하는 웹툰을 이용해 본 경험이 있으신가요?

**M. (예시) <그해 우리는>은 드라마 방영 후 프리퀄 웹툰 공개
<쌈마이웨이>, <이상한 변호사 우영우> 드라마 방영 후 웹툰 제작, 공개**

- 왜, 어떻게 이용하게 되셨나요?
 - 만족하신 점 또는 불만족 하신 점은 무엇인가요?
 - 웹툰으로 만들어지면 좋을 것 같은 다른 장르는 무엇인가요?
- 웹툰 이용에서 아쉬운 점이 있다면 무엇인가요?
- 어떤 점을 개선하면 좋을까요?

C. 출판만화 이용 현황

15분

C1. 출판만화 이용

- 출판만화를 어느 정도 자주 보시나요?
- 작년과 비교할 때 이용빈도나 이용량에 변화가 있었나요? 그 이유는요?
 - 출판만화를 앞으로도 계속 이용하실 것 같으신가요?
 - 출판만화 또는 웹툰 원작 단행본은 국내 작품을 선호하시나요? 아니면 해외 작품(예를 들어 일본 작품)을 선호하시나요? 이유는 무엇인가요?
 - 해외 작품과 비교했을 때, 국내 작품의 좋은 점은 무엇이라고 생각하십니까?
 - 해외 작품과 비교했을 때, 국내 작품의 부족한 점은 무엇이라고 생각하십니까?
 - 출판만화를 어떤 방식으로 보시나요?(구매/원래 소유하던 출판만화/대여)
- 출판만화 이용에서 아쉬운 점이 있다면 무엇인가요?
- 어떤 점을 개선하면 좋을까요?
- 웹툰과 비교해서 출판만화의 가장 큰 차이, 장점, 매력은 무엇인가요?
- (두 가지를 다 보는 경우 중 출판 만화를 더 많이 보는 경우와 웹툰을 더 많이 보는 경우 각각에 대해) 00을 더 많이 보는 이유는 무엇인가요?

C2. 출판만화 선택 기준

- 출판만화 작품을 고르는 기준은 무엇인가요?

- 그 기준이 왜 중요한가요?
- 선택 기준이 장르에 따라 달라지기도 하나요?

C3. 출판만화 / 캐릭터 구매 / IP확장

- 출판만화를 사서 보시는 편인가요?
 - 사서 보시는 이유는 무엇인가요?
 - 출판만화를 주로 어디에서 구매하시나요?
 - 출판만화를 사시는 이유는 무엇인가요? 출판만화의 장단점은 무엇인가요?
 - 출판만화 판매 시 굿즈를 포함하여 판매한다면, 기존보다 구매할 의향이 얼마나 변할 것이라 생각되십니까?
 - 어떤 굿즈가 포함되면 구매 의향이 있을 것이라 생각되십니까?
- 출판만화를 원작으로 하는 웹툰, 웹소설, 드라마, 영화, 게임 등 타 장르를 이용해 본 적이 있으신가요?
 - 어떤 작품을 이용하셨나요?
 - 출판만화 원작이라는 점이 그 작품을 선택하시는 데 영향을 주었나요?
 - 출판만화와 그 분야의 작품 사이에 차이는 무엇이었나요?
- 출판만화에 등장하는 캐릭터 상품을 구매해보신 적이 있나요?
 - 어떤 캐릭터 상품을 사 보셨나요?
 - 그 상품을 구매하신 이유는 무엇인가요?

D. 만화/웹툰 인식	10분
--------------------	------------

D1. 불법이용

- 다음 방식으로 웹툰 및 디지털스캔만화를 이용해 본 적이 있나요?

M. 01. P2P사이트를 통해 이용

- 02. 웹하드(파일시터(클립박스), 파일조, 에스파일 등) 다운로드를 통해 이용
- 03. 해외 스캔 만화 사이트/ 웹툰 복제 게시 사이트(링크사이트 등)를 통해 이용
- 04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용
- 05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
- 06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용
 - 직접 이용해 보신 적이 있거나 주변에서 이용하시는 걸 보신 적이 있나요?
 - 해당 방식으로 이용하는 이유는 무엇인가요?
 - 해당 방식을 이용하지 못할 경우, 정식 사이트/플랫폼에서 비용을 들여서 감상할 것 같은가요? 그 이유는 무엇인가요?
 - 해당 불법 이용이 불법이라고 인식이 되나요? 그 이유는 무엇인가요?
 - 다른 방식의 불법 이용에 대해 들어본 게 있나요?
 - 불법 사용에 있어서 어떤 부분이 보충 되면 불법 사용이 줄어들 것이라고 생각하십니까?

D2. PC(정치적 올바름) 콘텐츠

- 최근 인어공주 영화 등에서 논란이 된 정치적 올바름이 담긴 콘텐츠가 웹툰과 출판만화에서의 적용을 어떻게 생각하십니까?
 - 만약 영화, 드라마 등의 원작 콘텐츠 웹툰의 주인공이 흑인이거나, 여자로 변경 될 경우 향후 해당 웹툰을 소비하실 의향이 있으십니까?

E. 만화 웹툰 IP 확장**10분****C1. 만화웹툰 원작 확장 콘텐츠**

- 만화웹툰과 관련 있는 콘텐츠 중 어떤 콘텐츠를 선호하십니까?
 - 만화 원작의 애니메이션을 감상하신 경험이 있으십니까?
 - 애니메이션에 대해서는 얼마나 만족하셨습니까?
 - 만화원작에 비해서 애니메이션의 부족한 부분은 무엇이라고 생각하십니까??
 - 만화원작 애니메이션을 감상하실 때 어떤 부분을 기대하시면서 감상하십니까?
(원작의 완벽한 구현, 원작과 다른 해석, 원작 만화 내용에서의 디테일 확보 등)
- 만화웹툰이 드라마나 영화로 제작된다면 어떤 콘텐츠를 선호하십니까?
 - 해당 콘텐츠를 선호하시는 이유는 무엇입니까?

F. 마무리**5분**

- 만화/웹툰 이용 환경에서 가장 우선적으로 개선되어야 할 점은 무엇인가요?
- 만화/웹툰 이용 환경과 관련하여 업체와 정부가 가장 우선적으로 개선해야 할 점이 무엇이라 생각하시나요?
- 웹툰 작가의 휴재에 대한 이용자, 독자들은 어떻게 생각하시나요?
 - 작가들의 과도한 업무, 건강의 문제로 갑자기 휴재 하거나, 2주 1회 업로드 된다고 하는 경우 등

2023 만화·웹툰 이용자 실태조사

주 관 기 관	한국콘텐츠진흥원
감 수	송 진 (콘텐츠산업정책연구센터장) 송 영 훈 (산업정보팀 팀장)
연 구 총 괄	김 현 석 (산업정보팀 주임연구원)
조 사 기 관	(주)글로벌리서치
조 사 책 임	김 태 영 (연구5본부 1팀 상무)
조 사 분 석	서 현 창 (연구5본부 1팀 부장) 공 영 철 (연구5본부 1팀 과장) 신 지 혜 (연구5본부 1팀 대리)
발 행 인	조 현 래 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일	2023년 11월 8일
발 행 처	한국콘텐츠진흥원
주 소	전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
전 화	1566-1114
홈 페이지	www.kocca.kr

기관번호 KOCCA 23-05
정부간행물 발간등록번호: 11-B552644-000400-10
ISBN 979-11-6677-175-0(93600)

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에
게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

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

