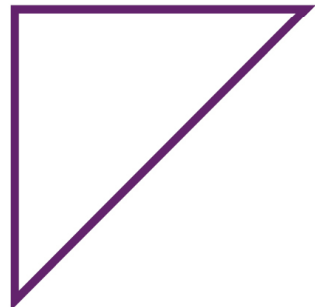


2021

만화·웹툰 이용자 실태조사

20

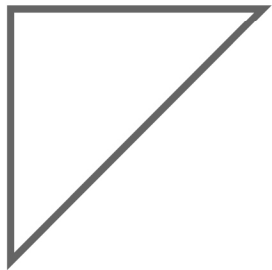
21



2021
만화·웹툰 이용자 실태조사

20

21



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

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2021 만화·웹툰 이용자 실태조사”의 결과
보고서로 제출합니다.

2021년 12월 22일

조사기관 : (주)글로벌리서치

조사책임자 : 김태영 ((주)글로벌리서치 상무)

2021 한 눈에 보는 만화·웹툰 이용



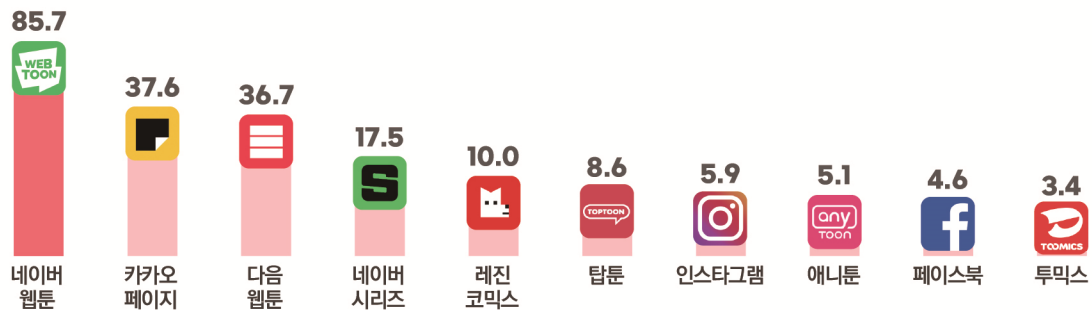
· 조사기간 : 2021년 7월~8월
· 조사대상 : 전국 만 10~69세 만화·웹툰 콘텐츠 이용자

1. 웹툰 이용 현황

■ 웹툰 이용 빈도 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

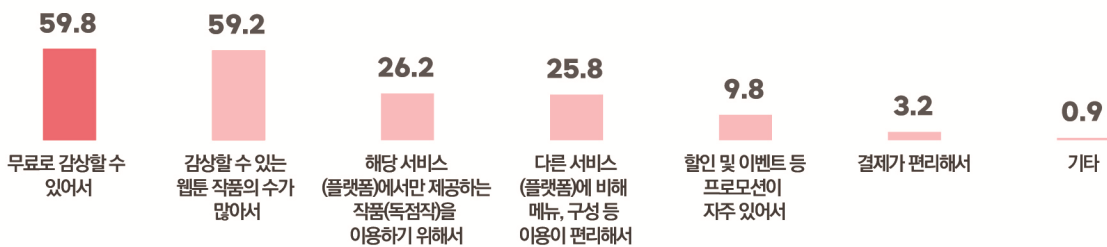


■ 웹툰 주 이용 서비스(상위 10개) (Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

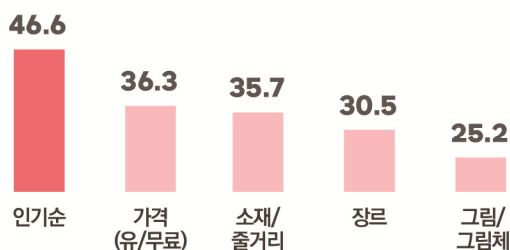


※ 다음웹툰에서 카카오웹툰으로 플랫폼 명이 변경(2021년 8월) 되기 이전에 조사가 실시되었음.

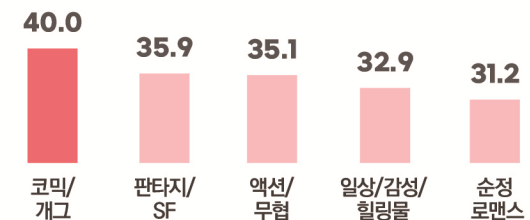
■ 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유 (Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))



■ 웹툰 이용 시 고려 기준 TOP5 (Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



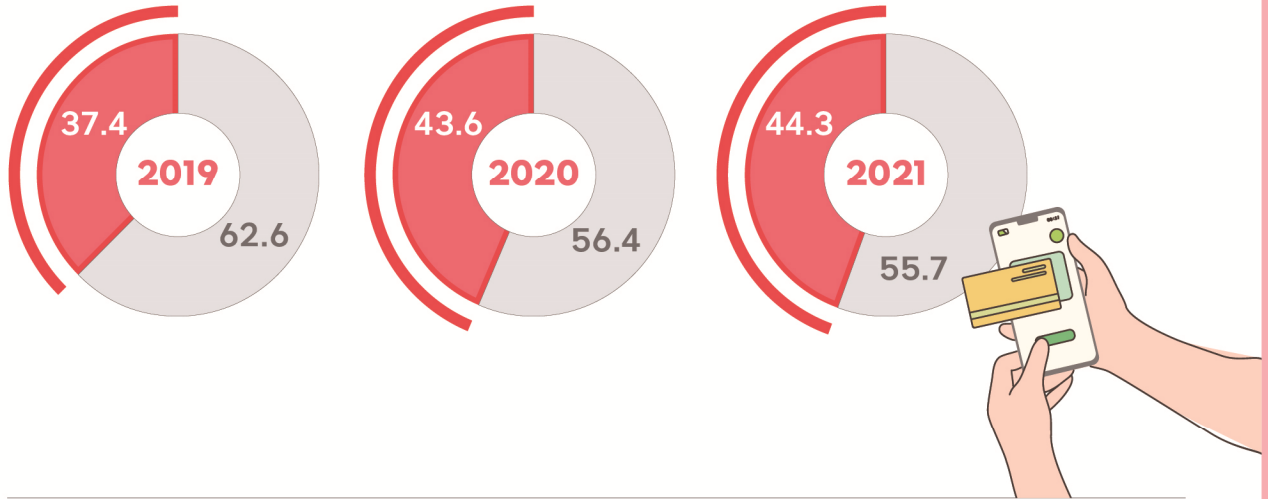
■ 즐겨보는 웹툰 장르 TOP5 (Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



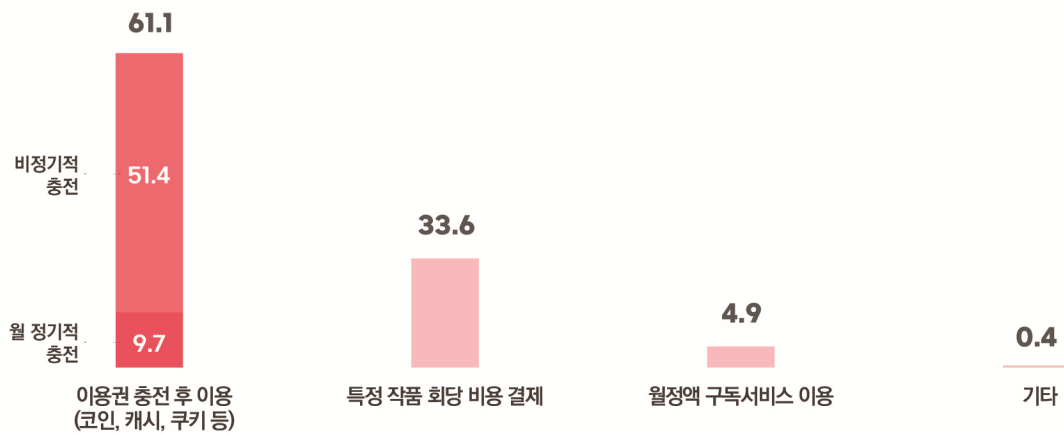
2. 웹툰 유료 이용 현황

■ 웹툰 유료 결제 경험 (Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

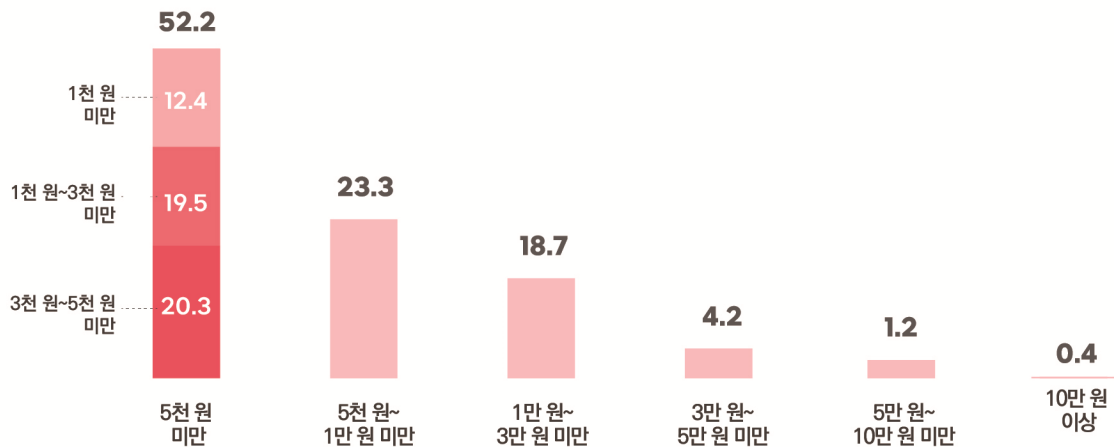
● 있음 ● 없음



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

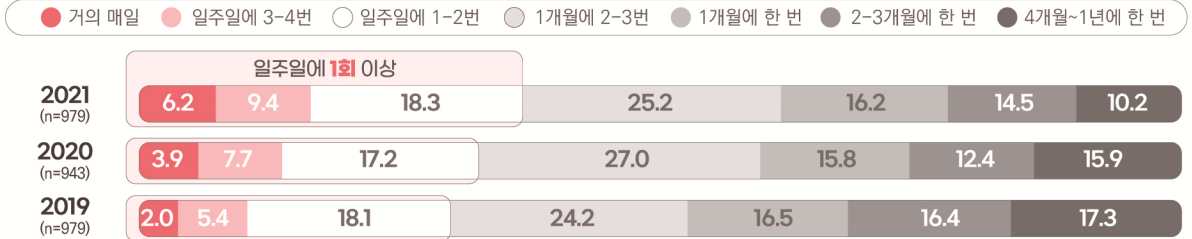


■ 웹툰 월평균 지출 비용 (Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)



3. 출판만화 이용 현황

출판만화 이용 빈도 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



출판만화 이용 시 고려 기준 TOP5 (Base : 출판만화 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

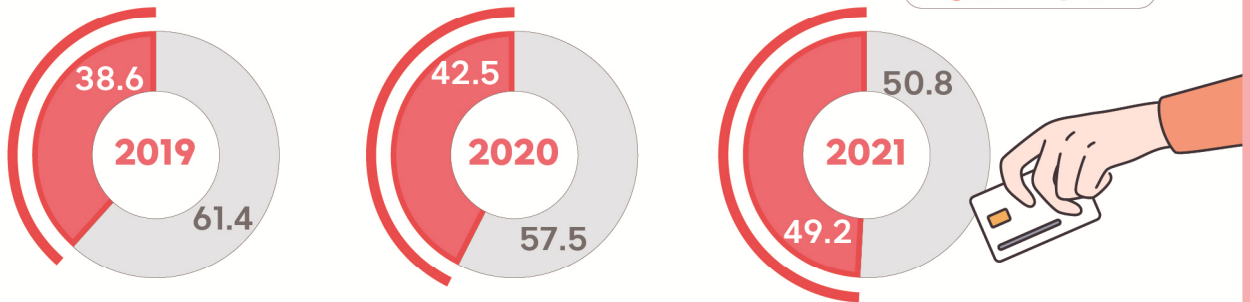


즐거보는 출판만화 장르 TOP5 (Base : 출판만화 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))



4. 출판만화 구매 및 대여/열람

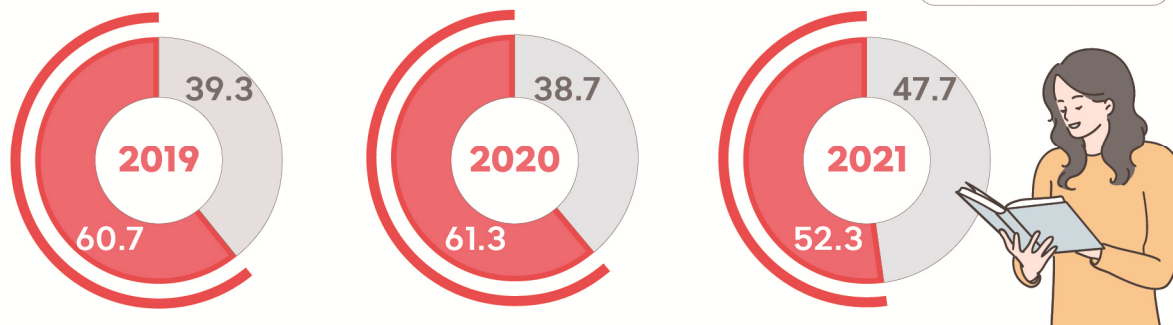
출판만화 구매 경험 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)



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



출판만화 대여/열람 경험 (Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

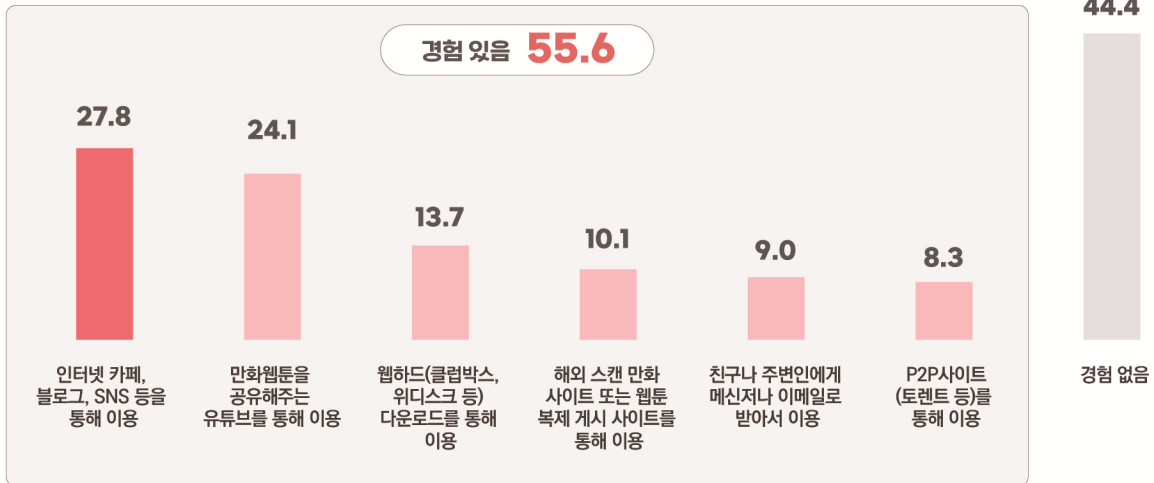


출판만화 대여/열람 시 이용 방법 (Base : 출판만화 대여/열람 경험자, 중복응답, 단위 : %)

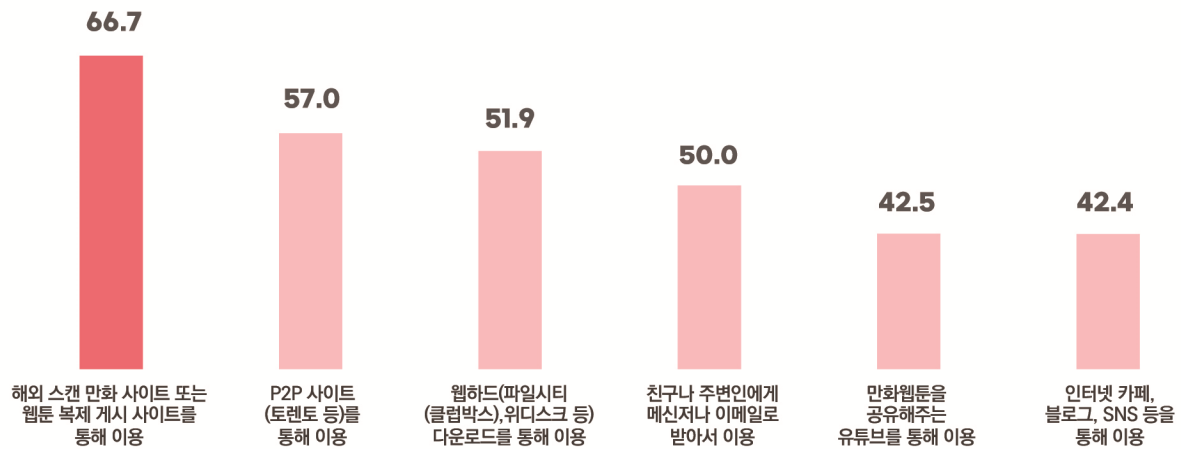


5. 만화·웹툰 불법 이용

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



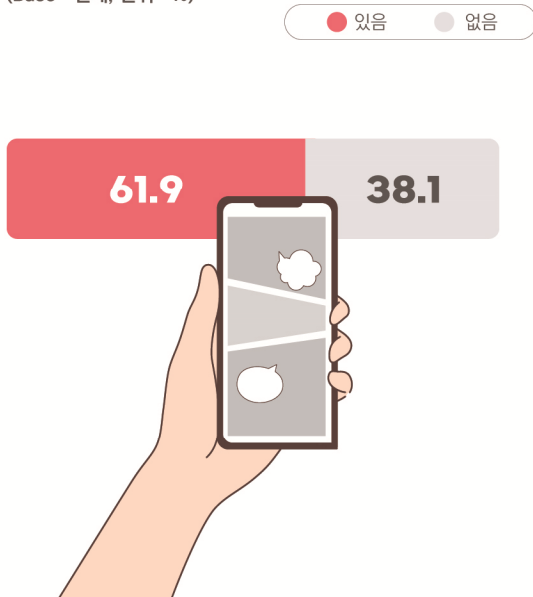
■ 만화·웹툰 불법성 인식 (Base : 웹툰 및 디지털스캔만화 이용자, 단위 : %(불법 인식%))



6. 만화·웹툰 IP 확장

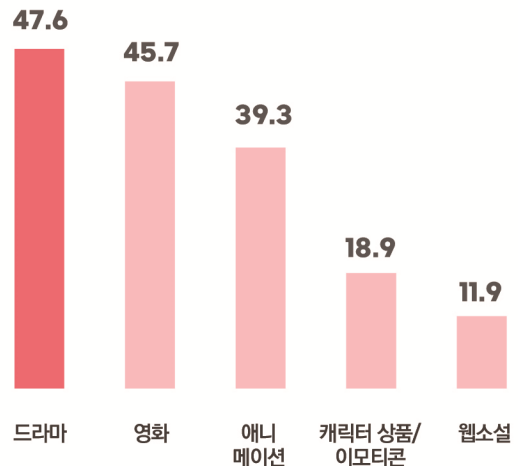
■ 만화·웹툰 2차적 저작물 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)



■ 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠 TOP5

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))



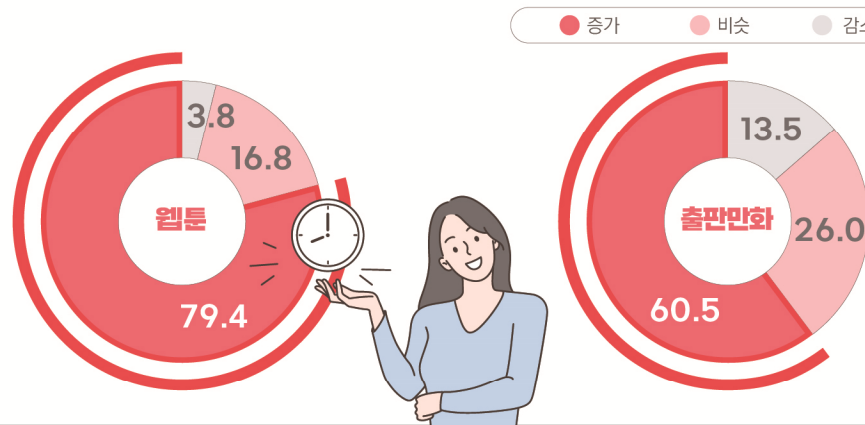
7. 코로나19와 만화·웹툰 이용



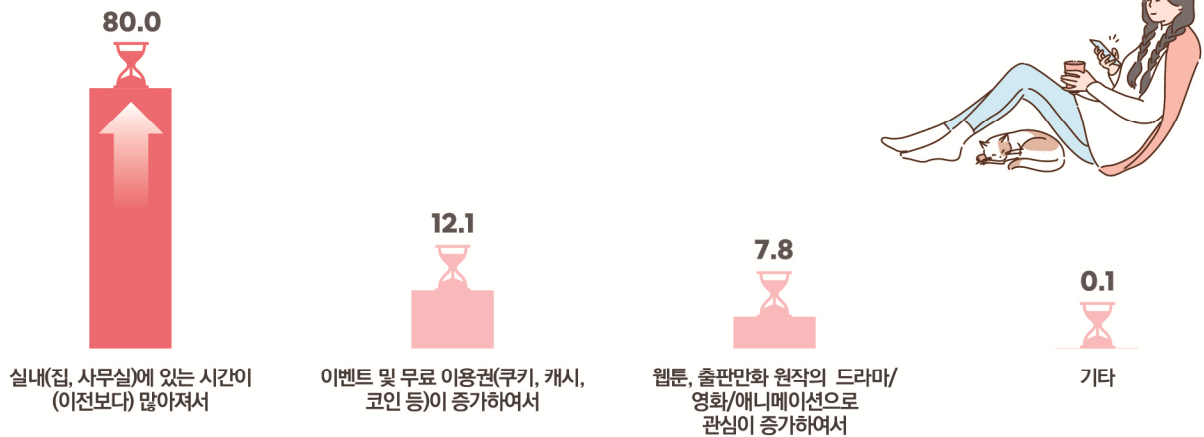
■ 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향 (Base : 전체, 단위 : %)



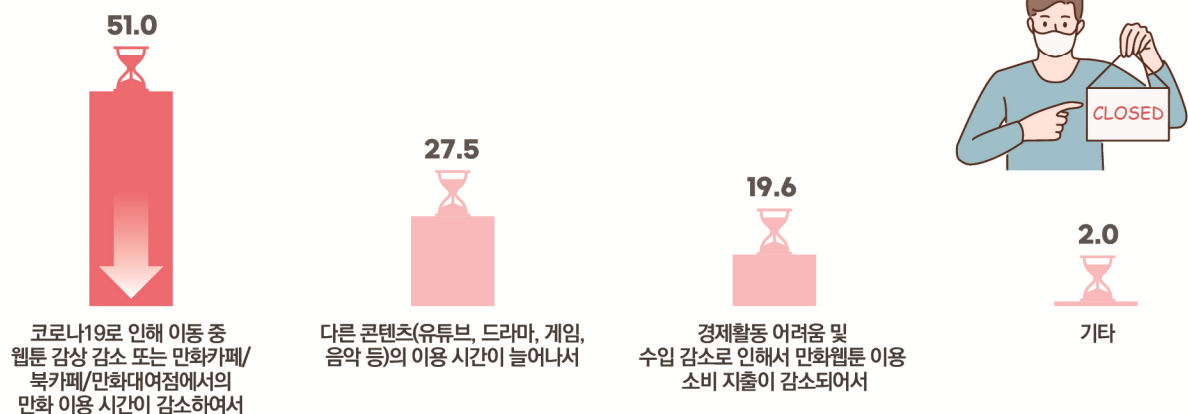
■ 만화·웹툰 이용 시간 증가 (Base : 코로나19 영향 있는 만화·웹툰 이용자, 단위 : %)



■ 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유 (Base : 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 응답자, 단위 : %)



■ 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유 (Base : 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 응답자, 단위 : %)



목

차

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 6
4. 응답자 특성 10
5. 자료 처리 방법 12
6. 결과 해석 시 유의사항 12

제2장. 조사 결과 13

제1절. 만화·웹툰 이용 현황 15

1. 만화·웹툰 이용 빈도 15
2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험 16
 - 2-1. 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험 16
 - 2-2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험 18
3. 웹툰 대 출판만화 이용 비율 19

제2절. 웹툰 이용 20

1. 웹툰 이용 경험 전반 20
 - 1-1. 웹툰 이용 빈도 20
 - 1-2. 웹툰 정보 획득 경로 21
 - 1-3. 웹툰 감상 시간대 23
 - 1-4. 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수 25
 - 1-5. 웹툰 주 이용 장소 26
 - 1-6. 웹툰 주 이용 기기 27
 - 1-7. 웹툰 주 이용 서비스 28
 - 1-8. 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유 29
 - 1-9. 즐겨보는 웹툰 작품 유무 30
 - 1-10. 즐겨보는 웹툰 작품명 31
 - 1-11. 웹툰 이용 시 고려 기준 32
 - 1-12. 즐겨보는 웹툰 장르 34
2. 웹툰 유료 이용 35
 - 2-1. 웹툰 유료 결제 경험 35
 - 2-2. 웹툰 유료 결제 빈도 36
 - 2-3. 웹툰 유료 결제 방식 37
 - 2-4. 웹툰 월평균 지출 비용 38
 - 2-5. 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법 39

목

차

2-6. 향후 웹툰 유료 결제 의향	40
2-7. 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	41
2-8. 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향	42
2-9. 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	43
3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매	44
3-1. 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	44
3-2. 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	45
3-3. 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	46
제3절. 출판만화 이용	47
1. 출판만화 이용 경험 전반	47
1-1. 출판만화 이용 빈도	47
1-2. 출판만화 주 이용 장소	48
1-3. 즐겨보는 출판만화 작품 유무	49
1-4. 즐겨보는 출판만화 작품명	50
1-5. 출판만화 이용 시 고려 기준	51
1-6. 즐겨보는 출판만화 장르	53
1-7. 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율	54
2. 출판만화 구매	55
2-1. 출판만화 구매 경험	55
2-2. 출판만화 구매 주기	56
2-3. 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	57
2-4. 출판만화 구매 이유	58
2-5. 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	60
3. 출판만화 대여/열람	61
3-1. 출판만화 대여/열람 경험	61
3-2. 출판만화 대여/열람 주기	62
3-3. 출판만화 대여/열람 시 이용 방법	63
3-4. 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용	64
3-5. 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용	65
제4절. 만화·웹툰 불법 이용	66
1. 만화·웹툰 불법 이용 경험	66
2. 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수	67
3. 만화·웹툰 불법성 인식	69
4. 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	70
제5절. 만화·웹툰 IP 확장	71
1. 만화·웹툰 2차적 저작물	71
1-1. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	71
1-2. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	72

목

차

2. IP 확장	73
2-1. 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험	73
2-2. 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	74
제6절. 코로나19와 만화·웹툰 이용	75
1. 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향	75
2. 만화·웹툰 이용 변화	76
2-1. 만화·웹툰 이용 시간 증감	76
2-2. 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유	77
2-3. 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유	78
3. 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감	79
4. 만화·웹툰 유료 이용 증감	80
5. 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감	81
6. 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감	82
7. 코로나19 이후 만화카페 방문 증감	83
제7절. 만화·웹툰 이용자 FGI 결과	84
1. 웹툰 이용 현황	84
1-1. 웹툰 이용	84
1-2. 웹툰 선택 기준	86
1-3. 웹툰 이용 시 아쉬운 점	87
1-4. 웹툰 유료 결제	88
1-5. 웹툰 단행본 및 굿즈 구매 / IP 확장	89
1-6. 코로나19 이후 웹툰 이용 변화	90
2. 출판만화 이용 현황	91
2-1. 출판만화 이용	91
2-2. 출판만화 선택 기준	92
2-3. 출판만화 구매 / 캐릭터 구매 / IP 확장	92
3. 만화·웹툰 불법 이용 관련	93
4. 만화·웹툰 이용 관련 전반적인 개선사항	93
제3장. 시사점	95
1. 코로나19로 인한 만화·웹툰 이용 빈도, 장소, 유료 이용의 변화	97
2. 웹툰 주 이용 서비스(플랫폼)의 변화	99
3. 웹툰 유료 결제와 자동 결제(구독형) 서비스 현황	100
4. VR 웹툰 이용 현황	102
5. 판타지/SF, 액션/무협, 순정 로맨스 장르 강세	103
6. 만화·웹툰 IP 확장은 드라마, 영화 등의 ‘영상화’ 강세 지속 전망	104
7. 향후 만화·웹툰 트렌드 전망	106

목

차

부록. 설문지 107

- 1. 2021 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 설문지 109
- 2. 2021 만화·웹툰 이용자 FGI 가이드라인 123

표

목

차

<표 2-1-1> 응답자 특성별 만화·웹툰 이용 빈도	15
<표 2-1-2> 응답자 특성별 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험	17
<표 2-1-3> 응답자 특성별 만화·웹툰 형태별 이용 경험	18
<표 2-1-4> 응답자 특성별 웹툰 대 출판만화 이용 비율	19
<표 2-2-1> 응답자 특성별 웹툰 이용 빈도	20
<표 2-2-2> 응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로(1/2)	22
<표 2-2-3> 응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로(2/2)	22
<표 2-2-4> 응답자 특성별 '주중' 웹툰 감상 시간대	24
<표 2-2-5> 응답자 특성별 '주말' 웹툰 감상 시간대	24
<표 2-2-6> 응답자 특성별 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	25
<표 2-2-7> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 장소	26
<표 2-2-8> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 기기	27
<표 2-2-9> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스	28
<표 2-2-10> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	29
<표 2-2-11> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품 유무	30
<표 2-2-12> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품명	31
<표 2-2-13> 응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 외부 요소	33
<표 2-2-14> 응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 내부 요소	33
<표 2-2-15> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 장르	34
<표 2-2-16> 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 경험	35
<표 2-2-17> 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 빈도	36
<표 2-2-18> 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 방식	37
<표 2-2-19> 응답자 특성별 웹툰 월평균 지출 비용	38
<표 2-2-20> 응답자 특성별 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	39
<표 2-2-21> 응답자 특성별 향후 웹툰 유료 결제 의향	40
<표 2-2-22> 응답자 특성별 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	41
<표 2-2-23> 응답자 특성별 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향	42
<표 2-2-24> 응답자 특성별 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	43
<표 2-2-25> 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	44
<표 2-2-26> 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	45
<표 2-2-27> 응답자 특성별 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	46
<표 2-3-1> 응답자 특성별 출판만화 이용 빈도	47
<표 2-3-2> 응답자 특성별 출판만화 주 이용 장소	48
<표 2-3-3> 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품 유무	49
<표 2-3-4> 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품명	50
<표 2-3-5> 응답자 특성별 출판만화 이용 시 고려 기준 - 외부 요소	52
<표 2-3-6> 응답자 특성별 출판만화 이용 시 고려 기준 - 내부 요소	52
<표 2-3-7> 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 장르	53
<표 2-3-8> 응답자 특성별 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율	54
<표 2-3-9> 응답자 특성별 출판만화 구매 경험	55
<표 2-3-10> 응답자 특성별 출판만화 구매 주기	56
<표 2-3-11> 응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	57
<표 2-3-12> 응답자 특성별 출판만화 구매 이유	59

표

목

차

<표 2-3-13> 응답자 특성별 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	60
<표 2-3-14> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 경험	61
<표 2-3-15> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 주기	62
<표 2-3-16> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 시 이용 방법	63
<표 2-3-17> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용	64
<표 2-3-18> 응답자 특성별 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용	65
<표 2-4-1> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 경험	66
<표 2-4-2> 응답자 특성별 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수(1/2)	68
<표 2-4-3> 응답자 특성별 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수(2/2)	68
<표 2-4-4> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법성 인식	69
<표 2-4-5> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	70
<표 2-5-1> 응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	71
<표 2-5-2> 응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	72
<표 2-5-3> 응답자 특성별 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험	73
<표 2-5-4> 응답자 특성별 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	74
<표 2-6-1> 응답자 특성별 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향	75
<표 2-6-2> 응답자 특성별 만화·웹툰 이용 시간 증감	76
<표 2-6-3> 응답자 특성별 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유	77
<표 2-6-4> 응답자 특성별 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유	78
<표 2-6-5> 응답자 특성별 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감	79
<표 2-6-6> 응답자 특성별 만화·웹툰 유료 이용 증감	80
<표 2-6-7> 응답자 특성별 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감	81
<표 2-6-8> 응답자 특성별 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감	82
<표 2-6-9> 응답자 특성별 코로나19 이후 만화카페 방문 증감	83

그

림

목

차

[그림 2-1-1] 만화·웹툰 이용 빈도	15
[그림 2-1-2] 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험	16
[그림 2-1-3] 만화·웹툰 형태별 이용 경험	18
[그림 2-1-4] 웹툰 대 출판만화 이용 비율	19
[그림 2-2-1] 웹툰 이용 빈도	20
[그림 2-2-2] 웹툰 정보 획득 경로	21
[그림 2-2-3] 웹툰 감상 시간대	23
[그림 2-2-4] 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	25
[그림 2-2-5] 웹툰 주 이용 장소	26
[그림 2-2-6] 웹툰 주 이용 기기	27
[그림 2-2-7] 웹툰 주 이용 서비스	28
[그림 2-2-8] 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	29
[그림 2-2-9] 즐겨보는 웹툰 작품 유무	30
[그림 2-2-10] 즐겨보는 웹툰 작품명	31
[그림 2-2-11] 웹툰 이용 시 고려 기준	32
[그림 2-2-12] 즐겨보는 웹툰 장르	34
[그림 2-2-13] 웹툰 유료 결제 경험	35
[그림 2-2-14] 웹툰 유료 결제 빈도	36
[그림 2-2-15] 웹툰 유료 결제 방식	37
[그림 2-2-16] 웹툰 월평균 지출 비용	38
[그림 2-2-17] 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	39
[그림 2-2-18] 향후 웹툰 유료 결제 의향	40
[그림 2-2-19] 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	41
[그림 2-2-20] 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향	42
[그림 2-2-21] 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	43
[그림 2-2-22] 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	44
[그림 2-2-23] 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유	45
[그림 2-2-24] 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향	46
[그림 2-3-1] 출판만화 이용 빈도	47
[그림 2-3-2] 출판만화 주 이용 장소	48
[그림 2-3-3] 즐겨보는 출판만화 작품 유무	49
[그림 2-3-4] 즐겨보는 출판만화 작품명	50
[그림 2-3-5] 출판만화 이용 시 고려 기준	51
[그림 2-3-6] 즐겨보는 출판만화 장르	53
[그림 2-3-7] 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율	54
[그림 2-3-8] 출판만화 구매 경험	55
[그림 2-3-9] 출판만화 구매 주기	56
[그림 2-3-10] 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	57
[그림 2-3-11] 출판만화 구매 이유	58
[그림 2-3-12] 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	60
[그림 2-3-13] 출판만화 대여/열람 경험	61
[그림 2-3-14] 출판만화 대여/열람 주기	62
[그림 2-3-15] 출판만화 대여/열람 시 이용 방법	63

그

림

목

차

[그림 2-3-16] 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용	64
[그림 2-3-17] 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용	65
[그림 2-4-1] 만화·웹툰 불법 이용 경험	66
[그림 2-4-2] 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수	67
[그림 2-4-3] 만화·웹툰 불법성 인식	69
[그림 2-4-4] 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향	70
[그림 2-5-1] 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	71
[그림 2-5-2] 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도	72
[그림 2-5-3] 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험	73
[그림 2-5-4] 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	74
[그림 2-6-1] 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향	75
[그림 2-6-2] 만화·웹툰 이용 시간 증감	76
[그림 2-6-3] 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유	77
[그림 2-6-4] 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유	78
[그림 2-6-5] 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감	79
[그림 2-6-6] 만화·웹툰 유료 이용 증감	80
[그림 2-6-7] 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감	81
[그림 2-6-8] 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감	82
[그림 2-6-9] 코로나19 이후 만화카페 방문 증감	83

|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 있음.

제2절. 조사 체계

1. 최근 3년 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항

- 만화·웹툰 이용자 실태조사는 2019년에는 유효표본 3,000명 실시, 2020년에는 유효표본 3,000명 실시와 60대의 콘텐츠 이용이 점차 활발해지는 추세를 반영하여 수도권 거주 60대 200명을 대상으로 시범조사를 실시하였음.
- 2021년 조사부터는 60대를 모집단에 포함하여 유효표본 3,200명으로 확대 실시하였음.
- 온라인 설문조사와 함께 소규모 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 2019년 2그룹에서 2020년 4그룹으로 확대 실시하였으며, 2021년 또한 전년도 조사 방법을 유지함.
- 표본 추출 방법은 인구 구성비에 따라 조사 협조 메일을 발송한 후 콘텐츠 이용 여부에 따라 목표 표본이 완료될 때까지 조사를 진행하는 방법을 유지함.

<표 1-2-1> 만화·웹툰 이용자 실태조사 주요 변경 및 유지 사항

구분	2019년	2020년	2021년	주요 변경 사항 및 유지 사항 (2020년 대비)
목표 모집단	• 만 10~59세 전국 17개 시도 거주자		• 만 10~69세 전국 17개 시도 거주자	60대를 목표 모집단에 추가
표본 규모	• 유효표본 3,000명	• 유효표본 3,000명+ 수도권 거주 60대 200명 시범조사	• 유효표본 3,200명	60대 포함하여 표본 규모 확대
조사 방법	• 온라인 조사 + 소규모 FGI 진행(2그룹)	• 온라인 조사 + 소규모 FGI 진행(4그룹)		조사 방법 유지
표본 추출 방법	• 인구 구성비에 따라 조사 협조 메일 발송 후 만화·웹툰 콘텐츠 이용 여부에 따라 유효 여부 확정하여 목표 표본 완료 시까지 진행			표본 추출 방법 유지

2. 조사 설계

- 본 조사의 대상자는 전국에 거주하는 만 10세부터 만 69세 이하의 국민 중 최근 1년 동안 만화·웹툰 콘텐츠를 ‘2~3개월에 1회 이상’ 이용한 경험자임.
- 조사의 표집틀은 조사 수행 기관((주)글로벌리서치)이 보유한 전국 조사 패널 117만 명을 표집틀로 하여, 2021년 6월 기준 통계청 주민등록 인구통계 자료의 지역별, 성별, 연령별 인구 구성 비율에 따라 온라인조사 메일을 발송한 후, 만화·웹툰 콘텐츠 이용 여부에 따라 목표 표본이 완료될 때까지 조사를 진행하였음.
- 조사 주기는 연 1회이며, 콘텐츠 이용 조사 내용에 대한 응답 기준은 별도의 언급이 없을 경우 2020년 7월~2021년 7월(최근 1년) 기간이었음.
- 자료 수집은 2021년 7~8월 기간(2021.7.26.~2021.8.13.)에 온라인 설문조사 방법을 통해 이루어짐.
- 수집된 자료는 전문 검증 과정에 따라 에디팅, 클리닝 과정을 거쳤고, 이 과정에서 자료의 신뢰성이 의심될 경우 응답 자료를 보완하거나 폐기하였음.

〈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 콘텐츠 ‘2~3개월에 1회 이상’ 이용자
조사 지역	• 전국
자료 수집 방법	• 구조화된 설문지를 통한 온라인 설문조사
표집틀	• 2021년 6월 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 $\pm 1.73\%p$
유효표본	• 3,200명
자료 수집 기간	• 2021년 7~8월(2021.7.26.~2021.8.13.)
조사 주관	• 한국콘텐츠진흥원
조사 수행	• (주)글로벌리서치

- 소규모 포커스 그룹 인터뷰(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	<ul style="list-style-type: none"> • 1그룹 : 10대 남성(5명) • 2그룹 : 10대 여성(5명) • 3그룹 : 20~30대 남성(5명) • 4그룹 : 20~30대 여성(4명)
조사 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 1그룹 : 2021년 9월 4일(토) 오전 11시 • 2그룹 : 2021년 9월 4일(토) 오후 2시 • 3그룹 : 2021년 9월 7일(화) 오후 7시 30분 • 4그룹 : 2021년 9월 8일(수) 오후 7시 30분

3. 조사 내용

3-1. 만화·웹툰 콘텐츠 의미

- 『2021 만화·웹툰 이용자 실태조사』에서의 만화·웹툰은 웹툰(디지털페이지만화 포함)과 출판만화(디지털스캔만화 포함)로 구분하였음.
- TV/극장/온라인에서 보는 만화영화(애니메이션)와 학습만화는 만화·웹툰에 해당하지 않음.

〈표 1-2-4〉 만화·웹툰 콘텐츠 의미

대분류	유형	수단 또는 서비스
웹툰 (디지털페이지만화 포함)	포털사이트	네이버웹툰, 다음웹툰
	웹툰 전문 플랫폼	카카오페이지, 네이버시리즈, 레진코믹스, 탑툰, 투믹스, 붐툰, 무툰, 케이툰, 배틀코믹스, 버프툰, 미스터블루, 저스툰, 태피툰, 만화경, 미툰, 원스토어, 피너툰, 코미코, 폭스툰 등
	VR 웹툰 전문 플랫폼	스피어툰, 코믹스브이 등
	만화 출판사 사이트	학산문화사, 대원씨아이 등
	신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	오픈마켓/SNS	포스타입, 딜리헵 등의 오픈마켓, SNS(인스타그램, 블로그 등)
	웹하드, 유튜브 등	위디스크 등의 웹하드, 유튜브 등
	온라인 서점 플랫폼	리디북스, 교보문고e-book, 북큐브, 예스24 등
출판만화	디지털스캔만화	출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화(스캔만화 = 출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)
	오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정 코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 드래곤볼, 하이큐, 원펀맨, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라 등
	정기연재물	찬스플러스, 파티, 코믹챔프, 이슈 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화

주 1) 웹툰 : 세로스크롤 연출의 컬러 채색된 형식의 만화를 지칭
 2) 디지털페이지만화 : 페이지 연출의 컬러 채색된 만화를 지칭
 3) 디지털스캔만화 : 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화
 4) 다음웹툰에서 카카오페이로 플랫폼 명이 변경(2021년 8월) 되기 이전에 조사가 실시되었음

3-2. 온라인 설문조사 내용

- 『2021 만화·웹툰 이용자 실태조사』는 만화·웹툰에 대한 인식, 매체별 이용 및 구매 행태 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·보완하였음.

〈표 1-2-5〉 만화·웹툰 이용자 온라인 설문조사 내용

대분류	중분류	내용	비고
응답자 일반 현황	지역	전국 17개 시도	
	성별	남성/여성	
	연령	만 10~69세 국내 거주 만화·웹툰 이용자	변경
	만화·웹툰 이용 빈도	거의 매일~2~3개월에 한 번	변경
만화·웹툰 이용 현황		만화·웹툰 형태별 이용 경험	변경
		웹툰 대 출판만화 이용 비율(웹툰과 출판만화 동시 이용자)	
웹툰 이용	웹툰 이용 경험 전반	웹툰 이용 빈도	변경
		웹툰 정보 획득 경로	변경
		웹툰 감상 시간대	
		일주일당 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수	신규
		웹툰 주 이용 장소	
		웹툰 주 이용 기기	변경
		웹툰 주 이용 서비스	변경
웹툰 이용	웹툰 이용 경험 전반	웹툰 주 이용 서비스 이용 이유	신규
		즐거보는 웹툰 작품 유무	
		즐거보는 웹툰 작품명	
		웹툰 이용 시 고려 기준	변경
		즐거보는 웹툰 장르	변경
	웹툰 유료 이용	웹툰 유료 결제 경험	
		웹툰 유료 결제 빈도	
		웹툰 유료 결제 방식	변경
		웹툰 월평균 지출 비용	
		웹툰 유료 상품 무료 이용 방법	변경
		향후 웹툰 유료 결제 의향	
		향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	
		향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향	신규
	향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	신규	
	웹툰 오프라인 단행본 구매 관련	웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	
웹툰 오프라인 단행본 구매 이유		변경	
향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향			

대분류	중분류	내용	비고
출판만화 이용	출판만화 이용 경험 전반	출판만화 이용 빈도	
		출판만화 주 이용 장소	
		즐거보는 출판만화 작품 유무	
		즐거보는 출판만화 작품명	
		출판만화 이용 시 고려 기준	변경
		즐거보는 출판만화 장르	변경
		교양/지식 목적 출판만화 이용 비율	
	출판만화 구매 관련	출판만화 구매 경험	
		출판만화 구매 주기	
		출판만화 구매 시 월평균 지출 비용	
		출판만화 구매 이유	
		향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용	신규
	출판만화 대여/열람 관련	출판만화 대여/열람 경험	
		출판만화 대여/열람 주기	
		출판만화 대여/열람 시 이용 방법	변경
출판만화 대여/열람 월평균 지출 비용			
향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용		신규	
만화·웹툰 불법 이용	만화·웹툰 불법 이용 경험		변경
	불법 만화·웹툰 일주일 이용 회차(에피소드 기준) 수		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	웹툰 원작 타 장르 콘텐츠 이용 경험	신규
		웹툰 원작 2차적 저작물 만족도	신규
	IP 확장	만화·웹툰 등장 캐릭터 상품 구매 경험	변경
		만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠	신규
코로나19와 만화·웹툰 이용	코로나19의 만화·웹툰 이용 영향		신규
	만화·웹툰 이용 시간 변화		변경
	만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증감 이유		
	만화·웹툰 몰아보는 경우 증감		
	만화·웹툰 유료 이용 증감		
	코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감		
	코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감		신규
	코로나19 이후 만화카페 방문 증감		신규

3-3. FGI 내용

- 만화·웹툰 이용자 실태를 심층적으로 파악하기 위해 FGI를 병행하였으며, 본 콘텐츠 이용 빈도가 비교적 높은 그룹, 콘텐츠 유료 결제 빈도 및 지출 비용이 상대적으로 높은 그룹 등을 대상으로, 만화·웹툰 콘텐츠 이용행태에 대한 심층적인 의견을 수렴하였음.

〈표 1-2-6〉 만화·웹툰 이용자 FGI 내용

대분류	중분류	내용
	Warming up	FGI 목적 안내, 진행 방법 소개, 참석자 소개
웹툰 이용 현황	웹툰 이용	웹툰 이용 빈도
		웹툰 감상 장소
		웹툰 이용 기기
		웹툰 주 이용 서비스(플랫폼)
		즐거보는 웹툰 장르
		웹툰 유료 결제
		코로나19 이후 웹툰 이용
	웹툰 선택 기준	웹툰 이용 아쉬운 점
		웹툰 선택 기준
		웹툰 작품 그만 보는 이유
웹툰 단행본 / 캐릭터 구매 / OSMU (IP 확장)	웹툰 내용이나 그림 표현 적절 정도	
	웹툰 댓글 관련	
	웹툰 오프라인 단행본 구매 경험	
	웹툰 관련 굿즈 구매 경험	
출판만화 이용 현황	출판만화 이용	웹소설 원작 웹툰 이용 경험
		웹툰 원작 타 장르 콘텐츠 이용 경험
		출판만화 이용 빈도
		출판만화 감상 장소
		출판만화 이용 아쉬운 점
	출판만화 선택 기준	웹툰과 출판만화 차이점
		디지털스캔만화 이용 경험
		출판만화 즐겨보는 장르
	출판만화 구매 / 캐릭터 구매 / OSMU (IP 확장)	출판만화 교양/지식 목적 이용 비율
		출판만화 선택 기준
출판만화 구매 경험		
출판만화 원작 타 장르 콘텐츠 이용 경험		
출판만화 대여/열람	출판만화 등장 캐릭터 상품 구매 경험	
	출판만화 대여/열람 경험	
	북카페/만화카페/만화방 이용 경험	
불법 이용 관련	출판만화 대여/열람	코로나19 이후 북카페/만화카페/만화방 이용 변화
	불법 이용 관련	만화·웹툰 불법 이용 경험
마무리	마무리	코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 경험
	마무리	마무리, 기타 의견

4. 응답자 특성

4-1. 이용자 실태조사(온라인 설문조사) 응답자 특성

〈표 1-2-7〉 2021 만화·웹툰 이용자 실태조사(온라인 설문조사) 응답자 특성

구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		(3,200)	100.0
성별	남성	(1,610)	50.3
	여성	(1,590)	49.7
연령별	10대	(408)	12.8
	20대	(661)	20.7
	30대	(671)	21.0
	40대	(551)	17.2
	50대	(479)	15.0
	60대	(430)	13.4
지역별	서울	(779)	24.3
	인천/경기	(743)	23.2
	대전/세종/충청	(368)	11.5
	광주/전라	(338)	10.6
	대구/경북	(317)	9.9
	부산/울산/경남	(522)	16.3
	강원/제주	(133)	4.2
이용 빈도별	거의 매일	(761)	23.8
	일주일에 3~4번	(550)	17.2
	일주일에 1~2번	(752)	23.5
	1개월에 2~3번	(483)	15.1
	1개월에 한 번	(317)	9.9
	2~3개월에 한 번	(337)	10.5
이용 형태별	웹툰만 이용	(2,340)	73.1
	웹툰+출판만화 동시 이용	(746)	23.3
	출판만화만 이용	(114)	3.6

4-2. FGI 참석자 프로파일

〈표 1-2-8〉 2021 만화·웹툰 이용자 FGI 참석자 프로파일

구분	그룹 조건	진행일시	No	성명	성별	연령	거주지
1그룹	10대 남성	2021.09.04.(토) 오전 11시	1	고○○	남성	17세	서울
			2	백○○	남성	18세	서울
			3	김○○	남성	18세	서울
			4	백○○	남성	16세	인천
			5	이○○	남성	16세	서울
2그룹	10대 여성	2021.09.04.(토) 오후 2시	1	김○○	여성	16세	서울
			2	정○○	여성	19세	서울
			3	김○○	여성	18세	서울
			4	최○○	여성	17세	경기
			5	강○○	여성	17세	서울
3그룹	20~30대 남성	2021.09.07.(화) 오후 7시 30분	1	고○○	남성	26세	서울
			2	이○○	남성	27세	대구
			3	정○○	남성	36세	서울
			4	김○○	남성	37세	서울
4그룹	20~30대 여성	2021.09.08.(수) 오후 7시 30분	1	황○○	여성	35세	경기
			2	정○○	여성	28세	서울
			3	강○○	여성	26세	서울
			4	최○○	여성	27세	경기
			5	방○○	여성	32세	서울

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 산출하였음.

6. 결과 해석 시 유의사항

- 표본조사의 경우 일정 수준의 표본오차가 발생하므로 반드시 사례 수의 관찰치(Observed Percentage)에 따른 표본오차(Sampling Error)를 고려해야 함.
- 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 있음.
- 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 결과임. 중복응답에 대한 집계는 통상 100.0%를 초과하지만 간혹 100.0%에 미치지 못하는 경우도 있음.
- 통계표에 사용된 기호 중 ‘ - ’은 ‘해당 숫자 없음’을, ‘ 0 ’은 ‘단위 미만’을 의미함.
- 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 함.
- 『2021 만화·웹툰 이용자 실태조사』부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와의 비교를 위해 ‘60대 미만’까지의 결과를 응답자 특성별 표에 별도로 제시하였음.
- 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 표기하였음.

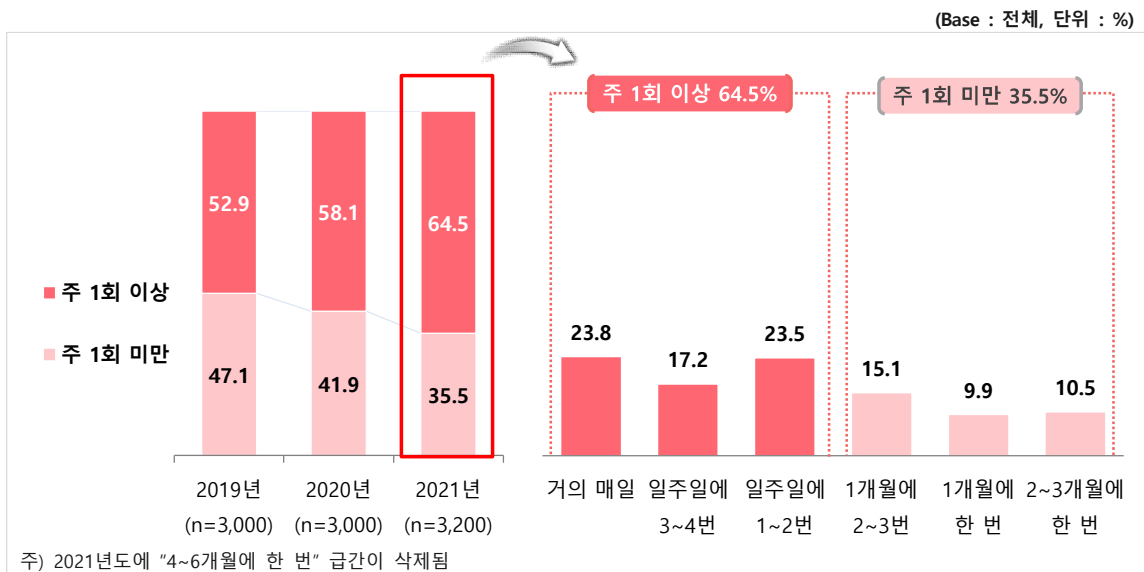
|제2장| 조사 결과



제1절. 만화·웹툰 이용 현황

1. 만화·웹툰 이용 빈도

- 만화·웹툰 이용 빈도는 '주 1회 이상'이 64.5%로 나타났으며, 2019년 이후 계속해서 증가 추세임.(2019년 52.9% → 2020년 58.1% → 2021년 64.5%)
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성이 여성에 비해 '주 1회 이상' 만화·웹툰 이용 비율이 비교적 높으며, 연령대가 낮을수록 '주 1회 이상' 만화·웹툰 이용 비율이 증가함.



[그림 2-1-1] 만화·웹툰 이용 빈도

<표 2-1-1> 응답자 특성별 만화·웹툰 이용 빈도

(Base : 전체, 단위 : %)

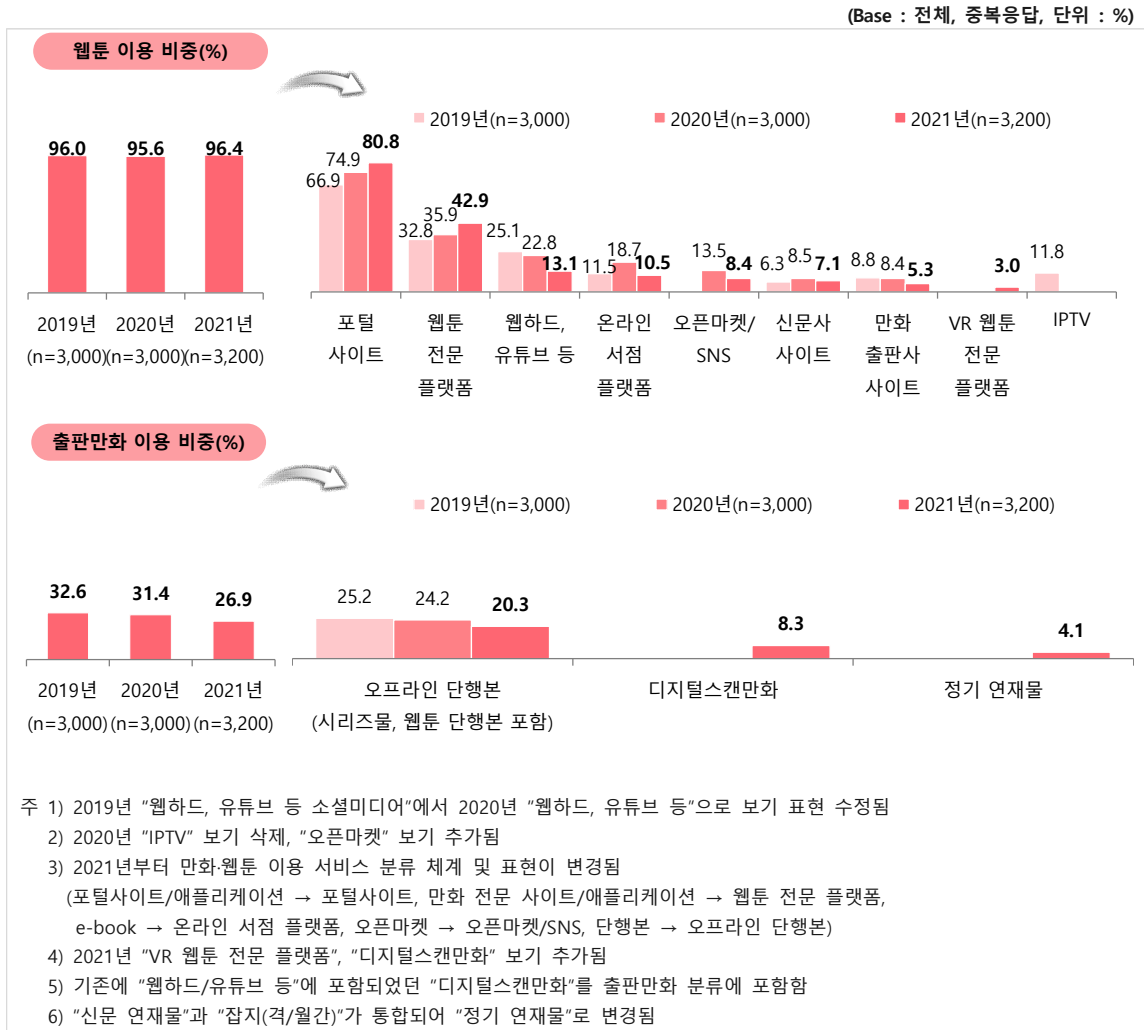
구분	사례 수	주 1회 이상	주 1회 이상			주 1회 미만	주 1회 미만			
			거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번		1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4~6개월에 한 번
연도별	2019년 (3,000)	52.9	18.7	14.6	19.6	47.1	18.2	12.0	8.4	8.5
	2020년 (3,000)	58.1	19.9	15.2	23.0	41.9	16.4	10.0	7.6	7.9
	2021년 (3,200)	64.5	23.8	17.2	23.5	35.5	15.1	9.9	10.5	-
성별	남성 (1,610)	65.7	23.9	17.6	24.3	34.3	14.8	9.9	9.5	-
	여성 (1,590)	63.2	23.7	16.8	22.7	36.8	15.3	9.9	11.6	-
연령별	10대 (408)	73.5	29.2	21.3	23.0	26.5	13.5	6.6	6.4	-
	20대 (661)	73.2	35.6	18.0	19.7	26.8	11.8	9.1	5.9	-
	30대 (671)	68.4	26.1	19.1	23.2	31.6	15.5	8.9	7.2	-
	40대 (551)	63.9	23.4	17.6	22.9	36.1	16.7	8.9	10.5	-
	50대 (479)	52.0	13.8	13.6	24.6	48.0	16.7	13.4	18.0	-
	60대 (430)	50.9	8.6	12.6	29.8	49.1	17.2	13.3	18.6	-
60대 미만 (2,770)	66.6	26.1	17.9	22.5	33.4	14.8	9.4	9.3	-	

주) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와의 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)

2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험

2-1. 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험

- 만화·웹툰 이용 유형은 ‘웹툰’이 96.4%, ‘출판만화’가 26.9%임.
- ‘웹툰’ 중에서는 ‘포털사이트’ 이용 경험이 80.8%로 가장 높고, ‘웹툰 전문 플랫폼’ 42.9%, ‘웹하드, 유튜브 등’이 13.1% 순으로 높음.
- ‘출판만화’ 중에서는 ‘오프라인 단행본(시리즈물, 웹툰 단행본 포함)’ 이용 경험이 20.3%로 가장 높음.



[그림 2-1-2] 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험

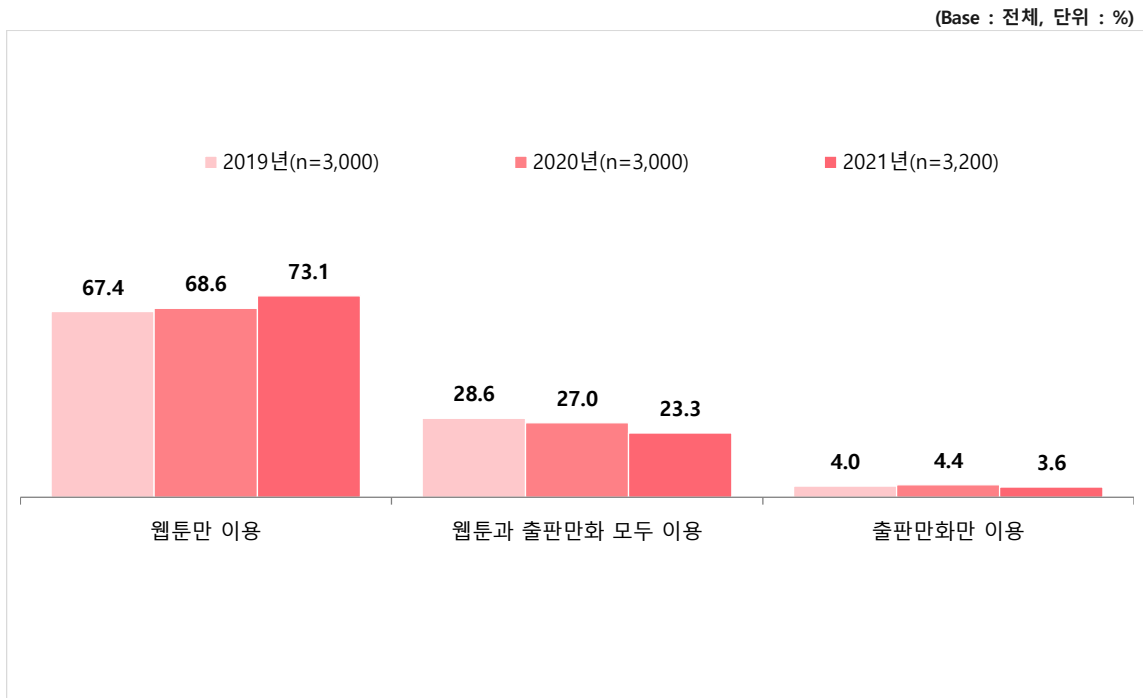
〈표 2-1-2〉 응답자 특성별 세부 유형별 만화·웹툰 이용 경험

(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	만화·웹툰 이용 경험									기타			
		웹툰	포털 사이트	웹툰 전문 플랫폼	웹하드, 유튜브 등	온라인 서점 플랫폼	오픈마켓/SNS	신문사 사이트	만화 출판사 사이트	VR 웹툰 전문 플랫폼	출판 만화	오프라인 단행본	디지털 스캔 만화	정기 연재물
전체	(3,200)	96.4	80.8	42.9	13.1	10.5	8.4	7.1	5.3	3.0	26.9	20.3	8.3	4.1
성별	남성 (1,610)	97.0	80.4	42.9	14.6	8.0	6.9	8.9	5.8	3.7	27.8	20.0	9.2	4.5
	여성 (1,590)	95.9	81.3	43.0	11.5	13.1	9.9	5.2	4.8	2.3	26.0	20.7	7.3	3.7
연령별	10대 (408)	96.6	81.6	46.6	18.4	15.9	15.7	5.1	7.8	4.4	37.7	28.7	11.8	5.1
	20대 (661)	98.0	88.0	49.8	9.7	13.9	12.6	4.5	7.4	3.8	30.0	24.7	9.1	4.2
	30대 (671)	96.1	82.0	45.5	9.7	11.3	7.2	3.7	4.9	3.4	24.4	18.0	8.9	3.0
	40대 (551)	97.5	79.7	43.7	11.1	7.3	3.4	5.4	4.4	1.5	21.4	17.1	6.0	2.5
	50대 (479)	95.0	75.6	37.0	16.9	6.3	5.0	8.6	3.3	2.5	23.6	17.3	5.8	4.2
	60대 (430)	94.7	74.7	30.7	16.7	7.9	7.0	18.6	3.7	2.3	26.3	17.0	8.1	6.5
	60대 미만 (2,770)	96.7	81.8	44.8	12.5	10.9	8.6	5.3	5.6	3.1	27.0	20.9	8.3	3.7

2-2. 만화·웹툰 형태별 이용 경험

- 만화·웹툰 형태별 이용 경험은 ‘웹툰만 이용’이 73.1%, ‘웹툰과 출판만화 모두 이용’이 23.3%, ‘출판만화만 이용’이 3.6%로 나타남.
- ‘웹툰만 이용’ 응답 비율은 2019년 이후 증가 추세임.
- 연령별로 40대에서 ‘웹툰만 이용’하는 비율이 가장 높고, 50~60대에서는 ‘출판만화만 이용’하는 비율이 비교적 높음. 10대에서는 ‘웹툰과 출판만화 모두 이용’ 비율이 가장 높음.



[그림 2-1-3] 만화·웹툰 형태별 이용 경험

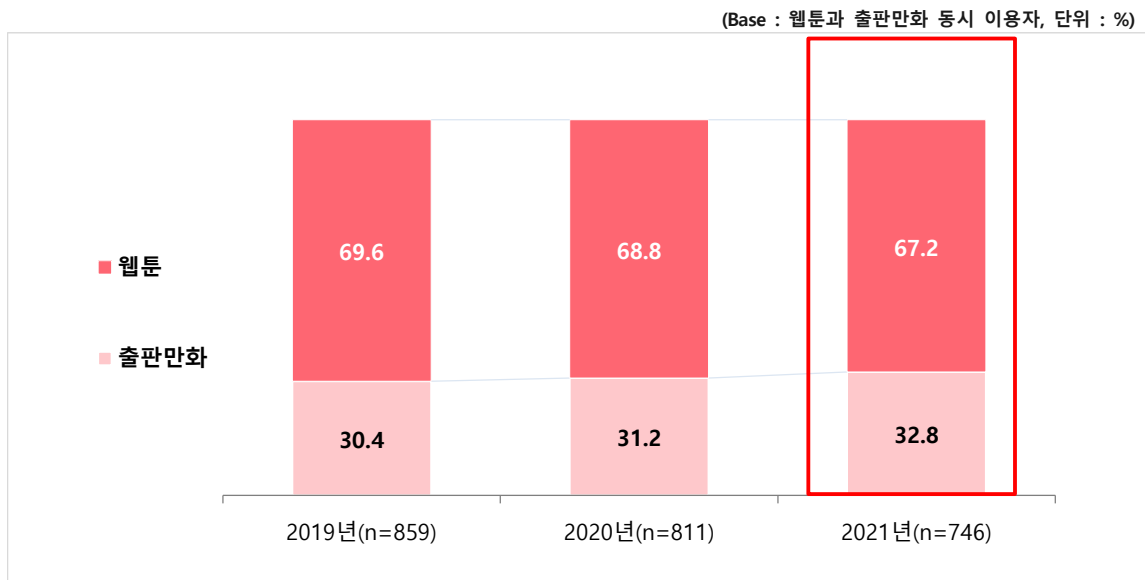
<표 2-1-3> 응답자 특성별 만화·웹툰 형태별 이용 경험

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	웹툰만 이용	웹툰과 출판만화 모두 이용	출판만화만 이용
전체	(3,200)	73.1	23.3	3.6
성별	남성 (1,610)	72.2	24.7	3.0
	여성 (1,590)	74.0	21.9	4.1
연령별	10대 (408)	62.3	34.3	3.4
	20대 (661)	70.0	28.0	2.0
	30대 (671)	75.6	20.6	3.9
	40대 (551)	78.6	18.9	2.5
	50대 (479)	76.4	18.6	5.0
	60대 (430)	73.7	20.9	5.3
	60대 미만 (2,770)	73.0	23.7	3.3

3. 웹툰 대 출판만화 이용 비율

- 웹툰과 출판만화 동시 이용자의 웹툰 대 출판만화 이용 비율은, '웹툰'이 67.2%, '출판만화'가 32.8%로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령별로 '20대'에서는 '웹툰' 이용 비율이 상대적으로 높고, '60대'에서는 '출판만화' 이용 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-1-4] 웹툰 대 출판만화 이용 비율

<표 2-1-4> 응답자 특성별 웹툰 대 출판만화 이용 비율

(Base : 웹툰과 출판만화 동시 이용자, 단위 : %)

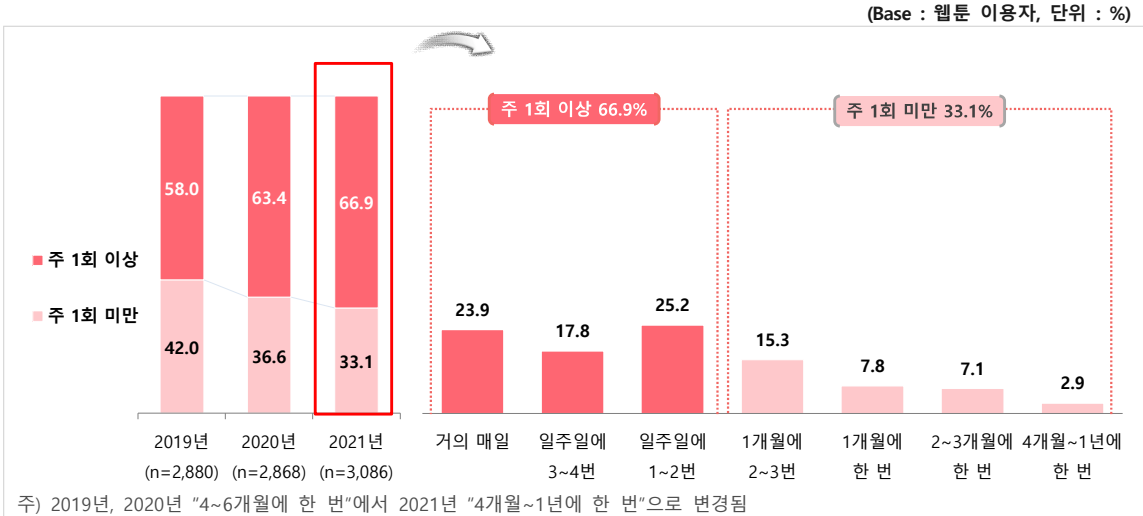
구분	사례 수	웹툰	출판만화
전체	(746)	67.2	32.8
성별	남성 (398)	65.6	34.4
	여성 (348)	69.1	30.9
연령별	10대 (140)	66.7	33.3
	20대 (185)	69.5	30.5
	30대 (138)	68.6	31.4
	40대 (104)	65.0	35.0
	50대 (89)	68.6	31.4
	60대 (90)	62.5	37.5
	60대 미만 (656)	67.9	32.1

제2절. 웹툰 이용

1. 웹툰 이용 경험 전반

1-1. 웹툰 이용 빈도

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 이용 빈도는 ‘주 1회 이상’이 66.9%로 2019년 이후 증가 추세임.(2019년 58.0% → 2020년 63.4% → 2021년 66.9%)
- 10대를 제외하고, 20대 이후부터 연령대가 낮을수록 ‘주 1회 이상’ 웹툰을 이용하는 비율은 증가하는 경향을 보임.



[그림 2-2-1] 웹툰 이용 빈도

<표 2-2-1> 응답자 특성별 웹툰 이용 빈도

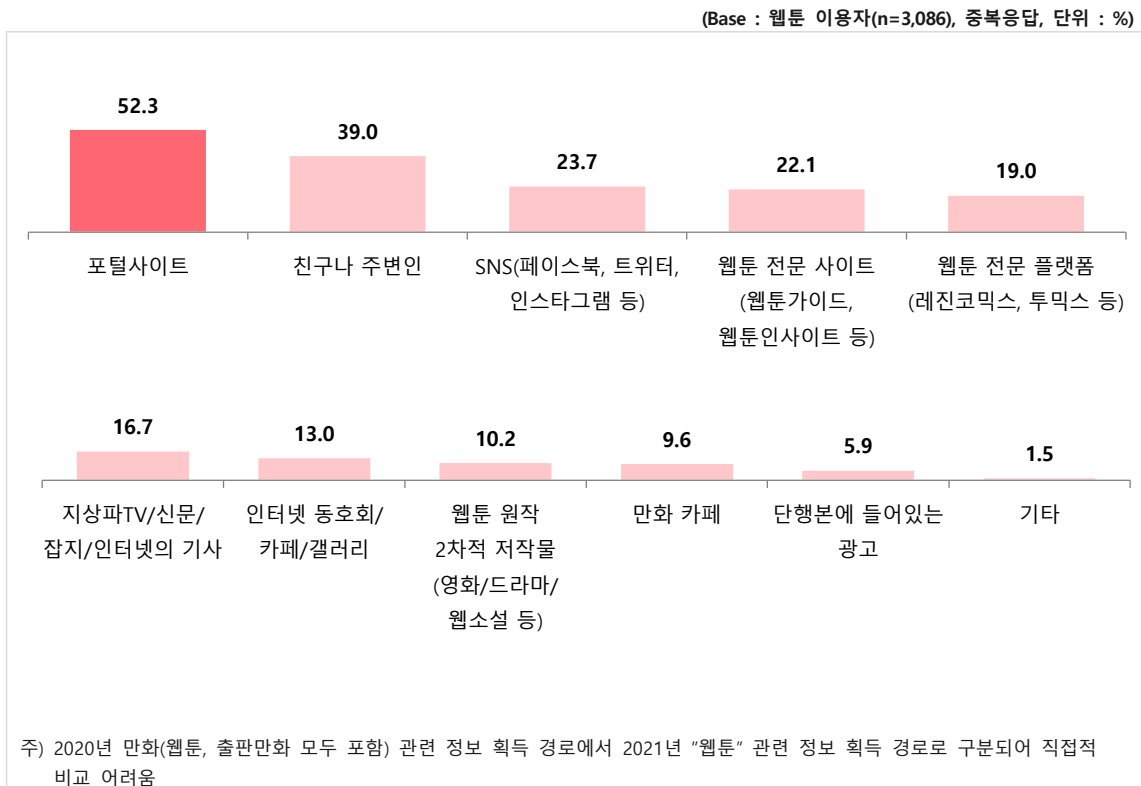
(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

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	2019년 (2,880)	58.0	17.8	16.0	24.1	42.0	18.4	8.2	6.8	8.7	
	2020년 (2,868)	63.4	21.2	16.1	26.1	36.6	17.9	7.5	5.9	5.3	
	2021년 (3,086)	66.9	23.9	17.8	25.2	33.1	15.3	7.8	7.1	2.9	
성별	남성 (1,561)	67.5	23.7	17.6	26.3	32.5	15.3	7.9	6.8	2.5	
	여성 (1,525)	66.3	24.1	18.1	24.1	33.7	15.3	7.7	7.3	3.4	
연령별	10대 (394)	74.4	30.7	20.1	23.6	25.6	12.2	6.1	5.1	2.3	
	20대 (648)	74.8	36.1	18.1	20.7	25.2	12.0	6.9	4.3	1.9	
	30대 (645)	73.5	26.0	19.5	27.9	26.5	13.6	5.7	4.3	2.8	
	40대 (537)	65.7	21.6	19.2	25.0	34.3	18.4	6.0	7.6	2.2	
	50대 (455)	54.7	13.2	15.6	25.9	45.3	18.2	11.9	11.0	4.2	
	60대 (407)	51.8	9.6	13.3	29.0	48.2	18.7	11.8	12.5	5.2	
60대 미만 (2,679)	69.2	26.1	18.5	24.6	30.8	14.8	7.2	6.2	2.6		

주 1) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와의 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)
 2) 2019년, 2020년 "4~6개월에 한 번"과 2021년 "4개월~1년에 한 번"을 비교함

1-2. 웹툰 정보 획득 경로

- 웹툰 이용자(n=3,086)들은 웹툰 관련 정보를 ‘포털사이트(52.3%)’에서 가장 많이 획득하는 것으로 나타남.
- 그다음으로, ‘친구나 주변인(39.0%)’, ‘SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)(23.7%)’ 등의 순으로 웹툰과 관련된 정보를 획득함.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 대비 여성이 ‘친구나 주변인’, ‘SNS’, ‘지상파 TV/신문/잡지/인터넷의 기사’, ‘웹툰 원작 2차적 저작물’을 통해 웹툰 정보를 획득하는 비율이 상대적으로 높음.
- 연령대가 낮을수록 ‘친구나 주변인’을 통해 정보를 획득하는 비율이 증가하는 경향을 보임.



[그림 2-2-2] 웹툰 정보 획득 경로

〈표 2-2-2〉 응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로(1/2)

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	포털사이트	친구나 주변인	SNS (페이스북, 트위터, 인스타그램 등)	웹툰 전문 사이트 (웹툰가이드, 웹툰인사이드 등)	웹툰 전문 플랫폼 (레진코믹스, 투믹스 등)
전체	(3,086)	52.3	39.0	23.7	22.1	19.0
성별	남성 (1,561)	55.2	34.7	21.8	24.2	19.6
	여성 (1,525)	49.4	43.4	25.6	20.0	18.3
연령별	10대 (394)	41.1	52.3	36.0	25.6	18.8
	20대 (648)	46.6	46.0	31.3	23.8	23.1
	30대 (645)	49.8	41.6	19.1	18.3	21.4
	40대 (537)	55.5	34.5	14.3	23.6	16.9
	50대 (455)	62.9	30.5	20.7	20.7	18.5
	60대 (407)	60.4	26.3	22.4	21.9	11.8
	60대 미만 (2,679)	51.1	40.9	23.9	22.2	20.0

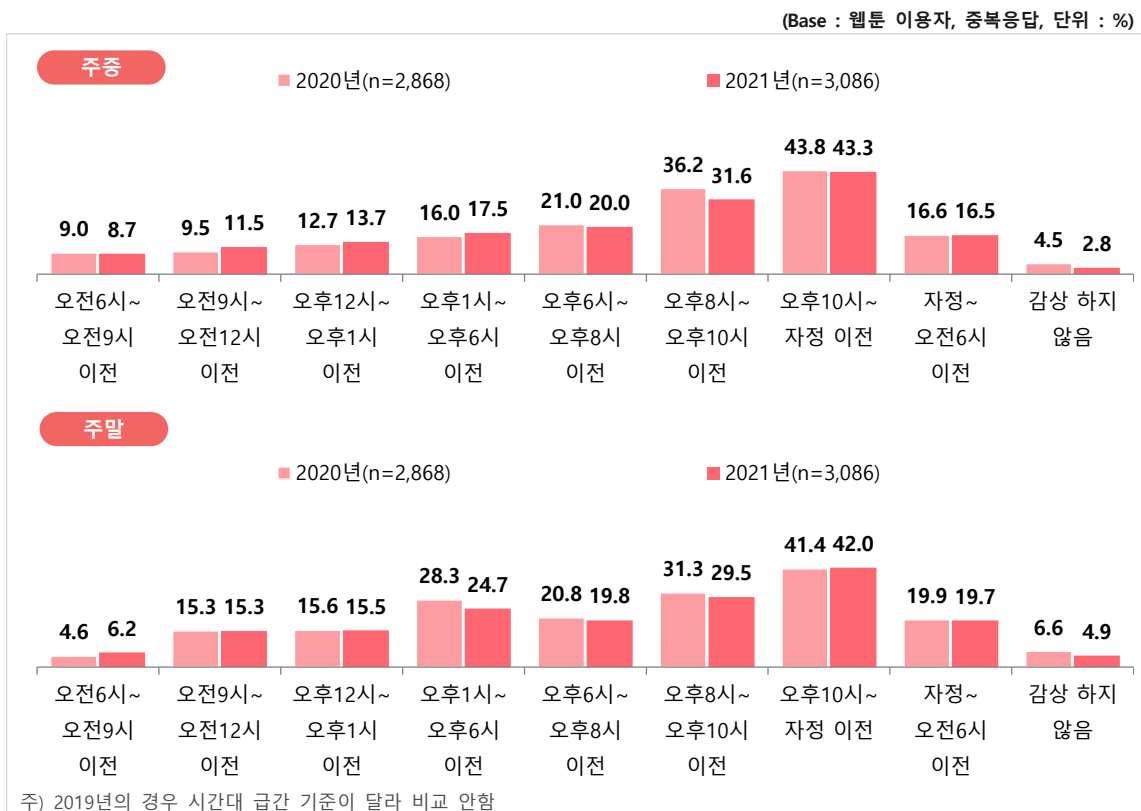
〈표 2-2-3〉 응답자 특성별 웹툰 정보 획득 경로(2/2)

(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	지상파TV/신문/ 잡지/인터넷의 기사	인터넷동호회/ 카페/갤러리	웹툰 원작 2차적 저작물 (영화/드라마/ 웹소설 등)	만화 카페	단행본에 들어있는 광고	기타
전체	(3,086)	16.7	13.0	10.2	9.6	5.9	1.5
성별	남성 (1,561)	15.7	14.3	8.8	11.9	6.0	1.2
	여성 (1,525)	17.7	11.6	11.6	7.3	5.8	1.8
연령별	10대 (394)	13.2	11.7	12.7	14.5	6.9	0.5
	20대 (648)	11.3	11.7	11.9	9.3	5.7	1.9
	30대 (645)	13.6	17.4	11.0	11.3	5.4	1.6
	40대 (537)	18.8	15.1	8.8	8.0	4.3	1.7
	50대 (455)	21.8	9.2	8.6	7.7	4.8	1.8
	60대 (407)	25.1	10.6	7.4	7.1	9.3	1.2
	60대 미만 (2,679)	15.4	13.3	10.6	10.0	5.4	1.5

1-3. 웹툰 감상 시간대

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 감상 시간대를 조사한 결과, '주중'과 '주말' 모두 '오후 10시~자정 이전'(주중 43.3%, 주말 42.0%) 응답 비율이 가장 높게 나타남.
- '주중' 웹툰 감상 시간대는 '오후 8시~오후 10시 이전'에 감상하는 비율이 전년 대비 4.6%p 감소함.
- '주말' 웹툰 감상 시간대는 '오후 1시~오후 6시 이전'에 감상하는 비율이 전년 대비 3.6%p 감소함.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대에서 '오후 6시~오후 10시 이전' 사이에 '주중' 웹툰 감상 시간이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, '주말'에는 '오전 9시~오후 1시 이전'과 '오후 6시~오후 10시 이전' 사이에 웹툰을 감상하는 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높음.



[그림 2-2-3] 웹툰 감상 시간대

〈표 2-2-4〉 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	(3,086)	8.7	11.5	13.7	17.5	20.0	31.6	43.3	16.5	2.8
성별	남성 (1,561)	9.5	11.3	15.8	16.1	22.1	32.6	42.1	13.8	2.5
	여성 (1,525)	7.8	11.7	11.5	18.8	17.9	30.6	44.5	19.3	3.1
연령별	10대 (394)	6.3	13.2	15.2	19.3	25.9	36.0	40.1	23.4	2.3
	20대 (648)	9.0	14.8	13.6	18.2	24.1	30.9	49.8	26.1	2.2
	30대 (645)	12.1	10.5	15.0	13.5	20.9	35.5	47.0	18.3	2.5
	40대 (537)	9.1	11.5	11.4	13.8	15.8	30.7	46.7	11.4	3.2
	50대 (455)	7.3	9.0	14.3	19.6	18.5	30.8	35.2	9.0	2.9
	60대 (407)	6.1	8.8	12.8	23.3	13.8	24.3	34.4	7.1	4.4
	60대 미만(2,679)	9.1	11.9	13.8	16.6	21.0	32.7	44.6	18.0	2.6

〈표 2-2-5〉 응답자 특성별 ‘주말’ 웹툰 감상 시간대

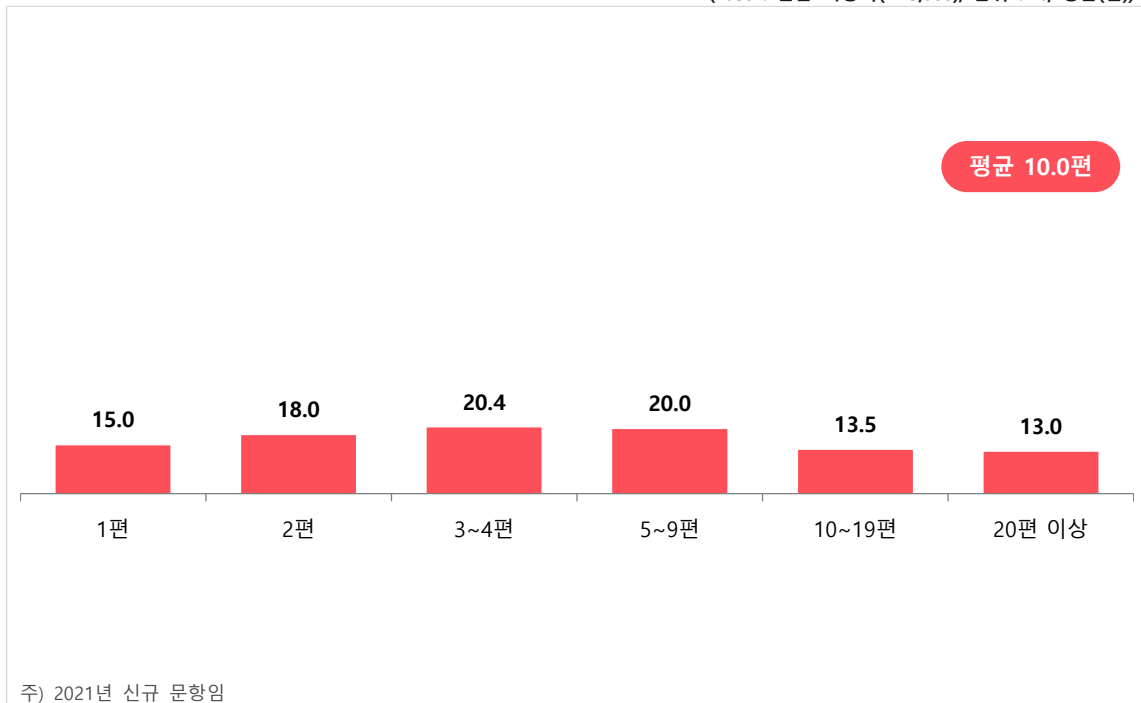
(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %)

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	(3,086)	6.2	15.3	15.5	24.7	19.8	29.5	42.0	19.7	4.9
성별	남성 (1,561)	7.1	15.6	16.1	25.0	21.5	30.9	40.4	16.6	4.5
	여성 (1,525)	5.2	15.0	14.8	24.4	18.2	28.0	43.7	23.0	5.3
연령별	10대 (394)	4.6	20.1	20.8	25.9	26.1	33.5	37.8	24.6	1.5
	20대 (648)	6.9	15.4	18.4	25.0	23.9	31.0	47.1	31.0	4.8
	30대 (645)	7.9	12.9	15.7	23.3	19.7	31.8	47.6	21.4	5.3
	40대 (537)	6.9	17.7	13.6	21.0	16.6	31.3	43.2	15.6	3.5
	50대 (455)	4.6	14.3	13.4	26.8	19.6	26.2	35.8	11.0	6.4
	60대 (407)	4.7	12.3	10.1	28.0	12.0	20.9	34.6	9.6	8.1
	60대 미만(2,679)	6.4	15.8	16.3	24.2	21.0	30.8	43.2	21.3	4.4

1-4. 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 회차 기준 일주일 작품 감상 수는 평균 10.0편임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 연령별로 '10대'와 '20대'가 일주일 평균 작품 수가 상대적으로 높게 나타남.

(Base : 웹툰 이용자(n=3,086), 단위 : %, 평균(편))



[그림 2-2-4] 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

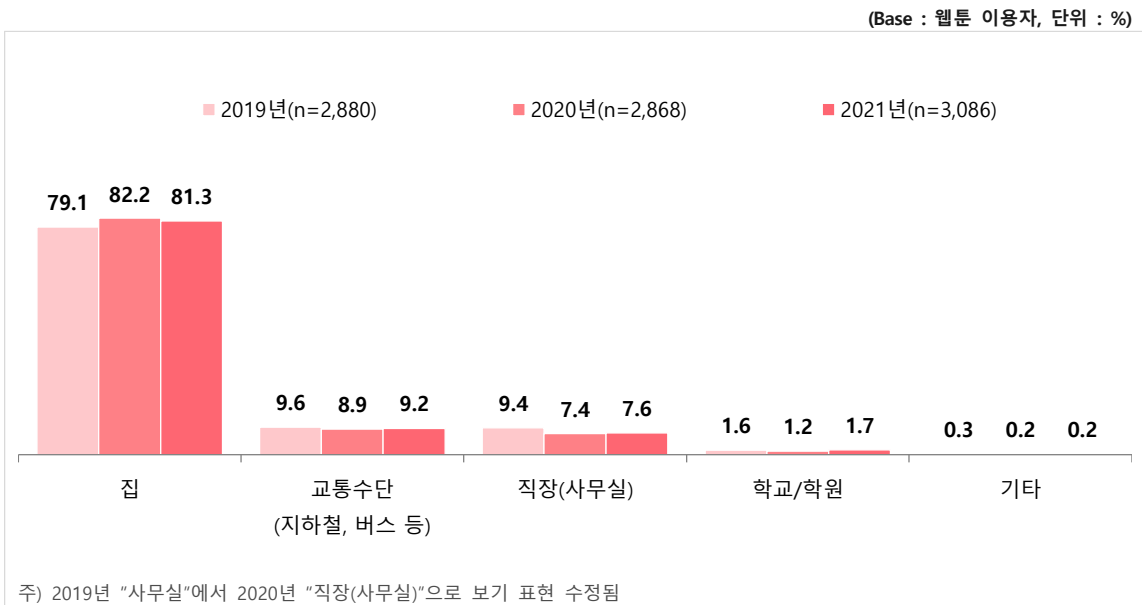
〈표 2-2-6〉 응답자 특성별 일주일에 감상하는 웹툰 작품(회차 기준) 수

(Base : 웹툰 이용자(n=3,086), 단위 : %, 평균(편))

구분	사례 수	1편	2편	3~4편	5~9편	10~19편	20편 이상	평균(편)
전체	(3,086)	15.0	18.0	20.4	20.0	13.5	13.0	10.0
성별	남성 (1,561)	15.1	17.4	20.8	19.7	14.3	12.7	9.4
	여성 (1,525)	14.9	18.7	20.1	20.3	12.8	13.3	10.6
연령별	10대 (394)	10.9	12.7	20.8	19.3	14.2	22.1	15.3
	20대 (648)	11.6	14.4	19.6	21.1	15.7	17.6	12.9
	30대 (645)	13.5	17.5	21.1	22.3	14.3	11.3	9.1
	40대 (537)	17.1	17.3	19.2	21.8	14.0	10.6	9.4
	50대 (455)	18.2	22.0	20.9	15.8	12.7	10.3	7.8
	60대 (407)	20.1	26.5	21.6	17.2	8.6	5.9	5.3
	60대 미만 (2,679)	14.2	16.8	20.3	20.4	14.3	14.1	10.8

1-5. 웹툰 주 이용 장소

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 주 이용 장소는 ‘집’이 81.3%로 가장 높음.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대와 20대는 ‘집’에서 웹툰을 이용하는 비율이 다른 연령대에 비해 높으며, 30대, 40대는 ‘교통수단(지하철, 버스 등)’에서 웹툰을 이용하는 비율이 다른 연령대 대비 높게 나타남.



[그림 2-2-5] 웹툰 주 이용 장소

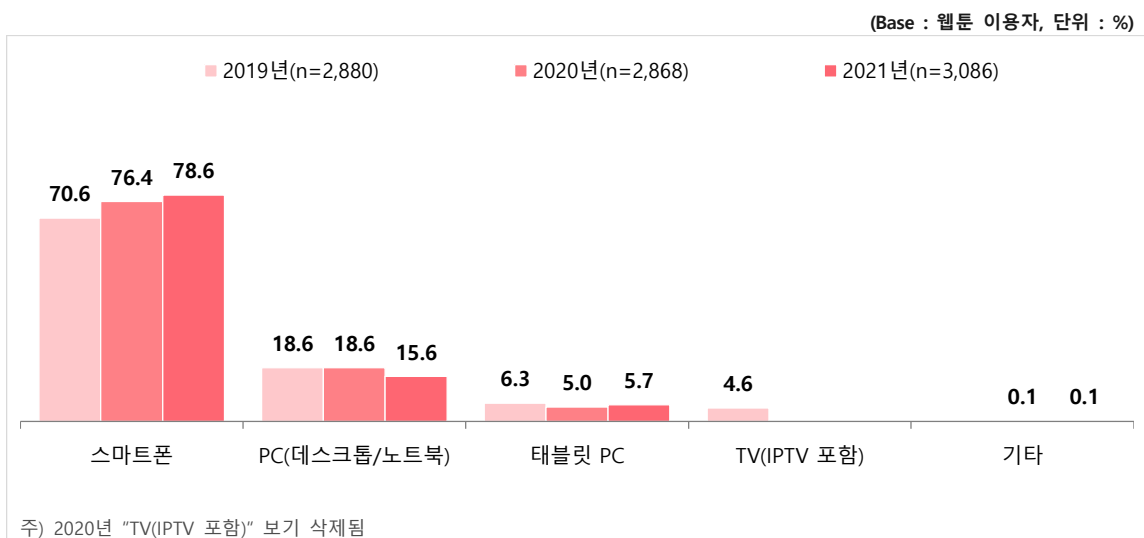
<표 2-2-7> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 장소

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	집	교통수단 (지하철, 버스 등)	직장(사무실)	학교/학원	기타
전체	(3,086)	81.3	9.2	7.6	1.7	0.2
성별	남성 (1,561)	77.5	10.4	9.6	2.1	0.4
	여성 (1,525)	85.2	8.1	5.5	1.2	0.0
연령별	10대 (394)	87.1	6.6	0.0	6.3	0.0
	20대 (648)	84.1	8.5	5.7	1.7	0.0
	30대 (645)	76.6	12.4	9.8	0.9	0.3
	40대 (537)	78.6	10.1	10.2	0.9	0.2
	50대 (455)	81.1	8.6	9.9	0.0	0.4
	60대 (407)	82.8	7.6	8.4	1.0	0.2
	60대 미만 (2,679)	81.1	9.5	7.5	1.8	0.2

1-6. 웹툰 주 이용 기기

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 감상 시 주 이용 기기는 ‘스마트폰’이 78.6%로 가장 높으며, 지속해서 증가 추세임.
- 그다음으로는 ‘PC(데스크톱/노트북)’가 15.6%, ‘태블릿 PC’가 5.7% 등의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 30대 이하는 ‘스마트폰’으로, 50대 이상은 ‘PC(데스크톱/노트북)’로 웹툰을 이용하는 비율이 상대적으로 높음. 10대에서는 ‘태블릿 PC’로 웹툰을 이용하는 비율도 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-6] 웹툰 주 이용 기기

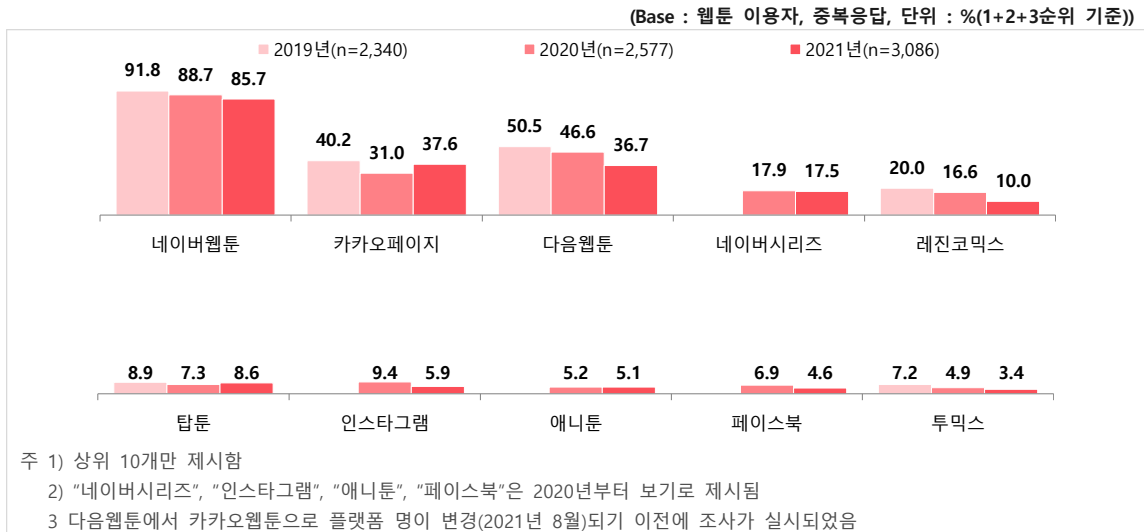
〈표 2-2-8〉 응답자 특성별 웹툰 주 이용 기기

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	스마트폰	PC(데스크톱/노트북)	태블릿 PC	기타	
전체	(3,086)	78.6	15.6	5.7	0.1	
성별	남성	(1,561)	73.9	20.4	5.8	0.0
	여성	(1,525)	83.5	10.8	5.6	0.1
연령별	10대	(394)	82.5	9.1	8.4	0.0
	20대	(648)	86.7	9.6	3.7	0.0
	30대	(645)	82.2	12.4	5.4	0.0
	40대	(537)	79.9	14.7	5.2	0.2
	50대	(455)	69.9	24.0	6.2	0.0
	60대	(407)	64.4	28.5	6.9	0.2
	60대 미만	(2,679)	80.8	13.7	5.5	0.0

1-7. 웹툰 주 이용 서비스

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 주 이용 서비스는 ‘네이버웹툰(85.7%)’이 가장 많은 것으로 나타났으며, 이어서 ‘카카오페이지(37.6%)’, ‘다음웹툰(36.7%)’, ‘네이버시리즈(17.5%)’ 등의 순으로 나타남.
- ‘네이버웹툰’과 ‘다음웹툰’, ‘레진코믹스’는 감소 추세이나, ‘카카오페이지’는 전년 대비 6.6%p 증가함.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성의 경우 ‘레진코믹스’, ‘탑툰’ 이용 비율이 여성 대비 상대적으로 높았으며, 연령별로는 10대를 제외하고 연령대가 낮을수록 ‘네이버웹툰’ 이용 비율이 증가하는 경향을 보임.



[그림 2-2-7] 웹툰 주 이용 서비스

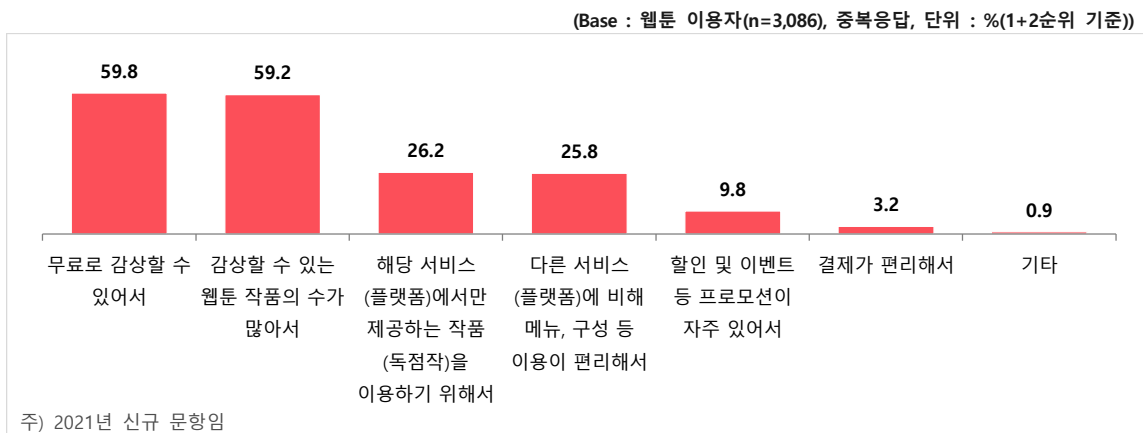
<표 2-2-9> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스

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

구분	사례 수	네이버 웹툰	카카오 페이지	다음웹툰	네이버 시리즈	레진 코믹스	탑툰	인스타그램	애니툰	페이스북	투믹스
전체	(3,086)	85.7	37.6	36.7	17.5	10.0	8.6	5.9	5.1	4.6	3.4
성별	남성 (1,561)	84.8	36.1	35.6	16.1	11.7	12.1	5.0	6.1	5.3	4.2
	여성 (1,525)	86.7	39.1	37.8	18.8	8.4	5.0	6.8	4.1	3.9	2.6
연령별	10대 (394)	90.4	40.1	29.7	18.3	10.4	5.8	7.6	7.4	6.3	4.1
	20대 (648)	92.9	36.1	32.4	19.0	14.2	7.7	7.1	1.1	3.4	1.5
	30대 (645)	86.8	40.2	37.1	20.2	12.2	7.6	6.0	2.5	1.6	2.3
	40대 (537)	82.3	41.5	40.6	19.0	7.3	7.3	4.3	6.0	3.0	4.1
	50대 (455)	80.2	31.9	37.8	13.4	7.7	13.2	3.3	9.2	5.7	5.3
	60대 (407)	78.9	34.6	43.2	12.5	5.9	10.8	7.1	7.9	10.6	4.2
	60대 미만 (2,679)	86.8	38.0	35.7	18.2	10.7	8.2	5.7	4.7	3.7	3.2

1-8. 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

- 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유는 ‘무료로 감상할 수 있어서’가 59.8%, ‘감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서’가 59.2%로 높게 나타남.
- ‘네이버웹툰’을 주 이용 서비스로 이용하는 이유로는, ‘감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서(64.1%)’가 가장 높음. ‘카카오페이지’, ‘다음웹툰’은 ‘무료로 감상할 수 있어서’라는 응답이 상대적으로 높음.



[그림 2-2-8] 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

<표 2-2-10> 응답자 특성별 웹툰 주 이용 서비스 이용 이유

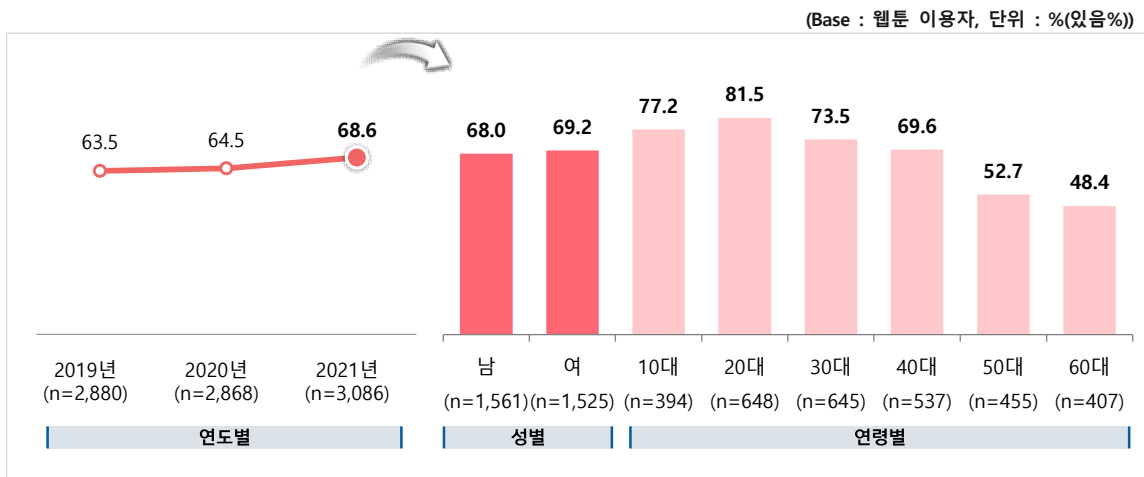
(Base : 웹툰 이용자(n=3,086), 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))

구분	사례 수	무료로 감상할 수 있어서	감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서	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	결제가 편리해서	기타	
전체	(3,086)	59.8	59.2	26.2	25.8	9.8	3.2	0.9	
성별	남성	(1,561)	59.6	60.9	27.1	24.5	8.8	3.8	0.9
	여성	(1,525)	59.9	57.4	25.3	27.1	10.8	2.6	1.0
연령별	10대	(394)	57.9	63.7	28.4	24.1	7.9	2.5	1.5
	20대	(648)	56.5	62.3	30.6	20.4	7.9	4.2	1.4
	30대	(645)	54.1	60.5	31.8	26.0	9.5	3.4	1.7
	40대	(537)	60.7	59.6	26.6	24.4	11.9	2.2	0.4
	50대	(455)	63.3	56.9	18.5	31.0	10.3	3.5	0.0
	60대	(407)	70.8	49.6	16.5	31.4	11.8	2.9	0.2
60대 미만	(2,679)	58.1	60.6	27.7	24.9	9.5	3.2	1.0	
주 이용 서비스 (1순위 기준)	네이버웹툰	(2,250)	60.9	64.1	26.0	25.0	5.6	2.8	0.8
	카카오페이지	(280)	65.4	48.6	21.8	22.5	23.6	3.2	1.1
	다음웹툰	(150)	60.0	48.0	30.0	37.3	5.3	2.0	0.0
	네이버시리즈	(99)	41.4	45.5	35.4	28.3	27.3	7.1	2.0
	탑툰	(55)	54.5	49.1	20.0	29.1	23.6	1.8	0.0
	레진코믹스	(42)	38.1	38.1	47.6	40.5	21.4	4.8	2.4
	애니툰	(34)	52.9	38.2	17.6	32.4	38.2	2.9	0.0
	미스터블루	(26)	53.8	57.7	26.9	15.4	26.9	11.5	0.0
	페이스북	(21)	71.4	42.9	14.3	33.3	9.5	0.0	0.0
인스타그램	(19)	52.6	52.6	31.6	31.6	5.3	0.0	5.3	

주) 주 이용 서비스는 1순위 응답 기준으로 상위 10개만 제시

1-9. 즐겨보는 웹툰 작품 유무

- 웹툰 이용자(n=3,086)들에게 즐겨보는 웹툰 작품이 있는지 조사한 결과, 68.6%가 즐겨보는 웹툰 작품이 있다고 응답하였으며, 그 비율은 2019년 이후 계속해서 증가함.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대에서 즐겨보는 웹툰 작품이 있다고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.
- 60대 미만의 결과만 살펴보면, 즐겨보는 웹툰 작품이 있다고 응답한 비율이 71.7%로, 60대가 포함된 전체(68.6%) 결과 대비 3.1%p 높게 나타남.



[그림 2-2-9] 즐겨보는 웹툰 작품 유무

<표 2-2-11> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품 유무

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %(있음%))

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,086)	68.6	31.4
성별	남성 (1,561)	68.0	32.0
	여성 (1,525)	69.2	30.8
연령별	10대 (394)	77.2	22.8
	20대 (648)	81.5	18.5
	30대 (645)	73.5	26.5
	40대 (537)	69.6	30.4
	50대 (455)	52.7	47.3
	60대 (407)	48.4	51.6
	60대 미만 (2,679)	71.7	28.3

1-10. 즐겨보는 웹툰 작품명

- 즐겨보는 웹툰 작품명(1+2+3순위 기준)은 2021년의 경우 '외모지상주의(8.5%)'와 '여신강림(8.5%)'이 가장 높게 나타남.
- 2020년 응답이 가장 높았던 '마음의 소리'와 '유미의 세포들'은 2020년에 완결되어, 상위 10개에서 제외되었으며, 2021년 현재 연재 중인 '외모지상주의', '여신강림' 등이 가장 높게 나타남.



[그림 2-2-10] 즐겨보는 웹툰 작품명

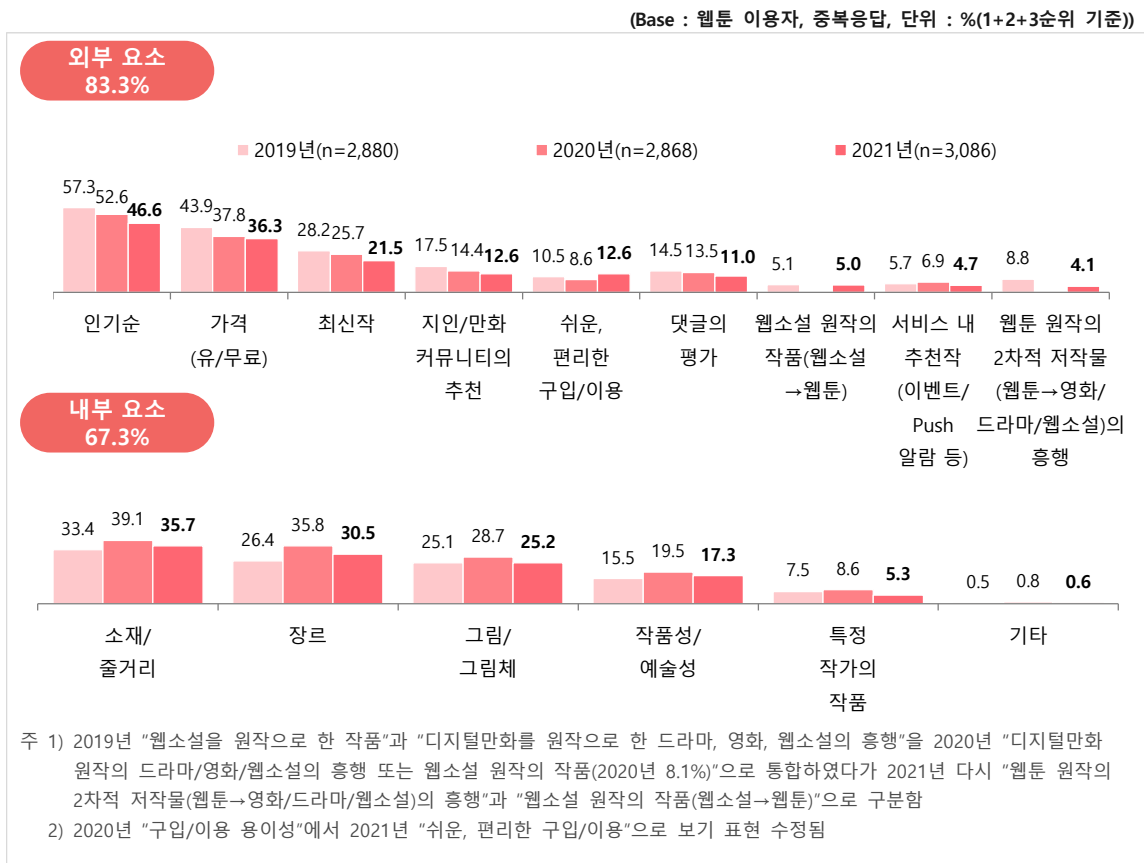
<표 2-2-12> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 작품명

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

구분	사례 수	외모지상주의	여신강림	신의 탑	연애혁명	복학왕	나 혼자만 레벨업	호랑이형님	기기괴괴	싸움독학	더복서
전체	(2,117)	8.5	8.5	6.5	6.2	5.3	5.2	5.2	3.4	2.7	2.6
성별	남성 (1,062)	11.4	5.1	10.0	4.6	6.3	7.6	7.8	3.4	4.2	4.8
	여성 (1,055)	5.7	11.8	3.0	7.9	4.4	2.8	2.6	3.4	1.1	0.4
연령별	10대 (304)	10.2	13.2	3.9	13.5	3.3	3.9	3.0	1.3	3.9	3.9
	20대 (528)	11.4	6.6	8.9	10.6	4.4	5.1	3.8	4.9	4.7	3.4
	30대 (474)	8.2	9.3	8.2	3.4	5.3	7.8	6.3	4.2	1.3	1.1
	40대 (374)	8.6	10.4	5.9	2.4	8.8	7.5	7.8	3.2	2.4	1.9
	50대 (240)	5.4	4.6	5.0	2.9	4.2	2.9	5.0	2.5	1.3	2.9
	60대 (197)	3.0	5.1	3.0	1.5	6.1	0.0	5.1	2.0	1.0	3.0
60대 미만 (1,920)	9.1	8.8	6.9	6.7	5.3	5.8	5.2	3.5	2.9	2.6	

1-11. 웹툰 이용 시 고려 기준

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 이용 시 고려 기준(1+2+3순위 기준)은 ‘인기순’이 46.6%로 가장 높았으며, 그다음으로 ‘가격(유/무료)(36.3%)’, ‘소재/줄거리(35.7%)’ 등의 순으로 나타남.
- 작품 외부 및 내부 요소별로 살펴보면, ‘인기순’, ‘가격(유/무료)’, ‘최신작’ 등의 외부 요소를 고려하는 비율이 83.3%, ‘소재/줄거리’, ‘장르’, ‘그림/그림체’ 등의 내부 요소를 고려하는 비율이 67.3%로 나타남.



[그림 2-2-11] 웹툰 이용 시 고려 기준

〈표 2-2-13〉 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	자인/민화 커뮤니티 추천	수용 가능한 구입비용	댓글의 평가	웹소설 원작의 작품 (웹소설 → 웹툰)	서비스 내 추천작 (이벤트/ Push 알람 등)	웹툰 원작의 저작권자물 (웹툰-영화/ 드라마/웹소설) 의 흥행	
전체	(3,086)	83.3	46.6	36.3	21.5	12.6	12.6	11.0	5.0	4.7	4.1	
성별	남성 (1,561)	85.7	48.7	37.0	23.8	11.3	13.9	10.9	5.1	5.1	4.1	
	여성 (1,525)	80.9	44.5	35.5	19.2	14.0	11.3	11.0	4.9	4.3	4.1	
연령별	10대 (394)	83.2	56.6	36.3	28.9	13.7	13.2	8.6	2.8	3.8	3.3	
	20대 (648)	76.5	46.6	31.3	18.4	12.8	10.2	10.0	3.4	3.5	4.0	
	30대 (645)	83.7	47.9	32.9	19.8	14.4	12.9	9.9	4.3	4.5	2.8	
	40대 (537)	84.0	46.9	36.5	24.6	10.1	9.9	12.7	6.0	3.9	4.1	
	50대 (455)	87.0	43.5	41.1	20.0	13.4	16.3	12.5	5.9	5.9	5.7	
	60대 (407)	88.7	37.8	43.7	19.7	11.1	15.2	12.3	8.4	7.1	5.2	
	60대 미만 (2,679)	82.5	47.9	35.1	21.8	12.9	12.2	10.8	4.5	4.3	3.9	

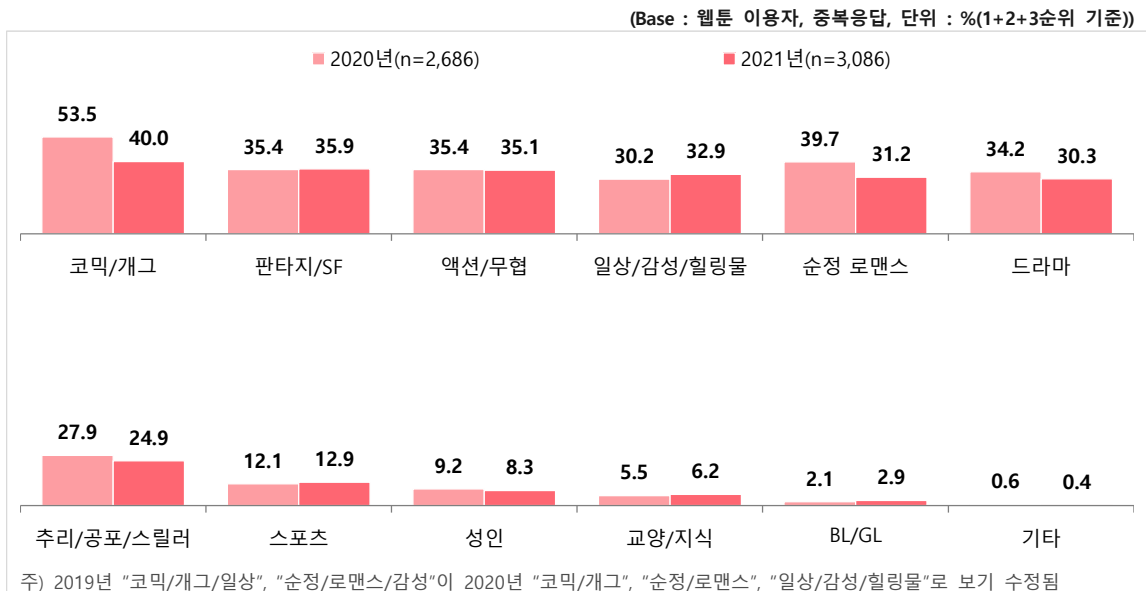
〈표 2-2-14〉 응답자 특성별 웹툰 이용 시 고려 기준 - 내부 요소

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

구분	사례 수	내부 요소	내부 요소						
			소재/줄거리	장르	그림/그림체	작품성/ 예술성	특정 작가의 작품	기타	
전체	(3,086)	67.3	35.7	30.5	25.2	17.3	5.3	0.6	
성별	남성 (1,561)	65.3	33.1	31.8	18.8	18.3	5.1	0.7	
	여성 (1,525)	69.2	38.4	29.1	31.7	16.2	5.5	0.4	
연령별	10대 (394)	62.9	28.2	30.7	27.4	14.7	3.8	0.5	
	20대 (648)	70.2	36.6	30.7	38.0	21.1	5.7	0.3	
	30대 (645)	69.3	37.5	29.0	29.3	17.5	7.1	0.6	
	40대 (537)	64.2	36.7	29.1	23.5	13.0	6.0	0.9	
	50대 (455)	67.5	36.9	32.3	13.0	16.3	3.7	0.2	
	60대 (407)	67.3	36.1	32.2	12.0	19.9	3.9	0.7	
	60대 미만 (2,679)	67.3	35.6	30.2	27.2	16.9	5.5	0.5	

1-12. 즐겨보는 웹툰 장르

- 웹툰 이용자(n=3,086)들이 평소 즐겨보는 웹툰 장르(1+2+3순위 기준)는 ‘코믹/개그’가 40.0%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로는 ‘판타지/SF’가 35.9%, ‘액션/무협’이 35.1% 등의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘코믹/개그’, ‘판타지/SF’, ‘액션/무협’은 남성에서, ‘일상/감성/힐링물’, ‘순정 로맨스’, ‘드라마’ 등은 여성에서 상대적으로 응답 비율이 높음.



[그림 2-2-12] 즐겨보는 웹툰 장르

<표 2-2-15> 응답자 특성별 즐겨보는 웹툰 장르

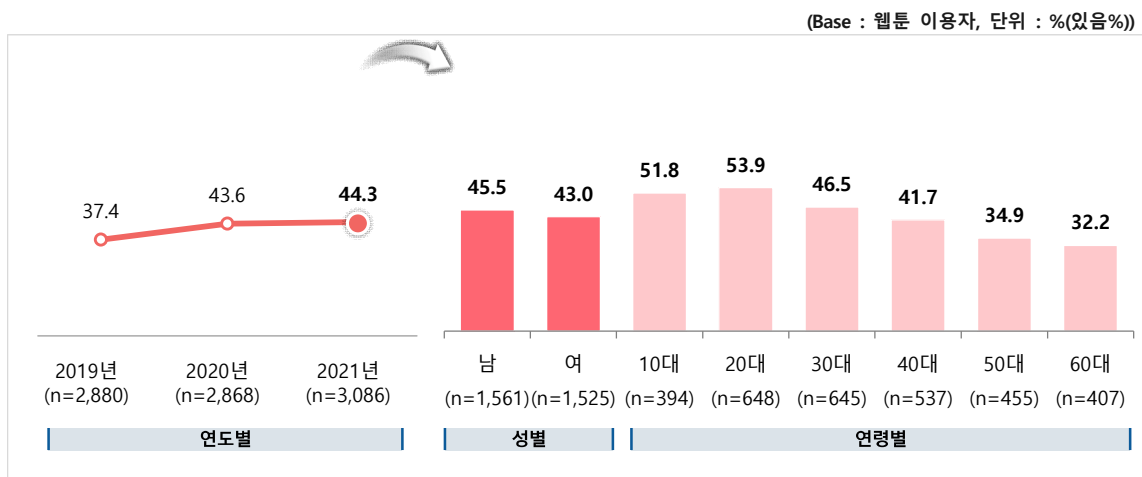
(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	코믹/개그	판타지/SF	액션/무협	일상/감성/힐링물	순정 로맨스	드라마	추리/공포/스릴러	스포츠	성인	교양/지식	BL/GL	기타
전체	(3,086)	40.0	35.9	35.1	32.9	31.2	30.3	24.9	12.9	8.3	6.2	2.9	0.4
성별	남성 (1,561)	41.8	42.1	54.5	24.1	14.0	17.7	25.9	20.4	12.4	7.4	0.6	0.3
	여성 (1,525)	38.2	29.6	15.2	41.9	48.7	43.1	23.9	5.2	4.0	4.9	5.3	0.5
연령별	10대 (394)	46.7	40.4	33.8	30.2	36.3	25.9	22.8	15.2	3.3	3.8	5.1	0.3
	20대 (648)	41.0	40.7	32.6	36.0	32.6	30.2	26.9	9.6	6.2	2.3	5.4	0.3
	30대 (645)	41.6	35.0	34.3	36.6	32.1	29.3	24.8	14.6	5.1	4.0	3.4	0.6
	40대 (537)	39.1	38.4	37.1	29.8	32.4	34.8	22.7	10.1	8.9	5.0	1.9	0.4
	50대 (455)	35.6	36.9	38.5	27.9	25.1	31.6	26.8	13.2	12.1	7.9	0.4	0.4
	60대 (407)	35.6	21.1	35.1	34.4	27.8	28.5	24.8	16.7	16.2	17.7	0.2	0.5
	60대 미만 (2,679)	40.7	38.2	35.1	32.7	31.7	30.5	24.9	12.3	7.1	4.4	3.3	0.4

2. 웹툰 유료 이용

2-1. 웹툰 유료 결제 경험

- 웹툰 이용자(n=3,086) 중, 웹툰을 유료로 결제한 경험이 있다고 응답한 비율은 44.3%로 나타났으며, 2019년 이후 증가 추세임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대와 20대에서 '있다'라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-13] 웹툰 유료 결제 경험

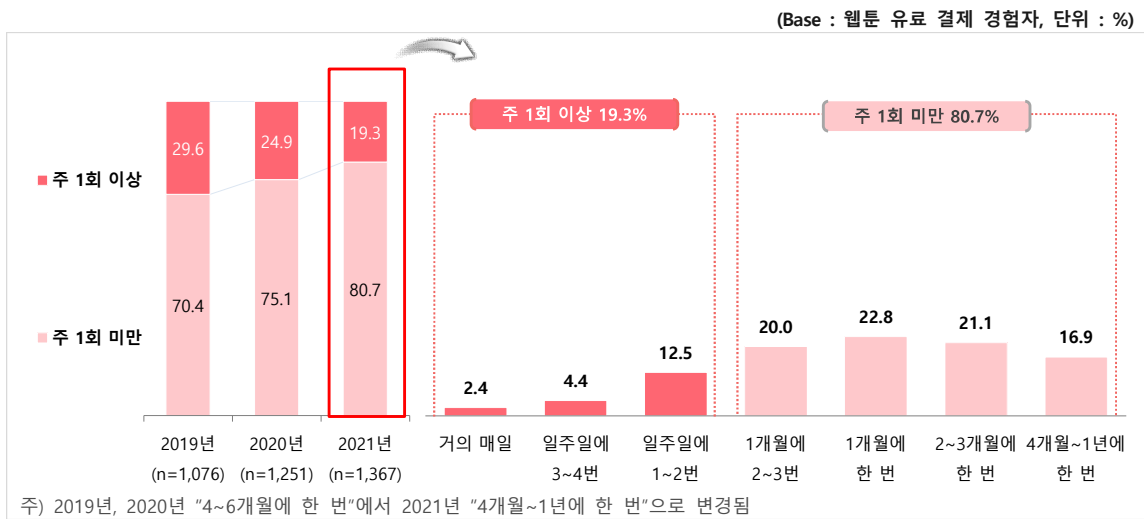
<표 2-2-16> 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 경험

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,086)	44.3	55.7
성별	남성 (1,561)	45.5	54.5
	여성 (1,525)	43.0	57.0
연령별	10대 (394)	51.8	48.2
	20대 (648)	53.9	46.1
	30대 (645)	46.5	53.5
	40대 (537)	41.7	58.3
	50대 (455)	34.9	65.1
	60대 (407)	32.2	67.8
	60대 미만 (2,679)	46.1	53.9

2-2. 웹툰 유료 결제 빈도

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,367)들의 웹툰 유료 결제 빈도는 ‘1개월에 한 번’이 22.8%로 가장 높음.
- ‘주 1회 이상’ 웹툰을 유료로 결제한다는 비율은 19.3%로 감소 추세를 보임.
(2019년 29.6% → 2020년 24.9% → 2021년 19.3%)
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대와 20대의 ‘주 1회 이상’ 웹툰 유료 결제 비율이 상대적으로 높음.



[그림 2-2-14] 웹툰 유료 결제 빈도

<표 2-2-17> 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 빈도

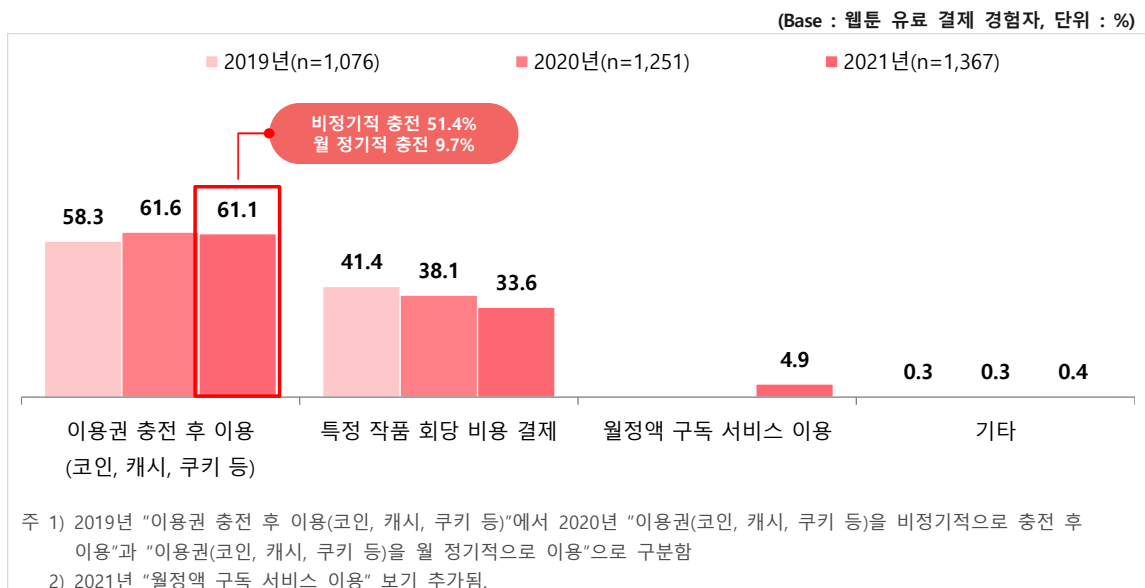
(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	주 1회 이상	주 1회 미만				주 1회 미만	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4개월~1년에 한 번
			거의 매일	일주일마다 3~4번	일주일마다 1~2번	주 1회 미만					
연도별	2019년 (1,076)	29.6	2.5	8.3	18.8	70.4	26.4	15.5	13.7	14.9	
	2020년 (1,251)	24.9	2.9	5.4	16.7	75.1	24.5	19.9	15.5	15.1	
	2021년 (1,367)	19.3	2.4	4.4	12.5	80.7	20.0	22.8	21.1	16.9	
성별	남성 (711)	18.8	1.4	3.8	13.6	81.2	19.5	25.7	21.5	14.3	
	여성 (656)	19.8	3.5	5.0	11.3	80.2	20.4	19.5	20.6	19.7	
연령별	10대 (204)	25.0	3.4	4.4	17.2	75.0	25.5	19.1	17.2	13.2	
	20대 (349)	22.9	3.2	6.9	12.9	77.1	20.3	19.8	20.9	16.0	
	30대 (300)	20.0	2.0	6.0	12.0	80.0	18.0	24.0	18.7	19.3	
	40대 (224)	17.0	1.3	1.8	13.8	83.0	20.5	22.3	21.4	18.8	
	50대 (159)	13.2	1.9	1.9	9.4	86.8	20.8	26.4	27.7	11.9	
	60대 (131)	10.7	2.3	1.5	6.9	89.3	13.0	29.8	24.4	22.1	
	60대 미만 (1,236)	20.2	2.4	4.7	13.1	79.8	20.7	22.0	20.7	16.3	

주) 2019년, 2020년 "4~6개월에 한 번"과 2021년 "4개월~1년에 한 번"을 비교함

2-3. 웹툰 유료 결제 방식

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,367)들의 웹툰 유료 결제 방식은 ‘이용권 충전 후 이용(코인, 캐시, 쿠키 등)’이 61.1%로 가장 높았으며, 그중 ‘비정기적 충전’의 비율이 51.4%로 ‘월 정기적 충전’ 9.7%보다 상대적으로 높게 나타남.
- ‘특정 작품 회당 비용 결제’ 비율은 33.6%로 지속해서 감소하는 추세임.
- 2021년 새롭게 추가된 ‘월정액 구독 서비스 이용’ 비율은 4.9%로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘특정 작품 회당 비용 결제’ 비율은 10대에서 상대적으로 높고, ‘이용권 충전 후 이용(코인, 캐시, 쿠키 등)’은 30대와 40대에서 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-15] 웹툰 유료 결제 방식

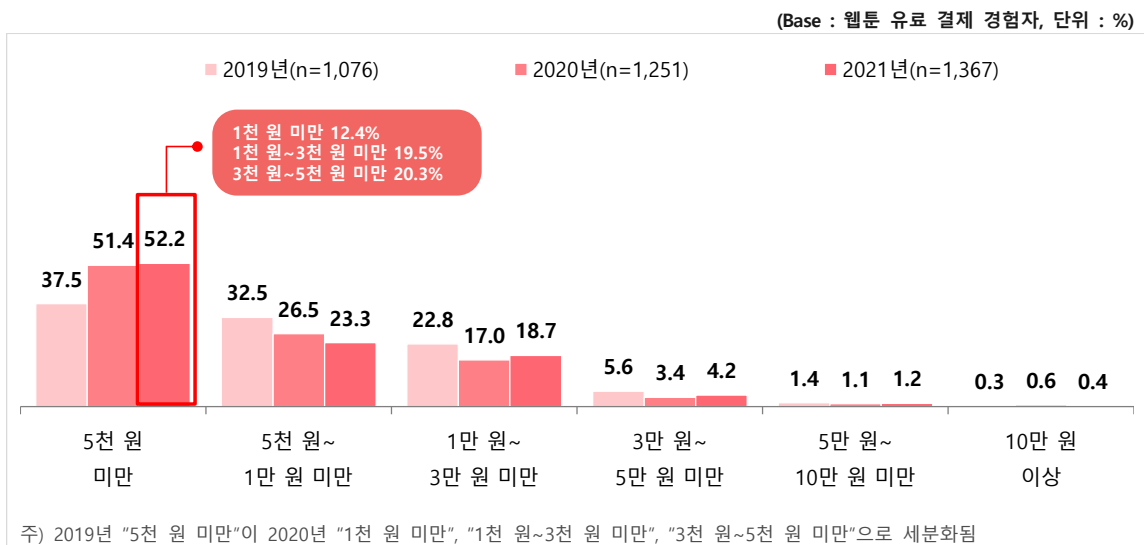
〈표 2-2-18〉 응답자 특성별 웹툰 유료 결제 방식

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	이용권 충전 후 이용 (코인, 캐시, 쿠키 등)			특정 작품 회당 비용 결제	월정액 구독서비스 이용	기타
		비정기적 충전	월 정기적 충전				
전체	(1,367)	61.1	51.4	9.7	33.6	4.9	0.4
성별	남성 (711)	61.2	49.5	11.7	32.9	5.6	0.3
	여성 (656)	61.0	53.5	7.5	34.3	4.1	0.6
연령별	10대 (204)	55.4	45.1	10.3	39.2	4.9	0.5
	20대 (349)	60.7	51.9	8.9	36.1	2.9	0.3
	30대 (300)	63.0	53.7	9.3	31.0	5.3	0.7
	40대 (224)	64.7	54.9	9.8	29.9	4.9	0.4
	50대 (159)	61.0	52.2	8.8	33.3	5.7	0.0
	60대 (131)	60.3	48.1	12.2	30.5	8.4	0.8
60대 미만	(1,236)	61.2	51.8	9.4	33.9	4.5	0.4

2-4. 웹툰 월평균 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 경험자(n=1,367)들의 월평균 지출 비용은 '5천 원 미만'이 52.2%로 전년과 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '5천 원 미만'은 여성에서 상대적으로 응답 비율이 높고, '5천 원~1만 원 미만'은 남성에서 상대적으로 응답 비율이 높음.
- 10대는 '5천 원 미만' 응답 비율이 상대적으로 높았으며, 50대와 60대에서 '5천 원~1만 원 미만' 응답 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-16] 웹툰 월평균 지출 비용

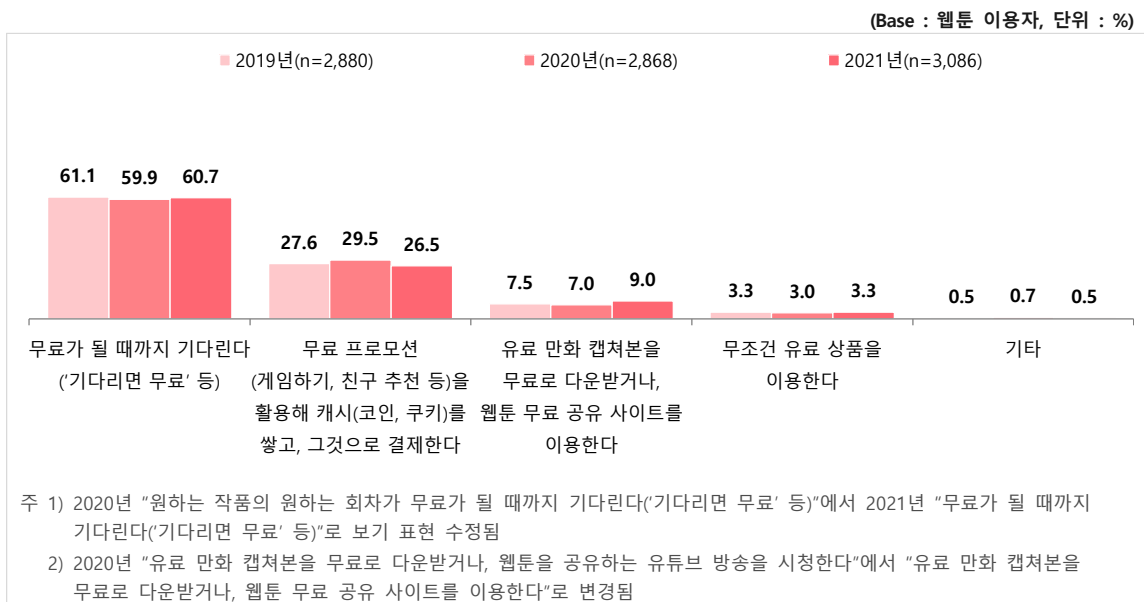
<표 2-2-19> 응답자 특성별 웹툰 월평균 지출 비용

(Base : 웹툰 유료 결제 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	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	(1,367)	52.2	12.4	19.5	20.3	23.3	18.7	4.2	1.2	0.4
성별	남성 (711)	49.9	11.1	16.7	22.1	26.0	18.8	4.1	0.7	0.4
	여성 (656)	54.7	13.9	22.4	18.4	20.3	18.6	4.3	1.7	0.5
연령별	10대 (204)	58.8	15.2	23.5	20.1	18.1	17.2	4.4	0.5	1.0
	20대 (349)	54.4	16.6	20.6	17.2	20.1	19.5	4.9	0.9	0.3
	30대 (300)	54.3	12.0	20.3	22.0	23.3	17.7	3.3	0.7	0.7
	40대 (224)	49.6	11.6	16.5	21.4	23.7	18.8	4.5	3.1	0.4
	50대 (159)	51.6	9.4	18.9	23.3	29.6	15.7	2.5	0.6	0.0
	60대 (131)	36.6	3.1	13.7	19.8	31.3	25.2	5.3	1.5	0.0
	60대 미만 (1,236)	53.9	13.4	20.1	20.4	22.4	18.0	4.0	1.1	0.5

2-5. 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법은 ‘무료가 될 때까지 기다린다(‘기다리면 무료’ 등)’가 60.7%로 가장 높음.
- 그다음으로 ‘무료 프로모션(게임하기, 친구 추천 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다’가 26.5%, ‘유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다’가 9.0% 등의 순으로 나타남.



[그림 2-2-17] 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

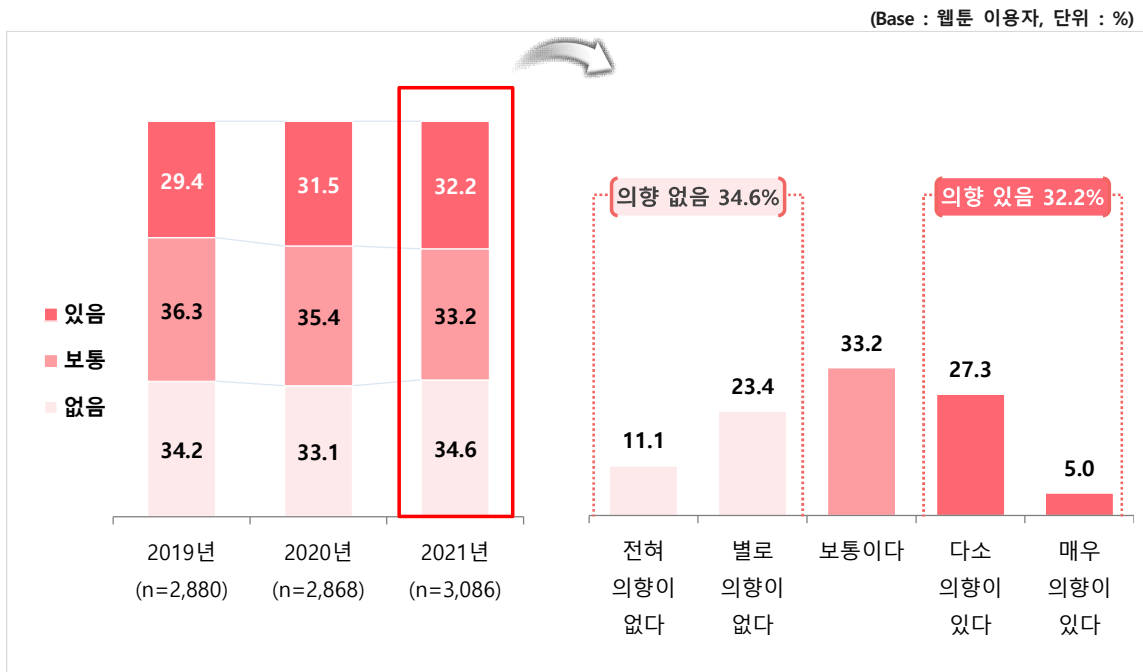
<표 2-2-20> 응답자 특성별 웹툰 유료 상품 무료 이용 방법

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	무료가 될 때까지 기다린다 (‘기다리면 무료’ 등)	무료 프로모션 (게임하기, 친구추천 등)을 활용해 캐시(코인, 쿠키)를 쌓고, 그것으로 결제한다	유료 만화 캡처본을 무료로 다운받거나, 웹툰 무료 공유 사이트를 이용한다	무조건 유료 상품을 이용한다	기타
전체	(3,086)	60.7	26.5	9.0	3.3	0.5
성별	남성 (1,561)	57.0	27.9	11.0	3.6	0.5
	여성 (1,525)	64.5	25.1	7.0	3.0	0.4
연령별	10대 (394)	54.1	32.7	9.4	3.0	0.8
	20대 (648)	62.0	26.1	6.5	4.9	0.5
	30대 (645)	63.6	25.7	7.8	2.9	0.0
	40대 (537)	65.2	24.8	6.9	3.0	0.2
	50대 (455)	58.7	29.0	9.2	2.2	0.9
	60대 (407)	56.5	22.1	17.4	3.2	0.7
	60대 미만 (2,679)	61.3	27.2	7.8	3.3	0.4

2-6. 향후 웹툰 유료 결제 의향

- 웹툰 이용자(n=3,086)들의 향후 웹툰 유료 결제 의향은 32.2%로 지속해서 조금씩 증가하는 추세임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 60대를 제외하고 연령대가 낮을수록 향후 웹툰 유료 결제 의향이 증가하는 경향을 보이며, 10대의 향후 유료 결제 의향이 37.6%로 가장 높음.



[그림 2-2-18] 향후 웹툰 유료 결제 의향

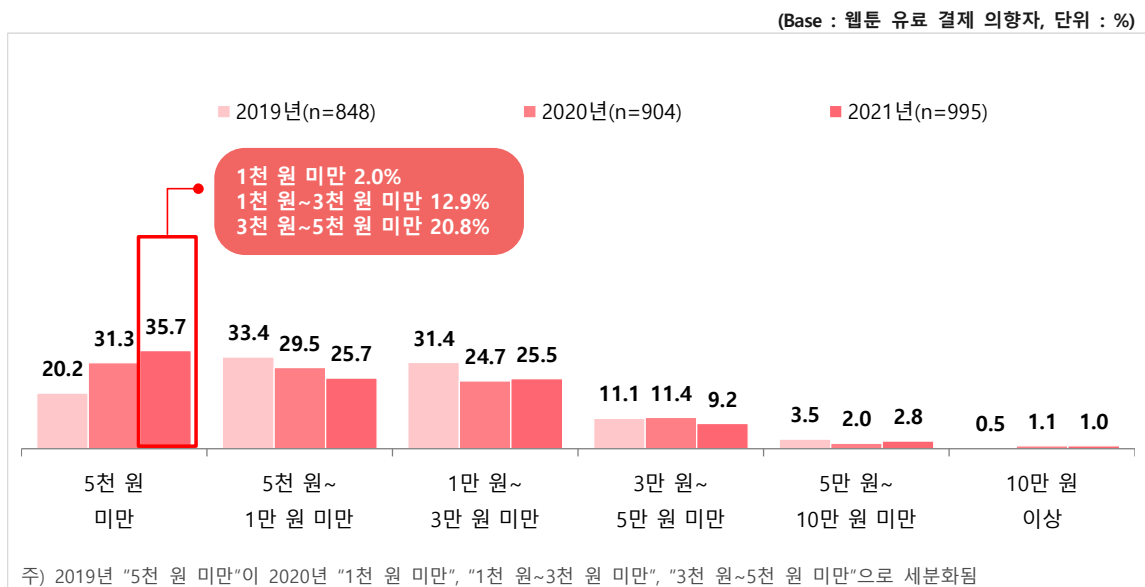
<표 2-2-21> 응답자 특성별 향후 웹툰 유료 결제 의향

(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	(3,086)	34.6	11.1	23.4	33.2	32.2	27.3	5.0
성별	남성 (1,561)	33.2	10.5	22.7	33.6	33.2	29.0	4.2
	여성 (1,525)	35.9	11.8	24.1	32.8	31.3	25.4	5.8
연령별	10대 (394)	31.2	11.9	19.3	31.2	37.6	31.0	6.6
	20대 (648)	34.0	13.0	21.0	30.4	35.6	28.5	7.1
	30대 (645)	35.5	10.2	25.3	32.6	31.9	25.9	6.0
	40대 (537)	34.6	10.1	24.6	36.7	28.7	23.6	5.0
	50대 (455)	39.8	12.1	27.7	31.9	28.4	27.0	1.3
	60대 (407)	31.4	9.3	22.1	37.3	31.2	28.7	2.5
	60대 미만 (2,679)	35.1	11.4	23.6	32.5	32.4	27.0	5.4

2-7. 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

- 웹툰 유료 결제 의향자(n=995)들의 웹툰 유료 결제 월평균 최대 지출 비용은 '5천 원 미만'이 35.7%로 가장 높았으며, 그다음으로 '5천 원~1만 원 미만(25.7%)', '1만 원~3만 원 미만(25.5%)' 등의 순으로 높게 나타남.
- 연령별로는 10대에서 '5천 원 미만'으로 지출할 의향이 있다는 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-19] 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

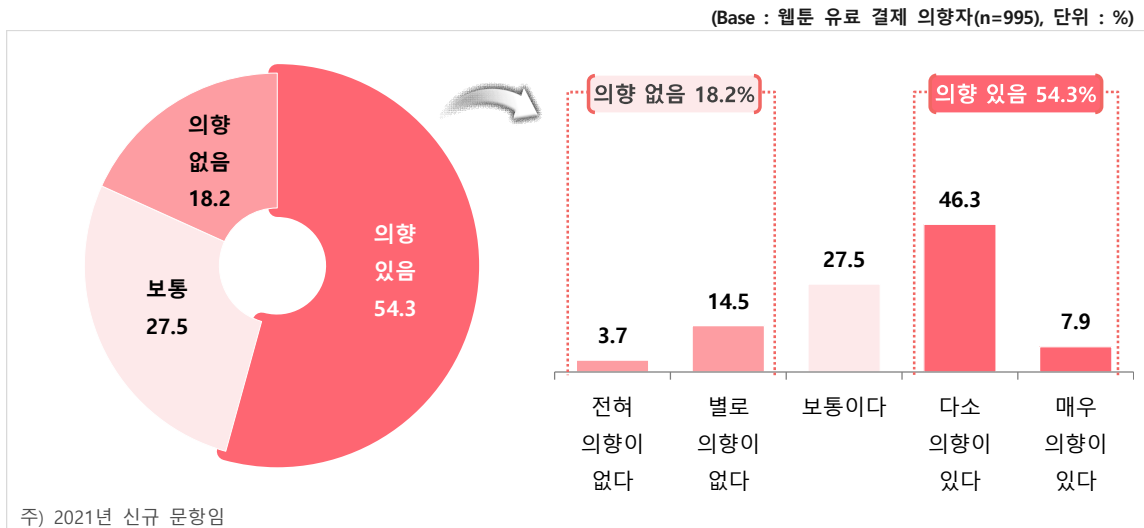
<표 2-2-22> 응답자 특성별 향후 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

(Base : 웹툰 유료 결제 의향자, 단위 : %)

구분	사례 수	5천 원 미만	1천 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
			1천 원 미만	1천 원~3천 원 미만	3천 원~5천 원 미만					
전체	(995)	35.7	2.0	12.9	20.8	25.7	25.5	9.2	2.8	1.0
성별	남성 (518)	33.0	2.1	11.6	19.3	27.2	26.4	10.6	2.3	0.4
	여성 (477)	38.6	1.9	14.3	22.4	24.1	24.5	7.8	3.4	1.7
연령별	10대 (148)	43.2	4.1	16.9	22.3	26.4	18.2	7.4	2.7	2.0
	20대 (231)	38.5	1.3	11.3	26.0	21.6	23.8	10.8	3.9	1.3
	30대 (206)	36.4	2.9	16.5	17.0	27.7	22.8	9.7	2.9	0.5
	40대 (154)	31.2	1.9	9.7	19.5	25.3	28.6	10.4	3.2	1.3
	50대 (129)	27.9	0.8	10.9	16.3	27.1	34.9	8.5	1.6	0.0
	60대 (127)	33.9	0.8	11.0	22.0	28.3	28.3	7.1	1.6	0.8
	60대 미만 (868)	35.9	2.2	13.1	20.6	25.3	25.1	9.6	3.0	1.0

2-8. 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향

- 웹툰 유료 결제 의향자(n=995)들의 웹툰 월정액 유료 결제 의향은 54.3%임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 여성보다 남성에서 웹툰 월정액 유료 결제 의향이 상대적으로 높고, 연령별로는 60대에서 웹툰 월정액 유료 결제 의향이 가장 높게 나타남.
- 웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용이 높을수록, 웹툰 월정액 유료 결제 의향이 높은 경향을 보임.



[그림 2-2-20] 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향

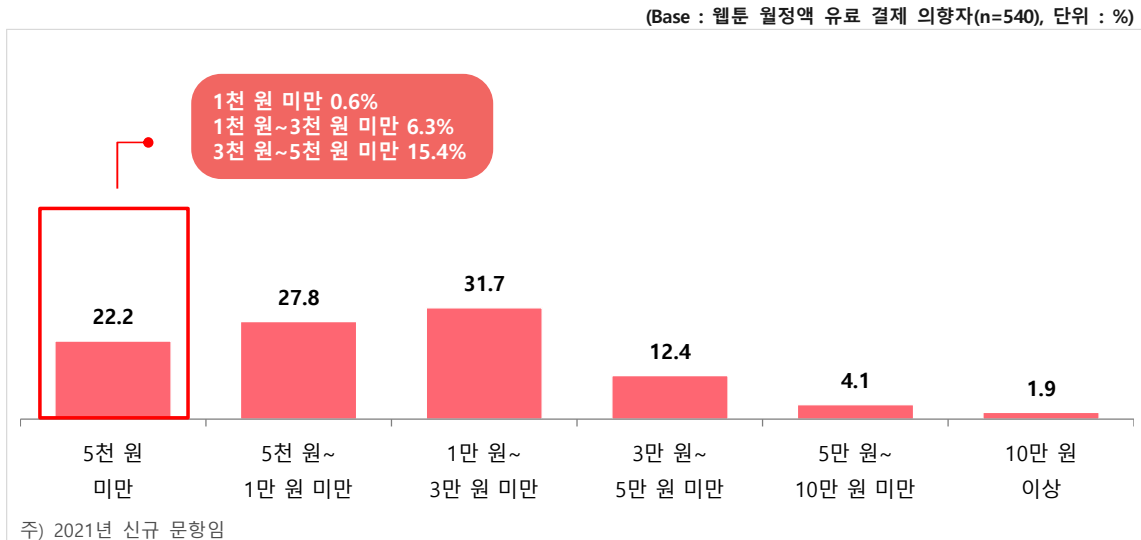
<표 2-2-23> 응답자 특성별 향후 웹툰 월정액 유료 결제 의향

(Base : 웹툰 유료 결제 의향자, 단위 : %)

구분	사례 수	의향 없음	의향 있음		보통이다	의향 있음			
			전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다		의향 있음	다소 의향이 있다	매우 의향이 있다	
전체	(995)	18.2	3.7	14.5	27.5	54.3	46.3	7.9	
성별	남성	(518)	16.6	3.7	12.9	26.8	56.6	50.4	6.2
	여성	(477)	19.9	3.8	16.1	28.3	51.8	41.9	9.9
연령별	10대	(148)	25.7	6.1	19.6	20.3	54.1	45.3	8.8
	20대	(231)	25.1	7.4	17.7	25.1	49.8	38.1	11.7
	30대	(206)	18.0	3.4	14.6	33.5	48.5	42.7	5.8
	40대	(154)	13.6	1.9	11.7	30.5	55.8	48.7	7.1
	50대	(129)	12.4	0.8	11.6	30.2	57.4	52.7	4.7
	60대	(127)	8.7	0.0	8.7	24.4	66.9	59.1	7.9
	60대 미만	(868)	19.6	4.3	15.3	28.0	52.4	44.5	7.9
웹툰 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용	5천 원 미만	(335)	32.1	7.0	25.1	26.5	41.4	38.9	2.5
	5천 원~1만 원 미만	(256)	14.1	2.3	11.7	36.7	49.2	43.8	5.5
	1만 원~3만 원 미만	(254)	9.8	1.2	8.7	24.0	66.1	55.1	11.0
	3만 원~5만 원 미만	(92)	5.4	3.3	2.2	22.8	71.7	54.3	17.4
	5만 원~10만 원 미만	(28)	3.6	0.0	3.6	14.3	82.1	64.3	17.9
	10만 원 이상	(10)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	30.0	70.0

2-9. 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

- 웹툰 월정액 유료 결제 의향자(n=540)들의 월평균 최대 지출 비용은 ‘1만 원~3만 원 미만’이 31.7%로 가장 높게 나타남.
- 연령별로 살펴보면, 20대와 30대, 60대는 ‘1만 원~3만 원 미만’이 상대적으로 높고, 10대와 50대에서 ‘5천 원~1만 원 미만’ 응답 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-21] 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

<표 2-2-24> 응답자 특성별 향후 웹툰 월정액 유료 결제 시 월평균 최대 지출 비용

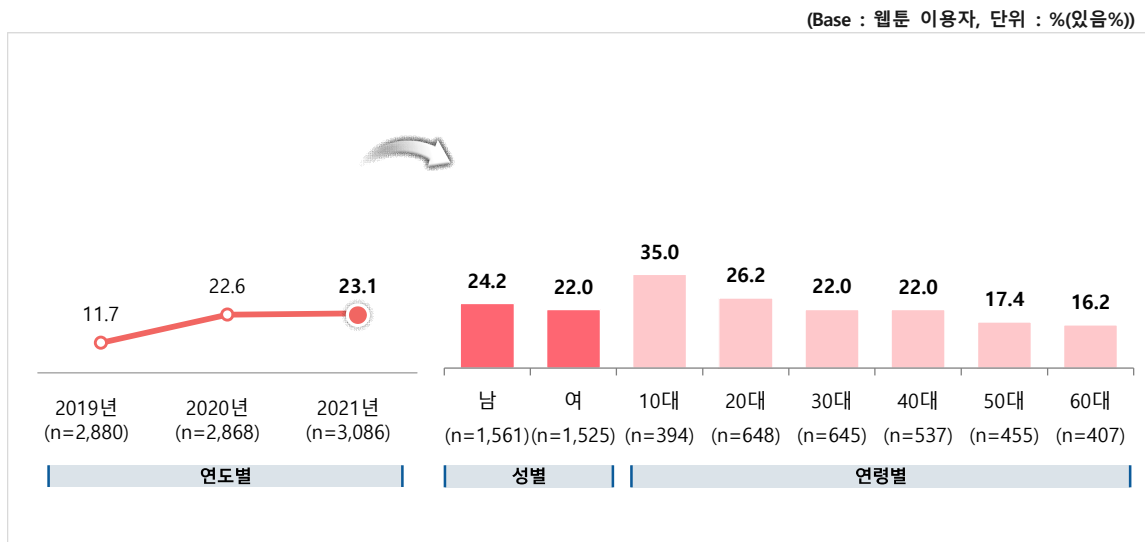
(Base : 웹툰 월정액 유료 결제 의향자, 단위 : %)

구분	사례 수	5천 원 미만	1천 원~3천 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
			1천 원 미만	1천 원~3천 원 미만	3천 원~5천 원 미만					
전체	(540)	22.2	0.6	6.3	15.4	27.8	31.7	12.4	4.1	1.9
성별	남성 (293)	20.1	1.0	4.8	14.3	32.1	31.1	13.0	3.1	0.7
	여성 (247)	24.7	0.0	8.1	16.6	22.7	32.4	11.7	5.3	3.2
연령별	10대 (80)	23.8	1.3	7.5	15.0	33.8	26.3	10.0	2.5	3.8
	20대 (115)	25.2	0.0	7.0	18.3	21.7	33.0	13.9	4.3	1.7
	30대 (100)	24.0	1.0	7.0	16.0	24.0	32.0	11.0	8.0	1.0
	40대 (86)	19.8	0.0	3.5	16.3	25.6	30.2	18.6	2.3	3.5
	50대 (74)	17.6	0.0	6.8	10.8	36.5	31.1	10.8	4.1	0.0
	60대 (85)	21.2	1.2	5.9	14.1	29.4	36.5	9.4	2.4	1.2
	60대 미만 (455)	22.4	0.4	6.4	15.6	27.5	30.8	13.0	4.4	2.0

3. 웹툰 오프라인 단행본(출판만화) 구매

3-1. 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

- 웹툰 이용자(n=3,086) 중, 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험은 23.1%로 나타났으며, 전년 대비 0.5%p 증가함.
- 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험은 연령별로 10대에서 가장 높게 나타남.



[그림 2-2-22] 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

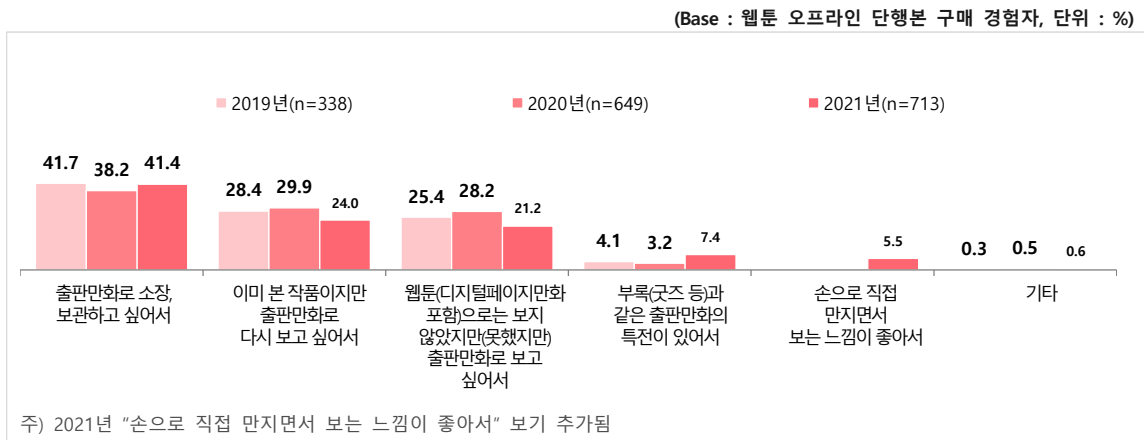
<표 2-2-25> 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,086)	23.1	76.9
성별	남성 (1,561)	24.2	75.8
	여성 (1,525)	22.0	78.0
연령별	10대 (394)	35.0	65.0
	20대 (648)	26.2	73.8
	30대 (645)	22.0	78.0
	40대 (537)	22.0	78.0
	50대 (455)	17.4	82.6
	60대 (407)	16.2	83.8
	60대 미만 (2,679)	24.2	75.8

3-2. 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

- 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험자(n=713)들의 구매 이유는 ‘출판만화로 소장, 보관하고 싶어서’가 41.4%로 가장 높음. 그다음으로는 ‘이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서’가 24.0%, ‘웹툰(디지털페이지만화 포함)으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서’가 21.2% 등의 순으로 높게 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대는 ‘부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서’가, 30대는 ‘출판만화로 소장, 보관하고 싶어서’가, 40대는 ‘이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서’가, 60대에서는 ‘웹툰(디지털페이지만화 포함)으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서’가 타 연령 대비 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-2-23] 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

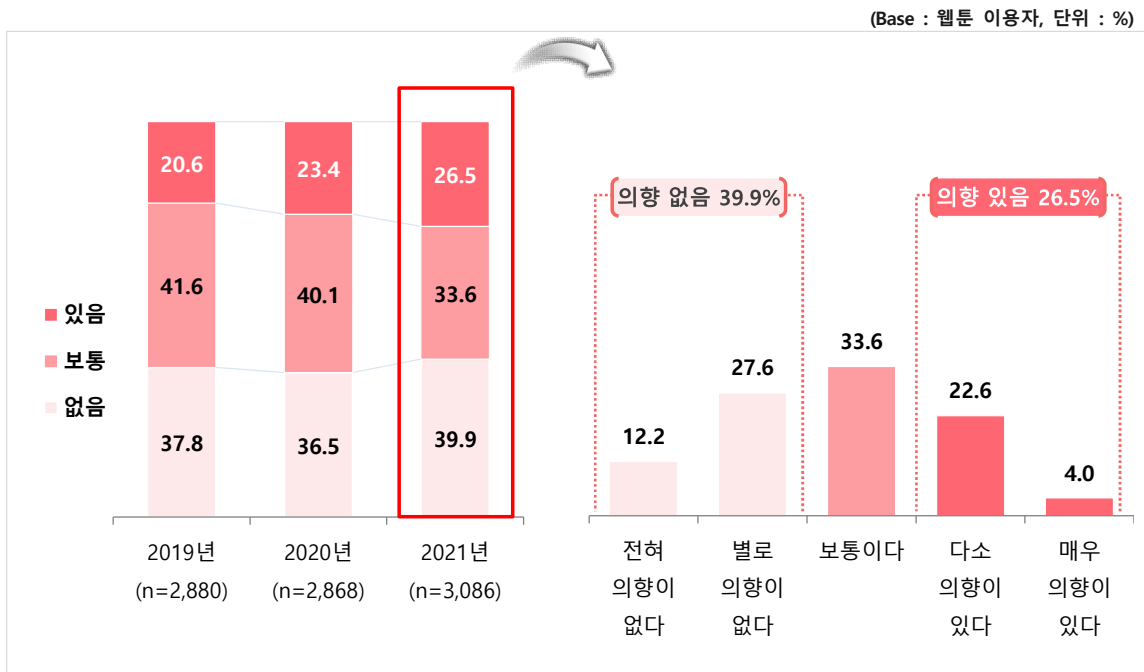
<표 2-2-26> 응답자 특성별 웹툰 오프라인 단행본 구매 이유

(Base : 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	출판만화로 소장, 보관하고 싶어서	이미 본 작품이지만, 출판만화로 다시 보고 싶어서	웹툰 (디지털페이지만화 포함)으로는 보지 않았지만(못했지만) 출판만화로 보고 싶어서	부록(굿즈 등)과 같은 출판만화의 특전이 있어서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	기타
전체	(713)	41.4	24.0	21.2	7.4	5.5	0.6
성별	남성 (378)	44.4	21.2	22.0	6.9	4.8	0.8
	여성 (335)	37.9	27.2	20.3	8.1	6.3	0.3
연령별	10대 (138)	37.0	20.3	29.7	9.4	3.6	0.0
	20대 (170)	47.1	22.4	15.3	11.8	3.5	0.0
	30대 (142)	50.7	23.2	16.2	5.6	3.5	0.7
	40대 (118)	39.0	32.2	18.6	3.4	5.9	0.8
	50대 (79)	35.4	26.6	22.8	5.1	8.9	1.3
	60대 (66)	27.3	19.7	31.8	6.1	13.6	1.5
	60대 미만 (647)	42.8	24.4	20.1	7.6	4.6	0.5

3-3. 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

- 웹툰 이용자(n=3,086)의 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향은 26.5%로 나타났으며, 2019년 이후 계속해서 증가 추세임.
- 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향은 10대에서 가장 높게 나타났으며, 60대를 제외하고 연령대가 낮을수록 구매 의향이 증가하는 경향을 보임.



[그림 2-2-24] 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

<표 2-2-27> 응답자 특성별 향후 웹툰 오프라인 단행본 구매 의향

(Base : 웹툰 이용자, 단위 : %)

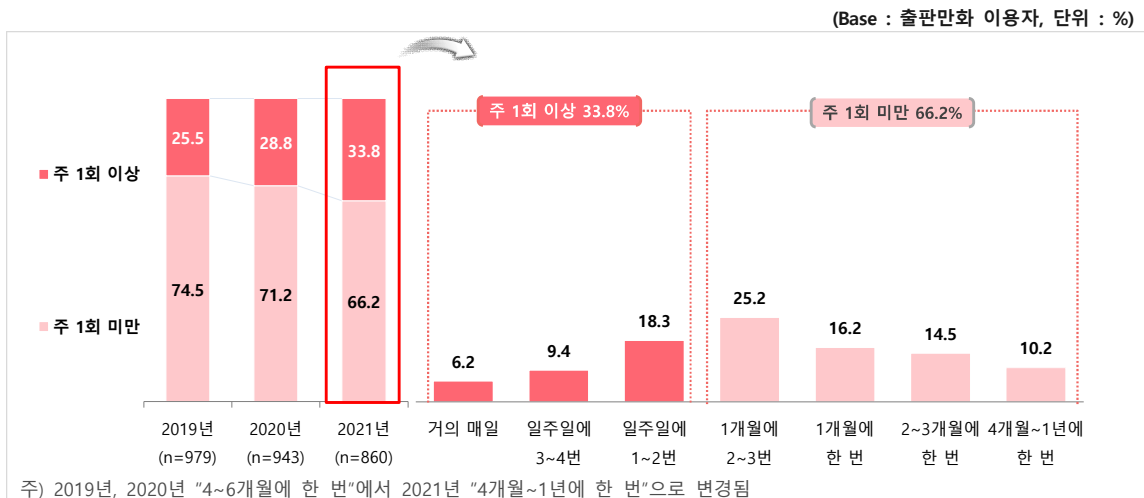
구분	사례 수	의향 없음	의향 있음					
			전혀 의향이 없다	별로 의향이 없다	보통이다			
전체	(3,086)	39.9	12.2	27.6	33.6	26.5	22.6	4.0
성별	남성 (1,561)	40.6	12.0	28.6	33.2	26.3	23.3	2.9
	여성 (1,525)	39.1	12.5	26.7	34.0	26.8	21.8	5.0
연령별	10대 (394)	34.8	13.2	21.6	31.0	34.3	27.4	6.9
	20대 (648)	43.1	14.2	28.9	28.1	28.9	24.7	4.2
	30대 (645)	40.2	11.8	28.4	33.8	26.0	21.4	4.7
	40대 (537)	37.1	10.6	26.4	38.2	24.8	22.0	2.8
	50대 (455)	42.0	11.4	30.5	37.1	20.9	18.9	2.0
	60대 (407)	40.5	11.8	28.7	34.6	24.8	21.1	3.7
60대 미만 (2,679)	39.8	12.3	27.5	33.4	26.8	22.8	4.0	

제3절. 출판만화 이용

1. 출판만화 이용 경험 전반

1-1. 출판만화 이용 빈도

- 출판만화 이용자(n=860)의 출판만화 이용 빈도는 '1개월에 2~3번'이 25.2%로 가장 높음.
- 출판만화를 '주 1회 이상' 이용하는 비율은 33.8%로 2019년 이후 계속해서 증가 추세임. (2019년 25.5% → 2020년 28.8% → 2021년 33.8%)
- '주 1회 이상' 출판만화를 이용하는 비율은 10대와 20대에서 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-1] 출판만화 이용 빈도

<표 2-3-1> 응답자 특성별 출판만화 이용 빈도

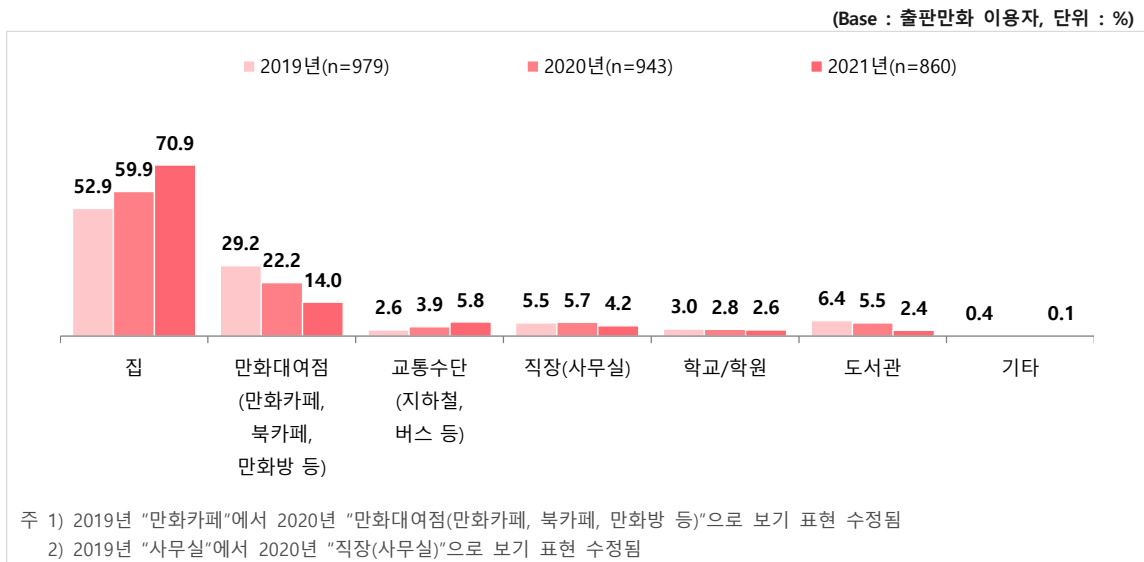
(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

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	2019년 (979)	25.5	2.0	5.4	18.1	74.5	24.2	16.5	16.4	17.3
	2020년 (943)	28.8	3.9	7.7	17.2	71.2	27.0	15.8	12.4	15.9
	2021년 (860)	33.8	6.2	9.4	18.3	66.2	25.2	16.2	14.5	10.2
성별	남성 (447)	33.6	4.7	9.4	19.5	66.4	26.0	17.2	13.9	9.4
	여성 (413)	34.1	7.7	9.4	16.9	65.9	24.5	15.0	15.3	11.1
연령별	10대 (154)	40.9	9.1	10.4	21.4	59.1	24.7	12.3	12.3	9.7
	20대 (198)	39.4	10.1	10.6	18.7	60.6	22.2	15.2	11.1	12.1
	30대 (164)	32.9	3.0	10.4	19.5	67.1	23.2	18.9	17.1	7.9
	40대 (118)	26.3	4.2	5.9	16.1	73.7	30.5	14.4	16.9	11.9
	50대 (113)	31.9	4.4	8.8	18.6	68.1	24.8	16.8	16.8	9.7
	60대 (113)	25.7	3.5	8.8	13.3	74.3	29.2	20.4	15.0	9.7
60대 미만 (747)	35.1	6.6	9.5	19.0	64.9	24.6	15.5	14.5	10.3	

주 1) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와의 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)
 2) 2019년, 2020년 "4~6개월에 한 번"과 2021년 "4개월~1년에 한 번"을 비교함

1-2. 출판만화 주 이용 장소

- 출판만화 이용자(n=860)들의 출판만화 주 이용 장소는 '집'이 70.9%로 가장 높으며, 2019년 이후 계속해서 증가 추세임.
- 그다음으로는 '만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)'이 14.0%로 나타났으며, 2019년 이후 계속해서 감소 추세임. 출판만화의 이용 장소였던 만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방 등)의 감소는 코로나19가 영향을 미친 것으로 보임.



[그림 2-3-2] 출판만화 주 이용 장소

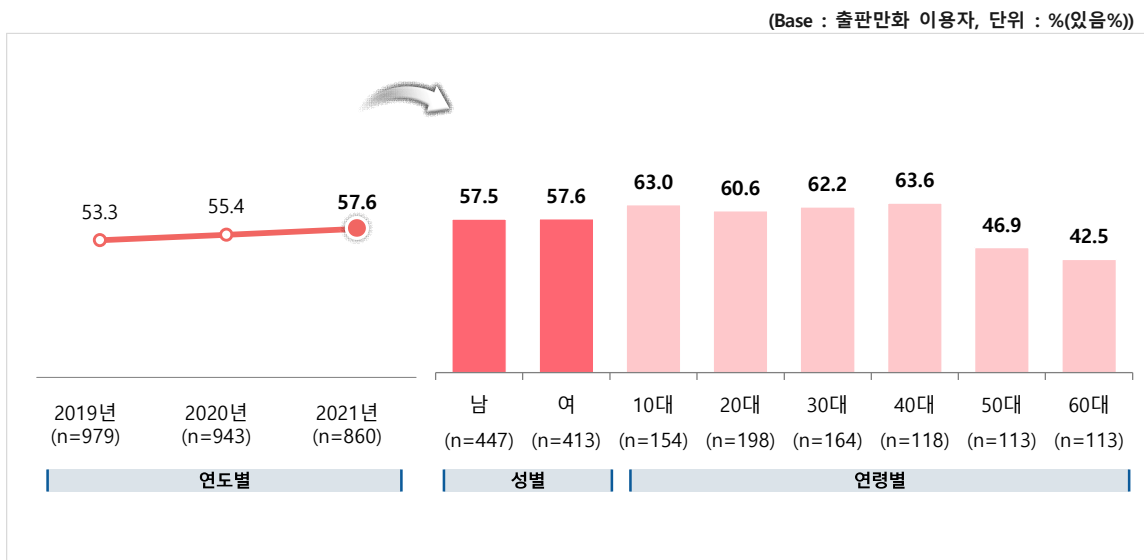
<표 2-3-2> 응답자 특성별 출판만화 주 이용 장소

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	집	만화대여점 (만화카페, 북카페, 만화방 등)	교통수단 (지하철, 버스 등)	직장(사무실)	학교/학원	도서관	기타
전체	(860)	70.9	14.0	5.8	4.2	2.6	2.4	0.1
성별	남성 (447)	69.4	12.1	6.7	6.3	3.4	2.0	0.2
	여성 (413)	72.6	16.0	4.8	1.9	1.7	2.9	0.0
연령별	10대 (154)	68.2	16.9	6.5	0.0	5.2	3.2	0.0
	20대 (198)	75.8	14.1	4.5	3.0	1.5	1.0	0.0
	30대 (164)	67.1	12.8	6.1	7.3	4.9	1.8	0.0
	40대 (118)	69.5	16.9	7.6	1.7	1.7	2.5	0.0
	50대 (113)	67.3	16.8	4.4	8.0	0.0	2.7	0.9
	60대 (113)	77.0	5.3	6.2	6.2	0.9	4.4	0.0
	60대 미만 (747)	70.0	15.3	5.8	3.9	2.8	2.1	0.1

1-3. 즐겨보는 출판만화 작품 유무

- 출판만화 이용자(n=860) 중, 평소 즐겨보는 출판만화가 '있다'라고 응답한 비율은 57.6%로 나타남.
- 60대 미만의 즐겨보는 웹툰 작품이 '있다'라는 응답 비율은 59.8%로, 60대가 포함된 전체 (57.6%) 결과 대비 2.2%p 높게 나타남.



[그림 2-3-3] 즐겨보는 출판만화 작품 유무

〈표 2-3-3〉 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품 유무

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(860)	57.6	42.4
성별	남성 (447)	57.5	42.5
	여성 (413)	57.6	42.4
연령별	10대 (154)	63.0	37.0
	20대 (198)	60.6	39.4
	30대 (164)	62.2	37.8
	40대 (118)	63.6	36.4
	50대 (113)	46.9	53.1
	60대 (113)	42.5	57.5
	60대 미만 (747)	59.8	40.2

1-4. 즐겨보는 출판만화 작품명

- 즐겨보는 출판만화 작품명(1+2+3순위 기준)은 2021년의 경우 ‘원피스(24.4%)’가 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘명탐정 코난(12.3%)’이 높게 나타남.

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



[그림 2-3-4] 즐겨보는 출판만화 작품명

<표 2-3-4> 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 작품명

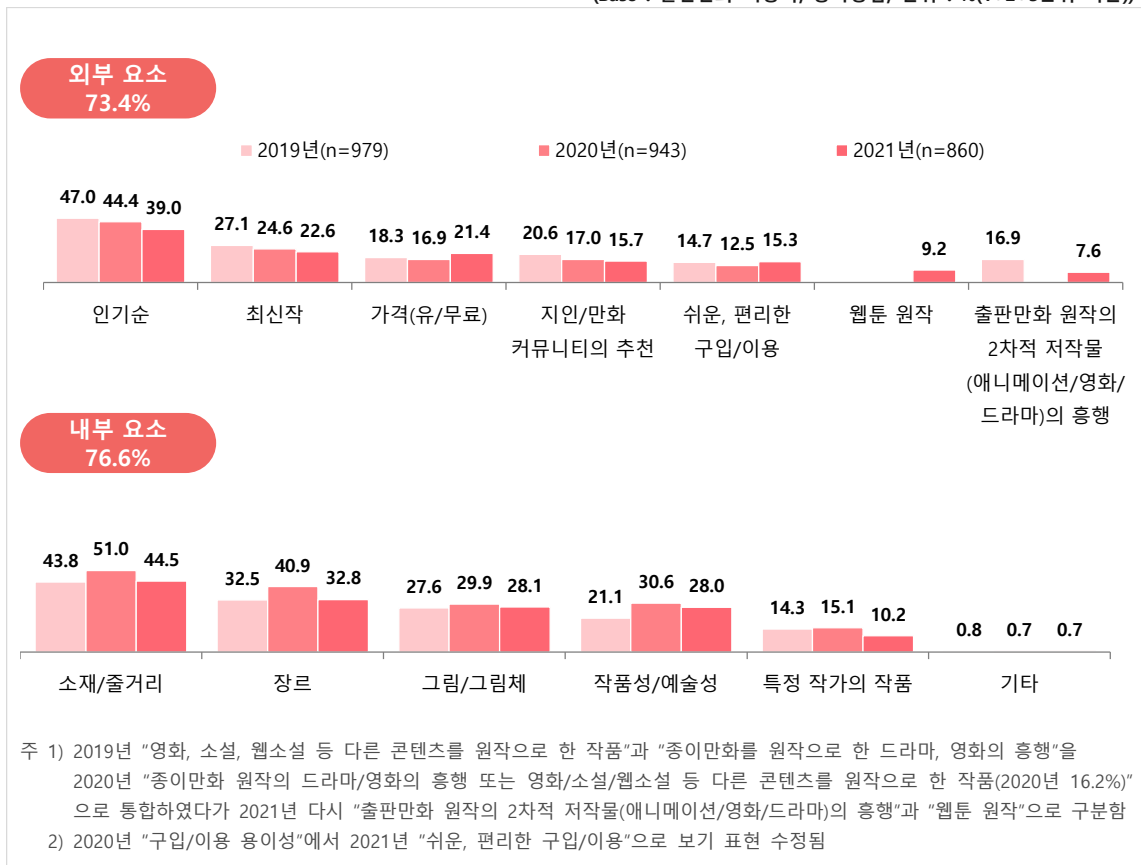
(Base : 즐겨보는 출판만화 “있다”라고 응답한 경우, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준))

구분	사례 수	원피스	명탐정 코난	드래곤볼	열혈강호	슬램덩크	귀멸의 칼날	진격의 거인	식객	하이큐	나루토
전체	(495)	24.4	12.3	7.3	7.1	6.7	6.3	4.0	3.4	3.4	3.2
성별	남성 (257)	31.1	7.0	11.3	11.3	9.3	6.2	4.7	3.1	1.2	5.1
	여성 (238)	17.2	18.1	2.9	2.5	3.8	6.3	3.4	3.8	5.9	1.3
연령별	10대 (97)	17.5	12.4	6.2	3.1	4.1	9.3	6.2	1.0	8.2	4.1
	20대 (120)	34.2	10.0	0.8	0.8	1.7	8.3	2.5	0.8	3.3	7.5
	30대 (102)	36.3	16.7	12.7	12.7	12.7	2.9	5.9	2.0	2.0	2.0
	40대 (75)	13.3	10.7	14.7	12.0	10.7	6.7	6.7	6.7	2.7	1.3
	50대 (53)	26.4	18.9	1.9	9.4	9.4	5.7	0.0	9.4	0.0	0.0
	60대 (48)	4.2	4.2	8.3	8.3	2.1	2.1	0.0	6.3	2.1	0.0
	60대 미만 (447)	26.6	13.2	7.2	6.9	7.2	6.7	4.5	3.1	3.6	3.6

1-5. 출판만화 이용 시 고려 기준

- 출판만화 이용자(n=860)의 출판만화 이용 시 고려 기준(1+2+3순위 기준)은 ‘소재/줄거리’가 44.5%로 가장 높으며, 그다음으로 ‘인기순’이 39.0%, ‘장르’ 32.8% 등의 순으로 나타남.
- 작품의 외부 요소 중에서는 ‘인기순’, ‘최신작’, ‘가격(유/무료)’ 등이 출판만화 선택 시 상대적으로 중요한 고려 기준으로 나타남.
- 작품의 내부 요소 중에서는 ‘소재/줄거리’, ‘장르’, ‘그림/그림체’ 등이 상대적으로 중요한 고려 기준으로 나타남.

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



[그림 2-3-5] 출판만화 이용 시 고려 기준

〈표 2-3-5〉 응답자 특성별 출판만화 이용 시 고려 기준 - 외부 요소

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

구분	사례 수	외부 요소	외부 요소						
			인기순	최신작	가격 (유/무료)	지인/만화 커뮤니티의 추천	쉬운, 편리한 구입/이용	웹툰 원작	출판만화 원작의 2차적 저작물 (애니메이션/영화/드라마)의 흥행
전체	(860)	73.4	39.0	22.6	21.4	15.7	15.3	9.2	7.6
성별	남성 (447)	76.7	41.8	24.6	22.8	15.2	16.8	8.7	8.3
	여성 (413)	69.7	35.8	20.3	19.9	16.2	13.8	9.7	6.8
연령별	10대 (154)	77.3	45.5	26.6	22.1	16.2	15.6	13.0	5.8
	20대 (198)	71.2	38.4	18.2	19.2	16.2	13.6	6.1	9.6
	30대 (164)	73.2	40.2	22.0	18.9	25.0	12.2	6.7	8.5
	40대 (118)	67.8	37.3	22.9	17.8	5.9	16.9	8.5	5.1
	50대 (113)	76.1	40.7	19.5	28.3	13.3	15.9	14.2	8.8
	60대 (113)	75.2	29.2	28.3	24.8	13.3	20.4	8.8	6.2
	60대 미만 (747)	73.1	40.4	21.7	20.9	16.1	14.6	9.2	7.8

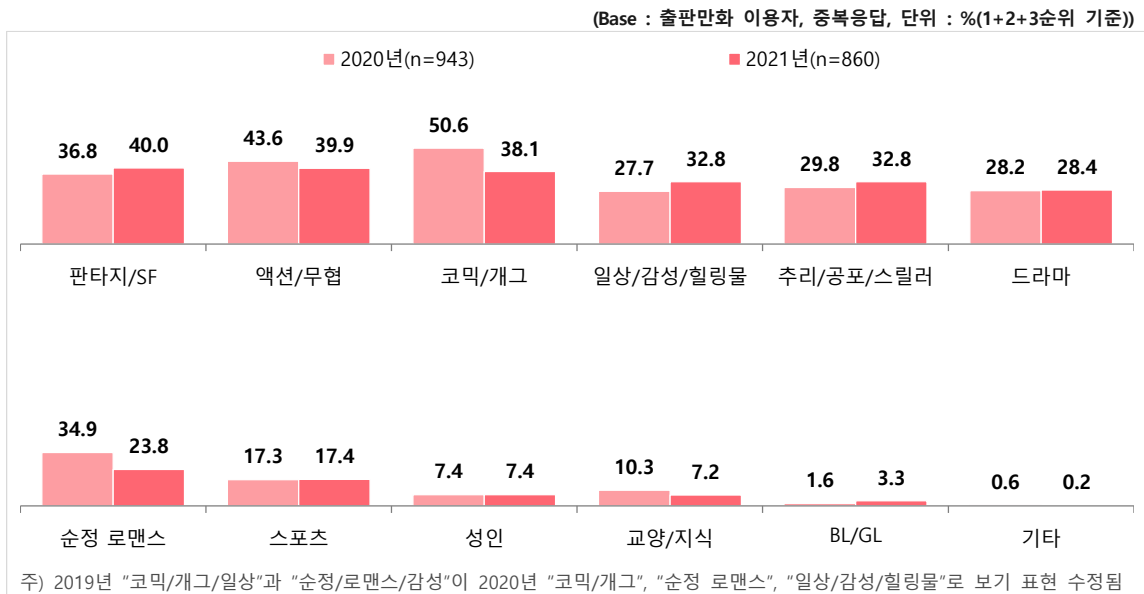
〈표 2-3-6〉 응답자 특성별 출판만화 이용 시 고려 기준 - 내부 요소

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

구분	사례 수	내부 요소	내부 요소					
			소재/줄거리	장르	그림/그림체	작품성/예술성	특정 작가의 작품	기타
전체	(860)	76.6	44.5	32.8	28.1	28.0	10.2	0.7
성별	남성 (447)	76.3	41.6	33.6	23.0	28.9	7.8	1.1
	여성 (413)	77.0	47.7	32.0	33.7	27.1	12.8	0.2
연령별	10대 (154)	72.1	37.7	31.2	33.8	22.7	7.8	0.6
	20대 (198)	80.8	42.9	28.8	37.4	33.8	10.6	0.0
	30대 (164)	72.0	37.8	37.8	25.6	28.0	11.0	1.2
	40대 (118)	79.7	48.3	28.0	32.2	31.4	14.4	1.7
	50대 (113)	76.1	51.3	34.5	17.7	23.0	8.8	0.9
	60대 (113)	79.6	55.8	38.1	14.2	26.5	8.8	0.0
	60대 미만 (747)	76.2	42.8	32.0	30.3	28.2	10.4	0.8

1-6. 즐겨보는 출판만화 장르

- 출판만화 이용자(n=860)의 즐겨보는 출판만화 장르(1+2+3순위 기준)는 ‘판타지/SF’가 40.0%로 가장 높음.
- 그다음으로는 ‘액션/무협’이 39.9%, ‘코믹/개그’가 38.1% 등의 순으로 나타남.



[그림 2-3-6] 즐겨보는 출판만화 장르

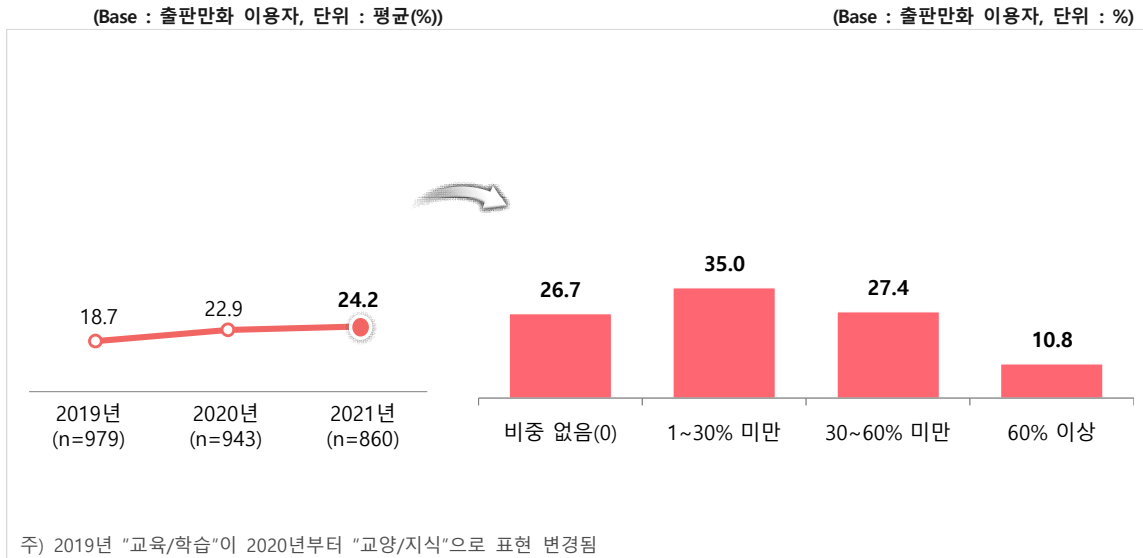
<표 2-3-7> 응답자 특성별 즐겨보는 출판만화 장르

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

구분	사례 수	판타지/SF	액션/무협	코믹/개그	일상/감성/힐링물	추리/공포/스릴러	드라마	순정 로맨스	스포츠	성인	교양/지식	BL/GL	기타
전체	(860)	40.0	39.9	38.1	32.8	32.8	28.4	23.8	17.4	7.4	7.2	3.3	0.2
성별	남성 (447)	46.1	57.7	35.8	23.5	34.2	17.7	12.5	24.6	10.1	7.4	1.6	0.0
	여성 (413)	33.4	20.6	40.7	42.9	31.2	40.0	36.1	9.7	4.6	7.0	5.1	0.5
연령별	10대 (154)	43.5	34.4	48.1	31.2	24.0	29.2	33.1	16.2	2.6	3.2	3.2	0.6
	20대 (198)	46.0	33.8	36.4	36.4	32.3	24.2	25.3	11.1	10.6	3.0	7.6	0.0
	30대 (164)	42.1	42.1	38.4	29.3	35.4	23.2	14.0	28.7	5.5	9.1	1.8	0.0
	40대 (118)	40.7	43.2	31.4	39.0	38.1	32.2	20.3	12.7	3.4	9.3	2.5	0.0
	50대 (113)	37.2	44.2	37.2	25.7	38.1	37.2	24.8	16.8	8.8	6.2	0.9	0.9
	60대 (113)	23.9	46.9	35.4	34.5	31.0	29.2	25.7	19.5	14.2	15.9	0.9	0.0
	60대 미만 (747)	42.4	38.8	38.6	32.5	33.1	28.2	23.6	17.1	6.4	5.9	3.6	0.3

1-7. 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율

- 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율은 평균 24.2%로 나타남.
- 출판만화 이용자(n=860)들의 출판만화 이용 중 교양/지식 목적 이용 비율은 ‘1~30% 미만’이 35.0%로 가장 높게 나타났으며, 50대에서 응답 비율이 가장 높음.



[그림 2-3-7] 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율

<표 2-3-8> 응답자 특성별 교양/지식 목적 출판만화 이용 비율

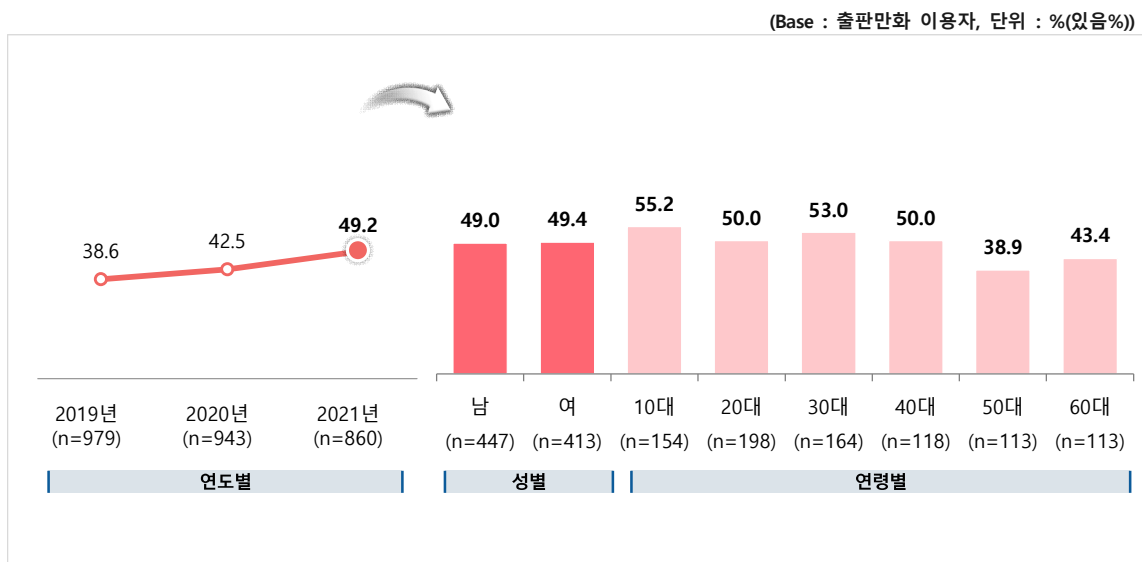
(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %, 평균(%))

구분	사례 수	비중 없음(0)	1~30% 미만	30~60% 미만	60% 이상	평균(%)
전체	(860)	26.7	35.0	27.4	10.8	24.2
성별	남성 (447)	27.5	34.2	25.5	12.8	24.6
	여성 (413)	25.9	35.8	29.5	8.7	23.8
연령별	10대 (154)	28.6	37.0	25.3	9.1	22.5
	20대 (198)	40.9	24.2	22.7	12.1	22.3
	30대 (164)	22.6	34.8	32.3	10.4	26.1
	40대 (118)	21.2	39.0	30.5	9.3	24.3
	50대 (113)	20.4	44.2	27.4	8.0	23.3
	60대 (113)	17.7	38.1	28.3	15.9	27.5
	60대 미만 (747)	28.1	34.5	27.3	10.0	23.7

2. 출판만화 구매

2-1. 출판만화 구매 경험

- 출판만화 이용자(n=860) 중, 출판만화 구매 경험이 '있다'라는 응답은 49.2%로, 2019년 이후 계속해서 증가 추세임.
- 출판만화 구매 경험이 '있다'라고 응답한 비율은 10대와 30대에서 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-8] 출판만화 구매 경험

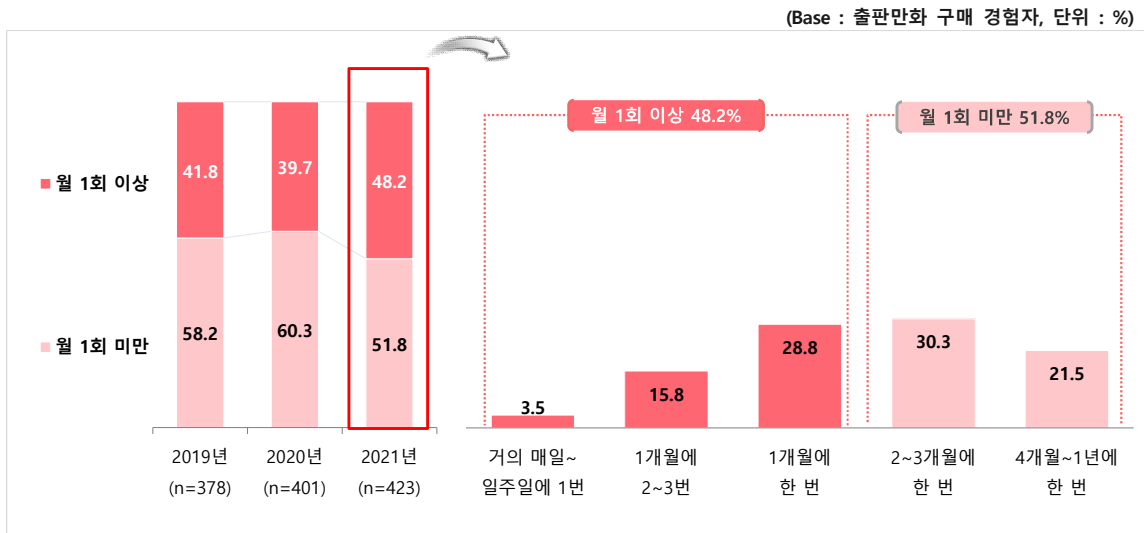
<표 2-3-9> 응답자 특성별 출판만화 구매 경험

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(860)	49.2	50.8
성별	남성 (447)	49.0	51.0
	여성 (413)	49.4	50.6
연령별	10대 (154)	55.2	44.8
	20대 (198)	50.0	50.0
	30대 (164)	53.0	47.0
	40대 (118)	50.0	50.0
	50대 (113)	38.9	61.1
	60대 (113)	43.4	56.6
	60대 미만 (747)	50.1	49.9

2-2. 출판만화 구매 주기

- 출판만화 구매 주기가 ‘월 1회 이상’인 비율은 48.2%로 전년 대비 증가함.
- 출판만화 구매 경험자(n=423)들의 출판만화 구매 주기는 ‘2~3개월에 한 번’이 30.3%, ‘1개월에 한 번’이 28.8%로 높게 나타남.
- ‘월 1회 이상’ 출판만화를 구매하는 비율은 여성 대비 남성에서, 연령별로는 50대에서 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-9] 출판만화 구매 주기

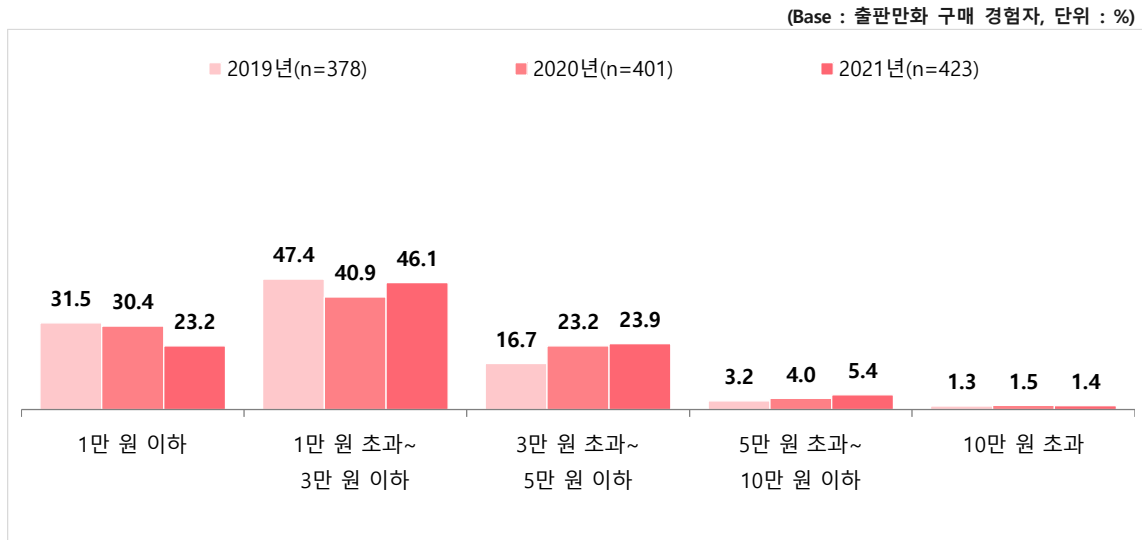
<표 2-3-10> 응답자 특성별 출판만화 구매 주기

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	월 1회 이상					월 1회 미만		
		월 1회 이상	거의 매일~일주일에 1번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	월 1회 미만	2~3개월에 한 번	4개월~1년에 한 번	
연도별	2019년 (378)	41.8	2.1	15.1	24.6	58.2	30.4	27.8	
	2020년 (401)	39.7	4.7	15.2	19.7	60.3	28.9	31.4	
	2021년 (423)	48.2	3.5	15.8	28.8	51.8	30.3	21.5	
성별	남성 (219)	51.6	2.3	15.5	33.8	48.4	29.7	18.7	
	여성 (204)	44.6	4.9	16.2	23.5	55.4	30.9	24.5	
연령별	10대 (85)	50.6	2.4	21.2	27.1	49.4	25.9	23.5	
	20대 (99)	45.5	6.1	13.1	26.3	54.5	32.3	22.2	
	30대 (87)	48.3	3.4	18.4	26.4	51.7	31.0	20.7	
	40대 (59)	42.4	0.0	11.9	30.5	57.6	30.5	27.1	
	50대 (44)	54.5	2.3	15.9	36.4	45.5	29.5	15.9	
	60대 (49)	51.0	6.1	12.2	32.7	49.0	32.7	16.3	
	60대 미만 (374)	47.9	3.2	16.3	28.3	52.1	29.9	22.2	

2-3. 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

- 출판만화 구매 경험자(n=423)들의 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용은 ‘1만 원 초과~3만 원 이하’가 46.1%로 가장 높음.
- 전년 대비 ‘1만 원 초과~3만 원 이하’ 응답 비율이 증가함.



[그림 2-3-10] 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

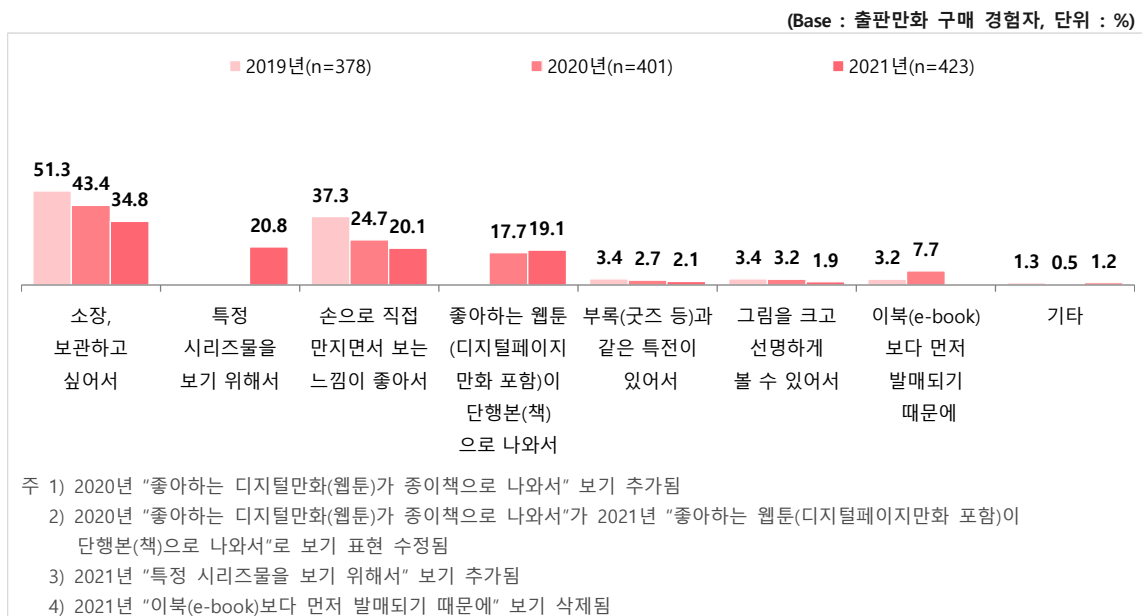
<표 2-3-11> 응답자 특성별 출판만화 구매 시 월평균 지출 비용

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	1만 원 이하	1만 원 초과~3만 원 이하	3만 원 초과~5만 원 이하	5만 원 초과~10만 원 이하	10만 원 초과
전체	(423)	23.2	46.1	23.9	5.4	1.4
성별	남성 (219)	20.1	47.5	27.9	3.7	0.9
	여성 (204)	26.5	44.6	19.6	7.4	2.0
연령별	10대 (85)	24.7	48.2	20.0	4.7	2.4
	20대 (99)	29.3	38.4	22.2	9.1	1.0
	30대 (87)	23.0	40.2	31.0	4.6	1.1
	40대 (59)	20.3	50.8	20.3	8.5	0.0
	50대 (44)	15.9	56.8	27.3	0.0	0.0
	60대 (49)	18.4	53.1	22.4	2.0	4.1
	60대 미만 (374)	23.8	45.2	24.1	5.9	1.1

2-4. 출판만화 구매 이유

- 출판만화 구매 경험자(n=423)들의 출판만화 구매 이유는 ‘소장, 보관하고 싶어서’가 34.8%로 가장 높음. 그다음으로는 ‘특정 시리즈물을 보기 위해서’가 20.8%, ‘손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서’가 20.1% 등의 순으로 나타남.
- ‘소장, 보관하고 싶어서’와 ‘손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서’ 응답 비율은 2019년 이후 감소 추세로 나타났지만, ‘좋아하는 웹툰(디지털페이지만화 포함)이 단행본(책)으로 나와서’가 전년 대비 약간 증가함.



[그림 2-3-11] 출판만화 구매 이유

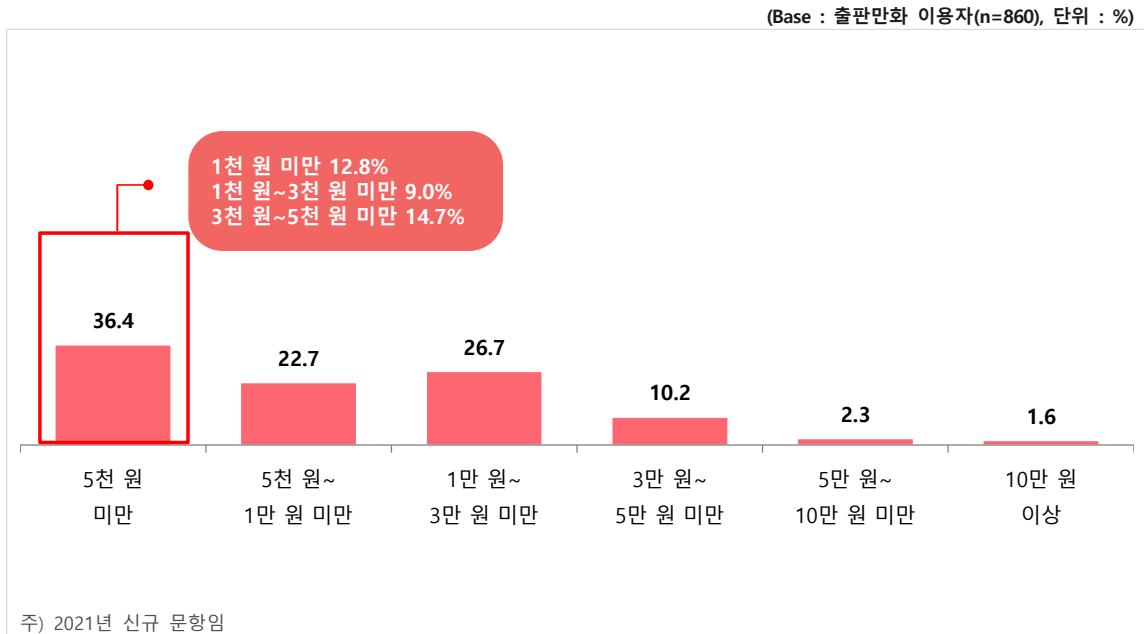
〈표 2-3-12〉 응답자 특성별 출판만화 구매 이유

(Base : 출판만화 구매 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	소장, 보관하고 싶어서	특정 시리즈물을 보기 위해서	손으로 직접 만지면서 보는 느낌이 좋아서	좋아하는 웹툰 (디지털페이지 만화 포함)이 단행본(책)으로 나와서	부록(굿즈 등)과 같은 특전이 있어서	그림을 크고 선명하게 볼 수 있어서	기타	
전체	(423)	34.8	20.8	20.1	19.1	2.1	1.9	1.2	
성별	남성	(219)	32.0	26.0	24.2	13.2	1.4	1.8	1.4
	여성	(204)	37.7	15.2	15.7	25.5	2.9	2.0	1.0
연령별	10대	(85)	30.6	22.4	17.6	22.4	4.7	2.4	0.0
	20대	(99)	41.4	21.2	17.2	19.2	0.0	1.0	0.0
	30대	(87)	34.5	25.3	20.7	10.3	4.6	2.3	2.3
	40대	(59)	40.7	18.6	22.0	16.9	0.0	1.7	0.0
	50대	(44)	22.7	13.6	27.3	27.3	2.3	2.3	4.5
	60대	(49)	32.7	18.4	20.4	24.5	0.0	2.0	2.0
	60대 미만	(374)	35.0	21.1	20.1	18.4	2.4	1.9	1.1

2-5. 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

- 출판만화 이용자(n=860)들의 월평균 최대 지출 비용은 '5천 원 미만'이 36.4%로 가장 높게 나타남.
- '5천 원 미만' 응답 비율은 10대에서 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-12] 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

<표 2-3-13> 응답자 특성별 향후 출판만화 구매 시 월평균 최대 지출 비용

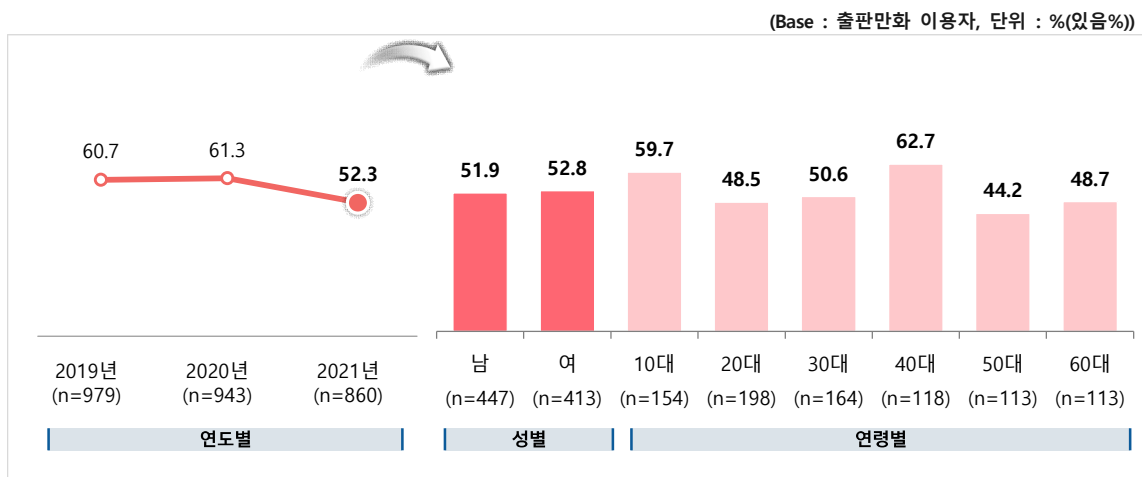
(Base : 출판만화 이용자(n=860), 단위 : %)

구분	사례 수	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	(860)	36.4	12.8	9.0	14.7	22.7	26.7	10.2	2.3
성별	남성	(447)	34.7	14.5	7.4	12.8	24.2	27.5	9.6	2.5	1.6
	여성	(413)	38.3	10.9	10.7	16.7	21.1	25.9	10.9	2.2	1.7
연령별	10대	(154)	42.9	13.6	10.4	18.8	19.5	20.8	11.0	1.9	3.9
	20대	(198)	38.9	17.2	10.6	11.1	19.7	26.8	11.1	2.5	1.0
	30대	(164)	33.5	7.9	9.1	16.5	23.2	25.6	12.2	3.7	1.8
	40대	(118)	31.4	14.4	5.9	11.0	24.6	33.1	5.9	3.4	1.7
	50대	(113)	36.3	12.4	8.0	15.9	24.8	27.4	10.6	0.9	0.0
	60대	(113)	32.7	9.7	8.0	15.0	27.4	29.2	8.8	0.9	0.9
	60대 미만	(747)	36.9	13.3	9.1	14.6	22.0	26.4	10.4	2.5	1.7

3. 출판만화 대여/열람

3-1. 출판만화 대여/열람 경험

- 출판만화 이용자(n=860) 중 출판만화 대여/열람 경험이 '있다'라고 응답한 비율이 52.3%로 전년 대비 감소함.
- 연령대별로 살펴보면, 10대와 40대에서 출판만화 대여/열람 경험이 '있다'라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-13] 출판만화 대여/열람 경험

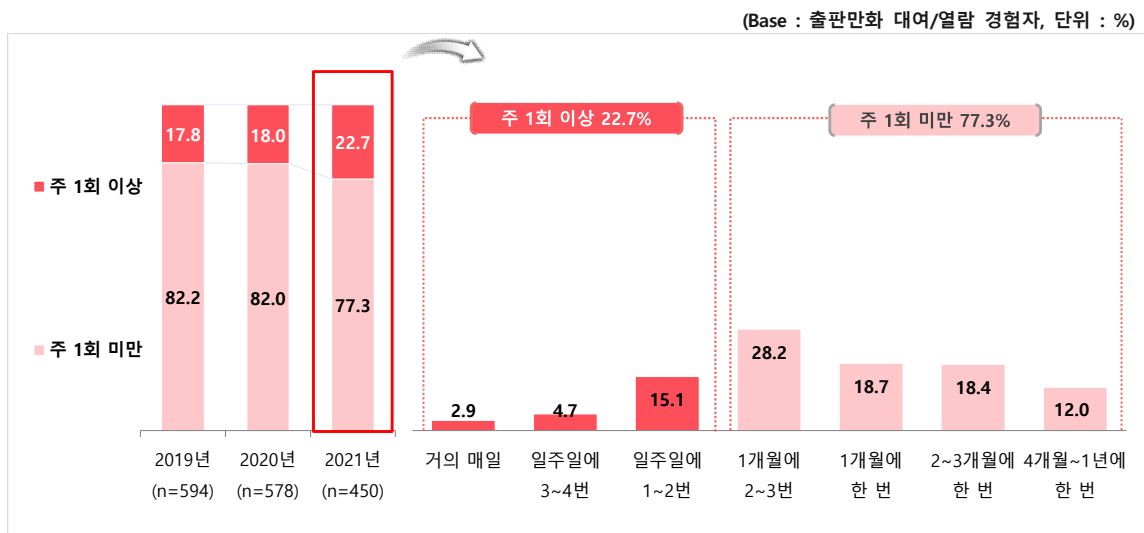
<표 2-3-14> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 경험

(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(860)	52.3	47.7
성별	남성 (447)	51.9	48.1
	여성 (413)	52.8	47.2
연령별	10대 (154)	59.7	40.3
	20대 (198)	48.5	51.5
	30대 (164)	50.6	49.4
	40대 (118)	62.7	37.3
	50대 (113)	44.2	55.8
	60대 (113)	48.7	51.3
	60대 미만 (747)	52.9	47.1

3-2. 출판만화 대여/열람 주기

- ‘주 1회 이상’ 출판만화 대여/열람 비율은 22.7%로 전년 대비 증가함.
- 출판만화 대여/열람 경험자(n=450)들의 대여/열람 주기는 ‘1개월에 2~3번’이 28.2%로 가장 높게 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 대비 여성에서, 연령별로는 50대에서 ‘주 1회 이상’ 출판만화를 대여/열람하는 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-3-14] 출판만화 대여/열람 주기

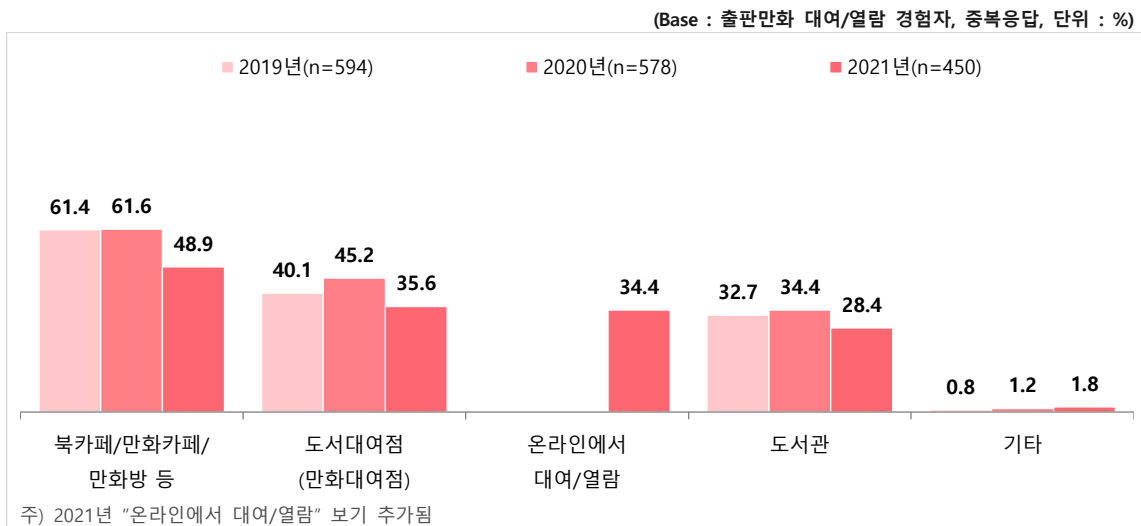
<표 2-3-15> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 주기

(Base : 출판만화 대여/열람 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	주 1회 이상	주 1회 이상			주 1회 미만	주 1회 미만			
			거의 매일	일주일 3~4번	일주일 1~2번		1개월 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4개월~1년에 한 번
연도별	2019년 (594)	17.8	1.5	3.9	12.5	82.2	22.6	17.5	25.4	16.7
	2020년 (578)	18.0	2.2	4.5	11.2	82.0	25.1	18.2	20.4	18.3
	2021년 (450)	22.7	2.9	4.7	15.1	77.3	28.2	18.7	18.4	12.0
성별	남성 (232)	20.7	1.7	4.3	14.7	79.3	30.2	20.3	20.3	8.6
	여성 (218)	24.8	4.1	5.0	15.6	75.2	26.1	17.0	16.5	15.6
연령별	10대 (92)	26.1	3.3	8.7	14.1	73.9	28.3	16.3	18.5	10.9
	20대 (96)	21.9	5.2	4.2	12.5	78.1	24.0	17.7	14.6	21.9
	30대 (83)	28.9	1.2	7.2	20.5	71.1	27.7	15.7	12.0	15.7
	40대 (74)	13.5	2.7	1.4	9.5	86.5	32.4	23.0	24.3	6.8
	50대 (50)	30.0	0.0	4.0	26.0	70.0	24.0	20.0	24.0	2.0
	60대 (55)	14.5	3.6	0.0	10.9	85.5	34.5	21.8	21.8	7.3
60대 미만 (395)	23.8	2.8	5.3	15.7	76.2	27.3	18.2	18.0	12.7	

3-3. 출판만화 대여/열람 시 이용 방법

- 출판만화 대여/열람 경험자(n=450)들의 대여/열람 방법은 ‘북카페/만화카페/만화방 등’이 48.9%로 가장 높게 나타남.
- 그다음으로 ‘도서대여점(만화대여점)’이 35.6%, ‘온라인에서 대여 열람’이 34.4% 등의 순으로 높게 나타남.
- ‘북카페/만화카페/만화방 등’ 응답 비율은 20대에서 가장 높고, ‘도서대여점(만화대여점)’ 응답 비율은 50대에서 가장 높음.



[그림 2-3-15] 출판만화 대여/열람 시 이용 방법

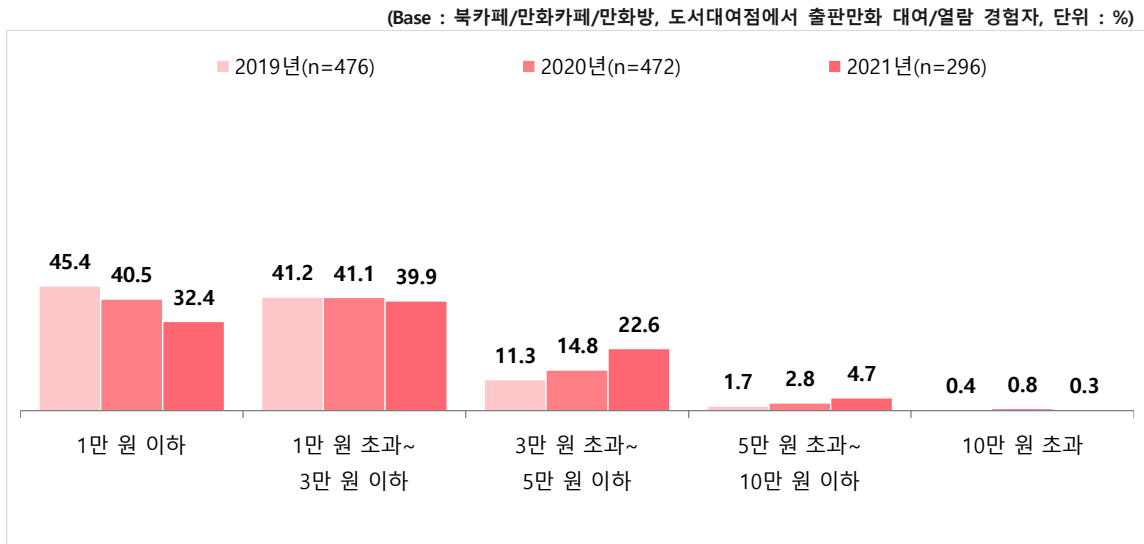
<표 2-3-16> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 시 이용 방법

(Base : 출판만화 대여/열람 경험자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	북카페/만화카페/만화방 등	도서대여점(만화대여점)	온라인에서 대여/열람	도서관	기타
전체	(450)	48.9	35.6	34.4	28.4	1.8
성별	남성 (232)	50.0	38.8	30.6	29.3	1.3
	여성 (218)	47.7	32.1	38.5	27.5	2.3
연령별	10대 (92)	53.3	32.6	34.8	34.8	0.0
	20대 (96)	58.3	30.2	40.6	25.0	3.1
	30대 (83)	48.2	41.0	38.6	24.1	3.6
	40대 (74)	40.5	28.4	32.4	29.7	2.7
	50대 (50)	46.0	52.0	24.0	26.0	0.0
	60대 (55)	40.0	36.4	29.1	30.9	0.0
	60대 미만 (395)	50.1	35.4	35.2	28.1	2.0

3-4. 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용

- 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용은 '1만 원 초과~3만 원 이하'가 39.9%로 가장 높음.
- 그다음으로 '1만 원 이하'가 32.4%, '3만 원 초과~5만 원 이하'가 22.6% 등의 순으로 나타남.
- 출판만화 대여/열람 시, 월평균 지출 비용 '3만 원 초과~5만 원 이하' 응답이 전년 대비 7.8%p 증가함.



[그림 2-3-16] 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용

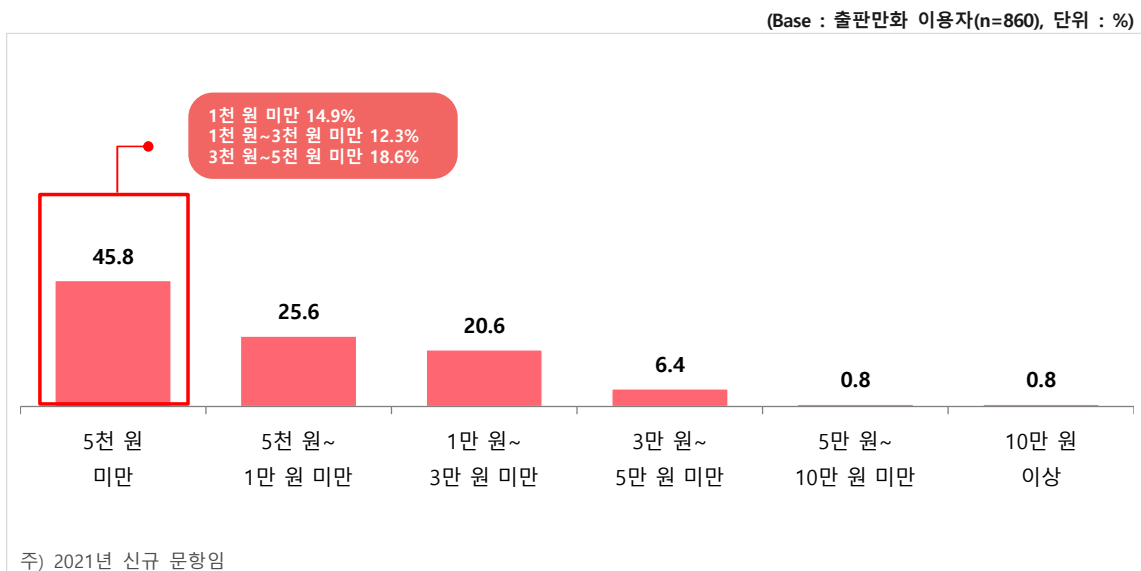
<표 2-3-17> 응답자 특성별 출판만화 대여/열람 시 월평균 지출 비용

(Base : 북카페/만화카페/만화방, 도서대여점에서 출판만화 대여/열람 경험자, 단위 : %)

구분	사례 수	1만 원 이하	1만 원 초과~3만 원 이하	3만 원 초과~5만 원 이하	5만 원 초과~10만 원 이하	10만 원 초과
전체	(296)	32.4	39.9	22.6	4.7	0.3
성별	남성 (157)	30.6	35.7	28.0	5.7	0.0
	여성 (139)	34.5	44.6	16.5	3.6	0.7
연령별	10대 (61)	34.4	36.1	21.3	6.6	1.6
	20대 (65)	38.5	40.0	16.9	4.6	0.0
	30대 (56)	26.8	39.3	26.8	7.1	0.0
	40대 (43)	25.6	51.2	20.9	2.3	0.0
	50대 (36)	41.7	36.1	19.4	2.8	0.0
	60대 (35)	25.7	37.1	34.3	2.9	0.0
	60대 미만 (261)	33.3	40.2	21.1	5.0	0.4

3-5. 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용

- 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용은 '5천 원 미만'이 45.8%로 가장 높게 나타남.
- 그다음으로는 '5천 원~1만 원 미만'이 25.6%, '1만 원~3만 원 미만'이 20.6% 등의 순으로 나타남.



[그림 2-3-17] 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용

〈표 2-3-18〉 응답자 특성별 향후 출판만화 대여/열람 시 월평균 최대 지출 비용

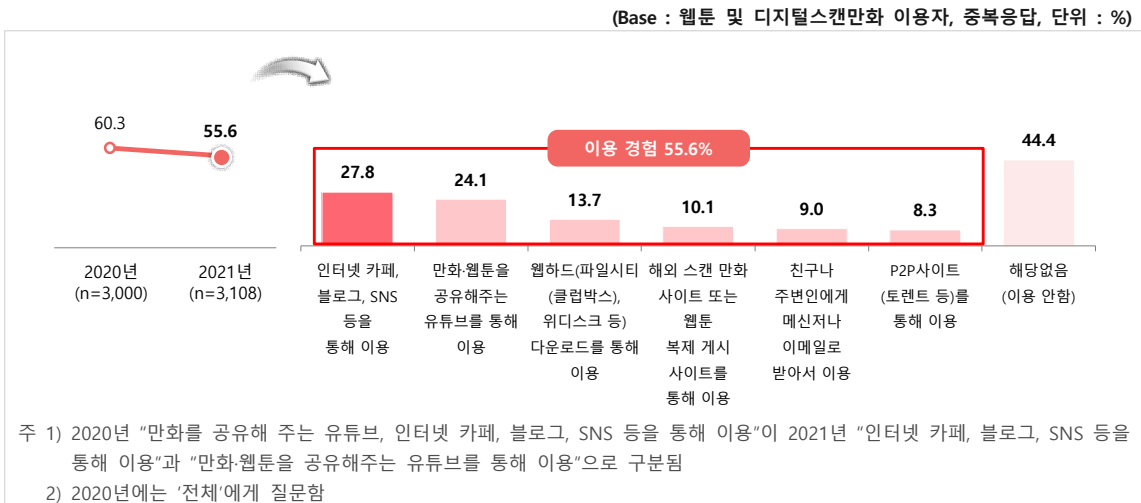
(Base : 출판만화 이용자, 단위 : %)

구분	사례 수	5천 원 미만	1천 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
			1천 원 미만	1천 원~3천 원 미만	3천 원~5천 원 미만					
전체	(860)	45.8	14.9	12.3	18.6	25.6	20.6	6.4	0.8	0.8
성별	남성 (447)	42.7	14.8	10.1	17.9	26.0	21.9	8.1	1.1	0.2
	여성 (413)	49.2	15.0	14.8	19.4	25.2	19.1	4.6	0.5	1.5
연령별	10대 (154)	50.0	16.2	11.0	22.7	23.4	16.9	5.2	1.3	3.2
	20대 (198)	50.0	19.7	10.6	19.7	23.7	18.7	6.1	1.5	0.0
	30대 (164)	43.3	11.6	12.8	18.9	22.0	25.6	7.9	0.6	0.6
	40대 (118)	40.7	13.6	10.2	16.9	26.3	21.2	11.0	0.8	0.0
	50대 (113)	46.0	12.4	15.9	17.7	31.0	17.7	5.3	0.0	0.0
	60대 (113)	41.6	13.3	15.0	13.3	31.0	23.9	2.7	0.0	0.9
	60대 미만 (747)	46.5	15.1	11.9	19.4	24.8	20.1	7.0	0.9	0.8

제4절. 만화·웹툰 불법 이용

1. 만화·웹툰 불법 이용 경험

- 만화·웹툰 불법 이용 경험은 55.6%로 전년 대비 감소하였으며, ‘인터넷 카페, 블로그 SNS 등을 통해 이용’이 27.8%로 가장 높게 나타남.
- 불법 이용 경험은 여성 대비 남성, 연령별로는 60대에서 가장 높음.
- 60대 미만의 결과만 살펴보면, 만화·웹툰 불법 이용 경험이 ‘없다’라는 응답이 46.9%로 60대가 포함된 전체(44.4%) 결과 대비 2.5%p 높게 나타남.



[그림 2-4-1] 만화·웹툰 불법 이용 경험

<표 2-4-1> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 경험

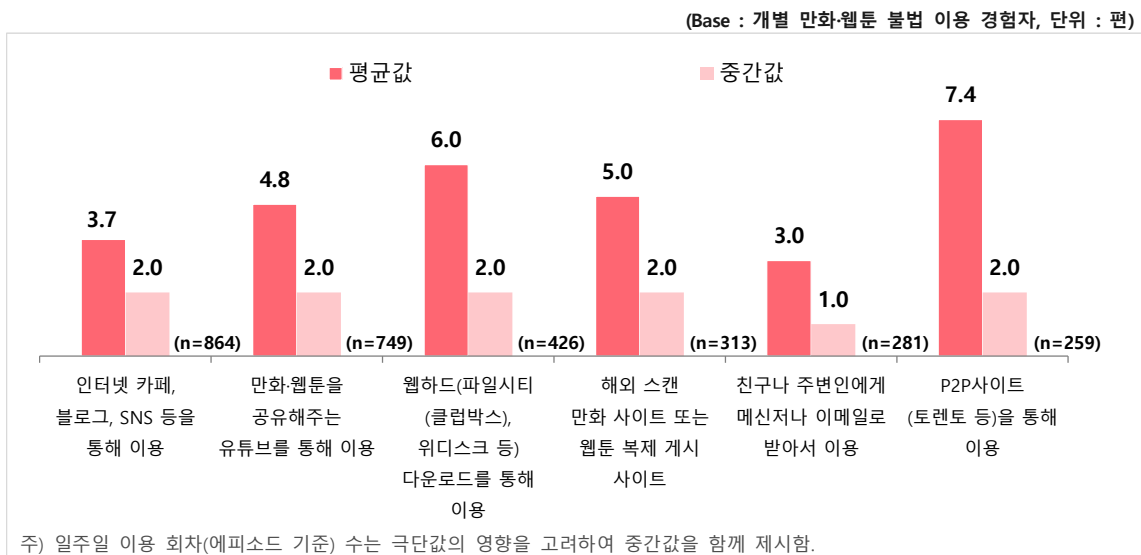
(Base : 웹툰 및 디지털스캔만화 이용자, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	경험 있음	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	웹하드 (파일시디 (클립박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용	해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용	친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	P2P 사이트 (토렌트 등)를 통해 이용	해당없음 (이용 안함)
연도별	2020년 (3,000)	60.3	27.8	24.1	13.7	10.1	9.0	8.3	39.7
	2021년 (3,108)	55.6	27.8	24.1	13.7	10.1	9.0	8.3	44.4
성별	남성 (1,573)	61.2	29.4	26.0	18.0	12.1	9.2	11.3	38.8
	여성 (1,535)	50.0	26.1	22.1	9.3	8.0	8.9	5.3	50.0
연령별	10대 (397)	63.0	33.2	29.7	14.6	12.3	11.1	6.8	37.0
	20대 (650)	45.1	21.4	16.9	9.4	13.4	4.8	6.0	54.9
	30대 (651)	43.8	21.2	17.1	12.0	11.2	5.4	8.0	56.2
	40대 (540)	57.6	29.4	22.4	15.6	9.1	8.1	10.0	42.4
	50대 (459)	63.8	30.3	30.9	15.7	5.4	12.2	11.1	36.2
	60대 (411)	72.3	38.2	35.8	17.8	7.3	17.3	8.8	27.7
	60대 미만 (2,697)	53.1	26.2	22.3	13.1	10.5	7.8	8.3	46.9

주) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와의 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)

2. 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수

- 만화·웹툰 불법 이용 회차(에피소드 기준) 수는 'P2P 사이트(토렌토 등)를 통해 이용'이 평균 7.4편으로 가장 많으며, 그다음으로 '웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용(6.0편)', '해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용(5.0편)', '친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용(3.0편)', '인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용(3.7편)', '만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용(4.8편)' 등의 순으로 높게 나타남.



[그림 2-4-2] 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수

〈표 2-4-2〉 응답자 특성별 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수(1/2)

(Base : 개별 만화·웹툰 불법 이용 경험자, 단위 : 편)

구분	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용			만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용			웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용			
	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	
전체	(864)	3.7	2.0	(749)	4.8	2.0	(426)	6.0	2.0	
성별	남성	(463)	3.5	2.0	(409)	4.2	2.0	(283)	4.7	2.0
	여성	(401)	3.9	2.0	(340)	5.5	2.0	(143)	8.6	2.0
연령별	10대	(132)	6.4	2.5	(118)	6.4	3.0	(58)	4.0	2.0
	20대	(139)	3.7	2.0	(110)	4.0	2.0	(61)	5.5	3.0
	30대	(138)	3.2	2.0	(111)	3.4	2.0	(78)	4.3	2.0
	40대	(159)	3.0	2.0	(121)	9.3	2.0	(84)	12.1	2.0
	50대	(139)	3.3	2.0	(142)	3.5	2.0	(72)	3.7	2.0
	60대	(157)	2.7	2.0	(147)	2.6	2.0	(73)	5.2	2.0
	60대 미만	(707)	3.9	2.0	(602)	5.3	2.0	(353)	6.2	2.0

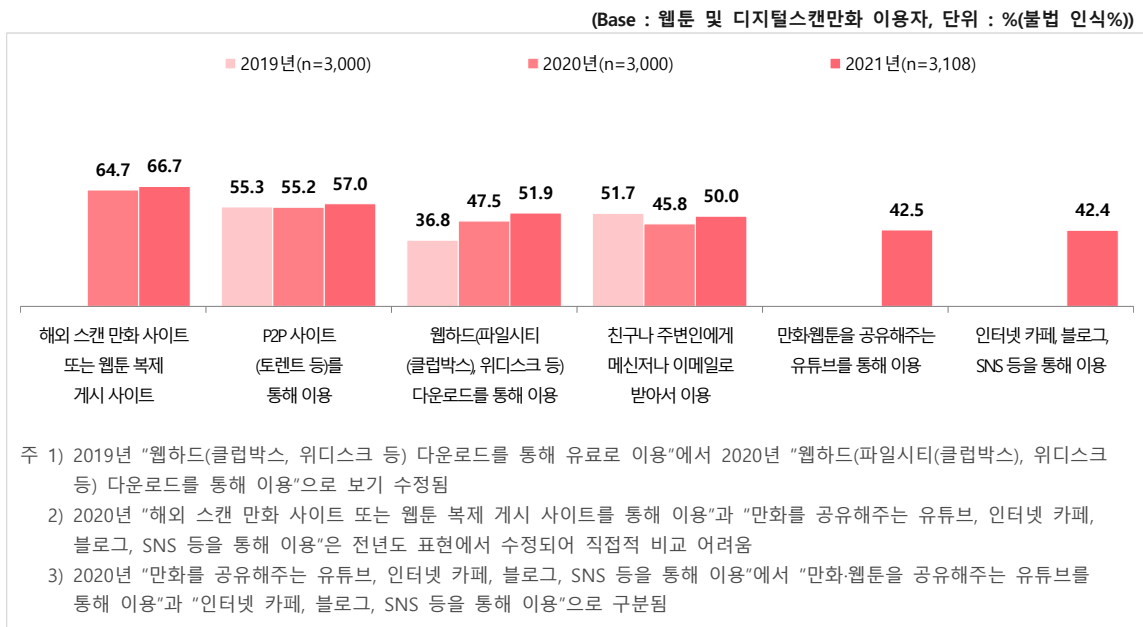
〈표 2-4-3〉 응답자 특성별 불법 만화·웹툰 이용 회차(에피소드 기준) 수(2/2)

(Base : 개별 만화·웹툰 불법 이용 경험자, 단위 : 편)

구분	해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용			친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용			P2P 사이트 (토렌트 등)를 통해 이용			
	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	사례 수	평균값(편)	중앙값(편)	
전체	(313)	5.0	2.0	(281)	3.0	1.0	(259)	7.4	2.0	
성별	남성	(190)	5.9	2.0	(144)	3.0	1.0	(177)	5.4	2.0
	여성	(123)	3.6	2.0	(137)	3.0	1.0	(82)	11.9	2.0
연령별	10대	(49)	5.3	3.0	(44)	5.7	2.0	(27)	6.3	3.0
	20대	(87)	7.1	2.0	(31)	3.2	1.0	(39)	9.3	2.0
	30대	(73)	4.8	2.0	(35)	2.6	1.0	(52)	2.9	2.0
	40대	(49)	3.5	2.0	(44)	2.8	1.0	(54)	15.6	2.0
	50대	(25)	3.0	2.0	(56)	2.1	1.0	(51)	4.1	2.0
	60대	(30)	3.1	2.0	(71)	2.3	1.0	(36)	5.2	2.0
	60대 미만	(283)	5.2	2.0	(210)	3.3	1.0	(223)	7.8	2.0

3. 만화·웹툰 불법성 인식

- 만화·웹툰 불법 이용 방식 중 ‘해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트’가 불법이라는 인식이 66.7%로 가장 높게 나타남.
- 그다음으로는 ‘P2P 사이트(토렌트 등)를 통해 이용’이 57.0%, ‘웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용’이 51.9% 등의 순으로 나타남.



[그림 2-4-3] 만화·웹툰 불법성 인식

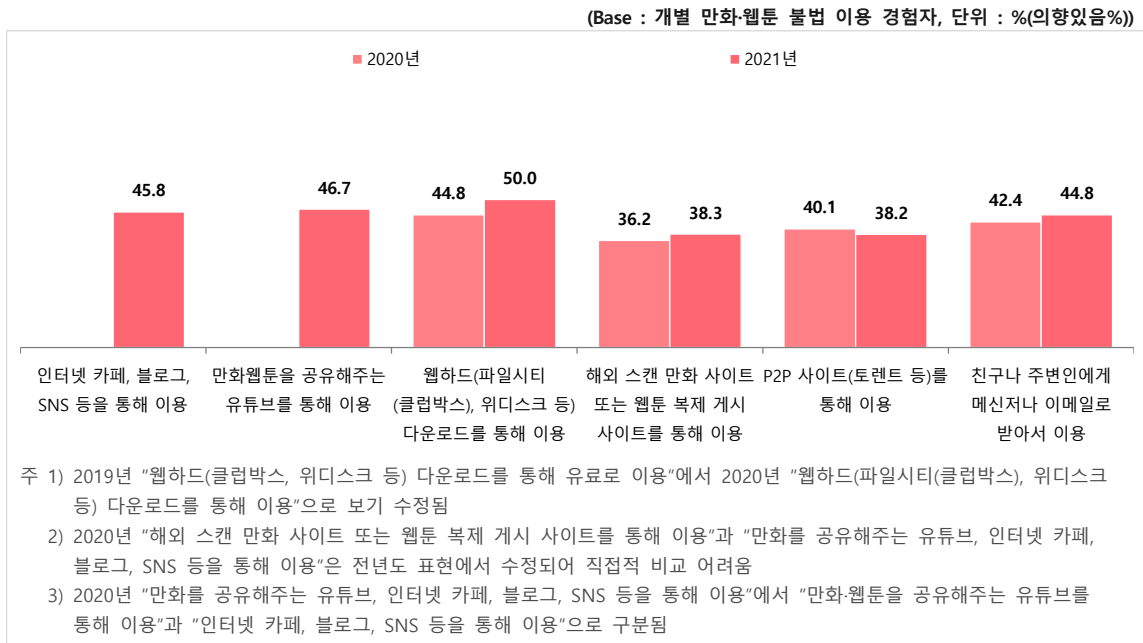
<표 2-4-4> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법성 인식

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

구분	사례 수	해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용	P2P 사이트(토렌트 등)를 통해 이용	웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용	친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
전체	(3,108)	66.7	57.0	51.9	50.0	42.5	42.4
성별	남성 (1,573)	63.8	57.2	51.1	49.1	40.6	41.2
	여성 (1,535)	69.7	56.9	52.7	50.8	44.4	43.6
연령별	10대 (397)	62.5	52.1	52.1	42.8	35.8	35.5
	20대 (650)	78.0	72.9	66.8	63.7	59.5	58.6
	30대 (651)	71.4	67.0	58.7	56.2	52.8	52.5
	40대 (540)	61.3	51.7	45.4	46.3	38.0	37.4
	50대 (459)	63.2	48.4	43.8	42.7	31.8	33.1
	60대 (411)	56.7	37.7	35.0	38.2	23.6	24.1
	60대 미만 (2,697)	68.3	60.0	54.5	51.8	45.4	45.2

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, ‘웹하드(파일시티(클럽박스, 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용’이 50.0%로 가장 높게 나타남.
- 반면, ‘해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트(38.3%)’와 ‘P2P 사이트(토렌트 등)를 통해 이용(38.2%)’이 가장 낮게 나타남.



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

<표 2-4-5> 응답자 특성별 만화·웹툰 불법 이용 불가 시 합법적 경로 이용 의향

(Base : 개별 만화·웹툰 불법 이용 경험자, 단위 : %)

구분	인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용		만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용		웹하드(파일시티(클럽박스, 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용		해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용		P2P 사이트(토렌트 등)를 통해 이용		친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 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	
전체	(864)	45.8	(749)	46.7	(426)	50.0	(313)	38.3	(259)	38.2	(281)	44.8	
성별	남성	(463)	46.7	(409)	49.1	(283)	49.5	(190)	36.3	(177)	37.3	(144)	43.8
	여성	(401)	44.9	(340)	43.8	(143)	51.0	(123)	41.5	(82)	40.2	(137)	46.0
연령별	10대	(132)	48.5	(118)	51.7	(58)	58.6	(49)	38.8	(27)	44.4	(44)	54.5
	20대	(139)	46.8	(110)	36.4	(61)	45.9	(87)	39.1	(39)	41.0	(31)	51.6
	30대	(138)	43.5	(111)	48.6	(78)	41.0	(73)	32.9	(52)	32.7	(35)	31.4
	40대	(159)	45.3	(121)	49.6	(84)	46.4	(49)	38.8	(54)	37.0	(44)	38.6
	50대	(139)	48.9	(142)	44.4	(72)	55.6	(25)	32.0	(51)	37.3	(56)	44.6
	60대 미만	(157)	42.7	(147)	49.0	(73)	54.8	(30)	53.3	(36)	41.7	(71)	46.5
60대 미만	(707)	46.5	(602)	46.2	(353)	49.0	(283)	36.7	(223)	37.7	(210)	44.3	

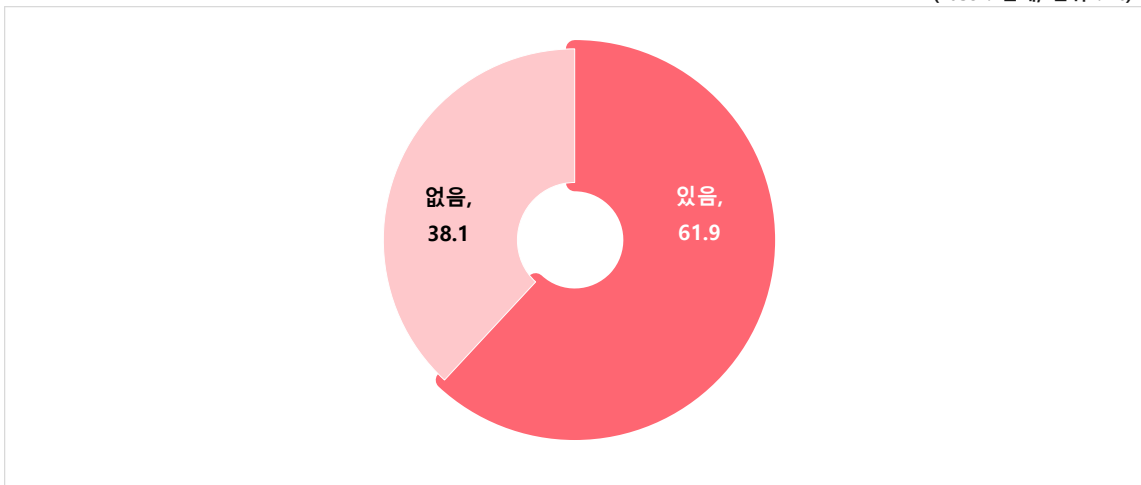
제5절. 만화·웹툰 IP 확장

1. 만화·웹툰 2차적 저작물

1-1. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험

- 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험은 61.9%로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성보다 여성에서 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험이 상대적으로 높게 나타남.
- 연령별로는 10대와 20대에서 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험이 높음.

(Base : 전체, 단위 : %)



[그림 2-5-1] 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험

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

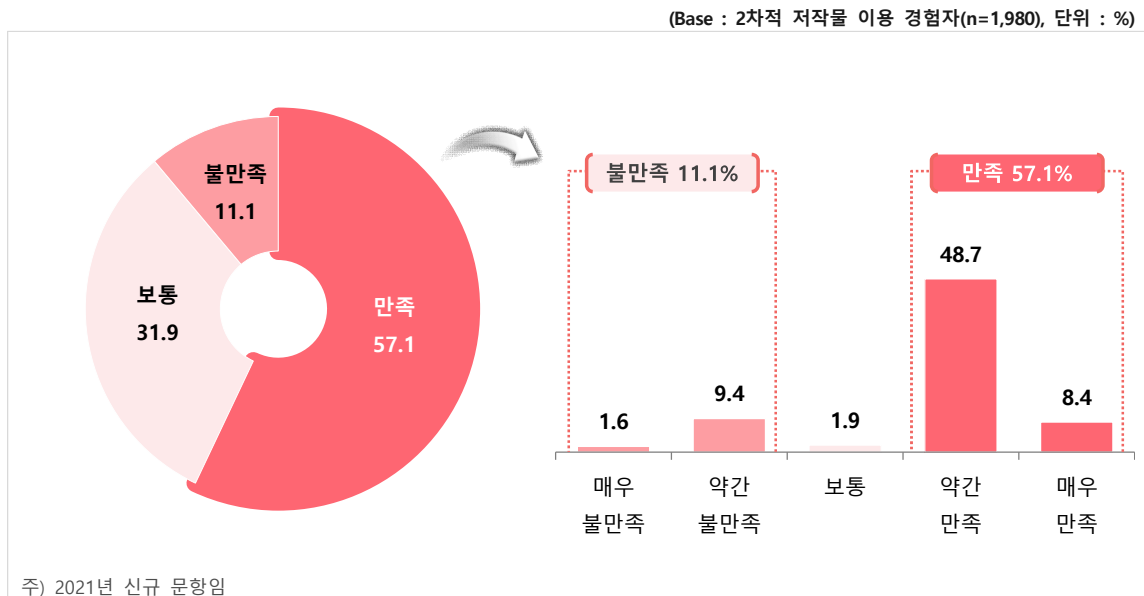
(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	있음	없음
전체	(3,200)	61.9	38.1
성별	남성 (1,610)	59.4	40.6
	여성 (1,590)	64.3	35.7
연령별	10대 (408)	69.1	30.9
	20대 (661)	66.1	33.9
	30대 (671)	63.0	37.0
	40대 (551)	64.2	35.8
	50대 (479)	55.9	44.1
	60대 (430)	50.2	49.8
	60대 미만 (2,770)	63.7	36.3

주) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)

1-2. 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

- 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족 비율은 57.1%임.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 50대와 60대에서 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 만족 비율이 상대적으로 높게 나타남.



[그림 2-5-2] 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

<표 2-5-2> 응답자 특성별 만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 만족도

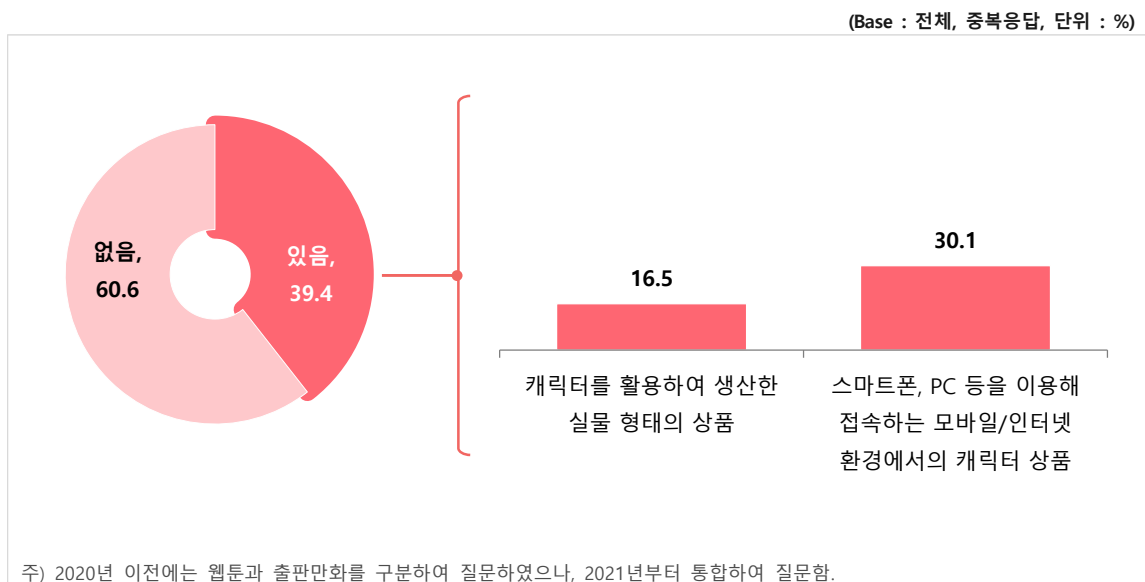
(Base : 2차적 저작물 이용 경험자(n=1,980), 단위 : %)

구분	사례 수	불만족	불만족		보통	만족	만족	
			매우 불만족	약간 불만족			약간 만족	매우 만족
전체	(1,980)	11.1	1.6	9.4	31.9	57.1	48.7	8.4
성별	남성 (957)	9.8	1.9	7.9	31.2	58.9	50.3	8.7
	여성 (1,023)	12.2	1.4	10.9	32.5	55.3	47.2	8.1
연령별	10대 (282)	10.6	1.1	9.6	30.1	59.2	47.9	11.3
	20대 (437)	16.2	3.2	13.0	32.0	51.7	44.6	7.1
	30대 (423)	16.1	1.9	14.2	38.3	45.6	40.9	4.7
	40대 (354)	7.6	1.1	6.5	35.6	56.8	49.2	7.6
	50대 (268)	6.3	0.4	6.0	28.0	65.7	53.4	12.3
	60대 (216)	2.8	0.9	1.9	19.9	77.3	66.7	10.6
	60대 미만 (1,764)	12.1	1.7	10.4	33.3	54.6	46.5	8.1

2. IP 확장

2-1. 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험

- 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험은 39.4%임.
- ‘스마트폰, PC 등을 이용해 접속하는 모바일/인터넷 환경에서의 캐릭터 상품’ 구매 경험이 30.1%, ‘캐릭터를 활용하여 생산한 실물 형태의 상품’이 16.5%로 나타남.
- 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험은 10대에서 가장 높게 나타남.



[그림 2-5-3] 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험

<표 2-5-3> 응답자 특성별 만화·웹툰 등장 캐릭터 활용 상품 구매 경험

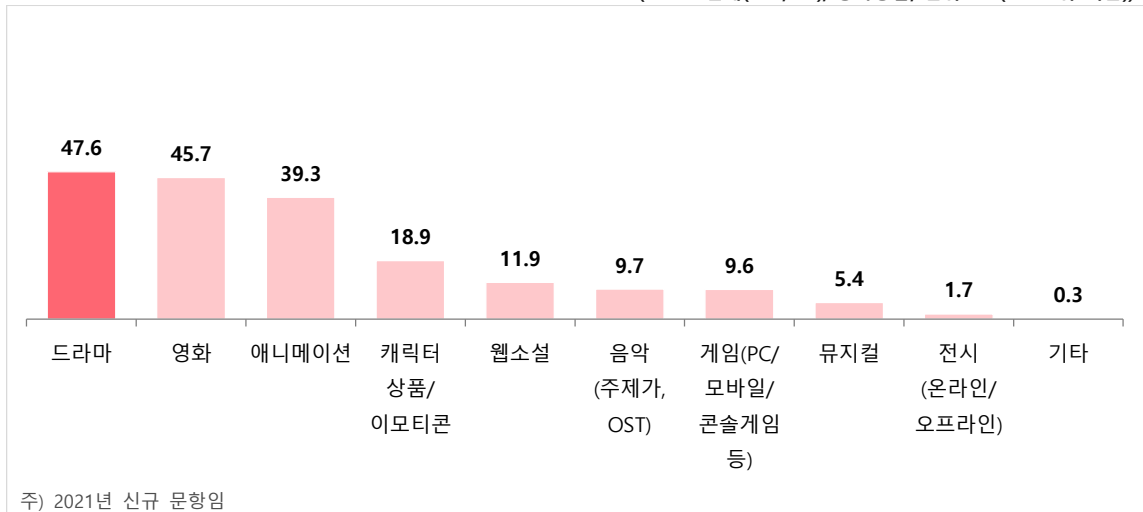
(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %)

구분	사례 수	경험 있음	캐릭터를 활용하여 생산한 실물 형태의 상품	스마트폰, PC 등을 이용해 접속하는 모바일/인터넷 환경에서의 캐릭터 상품	경험 없음
전체	(3,200)	39.4	16.5	30.1	60.6
성별	남성 (1,610)	40.7	14.5	33.1	59.3
	여성 (1,590)	38.1	18.6	27.0	61.9
연령별	10대 (408)	53.7	25.0	40.0	46.3
	20대 (661)	38.4	15.1	30.3	61.6
	30대 (671)	40.1	19.5	31.1	59.9
	40대 (551)	41.6	17.1	30.5	58.4
	50대 (479)	32.2	11.9	24.6	67.8
	60대 (430)	31.6	10.5	24.4	68.4
60대 미만 (2,770)	40.6	17.5	31.0	59.4	

2-2. 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

- 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠(1+2순위 기준)는 ‘드라마’가 47.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 ‘영화’ 45.7%, ‘애니메이션’ 39.3% 등의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘드라마’는 여성과 40대에서, ‘영화’는 남성과 50대에서 상대적으로 선호 비율이 높음.
- 만화·웹툰 원작의 2차적 저작물을 이용한 경험이 있는 응답자들이 만화·웹툰 IP 확장 시 이용에 대한 선호 응답 비율이 상대적으로 높음.

(Base : 전체(n=3,200), 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))



[그림 2-5-4] 만화·웹툰 IP 확장 시 이용 선호 콘텐츠

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

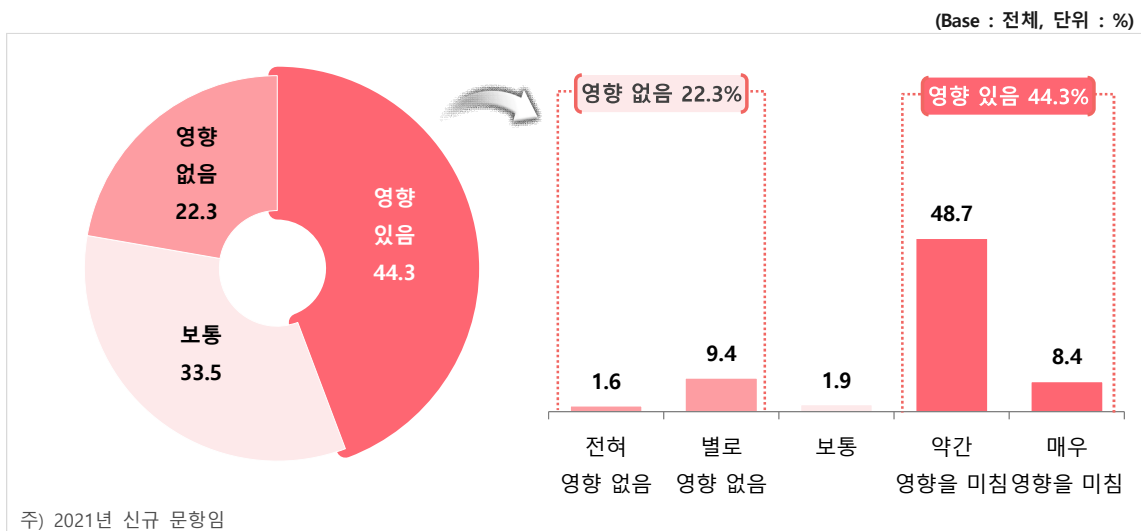
(Base : 전체, 중복응답, 단위 : %(1+2순위 기준))

구분	사례 수	드라마	영화	애니메이션	캐릭터 상품/이모티콘	웹소설	음악 (주제가, OST)	게임 (PC/모바일/콘솔게임 등)	뮤지컬	전시 (온라인/오프라인)	기타
전체	(3,200)	47.6	45.7	39.3	18.9	11.9	9.7	9.6	5.4	1.7	0.3
성별	남성 (1,610)	40.2	51.3	39.6	16.6	11.7	9.8	13.2	5.3	1.4	0.3
	여성 (1,590)	55.1	40.0	39.1	21.3	12.0	9.7	6.0	5.5	1.9	0.2
연령별	10대 (408)	40.2	33.6	47.1	25.0	11.3	11.3	15.9	4.2	1.5	0.0
	20대 (661)	43.9	38.6	39.6	23.8	10.6	11.3	12.3	5.1	2.9	0.3
	30대 (671)	51.0	45.3	38.9	22.4	10.7	7.0	9.2	6.4	0.9	0.1
	40대 (551)	53.7	51.0	42.1	15.1	10.7	6.7	6.2	3.4	1.3	0.2
	50대 (479)	50.7	55.5	36.1	10.6	13.8	9.6	7.5	4.4	1.0	0.8
	60대 미만 (430)	44.0	50.9	32.1	14.7	15.6	14.0	7.0	8.8	2.6	0.0
만화·웹툰 원작 2차적 저작물 이용 경험	60대 미만 (2,770)	48.2	44.9	40.4	19.6	11.3	9.1	10.0	4.8	1.6	0.3
	경험 있음 (1,980)	61.9	31.5	30.0	23.8	12.2	6.8	5.5	6.2	2.5	0.8
경험 없음 (1,220)	38.1	16.1	15.7	15.5	6.8	5.1	4.2	3.5	2.9	0.9	

제6절. 코로나19와 만화·웹툰 이용

1. 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향

- 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향에 대해 질문한 결과, 영향이 '있다'라고 응답한 비율이 44.3%로 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 10대에서 코로나19의 영향이 '있다'라고 응답한 비율이 가장 높게 나타남.



[그림 2-6-1] 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향

<표 2-6-1> 응답자 특성별 코로나19의 만화·웹툰 이용 영향

(Base : 전체, 단위 : %)

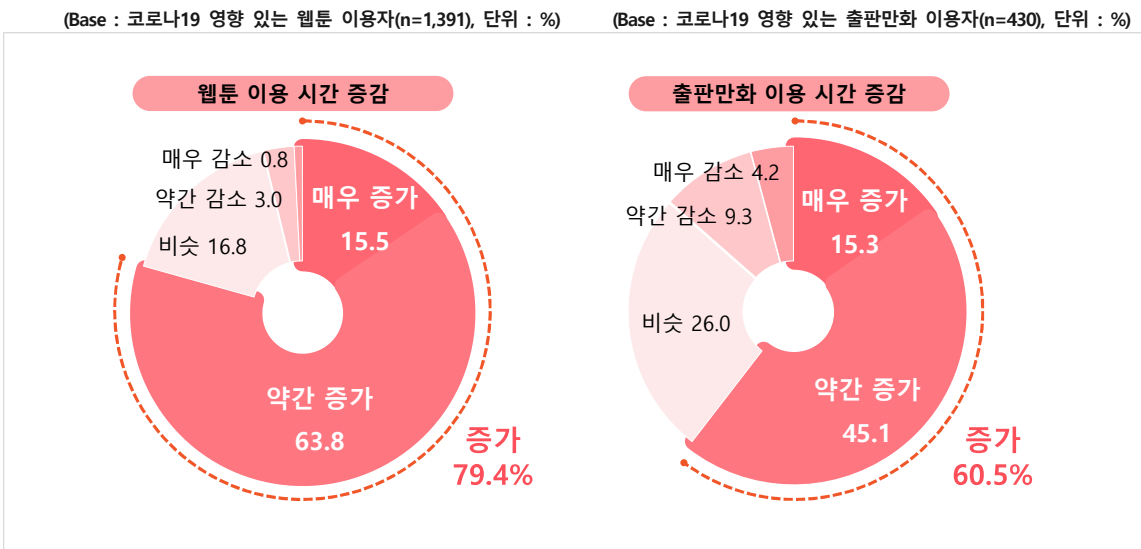
구분	사례 수	영향 없음	영향 없음			보통	영향 있음	영향 있음	
			전혀 영향 없음	별로 영향 없음	보통			약간 영향을 미침	매우 영향을 미침
전체	(3,200)	22.3	6.0	16.2	33.5	44.3	37.5	6.8	
성별	남성	(1,610)	22.3	6.4	15.9	34.0	43.7	38.0	5.8
	여성	(1,590)	22.2	5.7	16.5	33.0	44.8	37.0	7.9
연령별	10대	(408)	19.1	5.1	14.0	30.4	50.5	42.9	7.6
	20대	(661)	29.2	9.2	20.0	31.5	39.3	32.7	6.7
	30대	(671)	22.7	7.9	14.8	37.0	40.4	34.6	5.8
	40대	(551)	17.8	3.6	14.2	36.1	46.1	36.8	9.3
	50대	(479)	21.3	5.0	16.3	33.2	45.5	39.5	6.1
	60대	(430)	20.7	3.3	17.4	30.9	48.4	42.8	5.6
60대 미만	(2,770)	22.5	6.5	16.0	33.9	43.6	36.6	7.0	

주) 2021년부터 60대가 모집단에 포함되었으므로, 전년도와와의 비교를 위해 '60대 미만' 결과를 별도로 제시함(이하 모든 표에 적용)

2. 만화·웹툰 이용 변화

2-1. 만화·웹툰 이용 시간 증감

- 웹툰 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자의 웹툰 이용 시간은 ‘증가’가 79.4%, ‘감소’가 3.8%로 나타남.
- 출판만화 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자의 출판만화 이용 시간은 ‘증가’가 60.5%, ‘감소’가 13.5%로 나타남.



[그림 2-6-2] 만화·웹툰 이용 시간 증감

<표 2-6-2> 응답자 특성별 만화·웹툰 이용 시간 증감

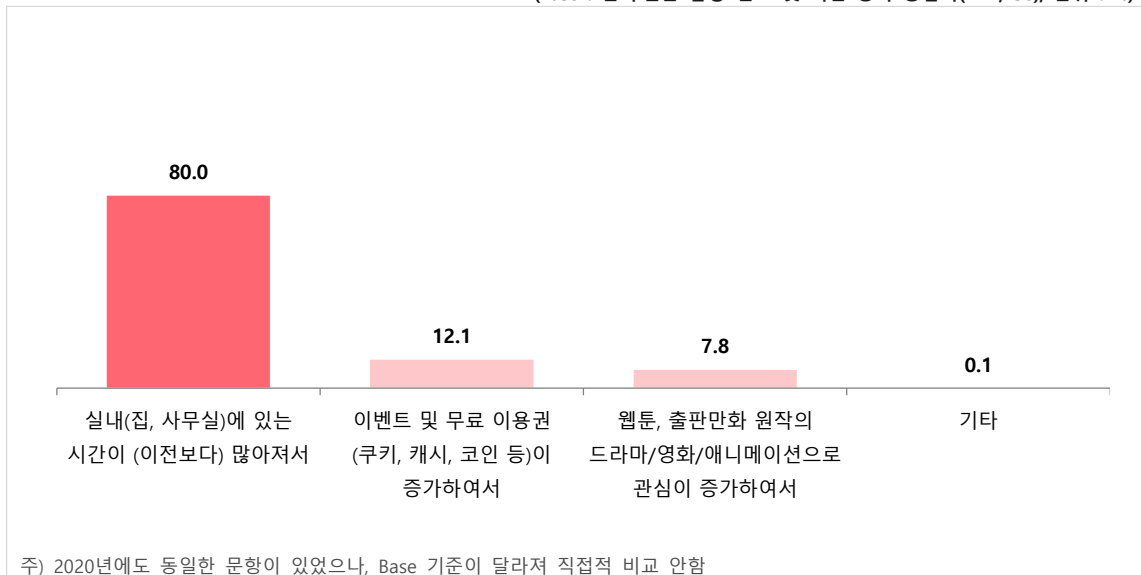
(Base : 코로나19 영향 있는 만화·웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	웹툰				출판만화				
	사례 수	감소	비슷	증가	사례 수	감소	비슷	증가	
전체	(1,391)	3.8	16.8	79.4	(430)	13.5	26.0	60.5	
성별	남성	(691)	4.5	19.1	76.4	(217)	14.7	23.5	61.8
	여성	(700)	3.1	14.6	82.3	(213)	12.2	28.6	59.2
연령별	10대	(204)	3.4	18.1	78.4	(83)	16.9	28.9	54.2
	20대	(259)	4.2	17.0	78.8	(95)	13.7	33.7	52.6
	30대	(269)	4.8	14.1	81.0	(78)	10.3	26.9	62.8
	40대	(248)	3.2	12.5	84.3	(64)	17.2	10.9	71.9
	50대	(210)	3.8	17.6	78.6	(54)	14.8	24.1	61.1
	60대	(201)	3.0	23.4	73.6	(56)	7.1	26.8	66.1
60대 미만	(1,190)	3.9	15.7	80.3	(374)	14.4	25.9	59.6	

2-2. 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유

- 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간이 증가한 주된 이유는 ‘실내(집, 사무실)에 있는 시간이 (이전보다) 많아져서’가 80.0%로 가장 높게 나타남.
- 웹툰 이용자들의 ‘실내(집, 사무실)에 있는 시간이 (이전보다) 많아져서’ 응답 비율이 출판만화 이용자 대비 높게 나타남.

(Base : 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 응답자(n=1,156), 단위 : %)



[그림 2-6-3] 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유

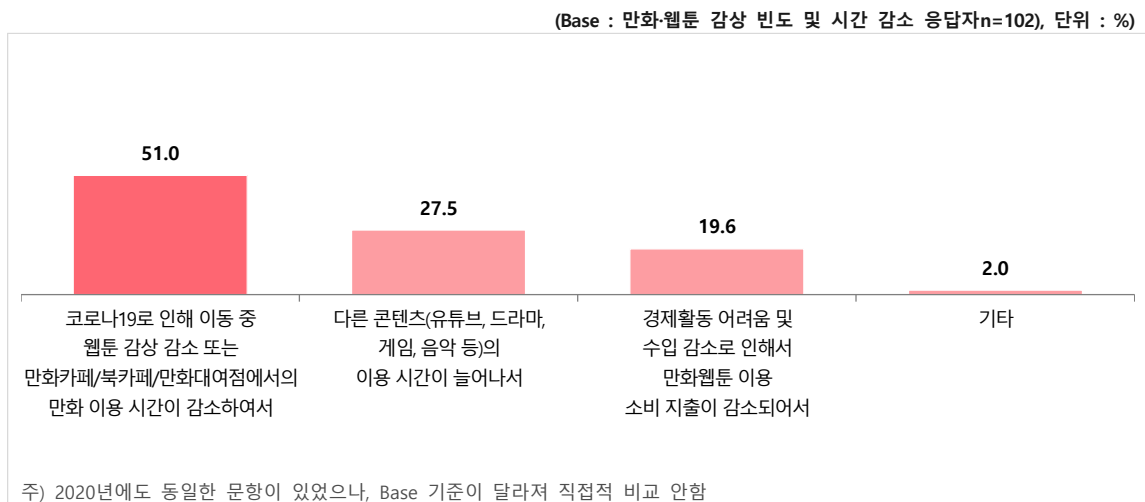
〈표 2-6-3〉 응답자 특성별 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 이유

(Base : 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 증가 응답자, 단위 : %)

구분	사례 수	실내(집, 사무실)에 있는 시간이 (이전보다) 많아져서	이벤트 및 무료 이용권(쿠키, 캐시, 코인 등)이 증가하여서	웹툰, 출판만화 원작의 드라마/영화/애니메이션으로 관심이 증가하여서	기타
전체	(1,156)	80.0	12.1	7.8	0.1
성별	남성 (558)	75.6	15.6	8.6	0.2
	여성 (598)	84.1	8.9	7.0	0.0
연령별	10대 (170)	74.1	17.1	8.8	0.0
	20대 (212)	78.8	14.2	7.1	0.0
	30대 (228)	77.6	14.0	8.3	0.0
	40대 (215)	81.9	12.1	6.0	0.0
	50대 (171)	84.8	6.4	8.2	0.6
	60대 (160)	83.8	7.5	8.8	0.0
	60대 미만 (996)	79.4	12.9	7.6	0.1
만화·웹툰 이용 형태별	웹툰 (1,139)	80.1	12.2	7.6	0.1
	출판만화 (382)	74.1	16.2	9.4	0.3

2-3. 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유

- 코로나19 이후 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간이 감소한 주된 이유는 ‘코로나19로 인해 이동 중 웹툰 감상 장소 또는 만화카페/북카페/만화대여점에서의 만화 이용 시간이 감소하여서’가 51.0%로 가장 높게 나타남.
- 출판만화 이용자들의 ‘코로나19로 인해 이동 중 웹툰 감상 감소 또는 만화카페/북카페/만화대여점에서의 만화 이용 시간이 감소하여서’의 응답 비율이 웹툰 이용자 대비 높게 나타남.



[그림 2-6-4] 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유

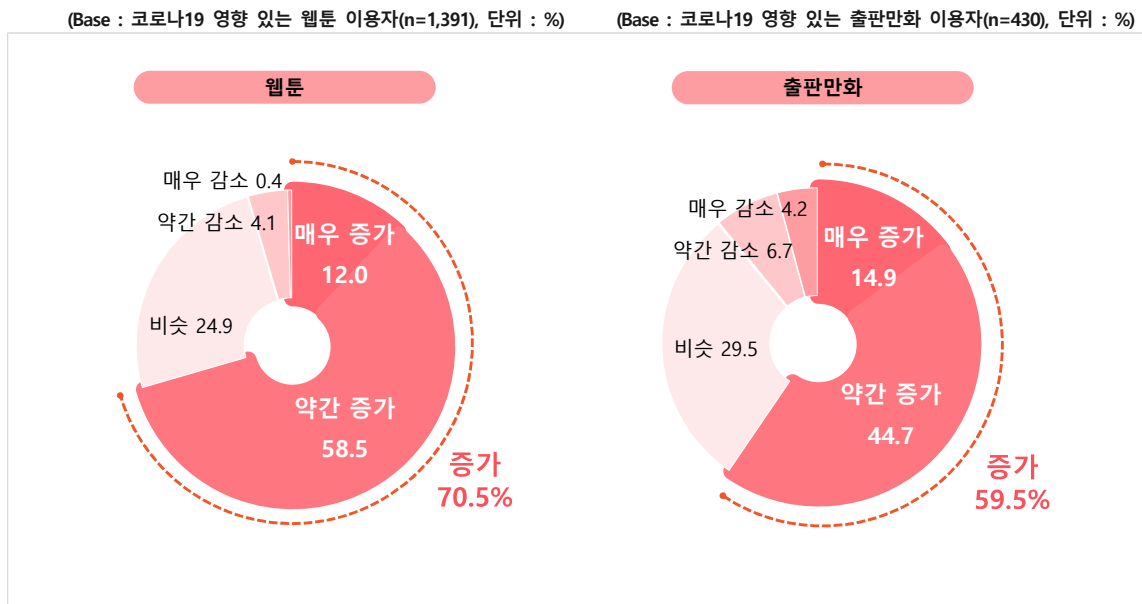
<표 2-6-4> 응답자 특성별 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 이유

(Base : 만화·웹툰 감상 빈도 및 시간 감소 응답자, 단위 : %)

구분	사례 수	코로나19로 인해 이동 중 웹툰 감상 감소 또는 만화카페/북카페/만화대여점에서의 만화 이용 시간이 감소하여서	다른 콘텐츠(유튜브, 드라마, 게임, 음악 등)의 이용 시간이 늘어나서	경제활동 어려움 및 수입 감소로 인해서 만화웹툰 이용 소비 지출이 감소되어서	기타
전체	(102)	51.0	27.5	19.6	2.0
성별	남성 (56)	50.0	23.2	23.2	3.6
	여성 (46)	52.2	32.6	15.2	0.0
연령별	10대 (19)	47.4	26.3	26.3	0.0
	20대 (23)	39.1	34.8	21.7	4.3
	30대 (20)	55.0	25.0	15.0	5.0
	40대 (16)	50.0	37.5	12.5	0.0
	50대 (14)	78.6	14.3	7.1	0.0
	60대 (10)	40.0	20.0	40.0	0.0
	60대 미만 (92)	52.2	28.3	17.4	2.2
만화·웹툰 이용 형태별	웹툰 (99)	50.5	27.3	20.2	2.0
	출판만화 (67)	62.7	20.9	14.9	1.5

3. 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감

- 웹툰 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자의 웹툰을 한 번에 몰아보는 경우는 ‘증가’가 70.5%, ‘감소’가 4.5%로 나타남.
- 출판만화 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 출판만화 이용자의 출판만화를 한 번에 몰아보는 경우는 ‘증가’가 59.5%, ‘감소’가 10.9%로 나타남.



[그림 2-6-5] 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감

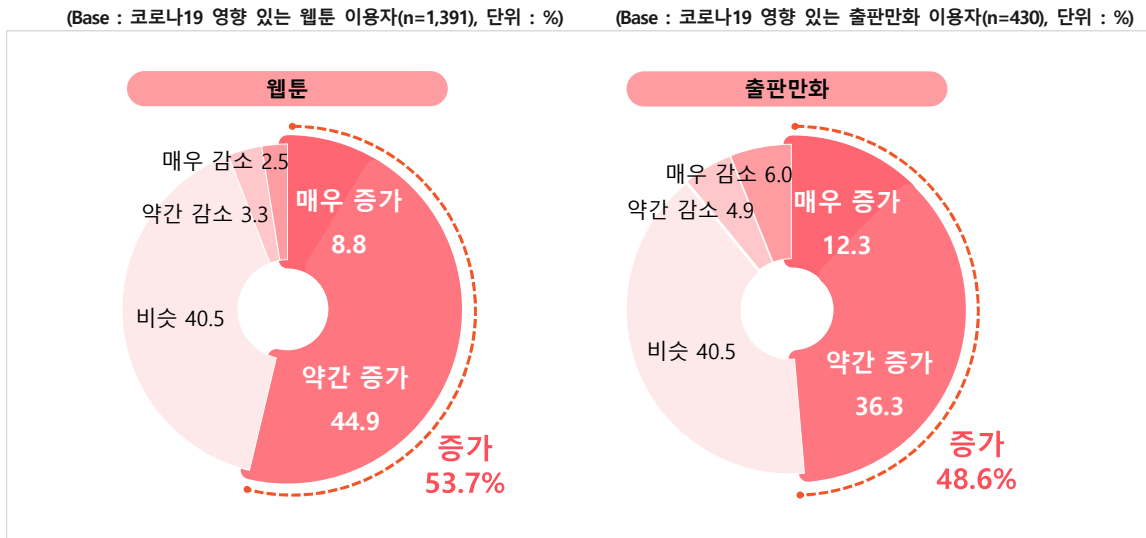
<표 2-6-5> 응답자 특성별 만화·웹툰 몰아보는 경우 증감

(Base : 코로나19 영향 있는 만화·웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	웹툰				출판만화				
	사례 수	감소	비슷	증가	사례 수	감소	비슷	증가	
전체	(1,391)	4.5	24.9	70.5	(430)	10.9	29.5	59.5	
성별	남성	(691)	5.6	25.5	68.9	(217)	12.0	27.6	60.4
	여성	(700)	3.4	24.4	72.1	(213)	9.9	31.5	58.7
연령별	10대	(204)	3.9	22.5	73.5	(83)	14.5	30.1	55.4
	20대	(259)	8.5	21.2	70.3	(95)	10.5	31.6	57.9
	30대	(269)	4.1	23.8	72.1	(78)	11.5	24.4	64.1
	40대	(248)	4.4	20.2	75.4	(64)	10.9	25.0	64.1
	50대	(210)	3.3	27.6	69.0	(54)	13.0	33.3	53.7
	60대	(201)	2.0	36.8	61.2	(56)	3.6	33.9	62.5
	60대 미만	(1,190)	5.0	22.9	72.1	(374)	12.0	28.9	59.1

4. 만화·웹툰 유료 이용 증감

- 웹툰 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자의 웹툰 유료 이용은 ‘증가’가 53.7%, ‘감소’가 5.8%로 나타남.
- 출판만화 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자의 출판만화 유료 이용은 ‘증가’가 48.6%, ‘감소’가 10.9%로 나타남.



[그림 2-6-6] 만화·웹툰 유료 이용 증감

<표 2-6-6> 응답자 특성별 만화·웹툰 유료 이용 증감

(Base : 코로나19 영향 있는 만화·웹툰 이용자, 단위 : %)

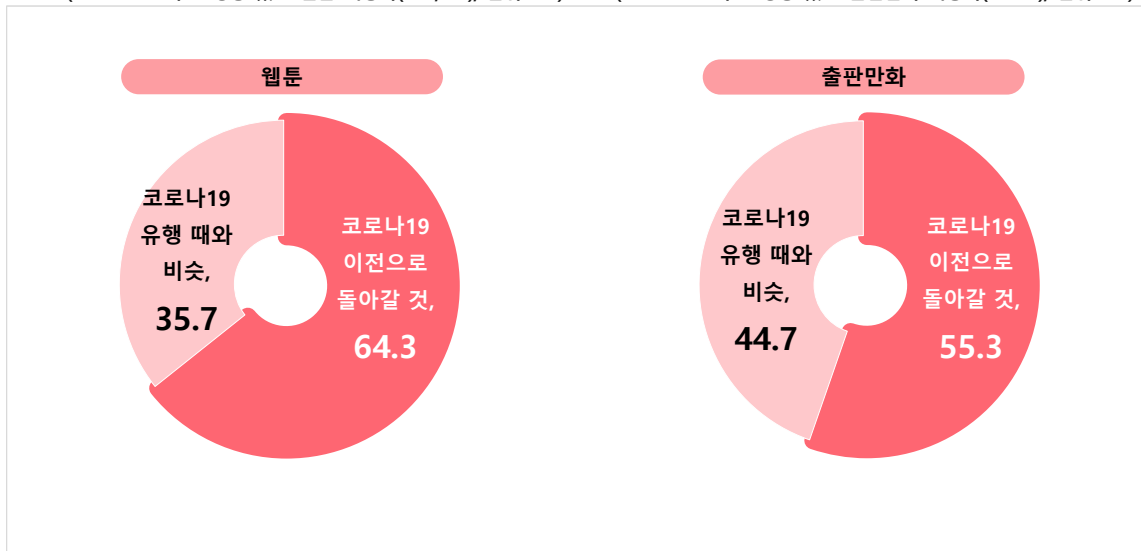
구분	웹툰				출판만화				
	사례 수	감소	비슷	증가	사례 수	감소	비슷	증가	
전체	(1,391)	5.8	40.5	53.7	(430)	10.9	40.5	48.6	
성별	남성	(691)	6.8	39.4	53.8	(217)	13.4	35.9	50.7
	여성	(700)	4.9	41.6	53.6	(213)	8.5	45.1	46.5
연령별	10대	(204)	6.9	38.7	54.4	(83)	10.8	36.1	53.0
	20대	(259)	4.6	42.1	53.3	(95)	6.3	47.4	46.3
	30대	(269)	4.8	41.3	53.9	(78)	11.5	39.7	48.7
	40대	(248)	6.0	37.5	56.5	(64)	17.2	32.8	50.0
	50대	(210)	4.8	38.1	57.1	(54)	11.1	44.4	44.4
	60대	(201)	8.5	45.3	46.3	(56)	10.7	41.1	48.2
60대 미만	(1,190)	5.4	39.7	55.0	(374)	11.0	40.4	48.7	

5. 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감

- 웹툰 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자들은 코로나19 유행이 종료되고 정상 생활로 복귀된다면, 웹툰 이용 시간이 '코로나19 이전으로 돌아갈 것이다'라는 응답이 64.3%로 나타남.
- 출판만화 이용자 중 코로나19의 영향을 받은 이용자들의 출판만화 이용 시간이 '코로나19 유행 이전으로 돌아갈 것이다'라는 55.3%로 나타남.

(Base : 코로나19 영향 있는 웹툰 이용자(n=1,391), 단위 : %)

(Base : 코로나19 영향 있는 출판만화 이용자(n=430), 단위 : %)



[그림 2-6-7] 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감

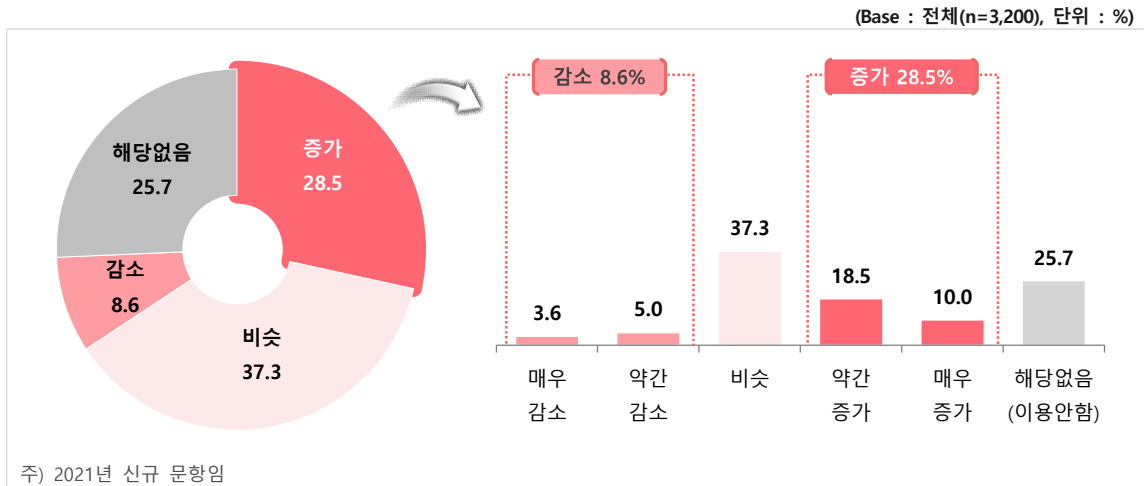
〈표 2-6-7〉 응답자 특성별 코로나19 종식 후 만화·웹툰 이용 증감

(Base : 코로나19 영향 있는 만화·웹툰 이용자, 단위 : %)

구분	웹툰			출판만화			
	사례 수	코로나19 유행 때와 비슷	코로나19 이전으로 돌아갈 것	사례 수	코로나19 유행 때와 비슷	코로나19 이전으로 돌아갈 것	
전체	(1,391)	35.7	64.3	(430)	44.7	55.3	
성별	남성	(691)	37.9	62.1	(217)	47.5	52.5
	여성	(700)	33.4	66.6	(213)	41.8	58.2
연령별	10대	(204)	35.3	64.7	(83)	49.4	50.6
	20대	(259)	34.4	65.6	(95)	40.0	60.0
	30대	(269)	29.0	71.0	(78)	44.9	55.1
	40대	(248)	33.9	66.1	(64)	48.4	51.6
	50대	(210)	39.5	60.5	(54)	48.1	51.9
	60대	(201)	44.8	55.2	(56)	37.5	62.5
60대 미만	(1,190)	34.1	65.9	(374)	45.7	54.3	

6. 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감

- 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용이 ‘증가’ 했다는 응답이 28.5%로 나타남.
- 여성 대비 남성에서, 연령별로는 10대의 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 ‘증가’ 응답 비율이 상대적으로 높음.



[그림 2-6-8] 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감

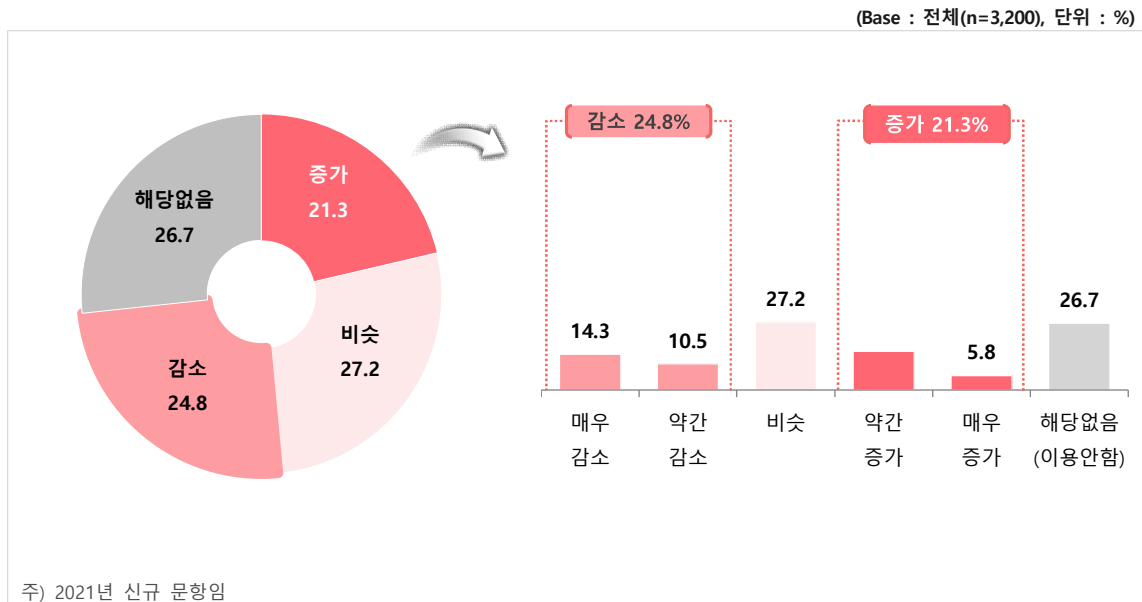
<표 2-6-8> 응답자 특성별 코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 증감

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	감소	감소		비슷	증가	증가		해당없음 (이용안함)	
			매우 감소	약간 감소			약간 증가	매우 증가		
전체	(3,200)	8.6	3.6	5.0	37.3	28.5	18.5	10.0	25.7	
성별	남성	(1,610)	8.6	3.2	5.5	39.7	31.6	20.6	11.1	20.1
	여성	(1,590)	8.6	4.0	4.6	34.8	25.3	16.4	9.0	31.3
연령별	10대	(408)	8.1	2.0	6.1	31.1	40.0	22.1	17.9	20.8
	20대	(661)	10.7	4.7	6.1	34.3	24.8	13.5	11.3	30.1
	30대	(671)	6.3	3.6	2.7	35.6	25.5	15.2	10.3	32.6
	40대	(551)	7.8	3.1	4.7	37.4	28.3	21.2	7.1	26.5
	50대	(479)	9.6	4.2	5.4	41.8	27.6	20.3	7.3	21.1
	60대	(430)	9.3	3.3	6.0	44.9	29.3	22.3	7.0	16.5
	60대 미만	(2,770)	8.5	3.6	4.9	36.1	28.4	17.9	10.5	27.1

7. 코로나19 이후 만화카페 방문 증감

- 코로나19 이후 만화카페 방문이 '감소' 했다는 응답이 24.8%로 나타남.
- 남성 대비 여성에서, 연령별로는 20대에서 코로나19 이후 만화카페 방문 '감소' 응답 비율이 상대적으로 높음.



[그림 2-6-9] 코로나19 이후 만화카페 방문 증감

<표 2-6-9> 응답자 특성별 코로나19 이후 만화카페 방문 증감

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례 수	감소	감소		비슷	증가			해당없음 (이용안함)
			매우 감소	약간 감소		약간 증가	매우 증가		
전체	(3,200)	24.8	14.3	10.5	27.2	21.3	15.5	5.8	26.7
성별	남성 (1,610)	22.5	12.7	9.8	30.8	23.7	17.4	6.3	23.0
	여성 (1,590)	27.1	15.8	11.3	23.5	19.0	13.6	5.3	30.4
연령별	10대 (408)	24.5	13.0	11.5	25.5	28.9	19.9	9.1	21.1
	20대 (661)	32.4	19.1	13.3	21.2	16.2	10.7	5.4	30.3
	30대 (671)	24.9	15.5	9.4	23.1	19.8	14.0	5.8	32.2
	40대 (551)	29.9	18.5	11.4	26.3	18.9	12.7	6.2	24.9
	50대 (479)	18.2	10.0	8.1	34.9	22.3	17.5	4.8	24.6
	60대 (430)	14.0	5.6	8.4	37.0	26.5	22.6	4.0	22.6
	60대 미만 (2,770)	26.5	15.6	10.8	25.7	20.5	14.4	6.1	27.3

제7절. 만화·웹툰 이용자 FGI 결과

1. 웹툰 이용 현황

1-1. 웹툰 이용

- 웹툰을 몰아보는 경우는 이야기 흐름이 끊기는 점이 싫을 때와 시간 여유가 많을 때이고 매일 이용하는 이유 역시도 다음 이야기가 궁금해서인 것으로 나타남.
- 웹툰 이용 장소는 주로 집, 대중교통인 것으로 나타났으며, 20~30대 일부 직장인의 경우, 업무 중 또는 쉬는 시간에 웹툰을 감상하는 것으로 나타남.
- 웹툰은 주로 스마트폰으로 감상하며, 웹툰을 조금 더 큰 화면으로 감상하고 싶을 때 태블릿 PC나 노트북을 이용하는 것으로 나타남.
- 코로나19로 인해 집에서의 웹툰 감상이 증가하였고, 10대에서는 코로나19 이전에는 학교에서도 웹툰을 감상했었는데 코로나19 이후에는 그 빈도가 줄어들었다는 의견이 있었음.

[웹툰 이용 ①]

웹툰 몰아보기 vs 매일 이용

- 이어지는 이야기가 궁금하기 때문에 올라올 때마다 봄 (10대 남성)
- 봐야 할 작품이 쌓이는 것을 못 참아서 매일 올라오는 것을 봄 (10대 여성)
- 모든 요일마다(매일매일) 보는 웹툰이 있음 (2030 여성)
- 중간에 스토리가 끊기는 것이 싫어서 몰아서 봄 (10대 남성)
- 학교 다닐 때는 시간을 정해서 몰아보는 편이고, 방학 때(시간 많을 때)는 매일매일 봄 (10대 여성)

웹툰 이용 장소

- 코로나19 이후 집에 있는 시간이 많아져서 집에서 많이 봄 (2030 여성)
- 대중교통 이용하면서 할 게 없을 때 짧게 짧게 이동하면서 봄 (10대 남성)
- 코로나19 이전에는 학교에서도 친구들이랑 같이 봄 (10대 남성)
- 회사에서도 쉬는 시간이 생기면 봄 (2030 남성)

웹툰 이용 기기

- 주로 스마트폰으로 봄 (모든 그룹 동일)
- 혼자서 큰 화면으로 보고 싶을 때는 태블릿 PC로 봄 (10대 여성, 2030 남성)
- 노트북으로 업무 중 쉬는 시간에 봄 (2030 남성)

- 네이버웹툰, 다음웹툰 등 포털형 플랫폼을 이용하는 이유는 계속 이용하던 것이라, 익숙해서, 무료 웹툰이 많아서 등이 있음.
- 카카오페이지, 레진코믹스, 리디북스 등 웹툰 전문 플랫폼에는 보고 싶은 특정 작품이 해당 플랫폼에서 연재되기 때문에 이용하는 편임.
- 10대 남녀와 2030 남녀 모두 로맨스, 학원물, 액션, 판타지 장르를 즐겨보는 것을 알 수 있었음.

[웹툰 이용 ②]

웹툰 이용 플랫폼

- 네이버웹툰은 작품이 많고, 어릴 때부터 계속 봐왔기 때문에 이용함 (10대 여성)
- 네이버 포털을 많이 쓰니까 자연스럽게 들어갔다가 웹툰까지 보게 됨 (2030 남성)
- 네이버웹툰이나 다음웹툰은 무료 웹툰이 많아서 이용함 (20대 여성)
- 카카오페이지에 로맨스 판타지 장르와 웹소설 원작 웹툰 작품이 많아서 이용함 (10대 여성)
- 리디북스, 레진코믹스는 보고 싶은 작품이 있어서, 리디북스는 웹툰만 서비스 하는 것이 아니고 웹소설 등 다른 것들도 이용할 수 있어서 이용하는 편임 (2030 여성)

VR 웹툰 이용 의향

- 스마트폰으로 웹툰을 충분히 볼 수 있어서 VR로는 안 볼 것 같음 (10대 남성)
- 웹툰은 짧은 시간 안에 재밌게 소비하는 것이 장점인데 VR 웹툰은 쉽게 볼 수 없을 것 같음 (10대 여성)
- 그냥 화면으로 보는 것보다 움직임이 잘 표현될 것 같아서 보고 싶음 (2030 남성)
- VR 기술력이 얼마나 될지 모르겠지만 흥미로울 것 같음 (2030 남성)

웹툰 즐겨보는 장르

- 누아르 물, 학원물, 액션, 로맨스 등 (10대 남성)
- 로맨스 판타지, 무협, 액션 등 (10대 여성)
- 판타지, 액션, 스릴러, 학원물 등 (2030 남성)
- 순정, 로맨스, 판타지 등 (2030 여성)

1-2. 웹툰 선택 기준

- 웹툰 선택 기준은 인기순, 지인 추천, 섬네일, 그림체와 스토리 등이 있었으며, 특히 10대 여성과 2030 여성에서 그림체와 스토리를 중요하게 생각한다는 의견이 많았음.
- 웹툰의 스토리가 이상해지거나 지루해질 때 웹툰을 그만 보는 편임. 2030대 중에서는 이유 없이 업로드가 늦어지거나 무단 휴재, 기존 작가의 그림체가 아니라고 느껴질 때 웹툰을 그만 보게 된다는 의견이 있었음.

[웹툰 선택 기준]

웹툰 선택 기준

- 인기순으로 눌러서 보거나, 지인 추천, 섬네일을 봤을 때 끌리면 보는 편임 (10대 남성)
- 그림체와 스토리가 중요함 (10대 여성)
- 작가의 그림체를 많이 보는 편임. 제목과 프롤로그를 보고 선택하기도 함 (2030 남성)
- 평점, 그림체, 작품 소개, 사람들이 남긴 리뷰 등을 보고 결정함 (2030 여성)

웹툰을 그만 보는 이유

- 스토리가 이상하게 흘러가거나 질질 끌면 웹툰을 그만 보게 됨 (10대 남성)
- 스토리가 좋아도 그림체가 이상하면 안 보게 됨 (10대 여성)
- 아무 이유 없이 업로드가 늦어지거나 무단으로 휴재를 하면 안 보게 됨 (2030 남성)
- 그림체가 미묘하게 달라지면 작가가 작품에 소홀하다고 느껴져 그만 보게 됨 (2030 여성)

1-3. 웹툰 이용 시 아쉬운 점

- 10대 남성 그룹의 경우 유료 결제를 하고 봤는데 웹툰의 내용이 아쉬웠던 점을 언급하였음.
- 2030 여성 그룹의 경우 주요 플랫폼에서 연재되고 있는 작품의 주요 타깃 연령층이 낮아지고 있는 것 같아 아쉽다는 의견이 있었음.
- 10대 응답자의 경우 웹툰에서 학교 폭력이 미화되는 것 같을 때 아쉽다는 의견이 있었음.
- 댓글은 독자들 간의 소통, 작가와의 소통 역할을 한다는 긍정적인 의견이 있지만, 무분별한 악성 댓글, 작품 내용과 상관없는 댓글, 작가를 공격하는 댓글들에 부정적인 의견이 있었음.
- 모든 참여 그룹에서 웹툰의 무분별한 댓글이 문제라고 언급했으며, 웹툰 댓글 창을 없애거나 신고 기능을 강화해야 한다는 의견이 있었음.

[웹툰 이용 시 아쉬운 점]

웹툰 내용이나 그림 표현 적절성

- 학교 폭력을 미화하는 내용은 적절하지 않다 느낌 (10대 남성)
- 폭력을 미화하거나, 인물들을 너무 과장되게 표현하는 것은 적절하지 않다 느낌 (10대 여성)
- 성적 표현이 많은 것은 적절하지 않다 느낌 (2030 남성)

웹툰 댓글 관련

- 댓글을 보면 다른 사람들은 어떤 생각 했는지 알 수 있어서 좋음 (10대 남성)
- 댓글에 웹툰 내용을 적어 놓는다거나 작가에 대한 무분별한 악성 댓글은 보기 좋지 않음 (10대 여성)
- 내용상 이해되지 않는 점을 해소할 수 있는 댓글은 좋는데 내용과 관련 없는 댓글을 많이 쓰는 것 같음 (2030 남성)
- 작가에 대한 인격 모독이 심한 댓글들이 많음 (2030 여성)

웹툰 이용 아쉬운 점

- 유료 결제를 했는데, 막상 보면 내용이 아쉬운 작품들이 있었음 (10대 남성)
- 작품 주요 타깃 연령층이 많이 낮아지는 느낌임 (2030 여성)
- 웹툰 댓글을 막았으면 좋겠음 (10대 여성)
- 무료 웹툰에는 이상한 댓글들이 많은데 댓글이 이상하면 작품까지 안 보게 되는 경우가 있음 (2030 여성)
- 작가와의 소통을 위해 댓글 창을 없애는 것보다 신고 기능을 강화해야 할 것 같음 (10대 여성)

1-4. 웹툰 유료 결제

- 웹툰 유료 결제는 연령과 성별에 상관없이 쿠키, 코인 형태로 미리 일정 금액을 충전한 후 보고 싶은 유료 결제 회차가 있을 때 편당 결제하는 방식을 선호함.
- 웹툰 편당 결제 비용은 150~200원 수준이며, 최대 300원까지 지불할 의사가 있음.
- 웹툰 유료 결제는 웹툰 퀄리티의 향상, 재밌는 웹툰 증가, 유료 웹툰 증가, 웹툰 IP 확장 등의 이유로 증가할 것이라는 의견임. 또한, 코로나19로 인해 실내에 있는 시간이 증가해서 웹툰 유료 결제도 증가할 것이라는 의견이 있었음.

[웹툰 유료 결제]

웹툰 유료 결제

- 10중에서 유료로 보는 것이 7이면 3은 무료로 봄 (10대 남성)
- 10중에서 무료로 보는 것이 7이면 3은 유료로 봄 (10대 여성)
- 무료 회차를 보다가 다음 회차가 너무 궁금할 때 유료로 결제해서 봄 (10대 여성)
- 시간이 날 때 한 번씩 보기 때문에 대부분 기다려서 무료로 보는 편임 (2030 남성)
- 정기 결제를 하기도 하고 이벤트로 쿠키를 모았다가 보고 싶은 것이 있으면 결제함 (2030 여성)

웹툰 유료 결제 방식

- 월정액 서비스를 결제하면 중간에 보지 않기도 해서 편당 결제함 (10대 남성)
- 미리 충전해 놓은 다음에 편당 결제해서 봄 (10대 여성)
- 네이버페이로 결제해서 구매권을 미리 사 놓고 봄 (2030 남성)
- 문화상품권을 당근마켓에서 구매한 후 캐시로 바꿔서 편당 결제함 (2030 여성)

회당 결제 비용

- 편당 150~200원이 적당하다고 생각함 (10대 남성)
- 최대 300원까지도 편당 결제 의향 있음 (10대 여성)

웹툰 유료 결제 증감

- 웹툰 퀄리티가 높아지고 점점 더 재밌어져서 유료 결제가 늘어날 것 같음 (10대 남성)
- 무료보다 유료 웹툰이 많아져서 개인 결제 금액도 늘어날 것 같음 (10대 여성)
- 웹툰이 웹소설, 드라마로 만들어지고 코로나19 때문에 집에 있는 시간이 많아져 웹툰 시장은 계속 커질 것 같음 (2030 여성)

1-5. 웹툰 단행본 및 굿즈 구매 / IP 확장

- 웹툰 단행본과 굿즈는 소장용으로 가장 많이 구매하는 것을 알 수 있었음.
- 웹소설 원작 웹툰 작품과 웹툰 원작 타 장르 콘텐츠 이용 후 두 작품 간의 차이가 크면 만족도가 높지 않다는 것을 알 수 있었음.

[웹툰 단행본 및 굿즈 구매 / IP 확장]

웹툰 단행본 구매 경험

- 제일 좋아하는 웹툰이라 계속 소장하고 보고 싶어서 웹툰 단행본을 구매함 (10대 남성)
- 기존 웹툰이 유료화되는 것들이 많아서 웹툰 단행본을 구매해서 봄 (10대 남성)
- 인생작은 집에 두고 시간 될 때마다 보고 싶어서 단행본을 구매함 (10대 여성)
- 플랫폼 연재가 안 되는 경우나 다시 못 보게 될 것 같을 때 단행본을 구매함 (2030 여성)

웹툰 관련 굿즈 구매 경험

- 굿즈가 귀여워 보여서 삼 (10대 남성)
- 특전, 포토카드, 엽서 등을 삼 (10대 여성)
- 다이어리나 노트는 일상생활에서 필요한 것인데 이왕이면 좋아하는 웹툰 캐릭터가 그려진 것을 사는 편임 (10대 여성)
- 이모티콘 구매 경험 있음 (2030 여성)

웹소설 원작 웹툰 이용 경험

- 글 형태의 웹소설을 그림 형태의 웹툰으로 볼 수 있어서 좋음 (10대 남성)
- 웹소설을 읽을 때는 상상력을 기반으로 하는데 웹툰이 되면 시각적으로 더 만족스러운 것 같음 (10대 남성)
- 웹소설보다 웹툰에서 등장인물의 감정 표현이 간소화됨 (10대 여성)
- 웹소설 원작 웹툰은 스토리가 탄탄하고 그림체가 이쁘다고 느낌 (2030 여성)
- 웹소설을 재밌게 봐서 기대하고 웹툰을 봤는데 기대했던 것과 다를 때 실망감이 큼 (2030 여성)

웹툰 원작 타 장르 콘텐츠 이용 경험

- 웹툰에서 내가 좋아했던 부분이 반영되지 않으면 불만족스러움 (10대 남성)
- 드라마의 캐스팅이 마음에 들지 않거나, 배우의 연기력이 좋지 않으면 아쉬움이 큼 (10대 여성)
- 몰랐던 작품도 드라마를 통해 알게 되고 관심이 생김 (2030 남성)
- 드라마나 영화를 먼저 보고, 웹툰이 궁금해져 찾아보게 되는 순환구조가 가능함 (2030 남성)
- 웹툰 주인공 이미지랑 배우의 이미지가 맞으면 재밌음 (2030 여성)
- 웹툰이 드라마나 영화로 제작되면 삭제되는 장면들이 많아서 아쉬움 (2030 여성)

1-6. 코로나19 이후 웹툰 이용 변화

- 코로나19 이후 웹툰 이용은 영향이 없거나 증가했다는 의견이 많음.
- FGI에 참여한 10대 남성, 2030 여성, 2030 남성 중에서는 코로나19가 웹툰 이용에 큰 변화를 가져오지 않은 것으로 나타남.
- 반면, 10대 여성 응답자의 경우, 온라인 수업 전환으로 실내에 있는 시간이 많아져 웹툰 이용이 증가했다는 의견이 있었음.
- 2030 여성 응답자의 경우, 외부 활동이 줄어들면서 이전에 봤던 웹툰을 다시 보거나 새로운 작품을 추천받아 보며 웹툰 이용이 증가했다는 의견이 있었음.

[코로나19 이후 웹툰 이용 변화]

코로나19로 인한 영향 없음

- 코로나19로 인한 웹툰 이용 변화가 없음 (10대 남성)
- 코로나19의 영향 때문에 많이 보는 편은 아님. 코로나19와 상관없이 보고 싶을 때 웹툰을 보는 편임 (2030 여성)
- 코로나19의 영향이라기보다는 웹툰을 보는 시간 자체가 이전보다 늘어남 (2030 여성)
- 자차로 이동을 하거나 대중교통 이동 중에도 웹툰보다는 유튜브를 많이 보기 때문에 코로나19의 영향으로 웹툰 이용이 많이 증가하지는 않았음 (2030 남성)

코로나19로 인한 증가

- 온라인 수업 전환으로 집에 있는 시간이 많아지고, 온라인 수업 쉬는 시간에 웹툰을 많이 보게 됨 (10대 여성)
- 외부 활동이 줄어들면서 한번 봤던 작품을 또 보기도 하고, 새롭게 추천받은 작품을 보기도 함 (2030 여성)

2. 출판만화 이용 현황

2-1. 출판만화 이용

- 10대 여성 중에서 코로나19 이후 집에 있는 시간이 많아져 오히려 출판만화 대여 경험이 증가했다는 의견이 있었음.
- 반면, 코로나19 이후 만화카페를 가지 못해 출판만화 이용 빈도가 감소했다는 의견도 있었음.
- 요즘에는 디지털 형태의 출판만화를 볼 수 있다는 응답이 있었음.
- 이용자들은 디지털스캔만화의 스크롤 방식이 출판만화를 따르기 때문에 웹툰보다는 출판만화에 가깝다는 의견이 있었음.
- 출판만화 이용은 코로나19 이후 북카페, 만화카페 이용 제한으로 인한 영향을 받아 이용 빈도가 감소한 것으로 나타남.

[출판만화 이용]

출판만화 이용 빈도

- 집에 있는 시간이 많아져 출판만화를 대여해서 집에서 보는 횟수가 증가함 (10대 여성)
- 요즘은 디지털화가 잘 되어 있어서 출판만화도 스마트폰으로 볼 수 있음 (2030 남성)
- 코로나19 이전에는 만화카페를 종종 갔는데, 코로나19 이후에는 간 적 없음 (2030 여성)

출판만화 이용 아쉬운 점

- 출판만화는 대여/열람해서 보는 경우가 많은데 공공장소에 비치되어 있어서 관리가 잘 안 되는 경우가 있음 (10대 여성)
- 옛날 출판만화는 흑백으로 된 것들이 많아 보기 불편함 (10대 여성)

웹툰과 출판만화 차이점

- 웹툰은 스마트폰으로 볼 수 있는데 출판만화는 가지고 다녀야 해 불편함 (10대 남성)

디지털스캔만화 이용 경험

- 출판만화의 형태이니까 디지털스캔만화는 출판만화에 가깝다 생각함 (10대 여성)
- 웹툰이랑은 스크롤 방식이 다르고 태블릿 PC로 보면 실제로 출판만화를 넘기는 느낌이 들기 때문에 출판만화랑 가깝다 생각함 (2030 여성)

출판만화 대여/열람 경험

- 코로나19 이후에는 북카페나 만화카페를 잘 안 가게 됨 (10대 남성)
- 만화카페랑 학교 도서관에도 유명한 작품이 있어서 대여해 본 적 있음 (10대 여성)
- 코로나19 이후에는 집에 있는 시간이 많아져 만화방에 가서 출판만화를 대여해서 봄 (10대 여성)

2-2. 출판만화 선택 기준

- 출판만화의 즐겨보는 장르도 액션, 판타지, 로맨스, 학원물, 스포츠 물 등으로 나타났으며 웹툰의 즐겨보는 장르와 큰 차이가 없는 것으로 나타남.
- 출판만화 선택 기준은 지인 추천, 그림체, 익숙한 작품 등이 있으며, 1~2화 정도 읽어보고 재밌으면 계속 보게 된다는 의견이 있었음.

[출판만화 선택 기준]

출판만화 즐겨보는 장르

- 액션 장르 (10대 남성)
- 액션, 판타지, 로맨스, 학원물, 스포츠 물 등 (10대 여성)

출판만화 선택 기준

- 지인 추천의 영향이 큼 (10대 남성)
- 그림체를 많이 보는 편임 (10대 여성)
- 기존에 애니메이션으로 나왔던 작품처럼 조금 더 익숙한 작품을 읽게 됨 (10대 여성)
- 1~2화 정도 읽어보고 재밌으면 계속 봄 (2030 여성)

2-3. 출판만화 구매 / 캐릭터 구매 / IP 확장

- 출판만화 구매, 캐릭터 구매, IP 확장 이용 경험도 웹툰의 이용 방식과 큰 차이가 없는 것으로 나타남.

[출판만화 구매 / 캐릭터 구매 / IP 확장]

출판만화 구매 경험

- 마음에 드는 작품이 있으면 구매하게 되는데 인터넷이나 중고로 사는 편임 (10대 여성)

출판만화 원작 타 장르 콘텐츠 이용 경험

- 마블, 귀멸의 칼날 등 경험해 봄 (10대 남성)

출판만화 등장 캐릭터 상품 구매 경험

- 인형, 엽서, 아크릴 스탠드, 포토카드 등 구매 경험이 있음 (10대 여성)

3. 만화·웹툰 불법 이용 관련

- 만화·웹툰을 불법적인 경로로 이용한 경험이 있었으며, 불법이라는 사실을 인지하고도 이용한 적이 있는 것으로 나타남.
- 만화·웹툰 불법 이용에 코로나19의 영향은 크지 않다는 의견임.

[만화·웹툰 불법 이용 관련]

만화·웹툰 불법 이용 경험

- 친구가 결제하고 친구 계정으로 같이 본 적이 있음 (10대 남성)
- 하루만 기다리면 불법 웹툰 사이트에서 다 볼 수 있어서 굳이 돈 주고 봐야 한다는 인식을 가진 사람들이 있음 (10대 남성)
- 웹툰 제목을 검색하면 사이트가 뜨는데 불법 웹툰 사이트인지 모르고 들어가서 보는 경우가 있음 (10대 여성)
- 불법이라는 인식은 있지만 실제로 처벌이 심하지 않으니 신경을 안 쓰는 것 같음 (10대 여성)

코로나19 이후 만화·웹툰 불법 이용 경험

- 코로나19로 인해 불법 이용 경험이 증가하지는 않음 (모든 그룹)

4. 만화·웹툰 이용 관련 전반적인 개선사항

- 만화·웹툰 이용 환경 개선사항으로 불법 웹툰 이용 근절이 가장 많이 언급되어, 이용자들도 웹툰 산업 환경에서 웹툰 불법 유통 문제가 심각하다는 인식이 있다는 것을 알 수 있었음.

[만화·웹툰 이용 관련 전반적인 개선사항]

만화·웹툰 이용 관련 전반적인 개선사항

- 불법 웹툰 때문에 웹툰 작가들의 피해가 심각하다는 기사를 본 적이 있어 불법 웹툰이 없어져야 한다고 생각함 (10대 남성)
- 불법 웹툰 사이트를 막는 것이 필요함 (10대 남성)
- 웹툰 작가들에게 수익이 많이 돌아가는 환경으로 바뀌어야 함 (10대 여성)
- 불법 이용을 막으려면 불법 복제를 하는 사람, 사이트를 운영하는 사람들의 법적 처벌을 강화해야 함 (2030 남성)
- 불법 이용을 근절할 수 있는 공익 광고나 캠페인이 필요함 (2030 남성)
- 불법 사이트를 이용하는 사람에게도 벌금을 부과해야 함 (2030 여성)

|제3장| 시사점



1. 코로나19로 인한 만화·웹툰 이용 빈도, 장소, 유료 이용의 변화

- 코로나19로 야외 활동이 제한되고 실내에서의 활동이 증가하면서 전반적으로 모든 콘텐츠 장르 이용에 영향을 미침. 만화·웹툰 콘텐츠 장르에서도 코로나19로 인한 이용 빈도의 변화, 이용 장소의 변화, 유료 이용의 변화 등이 나타남.
- 웹툰을 ‘주 1회 이상’ 감상하는 비율은 코로나19 발생 이전인 2019년 대비 약 11.6%p 증가함.(본문 15p)
- 웹툰 유료 결제 경험도 2019년 대비 6.9%p 증가함.(본문 35p)
- FGI에서 코로나19 이후 웹툰 이용은 최소 영향이 없거나 증가했다는 의견이 나타남.
- 코로나19로 인해 ‘집’에서의 웹툰 감상이 증가하였고, 10대0에서는 코로나19 이전에는 학교에서도 웹툰을 감상했었는데 코로나19 이후에는 그 빈도가 줄어들었다는 의견이 있었음. 2030 여성의 경우에는 외부 활동이 줄어들면서 이전에 봤던 웹툰을 다시 보거나 새로운 작품을 추천받아 보면서 웹툰 이용이 증가했다는 의견이 있었음.
- 2020년에 발간된 웹툰 사업체 실태조사¹⁾에서는 코로나19로 인한 영향과 관련하여 2020년 상반기에 전년 동기 대비 국내 매출이 증가했다는 업체 비중이 60.5%, 향후 1년간 매출이 증가할 것으로 예상한다는 업체 비중이 37.2%로 나타남. 이를 통해 코로나19에도 불구하고 웹툰 사업체의 매출은 증가하는 것으로 나타나 웹툰 이용이 증가하고 있음을 추론할 수 있음.
- 출판만화를 ‘주 1회 이상’ 감상하는 비율은 코로나19 발생 이전인 2019년 대비 약 8.3%p 증가함.(본문 47p)
- 출판만화 구매 경험은 코로나19 발생 이전인 2019년 대비 10.6%p 증가함.(본문 55p)
- 출판만화 대여/열람 경험은 2019년 대비 8.4%p 감소함.(본문 61p)
- 출판만화 이용 장소의 변화가 뚜렷하게 나타남. 집에서의 이용은 2019년 대비 18.0%p 증가하였고, 만화대여점은 2019년 대비 15.2%p 감소함.(본문 48p)
- FGI에서 코로나19 이후 북카페, 만화카페 이용 제한으로 인해 출판만화 이용 빈도가 감소했다는 의견이 있었음. 반면, 10대의 경우 코로나19 이후 집에 있는 시간이 많아져 오히려 출판만화 대여 경험이 증가했다는 의견이 있었음.
- 코로나19로 인해 출판만화의 이용 장소였던 만화카페, 만화대여점 등의 이용이 감소하면서 대여/열람 경험은 감소하는 추세이나 출판만화를 ‘주 1회 이상’ 이용하는 비율과 출판만화 구매 경험은 증가하는 것으로 보아 출판만화 시장이 위축된 것은 아닌 것으로 보임.
- 또한, 최근 웹툰 오프라인 단행본의 인기, 텀블벅, 굿즈 등의 영향으로 출판만화 이용이 증가하고 있음.

1) 출처: 한국콘텐츠진흥원(2020), 웹툰 사업체 실태조사 보고서

- 「2020년 출판시장 통계²⁾」에 따르면 단행본 출판사의 총매출액이 4천 187억 원으로 전년 대비 9.5% 증가하였으며, 특히 만화·웹툰·웹소설 부문의 출판사 총매출액이 1천 467억 원으로 15.7% 증가, 전자책 플랫폼의 총매출액은 7천 492억 원으로 33.9% 성장한 것으로 나타남.

〈2020년 출판 부문별 매출액 현황〉

(단위 : 억 원, %)

부문	기업 수	2020년		2019년
		매출액	매출액 증감률	
교육 출판	45	35,796	-10.4	39,967
단행본	23	4,187	9.5	3,824
만화·웹툰·웹소설	출판사	5	1,467	15.7
	전자책 플랫폼	9	7,492	33.9

출처: 대한출판문화협회(2020), 2020년 출판시장 통계

2) 출처: 대한출판문화협회(2020), 2020년 출판시장 통계

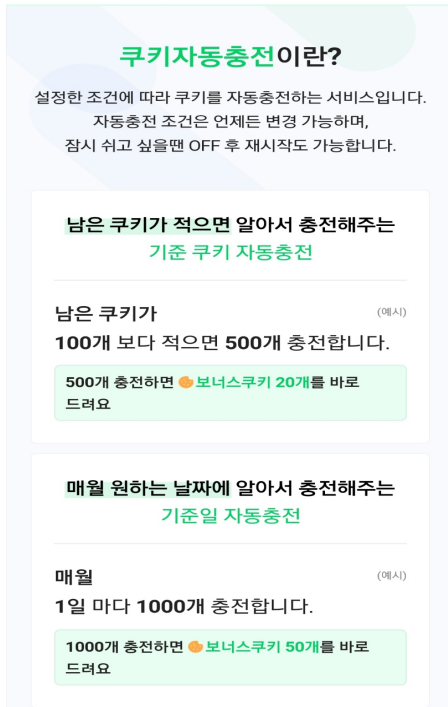
2. 웹툰 주 이용 서비스(플랫폼)의 변화

- 웹툰 이용자들의 웹툰 주 이용 서비스는 네이버웹툰이 가장 많으며, 이어서 카카오페이지, 다음웹툰, 네이버시리즈, 레진코믹스 등의 순으로 나타남.(본문 28p)
- 웹툰 이용자들이 주로 이용하는 상위 5개 서비스(플랫폼)의 이용 비율 변화를 살펴보면, 2대 포털형 플랫폼인 네이버웹툰과 다음웹툰은 지난 3년간 계속해서 이용 비중이 감소하였고, 레진코믹스도 지난 3년간 감소 추세가 뚜렷하게 나타남.(본문 28p)
- FGI에서 네이버웹툰과 다음웹툰의 포털형 플랫폼을 이용하는 이유는 계속 이용하던 것이라, 익숙해서, 무료 웹툰이 많아서 등이며, 카카오페이지, 레진코믹스, 리디북스 등 웹툰 전문 플랫폼에는 보고 싶은 특정 작품이 해당 플랫폼에서만 연재되기 때문이라는 의견이 나타났음.
- 네이버웹툰은 지난 3년간 이용 비중은 감소하였으나, 네이버웹툰 주 이용자들의 이용 이유 중 ‘감상할 수 있는 웹툰 작품의 수가 많아서’의 비중이 가장 높은 것으로 보아 대중적인 콘텐츠 장르와 감상할 수 있는 작품의 수가 많아 여전히 웹툰 이용자들이 가장 많이 이용하는 서비스인 것을 알 수 있었음.(본문 29p)
- 카카오페이지는 다른 플랫폼들의 이용 비중이 감소하는 추세인 반면, 전년 대비 6.6%p 증가함. 카카오페이지 주 이용자들의 이용 이유는 타 플랫폼 대비 ‘무료로 감상할 수 있어서’, ‘감상할 수 있는 작품의 수가 많아서’, ‘할인 및 이벤트 등 프로모션이 자주 있어서’ 등의 순으로 나타나 카카오페이지 이용 비중의 증가는 무료 감상, 할인 이벤트의 효과로 추측됨.(본문 29p)
- 레진코믹스를 이용하는 주된 이유로 ‘독점작을 이용하기 위해서’의 비중이 가장 높은 것으로 보아 특정 충성 독자층이 계속해서 이용할 가능성이 있음.
- 최근 네이버웹툰과 카카오웹툰(다음웹툰)을 중심으로 국내외 플랫폼 투자, 인수 등 독점작 확보를 위한 경쟁이 치열해지고 있음³⁾. 향후 독점작을 누가 더 많이 확보하느냐가 웹툰 이용자를 끌어들이는 쟁점이 될 것으로 보임.

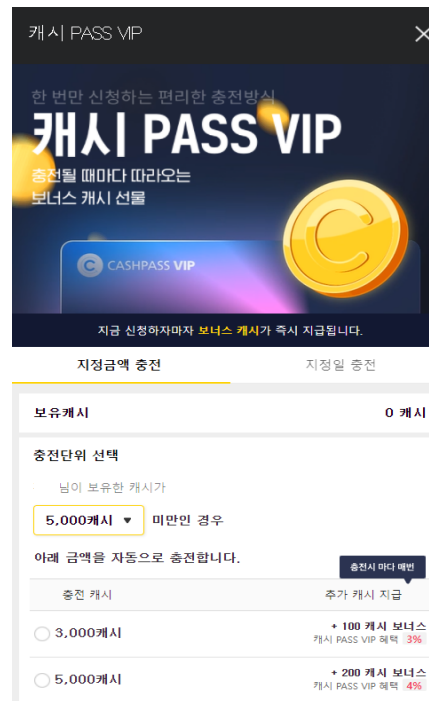
3) 출처: “네이버·카카오, 웹툰·웹소설 플랫폼 확보에 올인”, <조선일보>, 2021.10.01

3. 웹툰 유료 결제와 자동 결제(구독형) 서비스 현황

- 웹툰 유료 결제 경험자들의 웹툰 유료 결제 방식은 ‘이용권 충전 후 이용(코인, 캐시, 쿠키 등)’의 비중이 가장 높으며, 그다음으로는 ‘특정 작품 회당 비용 결제’가 높음. 2021년 조사의 신규 보기 항목인 ‘월정액 구독서비스 이용’은 4.9% 수준으로 나타남.(본문 37p)
- 이용자 FGI에서도 웹툰 유료 이용자들의 이용 방식은 이용권 충전 후 회당/편당 결제가 가장 많았음.
- 향후 웹툰 유료 결제 의향은 32.2%로 나타났으며, 웹툰 유료 결제 의향이 있는 응답자 중 월정액 유료 결제 의향은 54.3%로 나타남.
- 새로운 결제 방식인 자동 결제(구독형, 월정액) 서비스는 이미 음악, 영상, 도서 등 다른 콘텐츠 분야에서는 많이 이루어지고 있는 서비스임.
- 웹툰 플랫폼들에서도 자동 결제(구독형) 서비스 도입이 조금씩 이루어지고 있으며, 네이버 웹툰의 ‘쿠키 자동 충전 서비스’, 카카오페이지의 ‘캐시 PASS VIP’와 같이 보유한 이용권(쿠키, 캐시 등)이 일정 금액 미만이 되었을 경우 자동으로 충전(결제)되는 방식, 지정된 일자에 자동으로 충전(결제)되는 서비스의 형태임.



<네이버웹툰의 쿠키자동충전 서비스>



<카카오페이지의 캐시 PASS VIP>

- 그러나, 웹툰 구독형 모델이 안정적으로 정착하려면 개별 에피소드 기준의 이용자 보다 많은 이용자 수를 필요로 함. 실제로, 구독형 모델이 자리 잡은 외국의 경우 많은 이용자 수를 보유하고 있기 때문이라는 전문가 의견이 있었음. 리디북스가 2020년 11월에 출시한 글로벌 웹툰 구독 서비스 ‘만타(Manta)’가 북미 출시 10여년 만에 누적 내려받기 300만을 넘어선 결과가 이를 뒷받침함⁴⁾.
- 편리함을 추구하는 웹툰 주요 소비층에게 자동 결제(구독형) 모델이 매력적인 소비 창구가 될 가능성도 있지만, 아직까지 국내 웹툰 이용자들은 편당/회당 결제가 전체 웹툰 유료 이용의 90% 이상을 차지하고 있음.
- 향후 웹툰 콘텐츠가 풍부해지고, 결제 방식이 편리해진다면 유료 결제가 더 늘어날 것으로 예상됨.

4) 출처: “리디, 글로벌 웹툰 구독 서비스 ‘만타(Manta)’ 300만 다운로드 돌파”, https://ridicorp.com/2021/11/manta_3million, 2021.11.05

4. VR 웹툰 이용 현황

- 2021년 조사에서는 최근 실감형 콘텐츠(VR/AR) 이용 현황을 알아보고자 ‘웹툰 주 이용 서비스’를 묻는 문항에 신규 보기 항목으로 ‘VR 웹툰 전문 플랫폼’을 추가, ‘웹툰 주 이용 기기’를 묻는 문항에 신규 보기 항목으로 ‘VR/AR 기기’를 추가하여 질문함.
- 그 결과, 웹툰 주 이용 서비스가 ‘VR 웹툰 전문 플랫폼’이라는 응답이 3.0%로 나타났으며, 주 이용 기기가 ‘VR/AR 기기’라는 응답은 없었음.
- 이용자 FGI에서는 “현재 스마트폰을 활용해서 충분히 웹툰 감상이 가능하기 때문에 VR 웹툰을 이용하지 않을 것 같다”, “웹툰은 짧은 시간 안에 소비하는 것이 장점이기 때문에 VR 웹툰으로 보지 않을 것 같다” 등의 의견이 나타남. 한편, “VR 웹툰은 역동적일 것 같다”, “흥미로울 것 같다”라는 의견도 있었음.
- 웹툰 이용 시 고려 기준은 ‘쉬운, 편리한 구입/이용’이 웹툰 외부 요소 중 ‘인기순’, ‘가격(유/무료)’, ‘최신작’ 등에 이어서 중요한 고려 기준으로 나타나, 웹툰 이용자들은 웹툰의 접근성과 편리성을 생각한다는 것을 알 수 있음.
- 그러나, VR 웹툰 전문 플랫폼에 대한 인지와 이용 경험은 낮으며, 기존 웹툰과는 달리 별도의 기기를 통해서 감상해야 한다는 점이 VR 웹툰 이용의 방해 요인으로 작용할 수 있음. VR 웹툰 전문 플랫폼 코믹스브이가 실시한 자체 사용자 조사에 따르면, VR 웹툰에 대해 전혀 알지 못함이 49.1%, 경험해 본 이용자는 16.7%에 불과한 것으로 나타남.⁵⁾
- 따라서, VR 웹툰이 만화·웹툰 분야의 주요 이용 트렌드는 아닌 것으로 보이나, 이용자 FGI에서 VR 웹툰에 대한 기대감도 엿볼 수 있어 향후 VR 기기 보급률과 콘텐츠의 상용화에 따라서 이용 트렌드가 변화될 가능성이 있음.

5) 출처: 한국콘텐츠진흥원(2020), 2020 만화 산업백서

5. 판타지/SF, 액션/무협, 순정 로맨스 장르 강세

- 2021년 즐겨보는 웹툰 장르 상위 5개 응답(1+2+3순위 기준)은 코믹/개그, 판타지/SF, 액션/무협, 일상/감성/힐링물, 순정 로맨스 등임.(본문 34p)
- 즐겨보는 웹툰 작품명 상위 5개 응답은 외모지상주의, 여신강림, 신의 탑, 연애혁명, 복학왕 등으로 나타남.(본문 31p)
- 즐겨보는 출판만화 장르 상위 5개 응답은 판타지/SF, 액션/무협, 코믹/개그, 일상/감성/힐링물, 추리/공포/스릴러 등임.(본문 53p)
- 즐겨보는 출판만화 작품명 상위 5개 응답은 원피스, 명탐정 코난, 드래곤볼, 열혈강호, 슬램덩크 등의 순임.(본문 50p)
- 지난 3년간 웹툰 및 출판만화 이용자들이 즐겨보는 장르의 변화는 크지 않음.
- 판타지/SF, 액션/무협, 순정 로맨스 장르가 주목받고 있음. 이는 웹소설의 유행이 영향을 미친 것으로 추측됨. 특히 2021년 즐겨보는 웹툰 작품명 상위 10개에 처음으로 등장한 ‘나 혼자만 레벨업’의 경우 웹소설 원작으로, 인기 웹소설을 웹툰으로 제작하는 추세가 이어지고 있음.
- 만화·웹툰을 뜨는 장르와 지는 장르로 구분하기 보다는 산업적으로 매출이 더 많이 나오는 장르를 제작하려는 특성을 보인다는 전문가 의견이 있었음. 이러한 이유로 향후 장르 편중에 대한 우려도 나타나고 있음. 그러나, 2~3년 전과 비교하여 장르별로 다양하고 좋은 작품들이 많이 연재되고 있어 전반적인 만화·웹툰 시장의 발전 측면에서 봤을 때 긍정적이라고 할 수 있음.

6. 만화·웹툰 IP 확장은 드라마, 영화 등의 ‘영상화’ 강세 지속 전망

- 2021년 조사 결과, 만화·웹툰 2차적 저작물 이용 경험은 61.9%로 나타났으며, 만화·웹툰 2차적 저작물 이용 경험자들의 2차적 저작물에 대한 만족 비율은 57.1%임.
- 만화·웹툰 등장 캐릭터를 활용한 상품 구매 경험은 39.4%이며, 실물 형태의 상품보다 스마트폰, PC 등을 이용해 접속하는 모바일/인터넷 환경에서의 캐릭터 상품을 더 많이 구매하는 것으로 나타남.(본문 72~73p)
- 만화·웹툰 IP 확장 시 이용하기를 희망하는 콘텐츠(1+2순위 기준)는 드라마, 영화, 애니메이션 등의 순으로 나타남.(본문 74p)
- 국내 이용자들의 영상 콘텐츠 선호도와 접근성은 드라마와 영화에서 높기 때문에 만화·웹툰 IP 확장에 대한 선호도도 드라마와 영화가 상대적으로 높은 것을 알 수 있음. 특히 이전부터 웹툰이 영화, 드라마로 제작되고 인기를 얻으며 영화, 드라마로의 영상화 IP 확장 추세가 두드러졌음. 또한, 코로나19로 인해 영화 산업이 다소 위축된 상황으로 당분간은 드라마가 우위를 차지할 것으로 보임.

〈주요 웹툰 원작 드라마 작품 현황〉

작품	방영 채널	원작
미생	tvN	카카오웹툰 <미생>
치즈인더트랩	tvN	네이버웹툰 <치즈인더트랩>
이태원 클라쓰	JTBC	카카오웹툰 <이태원클라쓰>
경이로운 소문	OCN	카카오웹툰 <경이로운 소문>
스위트 홈	넷플릭스	네이버웹툰 <스위트 홈>
여신강림	tvN	네이버웹툰 <여신강림>
좋아하면 울리는	넷플릭스	카카오웹툰 <좋아하면 울리는>
나빌레라	tvN	카카오웹툰 <나빌레라>
모범택시	SBS	네이버웹툰 <모범택시>
이미테이션	KBS2	카카오페이지 <이미테이션>
간 떨어지는 동거	tvN	네이버웹툰 <간 떨어지는 동거>
알고 있지만	JTBC	네이버웹툰 <알고 있지만>
D.P.	넷플릭스	레진코믹스 <D.P 개의 날>
유미의 세포들	tvN	네이버웹툰 <유미의 세포들>
지옥	넷플릭스	네이버웹툰 <지옥>

출처: “콘텐츠 업계에 웹툰 IP가 몰려오는 이유”, 시사저널, 2021.09.09

- 만화·웹툰의 드라마, 영화로의 IP 확장의 성공은 만화·웹툰이 스토리로서의 가치를 가지고 있기 때문으로 보임. 영화와 드라마는 새로 기획하는데 많은 시간이 소요되며 흥행에 대한 보장이 되지 않는 경우가 많은데, 이미 인기 있는 만화·웹툰은 이에 대한 위험 요소를 최소화할 수 있고, 만화·웹툰 산업이 대중화되는 시점이랑 맞물려 시너지 효과가 나타난 것으로 보인다는 전문가의 의견이 있었음.
- 웹툰의 IP 확장뿐만 아니라, 원피스, 귀멸의 칼날 등 출판만화의 IP 확장 성공 사례들이 나타나며 출판만화의 판매에도 영향을 미침. 특히, 귀멸의 칼날의 경우 극장판 애니메이션이 주목을 받으며 원작인 출판만화에도 관심이 증가하였고, 출판만화 구매가 증가함. 국내에서도 2017년부터 단행본으로 출간됐으며, 2019년 애니메이션 방영, 2021년 1월 극장판 방영 후 교보문고 종합 베스트셀러를 1위를 줄곧 유지한 것으로 나타남⁶⁾. 이는 IP 확장의 선순환 효과로 볼 수 있음.

6) 출처 : “귀멸의 칼날’ 효과? 만화 판매량 역대 최다”, 한국일보, 2021.05.17

7. 향후 만화·웹툰 트렌드 전망

- 전문가 자문 결과, 웹툰 전문 플랫폼 수와 해당 플랫폼을 이용하는 이용자는 점점 감소하고, 네이버와 카카오 중심의 2강 체제로 굳어질 가능성이 있다는 의견이 있었음.
- 이용자 입장에서 콘텐츠 장르는 다양해지지만 선택할 수 있는 플랫폼의 폭이 줄어들 수 있을 것으로 예상함.
- 웹툰이 드라마, 영화 등의 영상화가 되는 IP 확장 추세가 이어질 것으로 예상됨. 특히, 넷플릭스, 디즈니 플러스와 같은 해외 OTT 플랫폼들에서 성공 사례들이 나타난다면 해외에서 원작 웹툰에 대한 인기도 얻을 수 있을 것이며 웹툰 해외 진출, IP 확장성이 더 주목될 것으로 전망함.
- 높은 퀄리티의 만화·웹툰 제작이 가속화될 것으로 전망함. 높은 퀄리티의 만화·웹툰 산업화로 인해 제작 환경은 OTT 플랫폼과의 협력 등 다양한 영역들과의 연계 제작이 증가할 것으로 예상함.

|부록| 설문지



A. 만화/웹툰 이용 현황

AQ1. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 어떤 종류의 만화웹툰을 보셨습니까? 모두 선택해 주세요.

대분류	유형	예시(사이트명)
웹툰 (디지털페이지만화 포함)	01. 포털사이트	네이버웹툰, 다음웹툰
	02. 웹툰 전문 플랫폼	카카오페이지, 네이버시리즈, 레진코믹스, 탑툰, 투믹스, 붐툰, 무툰, 케이툰, 배틀코믹스, 버프툰, 미스터블루, 저스툰, 태피툰, 만화경, 미툰, 원스토어, 피너툰, 코미코, 폭스툰 등
	03. VR웹툰 전문 플랫폼	스피어툰, 코믹스브이 등
	04. 만화 출판사 사이트	학산문화사, 대원씨아이 등
	05. 신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
	06. 오픈마켓/SNS	포스타입, 딜리헵 등의 오픈마켓, SNS(인스타그램, 블로그 등)
	07. 웹하드, 유튜브 등	위디스크 등의 웹하드, 유튜브 등
	08. 온라인서점 플랫폼	리디북스, 교보문고e-book, 북큐브, 예스24 등
출판만화	09. 디지털스캔만화	출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화(스캔만화 = 출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)
	오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 드래곤볼, 하이큐, 원펀맨, 미생, 신과함께, 이태원 클래스, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라 등
	11. 정기연재물	찬스플러스, 파티, 코믹챔프, 이슈 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화

웹툰 : 세로스크롤 연출의 컬러 채색된 형식의 만화를 지칭

디지털페이지만화 : 페이지 연출의 컬러 채색된 만화를 지칭

디지털스캔만화 : 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화

AQ2. [웹툰, 출판만화 동시 이용자만] 전체 만화웹툰 이용 시간이 100%라면, '웹툰(디지털페이지만화 포함)'과 '출판만화(디지털스캔만화 포함)' 각 이용 비율은 어느 정도입니까? 합이 100이 되도록 기입해 주세요.

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

B. 웹툰(디지털페이지만화 포함) 이용 관련

※ 다음은 웹툰(디지털페이지만화 포함)의 예시입니다.

유형	예시(사이트명)
포털사이트	네이버웹툰, 다음웹툰
웹툰 전문 플랫폼	카카오페이지, 네이버시리즈, 레진코믹스, 탑툰, 투믹스, 붐툰, 무툰, 케이툰, 배틀코믹스, 버프툰, 미스터블루, 저스툰, 태피툰, 만화경, 미툰, 원스토어, 피너툰, 코미코, 폭스툰 등
VR웹툰 전문 플랫폼	스피어툰, 코믹스브이 등
만화 출판사 사이트	학산문화사, 대원씨아이 등
신문사 사이트	인터넷 신문 사이트에서 연재되는 웹툰
오픈마켓/SNS	포스타입, 딜리헵 등의 오픈마켓, SNS(인스타그램, 블로그 등)
웹하드, 유튜브 등	위디스크 등의 웹하드, 유튜브 등
온라인서점 플랫폼	리디북스, 교보문고e-book, 북큐브, 예스24 등

BQ1. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 얼마나 자주 보았습니까?

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

BQ2. 웹툰(디지털페이지만화 포함)의 내용, 줄거리 등 관련 정보를 어디에서 얻고 있습니까? 모두 선택해 주세요.

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

BQ3. 주중, 주말에 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 감상하는 시간대를 모두 선택해 주세요.

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

BQ4. 일주일에 주기적으로 감상하는 웹툰(디지털페이지만화 포함)의 작품(회차 기준) 수는 몇 화 정도입니까?
일주일에 _____ 화

BQ5. 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 주로 감상하는 장소는 어디입니까?

- 01. 집
- 02. 직장(사무실)
- 03. 학교/학원
- 04. 교통수단(지하철, 버스 등)
- 05. 기타(구체적으로 : _____)

BQ6. 평소 웹툰(디지털페이지만화 포함) 감상을 위해 주로 이용하는 기기는 무엇입니까?

- 01. 스마트폰
- 02. 태블릿PC
- 03. PC(데스크탑/노트북)
- 04. VR/AR 기기
- 05. 기타(구체적으로 : _____)

BQ7. 평소 웹툰(디지털페이지만화 포함) 감상을 위해 이용하는 서비스는 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 선택해 주세요.
※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위, 3순위가 없으신 경우에는 '다음' 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

01. 네이버웹툰	02. 네이버시리즈	03. 다음웹툰	04. 카카오페이지	05. 레진코믹스
06. 탑툰	07. 애니툰	08. 투믹스	09. 미스터블루	10. 무툰
11. 버프툰	12. 코미코	13. 봄툰	14. 북큐브	15. 리더북스
16. 포스타입	17. 딜리헵	18. 인스타그램	19. 페이스북	20. 만화경
21. 마녀코믹스	22. 배틀코믹스	23. 스푼코믹스	24. 조아라	25. 기타
				()

BQ7-1. 해당 서비스(BQ7 1순위 응답값 제시)를(을) 주로 이용하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 두 가지만 선택해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____

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

BQ8. 평소 즐겨보는 '웹툰(디지털페이지만화 포함)' 작품이 있습니까?

- 01. 있다
- 02. 없다 → BQ9

BQ8-1. [BQ8의 1 응답자] 평소 즐겨보는 '웹툰(디지털페이지만화 포함)'의 작품명은 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 응답해 주세요. ※ 1순위는 반드시 응답, 만약 2순위, 3순위가 없으신 경우에는 '다음' 버튼을 눌러주시기 바랍니다.

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

BQ9. 웹툰(디지털페이지만화 포함) 이용 시, 중요하게 생각하는 기준은 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 선택해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

구분	보기
작품 외부 요소	01. 인기순
	02. 최신작
	03. 가격(유/무료)
	04. 쉬운, 편리한 구입/이용
	05. 서비스 내 추천작(이벤트/Push 알람 등)
작품 내부 요소	06. 지인/만화 커뮤니티의 추천
	07. 댓글의 평가
	08. 웹툰 원작의 2차적 저작물(웹툰→영화/드라마/웹소설)의 흥행
	09. 웹소설 원작의 작품(웹소설→웹툰)
기타	10. 장르 11. 작품성/예술성 12. 그림/그림체 13. 특정 작가의 작품 14. 소재/줄거리
	15. 기타(구체적으로 : _____)

BQ10. 웹툰(디지털페이지만화 포함) 이용 시, 평소 즐겨보는 장르는 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 선택해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

- 01. 액션/무협
- 02. 판타지/SF
- 03. 스포츠
- 04. 코믹/개그
- 05. 추리/공포/스릴러
- 06. 일상/감성/힐링물
- 07. 드라마
- 08. 순정로맨스
- 09. 교양/지식
- 10. 성인
- 11. BL/GL
- 12. 기타(_____)

[Base] AQ1에서 1~8 중 최소 1개 이상 응답자 [RA] 최소 1순위

[웹툰(디지털페이지만화 포함) 유료 이용 관련]

BQ11. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 감상하기 위해 유료로 결제하신 적이 있습니까?

01. 있다

02. 없다 → BQ12

미리보기* 위해 쿠키/캐시 충전 또는 비용 결제 : '네이버웹툰(네이버시리즈)', '다음웹툰'
 캐시/코인/포인트 충전 : '카카오페이지', '레진코믹스' 등
 ※ 미리보기: 연재예정일보다 빠르게 볼 수 있는 유료 상품

BQ11-1. [BQ11의 1 응답자] 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 감상하기 위해 유료 결제를 얼마나 자주 하였습니다?

거의 매일	일주일 3~4번	일주일 1~2번	1개월 2~3번	1개월 한번	2~3개월 한번	4개월~1년 한번
1	2	3	4	5	6	7

BQ11-2. [BQ11의 1 응답자] 웹툰(디지털페이지만화 포함) 유료 결제 시, 주로 어떤 방식으로 결제합니까?

01. 특정 작품 '회당' 비용 결제
02. 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 비정기적으로 충전 후 이용
03. 이용권(코인, 캐시, 쿠키 등)을 월정기적으로 충전 후 이용
04. 월정액 구독서비스 이용(예. 네이버 멤버십 플러스, 카카오페이지 캐시pass, 리디 셀렉트, 윈스토어 북스 등)
05. 기타(_____)

BQ11-3. [BQ11의 1 응답자] 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 유료로 결제하는 데 월 평균 얼마 정도 지출하셨습니다?

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

BQ12. 웹툰(디지털페이지만화 포함) 유료 상품을 무료로 이용하실 때, 주로 사용하는 방법은 무엇입니까?

01. 무료가 될 때까지 기다린다('기다리면 무료' 등)
02. 무료 프로모션(게임하기, 친구추천 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(_____)

BQ13. 향후 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 감상하기 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] 웹툰(디지털페이지만화 포함)을 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

C. 출판만화(디지털스캔만화 포함) 이용 관련

※ 다음은 출판만화(디지털스캔만화)의 예시입니다.

대분류	유형	예시(사이트명)
출판만화	디지털스캔만화	출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화(스캔만화 = 출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)
	오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 드래곤볼, 하이큐, 원펀맨, 미생, 신과함께, 이태원 클래스, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라 등
	정기연재물	찬스플러스, 파티, 코믹챔프, 이슈 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화

CQ1. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 위에 제시된 수단 또는 형태로 출판만화를 얼마나 자주 보았습니까?

거의 매일	일주일 에 3~4번	일주일 에 1~2번	1개월 에 2~3번	1개월 에 한번	2~3개월 에 한번	4개월~1년 에 한번
1	2	3	4	5	6	7

CQ2. 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()

CQ3. 평소에 즐겨보는 출판만화 작품이 있습니까?

01. 있다 02. 없다 →CQ4

CQ3-1. [CQ3의 1 응답자] 평소 즐겨보는 '출판만화'의 작품명은 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 응답해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

CQ4. 출판만화 이용 시, 중요하게 생각하는 기준은 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 선택해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

구분	보기
작품 외부 요소	01. 인기순 02. 최신작 03. 가격(유/무료) 04. 쉬운, 편리한 구입/이용
	05. 지인/만화 커뮤니티의 추천
	06. 출판만화 원작의 2차적 저작물(애니메이션/영화/드라마)의 흥행 07. 웹툰 원작
작품 내부 요소	08. 장르 09. 작품성/예술성 10. 그림/그림체 11. 특정 작가의 작품 12. 소재/줄거리
기타	13. 기타(구체적으로 : _____)

CQ5. 출판만화 이용 시, 평소 즐겨보는 장르는 무엇입니까? 순서대로 세 가지만 선택해 주세요.

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

1순위 _____ 2순위 _____ 3순위 _____

- | | | | |
|---------------|---------------|-----------|---------------|
| 01. 액션/무협 | 02. 판타지/SF | 03. 스포츠 | 04. 코믹/개그 |
| 05. 추리/공포/스릴러 | 06. 일상/감성/힐링물 | 07. 드라마 | 08. 순정로맨스 |
| 09. 교양/지식 | 10. 성인 | 11. BL/GL | 12. 기타(_____) |

CQ6. 출판만화 전체 이용률을 100%로 볼 때, 교양이나 지식을 얻기 위해 보는 비중은 얼마 정도입니까?

※ 학습만화는 제외합니다. 만약 '교양/지식' 목적으로 이용하지 않는다면 '0'으로 입력하여 주시기 바랍니다. _____ %

[출판만화 구매 관련]

CQ7. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 출판만화를 구매한 경험이 있습니까?

출판만화 예시	
유형	예시
디지털스캔만화	출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화(스캔만화 = 출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)
오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 드래곤볼, 하이큐, 원펀맨, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나 빌레라 등
정기연재물	찬스플러스, 파티, 코믹챔프, 이슈 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화

01. 있다 02. 없다 → CQ8로 이동

CQ7-1. [CQ7의 1 응답자] 출판만화를 구매하는 주기가 어떻게 됩니까?

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

CQ7-2. [CQ7의 1 응답자] 출판만화 구매를 위해 월 평균 얼마 정도 지불합니까?

1만원 이하	1만원 초과~ 3만원 이하	3만원 초과~ 5만원 이하	5만원 초과~ 10만원 이하	10만원 초과
1	2	3	4	5

CQ7-3. 출판만화 구매해서 보시는 주된 이유는 무엇입니까?

- | | |
|--|----------------------------|
| 01. 좋아하는 웹툰(디지털페이지만화 포함)이 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. 그림을 크고 선명하게 볼 수 있어서 | 07. 기타() |

CQ8. 출판만화 구매를 위해 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

CQ9. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 출판만화를 대여/열람한 경험이 있습니까?

출판만화(아래 예시 참고)에는 디지털스캔만화가 포함됩니다.
대여/열람 경험은 디지털스캔만화를 온라인상에서 대여/열람한 경험도 포함하여 응답해 주세요.

유형	예시
디지털스캔만화	출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화(스캔만화 = 출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)
오프라인 단행본 (시리즈물, 웹툰 단행본 포함)	원피스, 열혈강호, 명탐정코난, 식객, 슬램덩크, 진격의 거인, 드래곤볼, 하이큐, 원펀맨, 미생, 신과함께, 이태원 클라쓰, 유미의 세포들, 나 혼자만 레벨업, 나빌레라 등
정기연재물	찬스플러스, 파티, 코믹챔프, 이슈 등의 만화잡지(격/월간), 종이신문(종합일간지, 스포츠신문, 경제지 등)에서 연재되는 만화

01. 있다

02. 없다 →CQ10로 이동

CQ9-1. [CQ9의 1 응답자] 출판만화를 대여/열람하는 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

CQ9-2. [CQ9의 1 응답자] 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 대여/열람을 위해 이용하신 방법은 무엇입니까? 모두 선택해 주세요.

01. 북카페/만화카페/만화방 등

02. 도서대여점(만화대여점)

03. 도서관

04. 온라인에서 대여/열람

05. 기타()

CQ9-3. [CQ9-2의 1,2 응답자] 북카페/만화카페/만화방, 도서대여점(만화대여점)에서 출판만화 대여/열람을 위해 월 평균 얼마 정도 지불합니까? ※ 1인 기준으로 기입해 주세요(음료 등 음식값 제외)

1만원 이하	1만원 초과~ 3만원 이하	3만원 초과~ 5만원 이하	5만원 초과~ 10만원 이하	10만원 초과
1	2	3	4	5

CQ10 출판만화 대여/열람을 위해 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

D. 웹툰(디지털페이지만화 포함) 및 출판만화(디지털스캔만화 포함) 이용 관련 인식

DQ1. 최근 1년(2020. 07 ~ 2021. 07) 동안 귀하께서 다음의 웹툰(디지털페이지만화 포함) 및 출판만화(디지털스캔만화 포함)를 이용해 본 경로를 모두 선택해 주세요.

01. P2P사이트(토렌트 등)를 통해 이용
02. 웹하드(클럽박스, 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용
04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용
05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용
07. 해당없음(이용 안함) → DQ3 응답 후 EQ1으로 이동

DQ2. [DQ1 응답값 개별로 모두 응답] 지난 일주일 동안(혹은 마지막으로 이용했던 주에) 해당 경로를 통해서 웹툰(디지털페이지만화 포함) 및 출판만화(디지털스캔만화 포함)를 몇 화 정도(에피소드 기준) 이용하였습니까? 경로가 여러 개인 경우 각각 응답해 주십시오.

구분	이용 회차(에피소드)
01. P2P사이트(토렌트 등)를 통해 이용	일주일당 _____ 화
02. 웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용	일주일당 _____ 화
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용	일주일당 _____ 화
04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용	일주일당 _____ 화
05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용	일주일당 _____ 화
06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	일주일당 _____ 화

DQ3. 다음의 웹툰(디지털페이지만화 포함) 및 출판만화(디지털스캔만화 포함) 이용 방식에 대해 어떻게 생각하십니까? 각 항목에 해당하는 칸에 표시해 주십시오.

구분	매우 불법적	어느 정도 불법적	보통	어느 정도 합법적	매우 합법적
01. P2P사이트(토렌트 등)를 통해 이용	1	2	3	4	5
02. 웹하드(파일시티(클럽박스), 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용	1	2	3	4	5
03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 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

G. 코로나19 유행 이후 만화웹툰 이용 변화

- G1. 코로나19 유행 이전(2020년 1월 이전)과 비교했을 때, 코로나19가 귀하의 전반적인 만화웹툰 콘텐츠 이용에 어느 정도 영향을 미쳤습니까?

전혀 영향 없음	별로 영향 없음	보통	약간 영향을 미침	매우 영향을 미침
1	2	3	4	5

- G2. [G1의 4,5 응답자] 그렇다면, 만화웹툰 이용 시간에 어떤 변화가 있었습니까?

	매우 감소함	약간 감소함	이전과 비슷함	약간 증가함	매우 증가함
01. 웹툰(디지털페이지 만화 포함)	1	2	3	4	5
02. 출판만화(디지털스캔만화, 단행본 포함)	1	2	3	4	5

- G2-1. [G2의 하나라도 1,2 응답자] 코로나19로 인해 만화웹툰 감상 빈도 및 시간이 감소했다면, 그 이유는 무엇입니까?

01. 다른 콘텐츠(유튜브, 드라마, 게임, 음악 등)의 이용 시간이 늘어나서
02. 코로나19로 인해 이동 중 웹툰 감상 감소 또는 만화카페/북카페/만화대여점에서의 만화 이용 시간이 감소하여서
03. 경제활동 어려움 및 수입 감소로 인해서 만화웹툰 이용 소비 지출이 감소되어서
04. 기타()

- G2-2. [G2의 하나라도 4,5 응답자] 코로나19로 인해 만화웹툰 감상 빈도 및 시간이 증가했다면, 그 이유는 무엇입니까?

01. 실내(집, 사무실)에 있는 시간이 (이전보다) 많아져서
02. 이벤트 및 무료 이용권(쿠키, 캐시, 코인 등)이 증가하여서
03. 웹툰, 출판만화 원작의 드라마/영화/애니메이션으로 관심이 증가하여서
04. 기타()

- G3. [G1의 4,5 응답자] 귀하께서는 코로나19 이전과 비교했을 때, 만화웹툰을 한 번에 몰아보는 경우에 어떤 변화가 있었습니까?

	매우 감소함	약간 감소함	비슷	약간 증가함	매우 증가함
01. 웹툰(디지털페이지 만화 포함)	1	2	3	4	5
02. 출판만화(디지털스캔만화, 단행본 포함)	1	2	3	4	5

- G4. [G1의 4,5 응답자] 귀하께서는 코로나19 이전과 비교했을 때, 만화웹툰 유료 이용에 어떤 변화가 있었습니까?

	매우 감소함	약간 감소함	비슷	약간 증가함	매우 증가함
01. 웹툰(디지털페이지 만화 포함)	1	2	3	4	5
02. 출판만화(디지털스캔만화, 단행본 포함)	1	2	3	4	5

- G5. [G1의 4,5 응답자] 귀하께서는 코로나19 유행이 종료되고 정상생활로 복귀한다면, 귀하의 만화웹툰 이용 시간이 어떻게 될 것 같습니까?

	코로나19 이전으로 돌아갈 것	코로나19 유행 때와 비슷
01. 웹툰(디지털페이지 만화 포함)	1	2
02. 출판만화(디지털스캔만화, 단행본 포함)	1	2

- G6. 코로나19 이후 비합법적인 경로(공유 사이트, 웹하드 등)를 통한 만화웹툰 감상에 어떤 변화가 있었습니까?

매우 감소함	약간 감소함	비슷	약간 증가함	매우 증가함	해당없음(이용 안함)
1	2	3	4	5	6

- G7. 코로나19 이후 만화카페 방문에 어떤 변화가 있었습니까?

매우 감소함	약간 감소함	비슷	약간 증가함	매우 증가함	해당없음(이용 안함)
1	2	3	4	5	6

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

2. 2021 만화·웹툰 이용자 FGI 가이드라인

만화/웹툰 이용자 FGI 가이드라인

A. Warming up	10분
----------------------	------------

A1. 좌담회 목적 안내

- 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 만화/웹툰 이용 현황에 대한 실태 조사를 진행하고 있으며, 만화/웹툰 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 글로벌리서치에서 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(디지털페이지만화 포함) 이용 현황	40분
---------------------------------	------------

B1. 웹툰(디지털페이지 만화 포함) 이용

- 웹툰을 어느 정도 자주 보시나요?
 - 웹툰을 주중/주간 어느 시간대에 감상하십니까?
 - 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?

- 웹툰을 주로 보시는 장소는 어디인가요?
 - 집 / 교통수단 / 학교/학원/사무실 등등
 - 코로나19 이후 집에서 더 보시거나, 이동 중에 덜 보시는 경우가 있나요? 그 이유는 무엇인가요?
 - 이동 중 웹툰을 보지 않는다면 어떤 콘텐츠를 이용하나요? 음악/동영상/게임?
 - 웹툰 대신 ○○○을 이용하시는 이유는 무엇인가요?

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

- 주로 이용하시는 어플(플랫폼)은 무엇인가요?

01. 네이버웹툰	02. 네이버시리즈	03. 다음웹툰	04. 카카오페이지	05. 레진코믹스
				
06. 탑툰	07. 애니툰	08. 투믹스	09. 미스터블루	10. 무툰
				
11. 버프툰	12. 코미코	13. 뽀툰	14. 북큐브	15. 리디북스
				
16. 포스타입	17. 딜리헵	18. 인스타그램	19. 페이스북	20. 만화경
				
21. 마녀코믹스	22. 배틀코믹스	23. 스푼코믹스	24. 조아라	25. 기타
				()
26. 기타				

- 왜 그 어플을 주로 이용하시나요?
- 포스타입, 딜리헵과 같은 오픈마켓/인스타그램, 페이스북, 웹하드나 유튜브, 온라인서점플랫폼(e-book 형태)등을 이용하는 경우도 있나요? 그 경로를 이용하는 이유는 무엇인가요?
- VR 웹툰에 대해 들어보거나 이용해 보신 적이 있으신가요?
 (이용해 봤다면) 어떻게 처음 접하셨습니까? 어떤 플랫폼을 이용하고 계십니까? VR 웹툰의 장단점은 무엇입니까?
 (이용해 본 적 없다면) 향후 이용해 볼 의향이 있으십니까? 어떤 점이 기대가 되나요? 혹은 어떤 점이 별로일 것 같은가요?

- 웹툰에서 즐겨 보시는 장르는 무엇인가요?
 - 그 장르를 즐겨 보시는 이유는 무엇인가요?
 01. 액션/무협 02. 판타지/SF 03. 스포츠 04. 코믹/개그
 05. 추리/공포/스릴러 06. 일상/감성/힐링물 07. 드라마 08. 순정로맨스
 09. 교양/지식 10. 성인 11. BL/GL 12. 기타
- 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)?
 - 유료 결제를 하는 이유는 무엇인가요?
 - 유료 결제는 어떤 방식으로 하시나요?
 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
 04. 월정액 구독서비스 이용(예, 네이버 멤버십 플러스, 카카오페이지 캐시pass, 리디 셀렉트, 윈스토어 북스 등)
 05. 기타
 - 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 유료결제를 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?
- 코로나 이후 그 이전보다 더 보시거나 덜 보신다면 이유는 무엇인가요?
 - 코로나 이후 웹툰 감상 시간대의 변화가 있으셨나요? (저녁 시간대에서 낮 시간대로의 변화? or 낮 시간대에서 저녁 시간대로의 변화)
 - 코로나가 종식되면 이러한 코로나 시기의 변화가 이어질 것 같나요? 코로나 이전으로 돌아갈 것 같나요? 그 이유는요?
 - 웹툰을 더 많이 보는 경우 다른 콘텐츠를 덜 이용하거나, 웹툰을 적게 보는 경우 다른 콘텐츠를 더 이용하는 경우가 있나요?
- 웹툰 이용에서 아쉬운 점이 있다면 무엇인가요?
 - 어떤 점을 개선하면 좋을까요?

B2. 웹툰 선택 기준

- 웹툰 작품을 고르는 기준은 무엇인가요?
 - 그 기준이 왜 중요한가요? 선택 기준이 장르에 따라 달라지기도 하나요?
 - (보기 5 추천작을 보는 경우) 추천작을 보는 이유는 무엇입니까?

작품 외부 요소	01. 인기순	02. 최신작			
	03. 가격(유/무료)	04. 쉬운, 편리한 구입/이용			
작품 내부 요소	05. 서비스 내 추천작(이벤트/Push 알람 등)				
	06. 지인/만화 커뮤니티의 추천				
	07. 댓글의 평가				
	08. 웹툰 원작의 2차적 저작물(웹툰→영화/드라마/웹소설)의 흥행				
	09. 웹소설 원작의 작품(웹소설→웹툰)				
	10. 장르	11. 작품성/예술성	12. 그림/그림체	13. 특정 작가의 작품	14. 소재/줄거리

- 특정 웹툰 작품을 보다가 중간에 그만보게 되는 경우가 어느 정도 있나요?
 - 어떤 이유로 중도에 그만보게 되나요?
- 웹툰의 내용이나 그림의 표현이 적절하지 않다고 느낀 경우가 있었나요?
 - 어떤 측면에서 그렇게 생각했나요?
 - 그렇게 생각할 경우 어떻게 대응했나요?
- 웹툰 댓글을 보거나 작성하는 편인가요?
 - 댓글이 적절하지 않는 경우가 있나요?
 - 그렇게 생각할 경우 어떻게 대응했나요?

B3. 웹툰 단행본 / 캐릭터 구매 / OSMU (IP확장)

- 웹툰의 오프라인 단행본을 사보신 적이 있나요?
 - 단행본을 사시는 이유는 무엇인가요? 단행본의 장단점은 무엇인가요?
 - (굿즈 때문이라면) 어떤 굿즈가 만족스러우셨나요? 어떤 굿즈를 위해 구매하셨나요?
- 웹툰 관련 굿즈를 사보신 적이 있나요? (화장품, 피규어, 열쇠고리 등)
 - 웹툰 굿즈를 사시는 이유는 무엇인가요? 단행본의 장단점은 무엇인가요?
- 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?
 - 왜, 어떻게 이용하게 되셨나요?
 - 만족하신 점 또는 불만족 하신 점은 무엇인가요?
 - 가장 기대되거나 이용해 보고 싶은 다른 장르는 무엇인가요?

C. 출판만화 이용 현황	15분
----------------------	------------

C1. 출판만화 이용

- 출판만화를 어느 정도 자주 보시나요?
 - 코로나19 이후 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?
- 출판만화를 주로 보시는 장소는 어디인가요?
 - 집, 만화대여점(만화카페, 북카페, 만화방), 도서관 등
- 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?
- 디지털스캔만화를 이용해 보신 경험이 있으신가요?
 - 디지털스캔만화는 웹툰과 출판만화 중 어디에 가깝다고 생각하십니까?
 - 디지털스캔만화란 출판만화를 스캔해 올린 페이지 연출의 디지털만화 (스캔 만화=출판만화) (웹하드나 유튜브, e-book 등을 통해서 보는 것 포함)

C2. 출판만화 선택 기준

- 출판만화에서 즐겨 보시는 장르는 무엇인가요?
 - 그 장르를 즐겨 보시는 이유는 무엇인가요?
- | | | | |
|---------------|---------------|-----------|-----------|
| 01. 액션/무협 | 02. 판타지/SF | 03. 스포츠 | 04. 코믹/개그 |
| 05. 추리/공포/스릴러 | 06. 일상/감성/힐링물 | 07. 드라마 | 08. 순정로맨스 |
| 09. 교양/지식 | 10. 성인 | 11. BL/GL | 12. 기타 |

- 출판만화를 학습/교양 목적으로 보시는 경우는 얼마나 되나요?
- 비중은 어느 정도 인가요? 주로 어떤 작품을 보시나요?

- 출판만화 작품을 고르는 기준은 무엇인가요?
- 그 기준이 왜 중요한가요?
- 선택 기준이 장르에 따라 달라지기도 하나요?

작품 외부 요소	01. 인기순 02. 최신작 03. 가격(유/무료) 04. 쉬운, 편리한 구입/이용 05. 지인/만화 커뮤니티의 추천 06. 출판만화 원작의 2차적 저작물(애니메이션/영화/드라마)의 흥행 07. 웹툰 원작
작품 내부 요소	08. 장르 09. 작품성/예술성 10. 그림/그림체 11. 특정 작가의 작품 12. 소재/줄거리

C3. 출판만화 / 캐릭터 구매 / OSMU (IP확장)

- 출판만화를 사서 보시는 편인가요?
- 사서 보시는 이유는 무엇인가요?
- 출판만화를 주로 어디에서 구매하시나요?
- 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?

C4. 출판만화 대여/열람

- 출판만화를 빌려서 보시는 편인가요?
- 빌려서 보시는 이유는 무엇인가요?
- 대여/열람을 위해 이용하신 방법은 무엇인가요?
- 온라인에서 출판만화(디지털스캔만화)를 대여/열람해 본 적이 있으신가요?
- 북카페/만화카페/만화방 이용은 어떻게 하시는 편인가요?
- 동반 / 주 이용 목적 / 이용 행태 / 1회 지출 금액 등

- 코로나19 이후 북카페/만화카페/만화방 이용에 변화가 있으신가요?
 - 동반 / 주 이용 목적 / 이용 행태 / 1회 지출 금액/ 이용시간 증감 등

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

D1. 불법이용

- 다음 방식으로 웹툰 및 디지털스캔만화를 이용해 본 적이 있나요?
 - 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?
 01. P2P사이트(토렌트 등)를 통해 이용
 02. 웹하드(클럽박스, 위디스크 등) 다운로드를 통해 이용
 03. 해외 스캔 만화 사이트 또는 웹툰 복제 게시 사이트를 통해 이용
 04. 만화웹툰을 공유해주는 유튜브를 통해 이용
 05. 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통해 이용
 06. 친구나 주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용

- 코로나19 이후 불법으로 웹툰을 본 경험이 있으신가요?
 - (봤다면) 코로나19 이후 불법 이용 경험 증감
 - (보지 않았다면) 주변 사람, 타인의 경험/상황에 비추었을 때, 코로나19 이후 불법 이용 경험 증감

E. 마무리	5분
---------------	-----------

- 만화/웹툰 이용 환경에서 가장 우선적으로 개선되어야 할 점은 무엇인가요?

2021 만화·웹툰 이용자 실태조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
감 수 | 이 양 환 (정책본부 본부장)
박 혁 태 (산업정책팀 팀장)

연구총괄 | 서 빛 나 (산업정책팀 주임연구원)
조사기관 | (주)글로벌리서치
조사책임 | 김 태 영 ((주)글로벌리서치 상무)
조사분석 | 서 현 창 ((주)글로벌리서치 부장)
황 소 희 ((주)글로벌리서치 과장)
김 상 민 ((주)글로벌리서치 대리)
신 지 혜 ((주)글로벌리서치 대리)

발 행 인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2021년 12월 22일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전 화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA21-11
ISBN_979-11-6677-030-2 (93600) (비매품)

* 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"



누구나
콘텐츠로 일상을
— 풍요롭게