

■ 일본 캐릭터 상품 소비자의 성별/연령별 구성 비교(2005년, 2010년)

(단위: %)

구분		2005년	2010년
성별	남성	47.64	43.29
	여성	52.36	56.71
연령별	0~2세	13.97	14.41
	3~4세	12.70	11.59
	5~6세	12.46	10.68
	7~9세	11.85	10.10
	10~12세	9.33	7.39
	13~15세	7.91	3.57
	16~19세	9.11	6.42
	20~29세	9.86	19.05
	30~39세	7.90	8.93
	40세 이상	4.90	7.87

※출처: Charabiz(2011) 재구성

- 2010년 기준 일본 캐릭터 상품 소비자의 성별 구성을 살펴보면, 여성이 남성에 비해 다소 높은 56.71%의 소비 비중을 보이고 있고 남성은 43.29%를 기록하여 2005년 대비 다소 감소한 것으로 나타남
- 지난 5년간 사이 일본 캐릭터 상품 소비를 연령별로 분석한 결과 2005년에는 0~2세의 비중이 13.97%로 가장 높은 비중을 보였으나 2010년에는 20~29세의 연령군이 19.05%로 2005년 대비 두 배 이상 소비하는 것으로 나타남
- 한편, 3~19세 사이의 캐릭터 상품 소비 비중은 모두 감소한데 반해 20~40세 이상에서는 소비 비중이 늘어난 양상을 보이고 있음