

C a r t o o n
I n d u s t r y
W H I T E P A P E R
2 0 1 1

제4부

국내 만화 이용자 동향

제1장 만화 소비자 실태조사 결과

- 제1절 만화 소비자 실태조사 개요
- 제2절 전반적 만화 이용실태
- 제3절 오프라인만화 이용실태
- 제4절 온라인만화 이용실태
- 제5절 신문연재만화 이용실태
- 제6절 새로운 플랫폼(스마트폰, 태블릿PC)을 통한 만화 이용실태
- 제7절 만화에 대한 인식

제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과

- 제1절 콘텐츠 교육기관 현황조사 개요
- 제2절 대학의 콘텐츠 관련 학과 현황
- 제3절 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황
- 제4절 비정규교육기관의 콘텐츠 관련 학과 현황

제1장 만화 소비자 실태조사 결과

제1절

| 만화 소비자 실태조사 개요 |

1. 조사목적

1909년 대한민보에 국내 최초로 만화가 게재된 후 100여년이 흐르면서 만화는 하나의 산업으로 성장하였다. 만화는 특유의 친근함을 바탕으로 One Source Multi Use에 활용될 수 있다. 하나의 창작품이 식음료, 금융 뿐 아니라 게임·드라마·영화·연극·뮤지컬로 제작되는 등 여러 형태로 응용되며 이것이 다시 원작의 판매를 촉진하는 선순환을 이룰 수 있다. 또한 최근 휴대폰 모바일 앱이나 인터넷, e-Book 등 다양한 매체와 콘텐츠를 통해 디지털 만화 시장이 확대되고 있어 새로운 플랫폼을 통한 만화 이용에도 기대가 모아지고 있다.

온라인 시장이 새로운 국면으로 접어드는 반면, 오프라인 시장 규모는 작아지고 있다. 불법적 이용과 인터넷 유통은 만화산업의 성장을 저해하는 요인이 되고 있다. 이런 시장 상황 속에서 만화 소비자들의 소비 실태를 구체적으로 파악할 수 있는 통계의 필요성이 증대되고 있다.

본 조사는 만화에 대한 전반적인 이용 실태와 이용인식 뿐 아니라 온라인·오프라인만화, 신문연재만화, 새로운 플랫폼에서의 만화 등 다양한 채널을 통한 만화 이용 실태를 파악하고자 한다. 이를 통해 만화콘텐츠 이용자에 대한 합리적인 정책수립과 기업의 비즈니스 마케팅 활동을 지원하는 근거 지표로 활용하고자 한다.

2. 조사체계

1) 조사설계

본 조사의 조사대상자는 서울, 강원, 부산 등 전국 7개 광역시도에 거주하는 만 10세부터 만

59세 이하의 국민이며, 국내 만화 관련 콘텐츠를 이용해 본 국민 1,500명을 대상으로 조사를 실시하였다. 모집단은 통계청에서 발표하는 2010년도 전국 인구 총 조사이다.

표본은 조사대상 지역인 전국 7개 광역시도, 성별, 연령별 인구구성에 맞춰 층화한 후 제곱근 비례할당 방식에 따라 추출하였다. 만화콘텐츠를 주로 이용하는 연령대에 대한 대표성을 확보하기 위해 2010년 만화산업 소비자 실태조사 결과에 바탕을 두고 각 연령별 만화 콘텐츠 이용률을 가중치로 반영하여 최종 표본을 추출하였다.

조사는 연 1회 주기로 실시되며, 조사 응답시점은 2011년 2011년 1월 ~ 2011년 8월이다. 조사는 2011년 9월에서 10월까지 시행되었으며, 면접원이 조사대상자와 1:1 개별면접을 실시하여 데이터를 확보하였다.

〈표 4-1-1〉 만화산업 소비자 조사 설계

모집단	만 10세 ~59세 전 국민 중 2011년 만화관련 상품구입 및 이용경험자	
조사 지역	서울, 경기/인천, 강원, 대전, 광주, 대구, 부산	
자료 수집 방법	일대일 개별 면접조사 (Face to Face Interview)	
표본 추출 방법	지역/성별/연령별 층화 후 제곱근 비례할당 2010년도 연령별 이용률을 가중치로 반영하여 표본 수 조정	
유효표본 크기	1,500명	
조사주기	연 1회	
조사기간	2011년 9월 ~ 2011년 10월	
조사기관	주관기관	한국콘텐츠진흥원
	수행기관	(주)지에이치코리아글로벌리서치

2) 표본설계

(1) 모집단

- ① 목표 모집단(Target Population) : 만 10~59세 전 국민
- ② 조사 모집단(Survey Population) : 조사시점 기준 조사대상 지역에 거주하는 만 10~59세 국민 중 만화관련 상품구입 및 이용 경험자

(2) 표본추출

- ① 개요 : 다단계 층화 후 제곱근 비례추출
 - 서울, 경기/인천, 강원, 대전, 광주, 대구, 부산 등 7개 지역별 및 남, 여 등 2개 성별, 만 10~50대까지 5개 연령으로 다단계 층화 후 제곱근 비례하여 총 1,500명 조사
- ② 표 본 틀 : 통계청에서 발표하는 2010년도 전국 인구 총 조사
- ③ 표본추출
 - 인구모집단 특성이 반영되도록 지역, 성, 연령별 비율에 따라 제곱근 비례할당한 후 만화

- 콘텐츠를 주로 이용하는 연령대에 대한 대표성을 확보하기 위해 2010년도 연령별 만화콘텐츠 이용률을 가중치로 반영하고 표본 수를 재조정하여 최종 표본 추출
- 또한 2010년과의 비교를 위해 만 10~49세 연령별 콘텐츠 이용률을 가중치로 반영한 표본을 별도로 구성함

〈표 4-1-2〉 연령별 만화 콘텐츠 이용률 반영 가중치

구 분	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세	합계
50대 포함	27.7%	23.5%	18.1%	13.0%	10.5%	5.1%	2.1%	100.0%
구 분	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	합계	
50대 비포함	28.4%	24.0%	18.5%	13.2%	10.7%	5.2%	100.0%	

〈표 4-1-3〉 조사 표본 구성

(단위: 명)

50대 포함	합계		10-14세		15-19세		20-24세		25-29세		30-39세		40-49세		50-59세									
	전체	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계								
표본구성	전체	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계								
전체	1,500	777	724	399	208	191	350	185	165	244	127	118	194	98	96	170	86	84	85	43	42	59	29	29
서울	425	217	208	101	53	48	94	49	44	72	36	36	65	32	33	52	26	26	24	12	12	18	9	9
경기/인천	628	325	303	177	92	85	148	78	71	98	50	47	75	38	37	72	36	35	37	19	18	22	11	11
강원	60	32	28	17	9	8	14	8	7	10	6	4	7	4	3	6	3	3	3	2	2	3	1	1
대전	67	35	32	19	10	9	16	9	8	11	6	5	8	4	4	7	4	4	4	2	2	2	1	1
광주	67	35	33	20	10	10	17	9	8	10	5	5	8	4	4	7	3	3	3	2	2	2	1	1
대구	108	58	51	30	16	14	27	15	12	18	10	8	13	6	6	11	5	6	6	3	3	4	2	2
부산	144	76	69	36	19	17	34	18	16	25	13	12	19	10	9	15	8	7	8	4	4	7	3	4

50대 비포함	합계		10-14세		15-19세		20-24세		25-29세		30-39세		40-49세								
	전체	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자	계	남자	여자						
표본구성	전체	남자	여자	계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> </td></td></td>	남자	여자	계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> </td></td>	남자	여자	계 <td>남자</td> <td>여자</td> <td>계 <td>남자</td> <td>여자</td> </td>	남자	여자	계 <td>남자</td> <td>여자</td>	남자	여자						
전체	1,226	636	591	340	177	162	297	157	140	208	108	100	165	84	81	145	73	71	72	36	36
서울	347	178	169	86	45	41	80	42	38	62	31	31	55	27	28	44	23	22	20	10	10
경기/인천	516	267	249	150	78	72	126	66	60	83	43	40	64	33	31	61	31	30	31	16	15
강원	49	26	23	15	8	7	12	6	6	9	5	4	6	3	3	5	3	2	3	2	1
대전	55	29	26	16	8	8	14	7	6	9	5	4	7	4	3	6	3	3	3	2	2
광주	55	28	27	17	9	8	14	7	7	9	5	4	7	3	3	6	3	3	3	1	1
대구	89	47	41	25	14	12	23	12	10	15	9	7	11	5	5	9	5	5	5	3	3
부산	117	61	55	30	16	14	29	16	13	21	11	10	16	8	8	13	7	6	7	3	4

3. 결과해석 시 유의사항

통계표와 도표내의 숫자는 반올림되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있으며, 통계표 중 사용된 기호의 뜻은 - : 해당숫자 없음, 0 : 단위 미만을 의미한다. 설문문항

중 복수응답은 한 개 이상(1~3순위 또는 1~2순위)에 응답한 결과치를 집계한 결과이다. 본 보고서는 응답자의 인구통계학적 특성에 따라 교차분석을 하였지만, 통계적으로 의미를 부여하기 어려운 30개 이하 표본에 대한 분석이 존재한다. 따라서 30개 이하 표본 분석의 해석에는 유의해야 한다. 시계열 분석을 위한 기준은 2010년(2010년도 조사결과)과 2011년(2011년도 조사결과)이며, 2011년은 2011년 1월 ~ 2011년 8월을 의미한다.

제2절 _

| 전반적 만화 이용실태 |

1. 만화 이용 비중 및 만화 이용 시간

오프라인 및 온라인만화의 이용 비중은 오프라인이 53.1%, 온라인이 46.9%로 나타났다. 2010년 대비 오프라인 이용 비중은 12.7%p 감소하였으며, 온라인은 12.7%p 증가하였다.

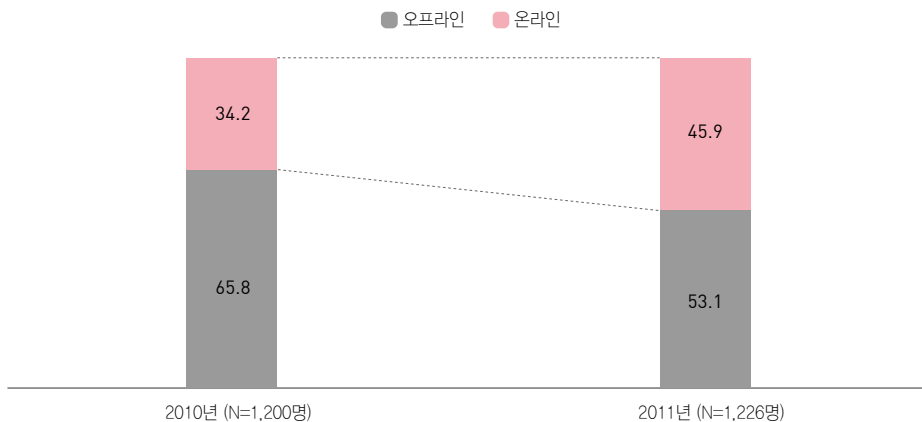
〈표 4-1-4〉 오프라인 및 온라인만화 이용 비중

(단위: %)

구 분	오프라인	온라인
2010년 (N=1,200명)	65.8	34.2
2011년 (N=1,226명)	53.1	46.9

〈그림 4-1-1〉 오프라인 및 온라인만화 이용 비중

(단위: %)



〈표 4-1-5〉 오프라인만화 유형별 이용 비중

(단위: %)

구 분	단행본 만화	만화 잡지	신문 연재만화
2011년 (N=1,043명)	87.0	8.8	4.2

50대를 포함하여 오프라인만화의 유형별 이용 비중을 살펴본 결과, ‘단행본 만화’의 이용 비중이 87.0%로 가장 높았다. 그 다음으로는 ‘만화 잡지’가 8.8%, ‘신문 연재만화’가 4.2%로 나타났다.

〈표 4-1-6〉 온라인만화 유형별 이용 비중

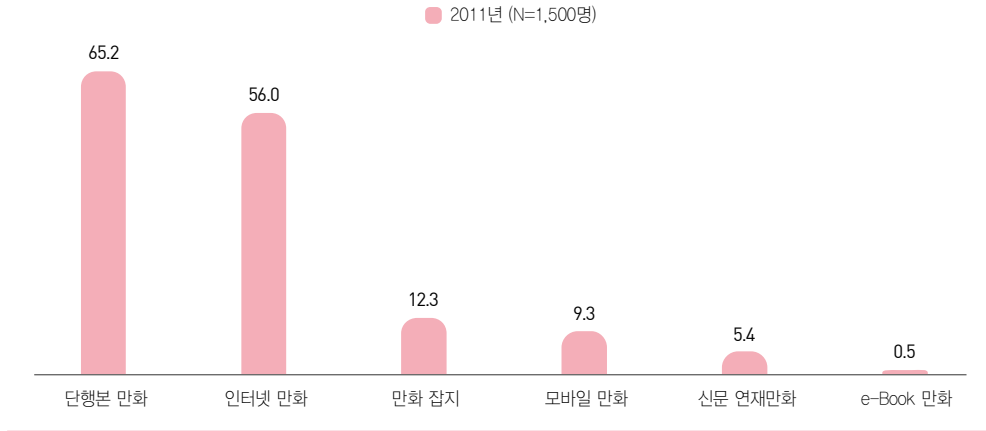
(단위: %)

구 분	인터넷 만화	모바일 만화	e-Book 만화
2011년 (N=908명)	88.8	10.9	0.3

온라인만화의 유형별 이용 비중에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, 웹툰 등 ‘인터넷 만화’ 이용 비중이 88.8%로 가장 높았다. 다음으로는 휴대폰이나 태블릿PC 등을 이용한 ‘모바일 만화’가 10.9%, ‘e-Book 만화’가 0.3%로 나타났다.

〈그림 4-1-2〉 만화 이용 형태 (복수응답)

(단위: %)



온·오프라인을 통틀어 이용해본 만화 유형에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘단행본 만화’가 65.2%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 ‘인터넷 만화’가 56.0%를, ‘만화 잡지’가 12.3%를 차지하고 있었다.

〈표 4-1-7〉 만화 이용 형태 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
단행본 만화	65.2	64.2	66.1	65.6	70.9	53.6	61.9	65.8	70.8	76.5
인터넷만화	56.0	60.0	51.6	53.6	65.6	64.2	61.3	44.7	38.1	21.0
만화 잡지	12.3	13.5	11.2	13.8	14.1	12.6	10.2	10.2	8.0	11.1
모바일만화	9.3	7.9	10.8	1.7	6.9	13.5	22.4	14.3	6.9	3.7
신문 연재만화	5.4	6.0	4.7	0.3	3.5	1.1	6.6	12.7	18.9	23.3
e-Book 만화	0.5	0.2	0.7	0.0	1.3	0.3	0.8	0.0	0.2	0.0

여자의 경우는 ‘단행본 만화’ 이용 비율이 66.1%로 남자에 비해 1.9%p 높았으며, 남자의 경우는 ‘인터넷 만화’ 이용 비율이 60.0%로 여자에 비해 8.4%p 높았다. 연령별로는 20~24세를 제외한 전 연령층에서 ‘단행본 만화’ 이용 비율이 가장 높게 나타났고, 20~24세의 경우에는 ‘인터넷 만화’의 이용 비중이 64.2%로 가장 높았다.

〈표 4-1-8〉 만화 단행본, 만화 잡지 이용 비중

(단위: %)

구 분	만화 단행본	만화 잡지
2011년 (N=1,033명)	90.3	9.7

온·오프라인 통틀어 만화 단행본과 만화 잡지를 이용한 비중에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘만화 단행본’이 90.3%, ‘만화 잡지’가 9.7%로 나타났다.

〈표 4-1-9〉 만화 단행본, 만화 잡지 구입 경험

(단위: %)

구 분	만화 단행본	만화 잡지
2011년 (N=1,033명)	22.7	3.9
	77.3	96.1

온·오프라인 통틀어 만화 단행본과 만화 잡지를 구입한 경험에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘만화 단행본’의 구입 경험은 22.7%로, ‘만화 잡지’의 구입 경험은 3.9%로 나타났다.

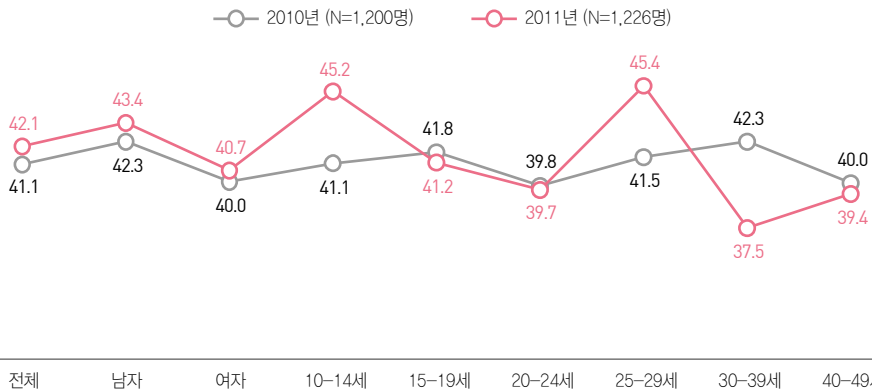
〈표 4-1-10〉 1회 평균 만화 이용 시간 - 성, 연령별

(단위: 분)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
2010년 (N=1,200명)	41.1	42.3	40.0	41.1	41.8	39.8	41.5	42.3	40.0
2011년 (N=1,226명)	42.1	43.4	40.7	45.2	41.2	39.7	45.4	37.5	39.4

〈그림 4-1-3〉 1회 평균 만화 이용 시간 - 성, 연령별

(단위: 분)



신문 연재만화를 제외하고(신문 연재만화를 인터넷으로 보았을 경우에는 포함) 한 번 만화를 볼 때는 대략 42.1분 보는 것으로 조사되었는데, 이는 2010년 대비 1분 정도 증가한 것이다. 남자가 43.4분으로 여자에 비해 이용 시간이 2.7분 많았다. 연령별로는 25~29세가 45.4분으로 가장 많았고 30~39세가 37.5분으로 가장 적었다.

2. 만화 정보 입수 경로 및 구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로

시간 만화의 내용이나 줄거리 등 만화에 대한 정보를 ‘친구나 주변인’에게서 얻고 있다는 응답이 67.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사’가 28.4%, ‘만화대여점/만화방 주인’이 25.3%, ‘인터넷 동호회/카페’가 24.8%, ‘인터넷 만화 전문사이트’가 16.5%로 나타났다.

만화 정보 입수 경로 중 ‘친구나 주변인’의 비율은 2010년 대비 7.7%p 감소하였고, ‘인터넷 동호회/카페’는 12.9%p 증가하였다.

〈표 4-1-11〉 만화 정보 입수 경로 (복수응답)

(단위: %)

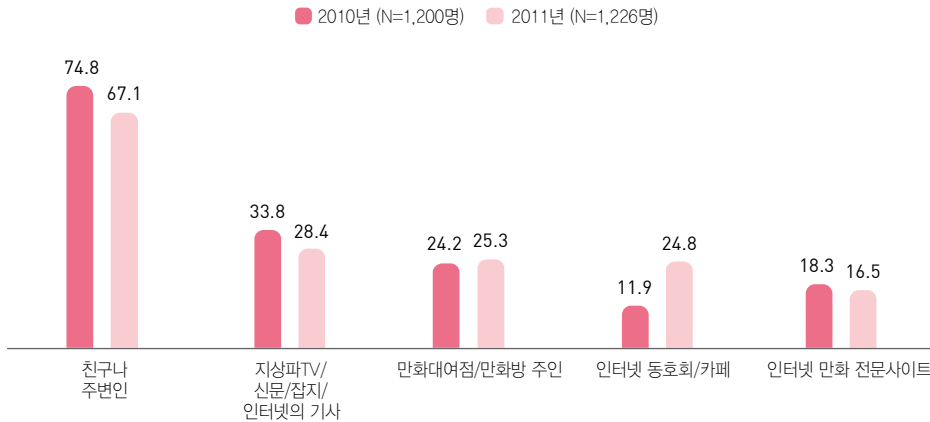
구 분	친구나 주변인	지상파TV/신문/잡지/ 인터넷의 기사	만화대여점/ 만화방 주인	인터넷 동호회/카페	인터넷 만화 전문사이트
2010년 (N=1,200명)	74.8	33.8	24.2	11.9	18.3
2011년 (N=1,226명)	67.1	28.4	25.3	24.8	16.5

* 5순위까지 기재

** 2010년은 'TV/신문/잡지/인터넷의 기사'에 대한 결과값이므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-4〉 만화 정보 입수 경로 (복수응답)

(단위: %)



〈표 4-1-12〉 구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로

(단위: %)

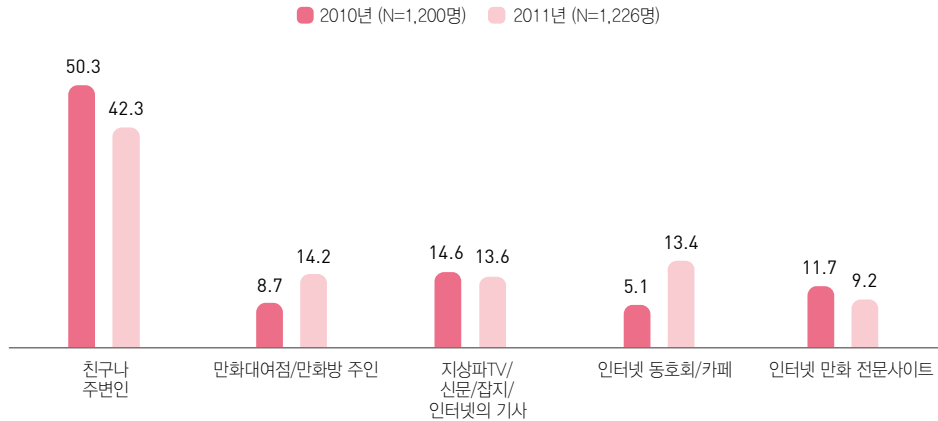
구 분	친구나 주변인	만화대여점/ 만화방 주인	지상파TV/신문/잡지/ 인터넷의 기사	인터넷 동호회/카페	인터넷 만화 전문사이트
2010년 (N=1,200명)	50.3	8.7	14.6	5.1	11.7
2011년 (N=1,226명)	42.3	14.2	13.6	13.4	9.2

* 5순위까지 기재

** 2010년은 'TV/신문/잡지/인터넷의 기사'에 대한 결과값이므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-5〉 구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로

(단위: %)



만화 구입/대여에 가장 많은 영향을 미치는 경로에서는 ‘친구나 주변인’이 42.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘만화대여점/만화방 주인’ 14.2%, ‘지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사’ 13.6%, ‘인터넷 동호회/카페’ 13.4%, ‘인터넷 만화 전문사이트’ 9.2% 순으로 나타났다.

구입/대여에 가장 영향을 미치는 경로 중에서 ‘친구나 주변인’의 비율은 2010년 대비 8.0%p 감소했고, ‘인터넷 동호회/카페’의 비율은 8.3%p 증가했다.

3. 선호하는 만화 장르

가장 즐겨보는 장르로는 ‘코믹/명랑’이 29.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘순정’이 20.4%, ‘판타지’가 18.4%, ‘액션/무협’이 10.3%, ‘공상과학’이 7.6%로 나타났다.

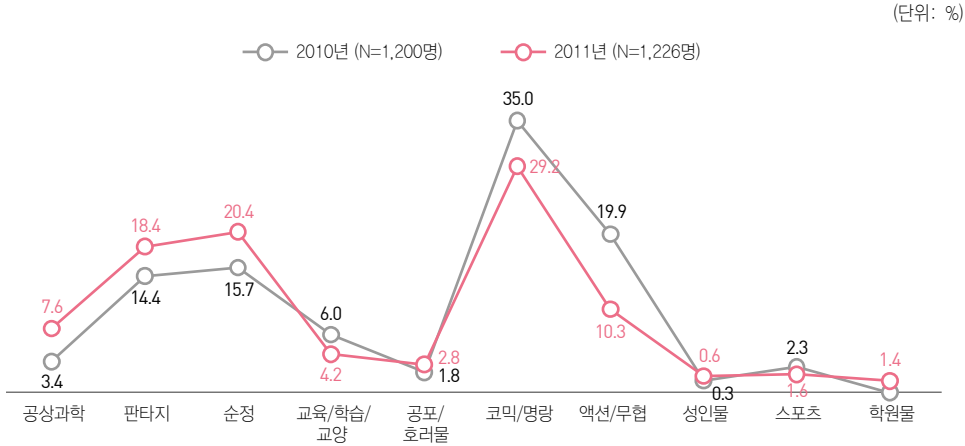
‘코믹/명랑’의 비중은 2010년 대비 5.8%p 감소했고, ‘액션/무협’의 비중은 9.6%p 감소했다. 반면 ‘순정’, ‘판타지’, ‘공상과학’은 각각 4.7%p, 4.0%p, 4.2%p 증가한 것으로 나타났다.

〈표 4-1-13〉 선호하는 만화 장르 (Top10)

(단위: %)

구분	공상과학	판타지	순정	교육/학습/교양	공포/호러물	코믹/명랑	액션/무협	성인물	스포츠	학원물
2010년 (N=1,200명)	3.4	14.4	15.7	6.0	1.8	35.0	19.9	0.3	2.3	-
2011년 (N=1,226명)	7.6	18.4	20.4	4.2	2.8	29.2	10.3	0.6	1.6	1.4

〈그림 4-1-6〉 선호하는 만화 장르 (Top10)



〈표 4-1-14〉 선호하는 만화 장르 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
공상과학	7.5	11.6	3.1	7.3	11.3	3.4	9.0	6.4	4.8	5.9
판타지	17.9	26.7	8.6	15.6	21.0	25.3	16.1	15.7	11.2	7.5
순정	20.3	3.7	38.1	23.1	22.9	14.0	21.6	18.1	17.8	17.6
교육/학습/교양	4.6	4.3	5.0	4.4	3.7	2.7	1.0	8.0	10.0	14.2
공포/호러물	2.8	3.2	2.4	0.0	2.8	7.1	2.8	3.1	3.6	2.2
코믹/명랑	29.1	22.7	35.9	35.8	25.4	26.8	27.0	28.9	26.3	26.2
액션/무협	10.5	19.4	0.9	6.7	7.6	11.4	15.4	14.1	15.7	15.7
성인물	0.7	1.2	0.2	0.0	0.0	1.4	1.6	0.7	1.8	2.7
스포츠	1.6	3.0	0.2	2.9	0.7	0.2	2.0	1.2	2.9	2.8
학원물	1.3	1.8	0.8	3.3	1.5	0.0	0.6	0.2	0.2	0.0

50대를 포함하여 가장 즐겨보는 장르를 살펴본 결과, ‘코믹/명랑’이 29.1%로 가장 높았다. 다음으로는 ‘순정’ 20.3%, ‘판타지’ 17.9%, ‘액션/무협’ 10.5%, ‘공상과학’ 7.5% 순으로 나타났다. 남자의 경우는 ‘판타지’가 26.7%로 가장 높았고, 여자는 ‘순정’이 38.1%로 가장 높았다. 연령별로는 전 연령대에서 ‘코믹/명랑’이 가장 높게 나타난 가운데, 20~24세는 다른 연령대에 비해 ‘판타지’에 대한 선호도가 상대적으로 높았다.

4. 선호하는 만화 작품

국내의 만화 작품들 중 좋아하는 작품이 있는 경우 구체적으로 어떠한 작품을 가장 좋아하는지

살펴본 결과, '원피스'가 11.8%로 가장 높게 나타났다. '명탐정 코난'이 10.4%, '식객'이 4.7%, '나루토'가 4.7%, '짱구는 못말려'가 4.4%로 나타났다. '원피스'의 선호 비율은 2010년 대비 2.9%p 감소했으며, '명탐정 코난'은 1.6%p 증가했다. Top10 내의 국내 작품은 2010년에 들어있으나 2011년에는 넷으로 증가했다.

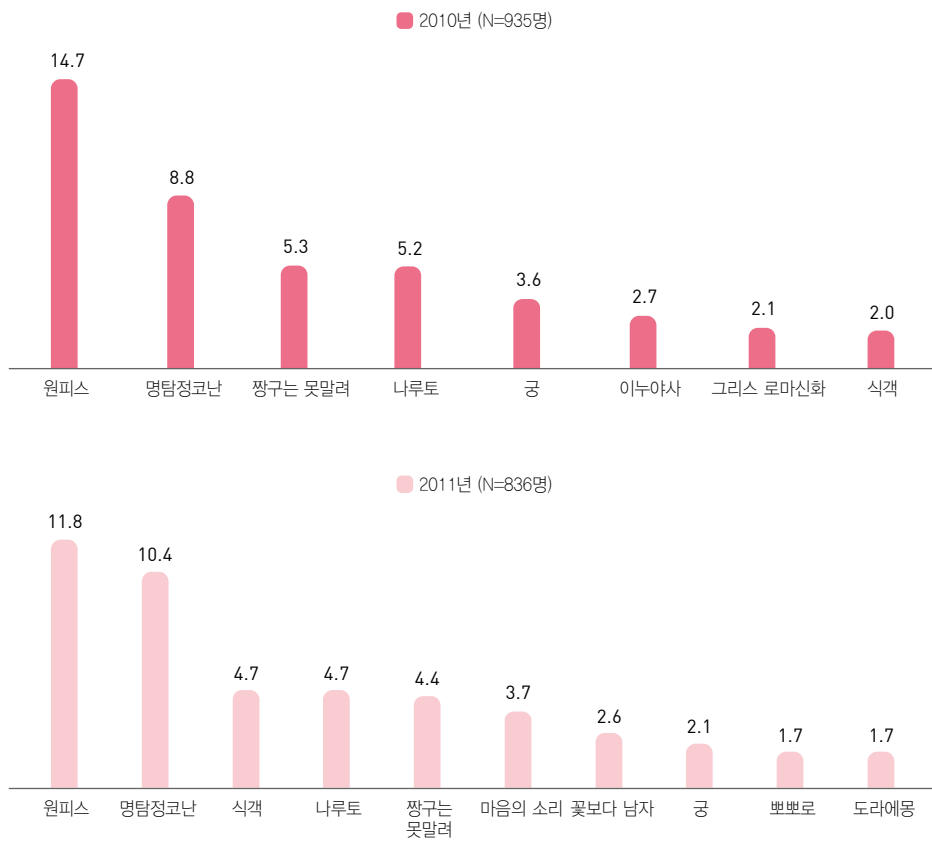
〈표 4-1-15〉 선호하는 만화 작품 1순위 (Top10)

(단위: %)

구 분	원피스	명탐정 코난	짱구는 못말려	나루토	궁	이누야샤	그리스 로마신화	식객		
2010년 (N=935명)	14.7	8.8	5.3	5.2	3.6	2.7	2.1	2.0		
구 분	원피스	명탐정 코난	식객	나루토	짱구는 못말려	마음의 소리	꽃보다 남자	궁	뽀로로	도라에몽
2011년 (N=836명)	11.8	10.4	4.7	4.7	4.4	3.7	2.6	2.1	1.7	1.7

〈그림 4-1-7〉 선호하는 만화 작품 1순위 (Top10)

(단위: %)



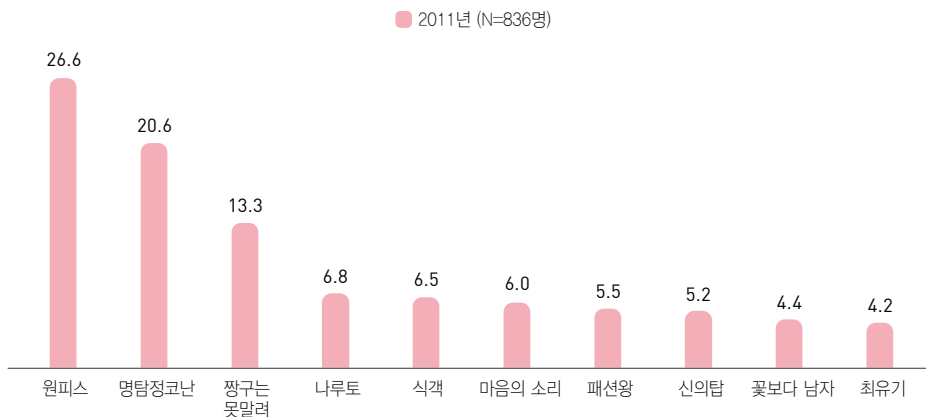
〈표 4-1-16〉 선호하는 만화 작품 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구분	원피스	명탐정 코난	짱구는 못말려	나루토	식객	마음의 소리	패션왕	신의탑	꽃보다 남자	최유기
2011년 (N=836명)	26.6	20.6	13.3	6.8	6.5	6.0	5.5	5.2	4.4	4.2

〈그림 4-1-8〉 선호하는 만화 작품 종합순위 (Top10)

(단위: %)



선호하는 만화 작품 1, 2, 3순위를 종합해본 결과, ‘원피스’가 26.6%로 가장 높게 나타났다. 종합순위 Top10 내에 국내 작품은 4개가 있었고, 차지하는 비중은 23.2%였다.

제3절

| 오프라인만화 이용실태 |

1. 단행본 만화 이용실태

1) 단행본 만화 이용경험 및 이용방법

오프라인만화 중 단행본 형태의 만화를 이용한 경험에 대해 살펴본 결과, ‘있다’고 응답한 비율은 64.7%, ‘없다’는 35.3%로 나타났다. 이용한 방법 중에서는 ‘도서대여점/만화방을 통해 대여’한 경우가 76.8%로 가장 높았으며, ‘친구/주변인에게 빌려서 이용’한 경우는 28.1%로 나타났다.

〈표 4-1-17〉 단행본 만화 이용경험

(단위: %)

구 분	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	77.4	22.6	64.7	35.3

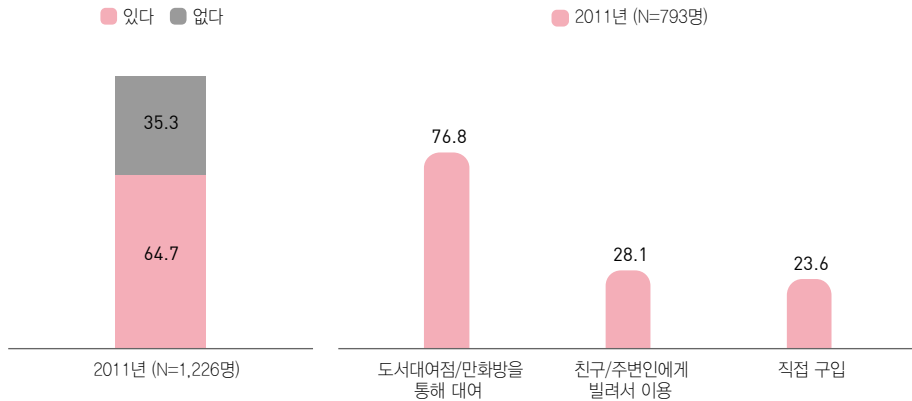
〈표 4-1-18〉 단행본 만화 이용방법 (복수응답)

(단위: %)

구 분	도서대여점/만화방을 통해 대여	친구/주변인에게 빌려서 이용	직접 구입
2010년 (N=929명)	90.9	33.7	10.7
2011년 (N=793명)	76.8	28.1	23.6

〈그림 4-1-9〉 단행본 만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)

(단위: %)



2) 단행본 만화 구입 및 대여빈도

단행본 만화를 ‘직접 구입’한 경우에는 ‘2~3개월에 한 번’ 구입한 비율이 43.2%로 가장 많았다. ‘대여점에서 대여’하는 경우에는 ‘1개월에 2~3번’이 31.2%로 가장 많았고, ‘친구에게 빌림’은 ‘2~3개월에 한 번’이 33.2%로 가장 많았다. ‘대여점에서 대여’하는 경우에는 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 70.9%로 가장 높았고, ‘직접 구입’하는 경우에는 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 47.5%로 가장 높았다.

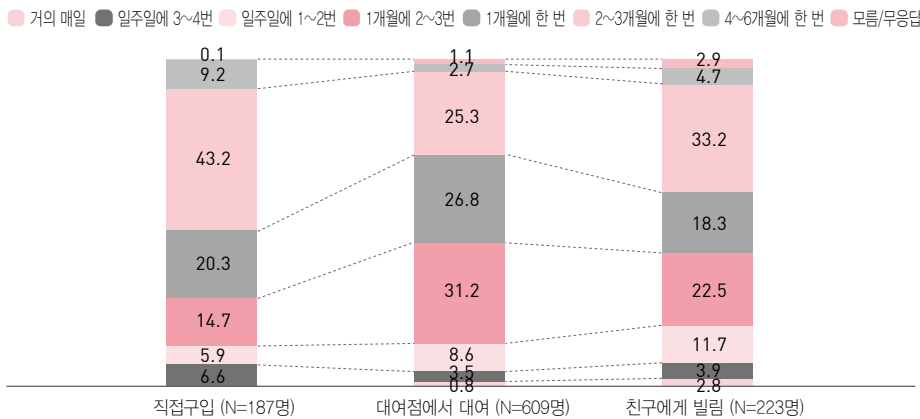
〈표 4-1-19〉 단행본 만화 구입 및 대여빈도

(단위: %)

구분	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4~6개월에 한 번	모름/무응답
2010년								
직접 구입 (N=100명)	-	3.0	6.0	14.0	22.0	26.0	17.0	-
대여점에서 대여 (N=845명)	0.6	3.6	14.6	26.4	24.6	25.4	3.7	-
2011년								
직접 구입 (N=187명)	-	6.6	5.9	14.7	20.3	43.2	9.2	0.1
대여점에서 대여 (N=609명)	0.8	3.5	8.6	31.2	26.8	25.3	2.7	1.1
친구에게 빌림 (N=223명)	2.8	3.9	11.7	22.5	18.3	33.2	4.7	2.9

〈그림 4-1-10〉 단행본 만화 구입 및 대여빈도

(단위: %)



3) 단행본 만화 1회 평균 구입 및 대여비용

단행본 만화를 한 번 구입하는 데에는 평균 28,169원을 지출하는 것으로 나타났다. 남자의 1회 평균 구입 비용은 35,945원으로 여자의 18,537원보다 많았다. 대여점에서 대여하는 경우에는 1회 평균 대여 비용으로 3,817원을 지출하는 것으로 조사되었다. 이 때 남자는 3,741원, 여자는 3,902원으로 나타나 직접 구입하는 것과는 반대로 여자가 다소 많았다.

〈표 4-1-20〉 단행본 만화 1회 평균 구입 및 대여비용

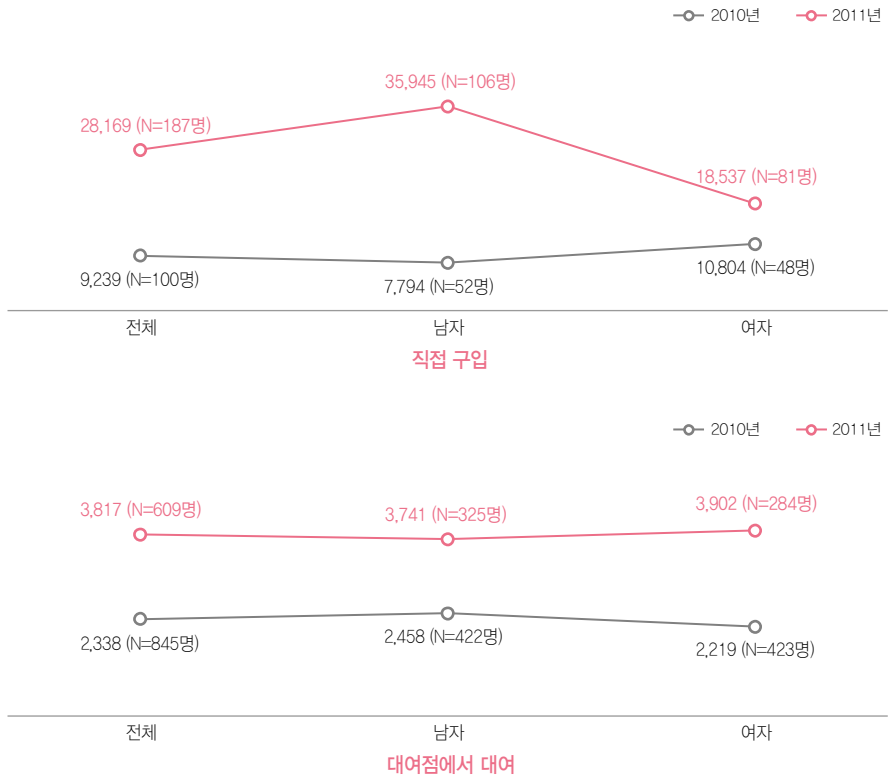
(단위: 원)

구 분	직접 구입			대여점에서 대여		
	전체 (N=100명)	남자 (N=52명)	여자 (N=48명)	전체 (N=845명)	남자 (N=422명)	여자 (N=423명)
2010년	9,239	7,794	10,804	2,338	2,458	2,219

구 분	직접 구입			대여점에서 대여		
	전체 (N=187명)	남자 (N=106명)	여자 (N=81명)	전체 (N=609명)	남자 (N=325명)	여자 (N=284명)
2011년	28,169	35,945	18,537	3,817	3,741	3,902

〈그림 4-1-11〉 단행본 만화 1회 평균 구입 및 대여비용

(단위: 원)



4) 단행본 만화 구입 장소

단행본 만화를 구입한 장소로는 ‘오프라인 서점’이 32.6%로 가장 많았고, 다음으로는 ‘대형할인점/백화점’ 12.9%, ‘TV홈쇼핑’ 10.4%, ‘인터넷 종합 쇼핑몰’ 9.1%, ‘인터넷 전문 서점’ 8.8% 순으로 나타났다.

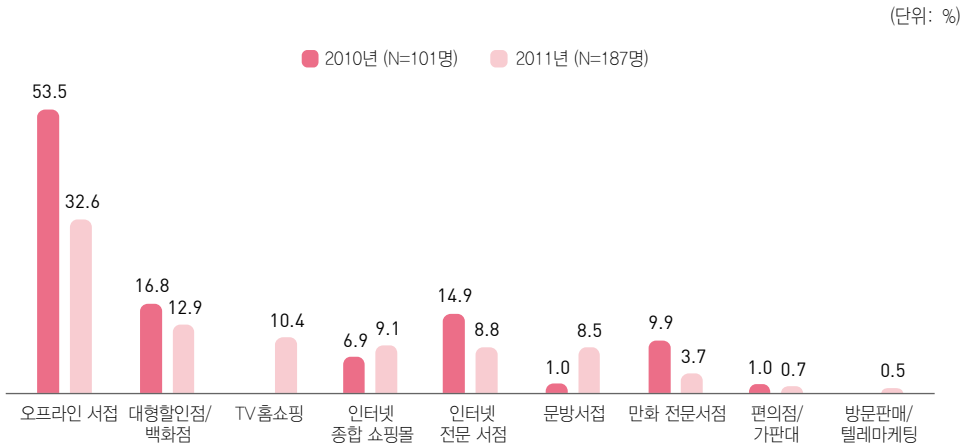
‘오프라인 서점’의 경우는 2010년 대비 20.9%p 감소했다. ‘대형할인점/백화점’과 yes24 등 ‘인터넷 전문 서점’과 ‘만화 전문서점’의 비율은 각각 3.9%p, 6.1%p, 6.2%p 감소했지만 ‘TV 홈쇼핑’의 비중은 2010년 대비 10.4%p 증가했다.

〈표 4-1-21〉 단행본 만화 구입 장소 (복수응답)

(단위: %)

구분	오프라인 서점	대형할인점/백화점	TV 홈쇼핑	인터넷 종합쇼핑몰	인터넷 전문 서점	문방서점	만화 전문서점	편의점/가판대	방문판매/텔레마케팅
2010년 (N=101명)	53.5	16.8	-	6.9	14.9	1.0	9.9	1.0	-
2011년 (N=187명)	32.6	12.9	10.4	9.1	8.8	8.5	3.7	0.7	0.5

〈그림 4-1-12〉 단행본 만화 구입 장소 (복수응답)



5) 단행본 만화 구입 및 대여 시 고려조건

단행본 만화를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘흥행작인지 여부’가 41.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. ‘교육적인지 여부’가 27.6%, ‘스토리’가 8.1%, ‘최신작인지 여부’가 4.6%, ‘선호 장르인지 여부’가 2.9%로 나타났다.

고려 조건 중 ‘흥행작인지 여부’는 2010년 대비 6.4%p 상승했고, ‘교육적인지 여부’는 20.6%p 상승했다. 반면 ‘최신작인지 여부’는 6.4%p 감소했고, ‘특정 작가의 작품 여부’는 9.3%p 감소했다.

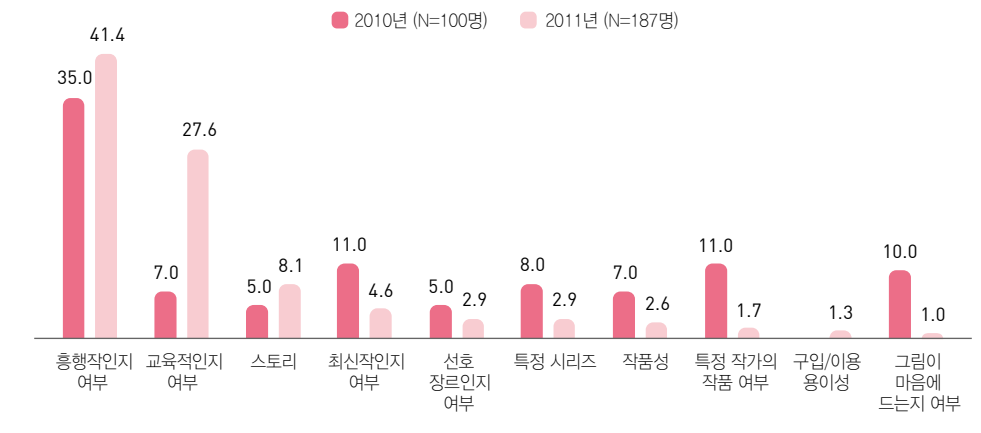
〈표 4-1-22〉 단행본 만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)

구분	흥행작인지 여부	교육적인지 여부	스토리	최신작인지 여부	선호 장르인지 여부	특정 시리즈	작품성	특정 작가의 작품 여부	구입/이용 용이성	그림이 마음에 드는지 여부
2010년 (N=100명)	35.0	7.0	5.0	11.0	5.0	8.0	7.0	11.0	-	10.0
2011년 (N=187명)	41.4	27.6	8.1	4.6	2.9	2.9	2.6	1.7	1.3	1.0

〈그림 4-1-13〉 단행본 만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



단행본 만화를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘흥행작인지 여부’가 29.5%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 그 다음으로는 ‘스토리’ 18.7%, ‘작품성’ 9.0%, ‘특정 시리즈’ 7.4%, ‘선호 장르인지 여부’ 7.3% 순으로 나타났다.

고려조건 중 ‘스토리’는 2010년 대비 4.9%p 증가하였으며, ‘최신작인지 여부’는 4.9%p 감소하였다.

구입 시에는 ‘흥행작인지 여부’, ‘교육적인지 여부’, ‘스토리’, ‘최신작인지 여부’, ‘선호 장르인지 여부’ 등의 조건을 주로 고려하는 반면, 대여 시에는 ‘흥행작인지 여부’, ‘스토리’, ‘작품성’, ‘특정 시리즈’, ‘선호 장르인지 여부’ 등의 조건을 주로 고려하는 것으로 나타났다.

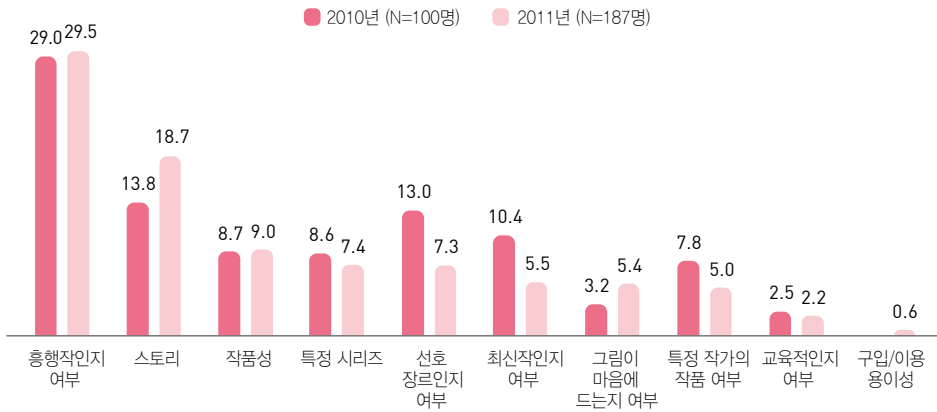
〈표 4-1-23〉 단행본 만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)

구분	흥행작인지 여부	스토리	작품성	특정 시리즈	선호 장르인지 여부	최신작인지 여부	그림이 마음에 드는지 여부	특정 작가의 작품 여부	교육적인지 여부	구입/이용 용이성
2010년 (N=846명)	29.0	13.8	8.7	8.6	13.0	10.4	3.2	7.8	2.5	-
2011년 (N=609명)	29.5	18.7	9.0	7.4	7.3	5.5	5.4	5.0	2.2	0.6

〈그림 4-1-14〉 단행본 만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



〈표 4-1-24〉 단행본 만화 구입 시 고려조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구분	흥행작인지 여부	스토리	교육적인지 여부	최신작인지 여부	특정 작가의 작품 여부	선호 장르인지 여부	작품성	그림의 완성도	특정 시리즈	가격
2010년 (N=100명)	45.0	21.0	7.0	28.0	26.0	14.0	21.0	4.0	14.0	3.0
2011년 (N=187명)	49.1	30.7	27.7	18.9	13.5	12.6	12.3	10.7	6.6	2.9

단행본 만화를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴보면, '흥행작인지 여부'가 49.1%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 '스토리' 30.7%, '교육적인지 여부' 27.7%, '최신작인지 여부' 18.9%, '특정 작가의 작품' 13.5% 순으로 나타났다.

고려 조건 중 '스토리'는 2010년 대비 9.7%p 증가했고, '교육적인지 여부'는 20.7%p 증가했다. 반면, '최신작인지 여부'는 9.1%p 감소했으며, '특정 작가의 작품 여부'는 12.5%p 감소했다.

〈표 4-1-25〉 단행본 만화 대여 시 고려조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구분	흥행작인지 여부	스토리	작품성	최신작인지 여부	선호 장르인지 여부	특정 작가의 작품 여부	그림이 마음에 드는지 여부	특정 시리즈	교육적인 지 여부	구입/이용 용이성
2010년 (N=846명)	42.9	28.5	20.8	24.5	25.9	21.5	7.9	14.9	3.2	-
2011년 (N=609명)	42.1	35.8	20.7	19.3	16.4	15.6	14.0	10.9	2.6	1.2

단행본 만화를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴보면 ‘흥행작인지 여부’가 42.1%로 가장 높게 나타났다. ‘스토리’가 35.8%, ‘작품성’이 20.7%, ‘최신작인지 여부’가 19.3%, ‘선호 장르인지 여부’가 16.4%였다. 고려 조건 중 ‘스토리’는 2010년 대비 7.3%p 증가했고, ‘선호 장르인지 여부’는 9.5%p 감소한 것으로 나타났다.

6) 단행본 만화 향후 이용 의향

향후 단행본 만화를 직접 구입할 의향이 ‘있다(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음)’는 응답은 21.9%, ‘없다(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음)’는 응답은 46.1%로 나타났다.

직접 구입 의향이 있는 비율은 2010년 대비 6.4%p 증가하였으며, 구입 의향이 없는 비율은 14.8%p 감소하였다.

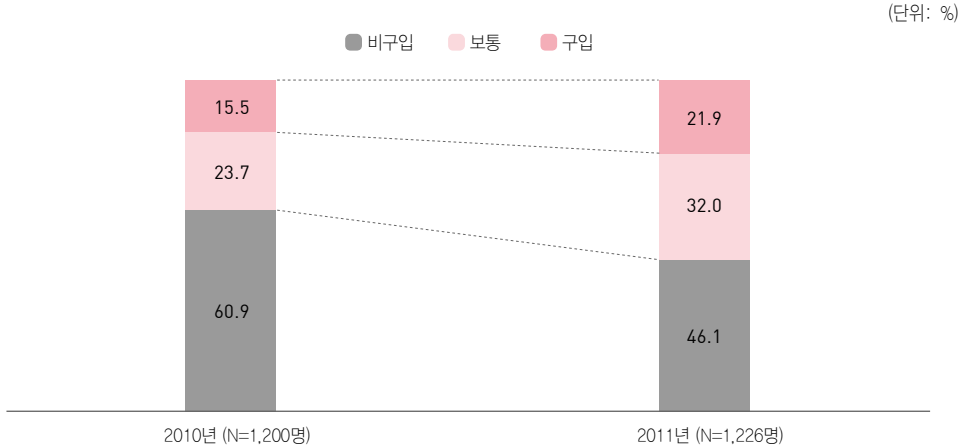
〈표 4-1-26〉 단행본 만화 향후 직접 구입 의향

(단위: %)

구분	절대 구입할 의향 없음	별로 구입할 의향 없음	보통	약간 구입할 의향 있음	확실히 구입할 의향 있음	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	23.7	37.2	23.7	13.9	1.6	-
2011년 (N=1,226명)	6.7	39.4	32.0	18.5	3.4	-

50대를 포함하여 향후 단행본 만화 직접 구입 의향을 살펴본 결과, ‘별로 구입할 의향 없음’이 39.1%로 가장 높게 나타났다. 전반적으로 직접 구입 의향이 있는(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음) 비율은 22.1%, 구입 의향이 없는(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음) 비율은 45.8%로 나타났다. 성별로는 남자의 구입 의향이 24.2%로 나타나 여자에 비해 4.4%p 높았다. 연령별로는 15~19세의 구입 의향이 29.2%로 가장 높게 나타났고, 20~24세는 17.2%로 가장 낮았다.

<그림 4-1-15> 단행본 만화 향후 직접 구입 의향

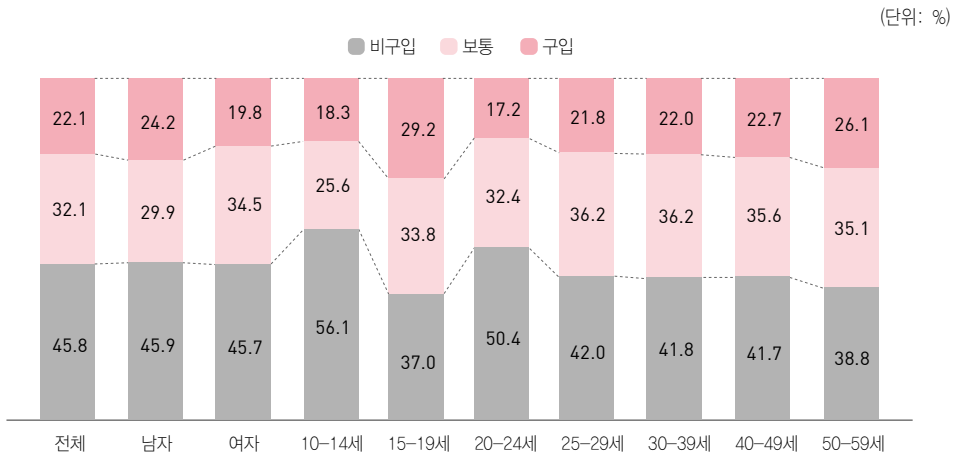


<표 4-1-27> 단행본 만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 구입할 의향 없음	6.7	8.0	5.3	5.3	7.2	8.2	4.8	8.6	7.0	7.3
별로 구입할 의향 없음	39.1	37.9	40.4	50.8	29.8	42.2	37.2	33.2	34.7	31.5
보통	32.1	29.9	34.5	25.6	33.8	32.4	36.2	36.2	35.6	35.1
약간 구입할 의향 있음	18.5	19.7	17.2	14.2	25.3	14.7	20.7	17.3	19.3	18.1
확실히 구입할 의향 있음	3.6	4.5	2.6	4.1	3.9	2.5	1.1	4.7	3.4	8.0

<그림 4-1-16> 단행본 만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별



출처: 만화산업진흥원

향후 단행본 만화를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향이 ‘있다(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음)’는 응답은 62.0%, ‘없다(절대 대여할 의향 없음+별로 대여할 의향 없음)’는 17.4%로 나타났다.

대여 의향이 있는 비율은 2010년 대비 6.1%p 감소했으며, 대여 의향이 없는 비율은 4.3%p 증가했다.

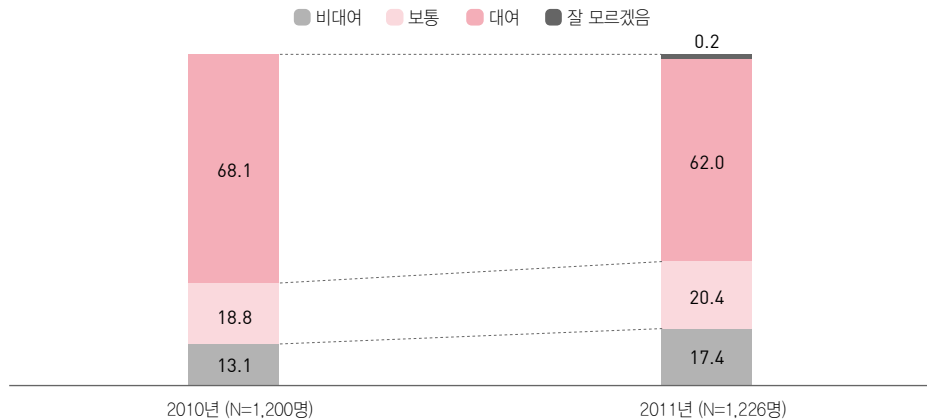
〈표 4-1-28〉 단행본 만화 향후 대여 의향

(단위: %)

구분	절대 대여할 의향 없음	별로 대여할 의향 없음	보통	약간 대여할 의향 있음	확실히 대여할 의향 있음	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	3.4	9.7	18.8	53.8	14.3	-
2011년 (N=1,226명)	2.1	15.3	20.4	51.7	10.3	0.2

〈그림 4-1-17〉 단행본 만화 향후 대여 의향

(단위: %)



향후 단행본 만화를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘약간 대여할 의향 있음’이 51.7%로 가장 높게 나타났다. 전반적으로 대여 의향이 있는(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음) 비율은 62.0%, 구입 의향이 없는(절대 대여할 의향 없음+별로 대여할 의향 없음) 비율은 17.3%로 나타났다. 성별로는 남자의 대여 의향이 62.3%로 나타나 여자에 비해 0.7%p 높았다. 연령별로는 25~29세의 대여 의향이 72.9%로 가장 높게 나타났고, 20~24세가 56.1%로 가장 낮게 나타났다.

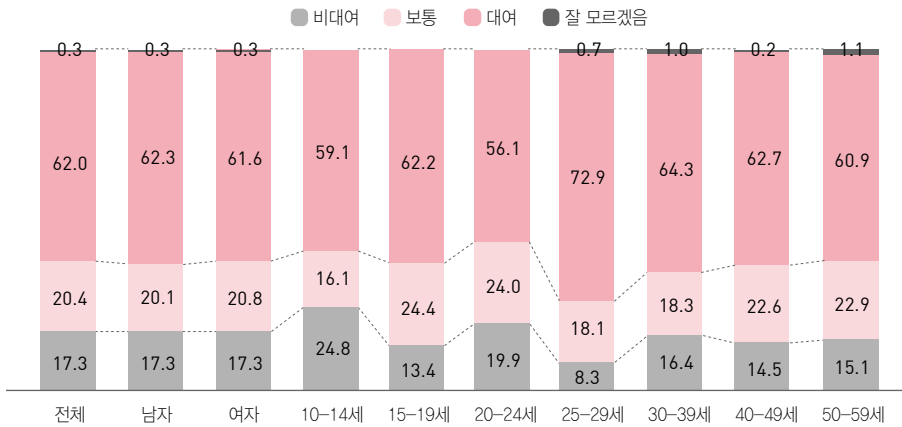
〈표 4-1-29〉 단행본 만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 대여할 의향 없음	2.0	2.3	1.7	2.9	2.6	1.2	0.8	1.8	2.1	0.6
별로 대여할 의향 없음	15.3	15.0	15.6	21.9	10.8	18.7	7.5	14.6	12.4	14.5
보통	20.4	20.1	20.8	16.1	24.4	24.0	18.1	18.3	22.6	22.9
약간 대여할 의향 있음	51.7	52.5	50.9	54.6	51.1	44.3	54.9	54.0	50.0	52.1
확실히 대여할 의향 있음	10.3	9.8	10.7	4.5	11.1	11.8	18.0	10.3	12.7	8.8
잘 모르겠음	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.7	1.0	0.2	1.1

〈그림 4-1-18〉 단행본 만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



2. 만화 잡지 이용실태

1) 만화 잡지 이용경험 및 이용방법

오프라인만화 중 잡지 형태의 만화를 이용한 경험에 대해 살펴본 결과, '있다'고 응답한 비율은 12.4%, '없다'의 경우는 87.6%로 나타났다. 이용한 방법으로는 '도서대여점, 만화방을 통해 대여'한 경우가 56.1%로 가장 높았으며, '친구/주변인에게 빌려서 이용'한 경우는 30.6%로 나타났다.

〈표 4-1-30〉 만화 잡지 이용경험

(단위: %)

구 분	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	7.9	93.1	12.4	87.6

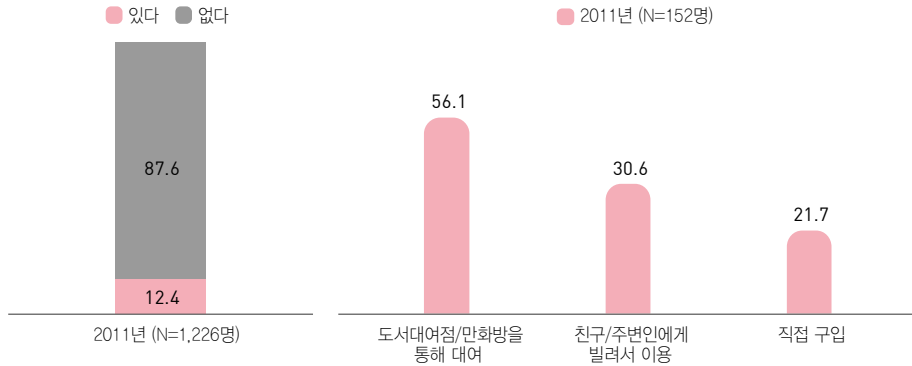
〈표 4-1-31〉 단행본 만화 이용방법 (복수응답)

(단위: %)

구 분	도서대여점/만화방을 통해 대여	친구/주변인에게 빌려서 이용	직접 구입
2010년 (N=95명)	61.9	28.6	9.5
2011년 (N=152명)	56.1	30.6	21.7

〈그림 4-1-19〉 단행본 만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)

(단위: %)



2) 만화 잡지 구입 및 대여빈도

만화 잡지를 ‘직접 구입’한 경우는 ‘1개월에 한 번’ 구입한 비율이 43.6%로 가장 많았다. ‘대여점에서 대여’하는 경우와 ‘친구에게 빌림’도 마찬가지로 ‘1개월에 한 번’이 각각 31.8%, 40.3%로 가장 많았다. ‘친구에게 빌림’의 경우는 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 74.4%로 가장 높았다. ‘직접 구입’ 하는 경우는 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 65.0%로 가장 높았다.

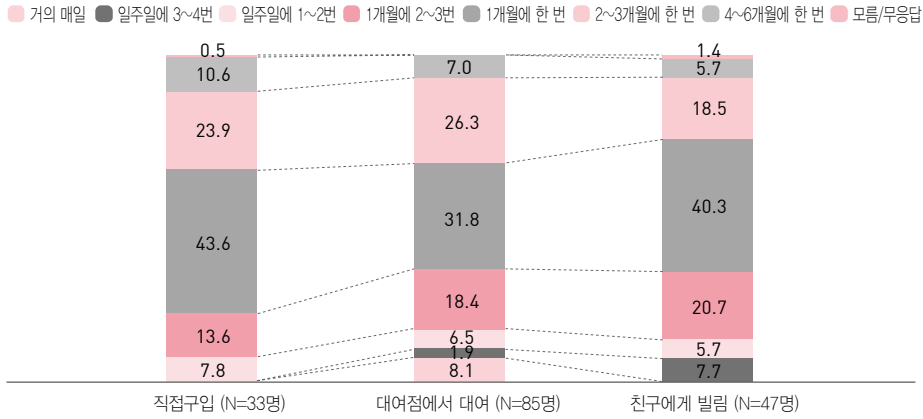
〈표 4-1-32〉 만화 잡지 구입 및 대여빈도

(단위: %)

구 분	거의 매일	일주일 에 3~4번	일주일 에 1~2번	1개월 에 2~3번	1개월 에 한 번	2~3개월 에 한 번	4~6개월 에 한 번	모름/ 무응답
2010년								
직접 구입 (N=13명)	-	7.7	7.7	7.7	23.1	46.2	7.7	-
대여점에서 대여 (N=55명)	1.8	3.6	10.9	21.8	16.4	30.9	14.5	-
2011년								
직접 구입 (N=33명)	-	-	7.8	13.6	43.6	23.9	10.6	0.5
대여점에서 대여 (N=85명)	8.1	1.9	6.5	18.4	31.8	26.3	7.0	-
친구에게 빌림 (N=47명)	-	7.7	5.7	20.7	40.3	18.5	5.7	1.4

〈그림 4-1-20〉 만화 잡지 구입 및 대여빈도

(단위: %)



3) 만화 잡지 1회 평균 구입 및 대여비용

만화 잡지를 한 번 구입하는 데에는 평균 13,991원을 지출하는 것으로 나타났다. 남자의 1회 평균 구입 비용은 18,944원으로 여자의 9,016원보다 많았다. 대여점에서 대여하는 경우에는 1회 평균 대여 비용으로 2,802원을 지출하는 것으로 조사되었다. 남자는 2,587원, 여자는 3,025원으로 나타나, 직접 구입하는 것과는 반대로 여자가 다소 많았다.

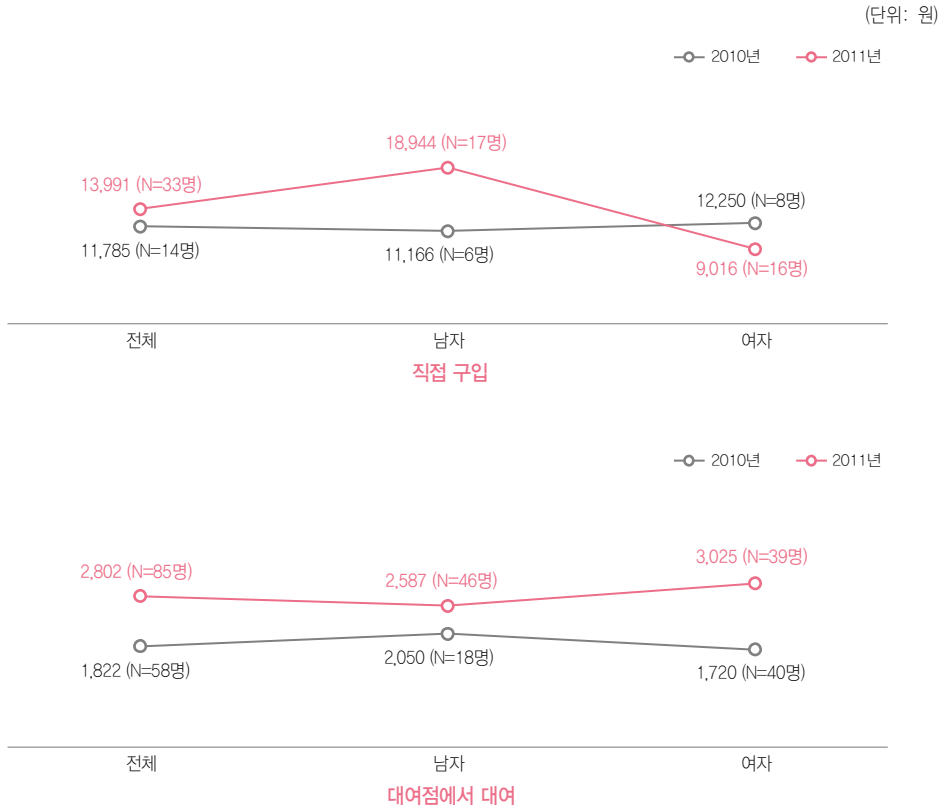
〈표 4-1-33〉 만화 잡지 1회 평균 구입 및 대여비용

(단위: 원)

구 분	직접 구입			대여점에서 대여		
	전체 (N=14명)	남자 (N=6명)	여자 (N=8명)	전체 (N=58명)	남자 (N=18명)	여자 (N=40명)
2010년	11,785	11,166	12,250	1,822	2,050	1,720

구 분	직접 구입			대여점에서 대여		
	전체 (N=33명)	남자 (N=17명)	여자 (N=16명)	전체 (N=85명)	남자 (N=46명)	여자 (N=39명)
2011년	13,991	18,944	9,016	2,802	2,587	3,025

〈그림 4-1-21〉 만화 잡지 1회 평균 구입 및 대여비용



4) 만화 잡지 구입 장소

만화 잡지를 구입한 장소는 ‘오프라인 서점’이 57.9%로 가장 많았다. ‘대형할인점/백화점’은 19.4%, ‘인터넷 전문 서점’은 11.3%, ‘만화 전문 서점’은 4.2%, ‘인터넷 종합 쇼핑몰’은 2.8%로 나타났다. ‘오프라인 서점’의 경우는 2010년 대비 27.1%p 증가했다. 반면 ‘대형할인점/백화점’, yes24 등 ‘인터넷 전문 서점’, ‘만화 전문서점’의 비율은 각각 3.7%p, 4.1%p, 11.2%p 감소했다.

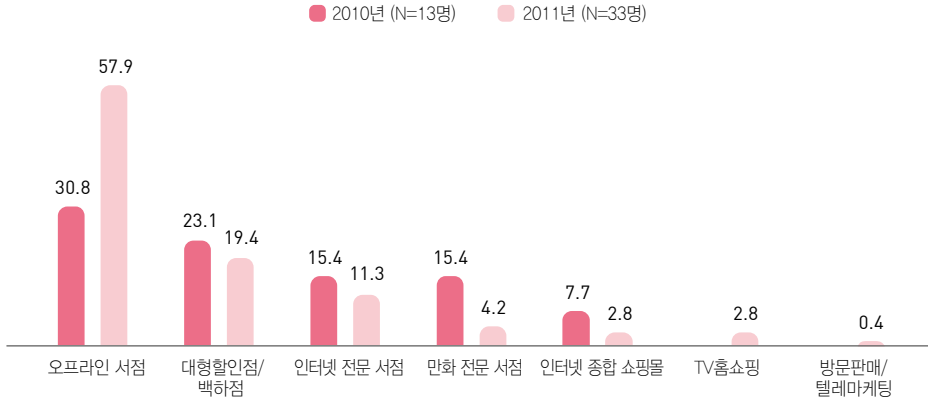
〈표 4-1-34〉 만화 잡지 구입 장소 (복수응답)

(단위: %)

구분	오프라인 서점	대형할인점/ 백화점	인터넷 전문 서점	만화 전문서점	인터넷 종합 쇼핑몰	TV 홈쇼핑	방문판매/ 텔레마케팅
2010년 (N=13명)	30.8	23.1	15.4	15.4	7.7	-	-
2011년 (N=33명)	57.9	19.4	11.3	4.2	2.8	2.8	0.4

〈그림 4-1-22〉 만화 잡지 구입 장소 (복수응답)

(단위: %)



5) 만화 잡지 구입 및 대여 시 고려 조건

만화 잡지를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘구입/이용 용이성’이 29.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 그 다음으로는 ‘스토리’ 16.1%, ‘작품성’ 15.4%, ‘흥행작인지 여부’ 11.5%, ‘특정 시리즈’ 9.1% 순으로 나타났다.

고려 조건 중 ‘구입/이용 용이성’은 2010년 대비 29.6%p, ‘스토리’는 2010년 대비 1.8%p 상승했다. 반면 ‘특정 시리즈’는 12.3%p, ‘최신작인지 여부’는 18.0%p 감소했다.

〈표 4-1-35〉 만화 잡지 구입 시 고려 조건 1순위 (Top10)

(단위: %)

구분	구입/이용 용이성	스토리	작품성	흥행작인지 여부	특정 시리즈	그림이 마음에 드는지 여부	교육적인 지 여부	최신작인지 여부	특정 작가의 작품 여부	선호 장르인지 여부
2010년 (N=14명)	-	14.3	21.4	14.3	21.4	-	-	21.4	-	-
2011년 (N=33명)	29.6	16.1	15.4	11.5	9.1	8.3	3.6	3.4	2.6	0.4

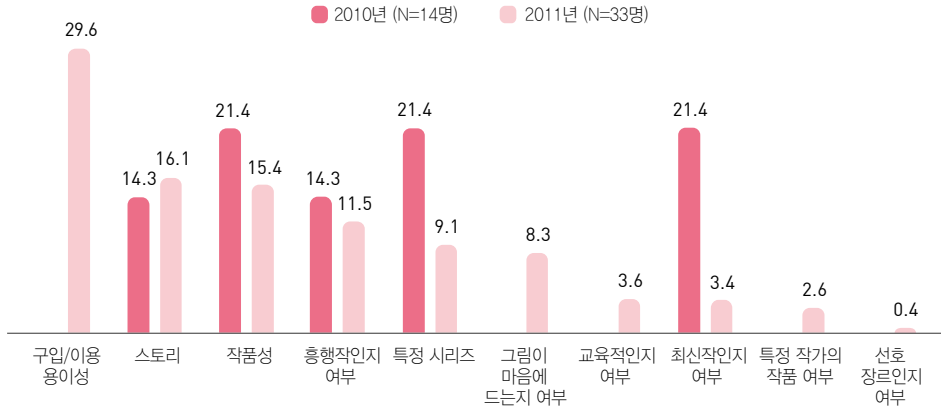
만화 잡지를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘최신작인지 여부’가 49.8%로 가장 큰 비중을 차지했다. 다음으로는 ‘흥행작인지 여부’ 25.2%, ‘스토리’ 4.3%, ‘작품성’ 3.4%, ‘선호 장르인지 여부’ 2.2% 순으로 나타났다. 고려 조건 중 ‘최신작인지 여부’는 2010년 대비 39.5%p 증가했으며, ‘특정 작가의 작품 여부’는 20.3%p 감소했다.

구입 시에는 ‘구입/이용 용이성’, ‘스토리’, ‘작품성’, ‘흥행작인지 여부’, ‘특정 시리즈’ 등의 조건

을 주로 고려하는 반면, 대여 시에는 ‘최신작인지 여부’, ‘흥행작인지 여부’, ‘스토리’, ‘작품성’, ‘선호 장르인지 여부’ 등의 조건을 주로 고려하는 것으로 나타났다.

〈그림 4-1-23〉 만화 잡지 구입 시 고려 조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



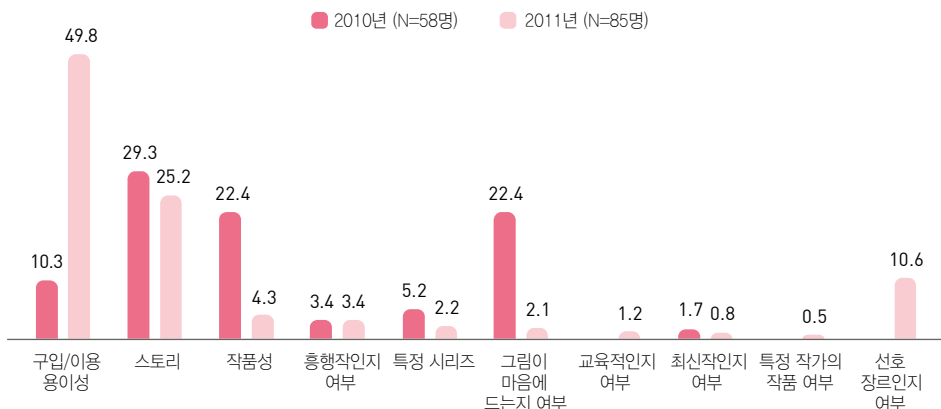
〈표 4-1-36〉 만화 잡지 대여 시 고려 조건 1순위 (Top10)

(단위: %)

구분	최신작인지 여부	흥행작인지 여부	스토리	작품성	선호 장르인지 여부	특정 작가의 작품 여부	교육적인지 여부	특정 시리즈	구입/이용 용이성	모름/무응답
2010년 (N=58명)	10.3	29.3	22.4	3.4	5.2	22.4	-	1.7	-	-
2011년 (N=85명)	49.8	25.2	4.3	3.4	2.2	2.1	1.2	0.8	0.5	10.6

〈그림 4-1-24〉 만화 잡지 대여 시 고려 조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



〈표 4-1-37〉 만화 잡지 구입 시 고려 조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구분	선호 장르인지 여부	구입/이용 용이성	스토리	흥행작인지 여부	작품성	최신작인지 여부	특정 시리즈	특정 작가의 작품 여부	그림이 마음에 드는지 여부	그림의 완성도
2010년 (N=14명)	7.1	7.1	21.4	21.4	21.4	57.1	28.6	7.1	14.3	7.1
2011년 (N=33명)	32.9	29.6	26.2	24.7	17.4	16.7	16.0	15.1	8.3	5.3

만화 잡지를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴보면, ‘선호 장르인지 여부’가 32.9%로 가장 높았다. ‘구입/이용 용이성’은 29.6%, ‘스토리’는 26.2%, ‘흥행작인지 여부’는 24.7%, ‘작품성’은 17.4%였다. 고려 조건 중 ‘선호 장르인지 여부’는 2010년 대비 25.8%p 증가했고, ‘구입/이용 용이성’은 22.5%p 증가했다. 반면, ‘최신작인지 여부’는 40.4%p 감소했고, ‘특정 시리즈’는 12.6%p 감소했다.

〈표 4-1-38〉 만화 잡지 대여 시 고려 조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구분	최신작인지 여부	흥행작인지 여부	선호 장르인지 여부	특정 작가의 작품 여부	그림의 완성도	스토리	작품성	가격	교육적인지 여부	구입/이용 용이성
2010년 (N=58명)	31.0	39.7	17.2	27.6	3.4	29.3	12.1	3.4	5.2	1.7
2011년 (N=85명)	54.9	45.7	16.4	15.5	12.5	11.3	7.6	6.0	4.5	1.2

만화 잡지를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴보면, ‘최신작인지 여부’가 54.9%로 가장 높게 나타났다. ‘흥행작인지 여부’가 45.7%, ‘선호 장르인지 여부’가 16.4%, ‘특정 작가의 작품 여부’가 15.5%, ‘그림의 완성도’가 12.5%였다. 고려 조건 중 ‘최신작인지 여부’는 2010년 대비 23.9%p 증가했고, ‘스토리’는 18.0%p 감소한 것으로 나타났다.

6) 만화 잡지 향후 이용 의향

향후 만화 잡지를 직접 구입할 의향이 ‘있다(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음)’는 응답은 7.0%로, ‘없다(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음)’는 응답은 56.8%로 나타났다.

직접 구입 의향이 있는 비율은 2010년 대비 0.9%p 감소했으며, 구입 의향이 없는 비율은 17.9%p 감소했다.

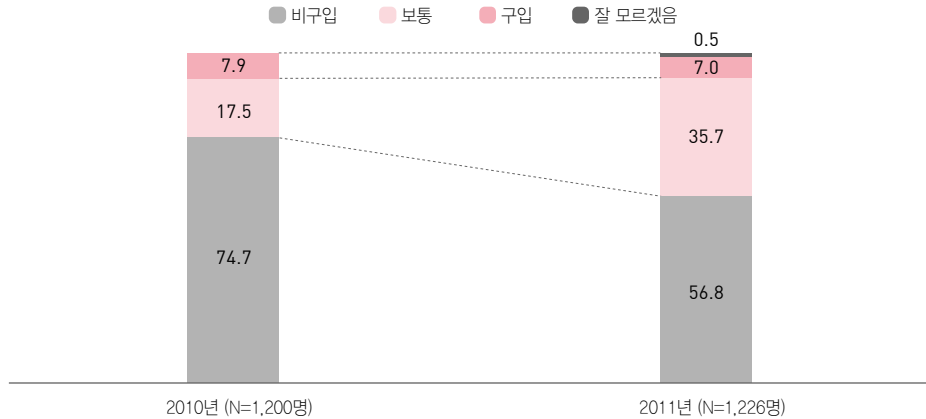
〈표 4-1-39〉 만화 잡지 향후 직접 구입 의향

(단위: %)

구분	절대 구입할 의향 없음	별로 구입할 의향 없음	보통	약간 구입할 의향 있음	확실히 구입할 의향 있음	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	32.2	42.5	17.5	7.3	0.6	-
2011년 (N=1,226명)	6.8	50.0	35.7	6.7	0.3	0.5

〈그림 4-1-25〉 만화 잡지 향후 직접 구입 의향

(단위: %)



향후 만화 잡지 직접 구입 의향에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘별로 구입할 의향 없음’이 50.0%로 가장 높게 나타났다.

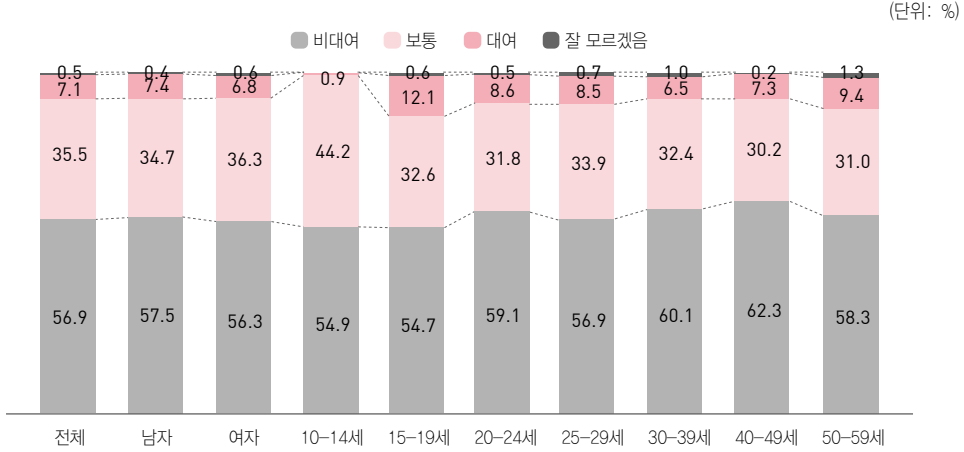
전반적으로 직접 구입 의향이 있는(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음) 비율은 7.1%로, 구입 의향이 없는(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음) 비율은 56.9%로 나타났다. 성별로는 남자의 구입 의향이 7.4%로 나타나 여자에 비해 0.6%p 높았다. 연령별로는 15~19세의 구입 의향이 12.1%로 가장 높게 나타났고, 10~14세는 0.9%로 가장 낮았다.

〈표 4-1-40〉 만화 잡지 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 구입할 의향 없음	6.9	7.0	6.8	2.4	8.3	9.4	7.0	10.2	7.2	8.8
별로 구입할 의향 없음	50.0	50.5	49.5	52.5	46.4	49.7	49.9	49.9	55.1	49.5
보통	35.5	34.7	36.3	44.2	32.6	31.8	33.9	32.4	30.2	31.0
약간 구입할 의향 있음	6.8	6.9	6.7	0.9	11.8	7.7	8.2	6.5	7.3	8.8
확실히 구입할 의향 있음	0.3	0.5	0.1	0.0	0.3	0.9	0.3	0.0	0.0	0.6
잘 모르겠음	0.5	0.4	0.6	0.0	0.6	0.5	0.7	1.0	0.2	1.3

〈그림 4-1-26〉 만화 잡지 향후 직접구입 의향 - 성, 연령별



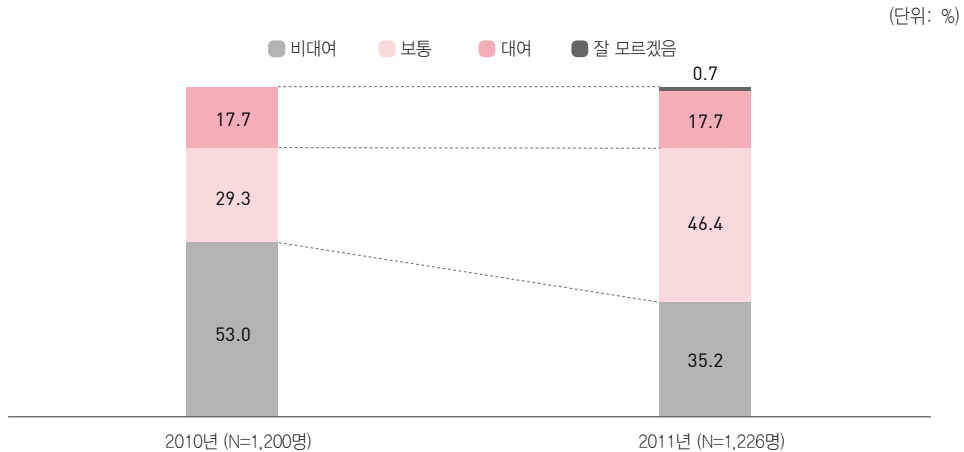
향후 만화 잡지를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향이 '있다(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음)'는 응답은 17.7%로, '없다(절대 대여할 의향 없음+별로 대여할 의향 없음)'는 응답은 35.2%로 나타났다. 대여 의향이 있는 비율은 2010년과 같으며, 대여 의향이 없는 비율은 17.8%p 감소했다.

〈표 4-1-41〉 만화 잡지 향후 대여 의향

(단위: %)

구분	절대 대여할 의향 없음	별로 대여할 의향 없음	보통	약간 대여할 의향 있음	확실히 대여할 의향 있음	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	19.9	33.1	29.3	16.4	1.3	-
2011년 (N=1,226명)	3.8	31.4	46.4	16.1	1.6	0.7

〈그림 4-1-27〉 만화 잡지 향후 대여 의향



출처: 만화산업백서

향후 만화 잡지를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘보통’이 46.3%로 가장 높게 나타났다.

전반적으로 대여 의향이 있는(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음) 비율은 17.5%, 대여 의향이 없는(절대 대여할 의향 없음+별로 대여할 의향 없음) 비율은 35.5%로 나타났다. 성별로는 남자의 대여 의향이 18.4%로 나타나 여자에 비해 1.9%p 높았다. 연령별로는 25~29세의 대여 의향이 22.8%로 가장 높았고, 50~59세는 12.1%로 가장 낮았다.

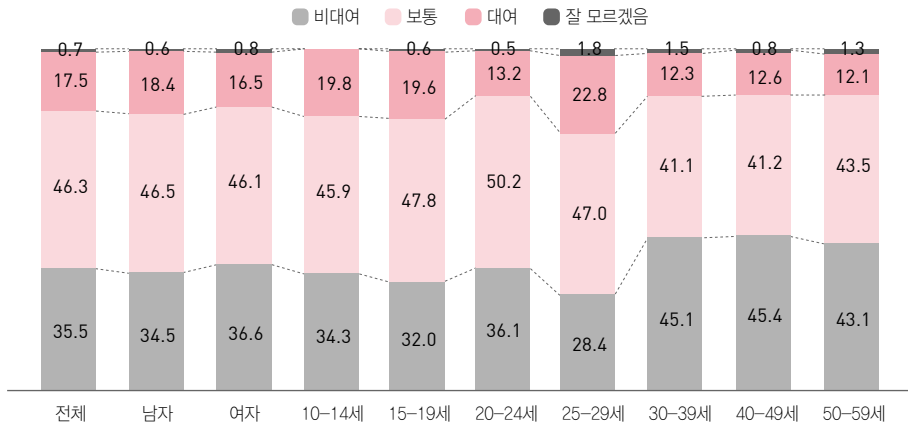
〈표 4-1-42〉 만화 잡지 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 대여할 의향 없음	3.8	3.3	4.4	0.5	3.5	6.3	3.8	8.2	5.1	4.5
별로 대여할 의향 없음	31.7	31.2	32.2	33.8	28.5	29.8	24.6	36.9	40.3	38.6
보통	46.3	46.5	46.1	45.9	47.8	50.2	47.0	41.1	41.2	43.5
약간 대여할 의향 있음	15.9	17.8	13.9	18.3	16.9	11.9	22.0	11.4	11.7	10.5
확실히 대여할 의향 있음	1.6	0.6	2.6	1.5	2.7	1.3	0.8	0.9	0.9	1.6
잘 모르겠음	0.7	0.6	0.8	0.0	0.6	0.5	1.8	1.5	0.8	1.3

〈그림 4-1-28〉 만화 잡지 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



3. 신문 연재만화 이용실태

1) 신문 연재만화 이용경험 및 이용방법

오프라인만화 중 신문 연재 형태의 만화를 이용한 경험에 대해 살펴본 결과, '있다'고 응답한 비율은 4.6%, '없다'고 응답한 비율은 95.4%로 나타났다. 이용한 방법으로는 '직접 구입'한 경우가 51.8%로 가장 높았고, '친구/주변인에게 빌려서 이용'한 경우는 19.5%로 나타났다.

〈표 4-1-43〉 신문 연재만화 이용경험

(단위: %)

구분	2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다
비중	4.6	95.4

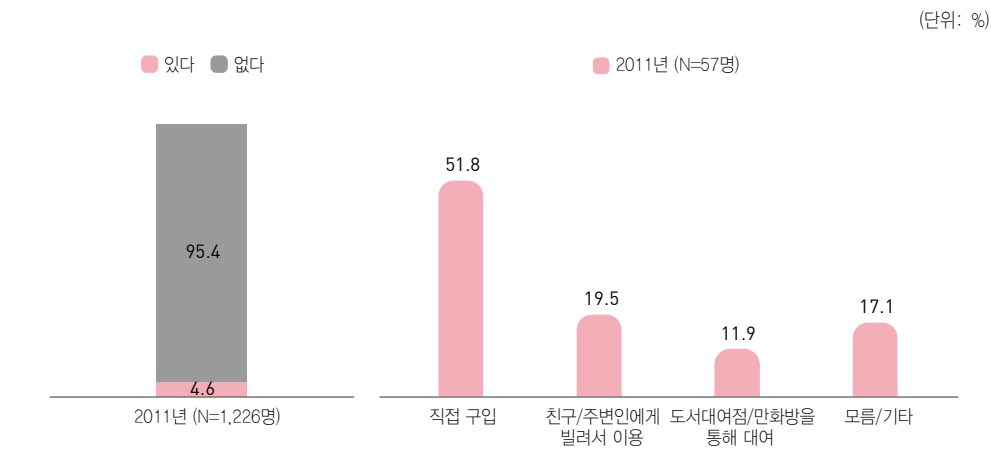
* 다른 오프라인만화 형태(단행본 만화, 만화 잡지)와의 비교를 위해 50대 비포함

〈표 4-1-44〉 신문 연재만화 이용방법 (복수응답)

(단위: %)

구분	직접 구입	친구/주변인에게 빌려서 이용	도서대여점/만화방을 통해 대여	모름/기타
2011년 (N=57명)	51.8	19.5	11.9	17.1

〈그림 4-1-29〉 신문 연재만화 이용경험 및 이용방법 (복수응답)



2) 신문 연재만화 구입 및 대여빈도

신문 연재만화를 ‘직접 구입’한 경우 ‘일주일에 1~2번’ 구입한 비율이 28.0%로 가장 많았다. ‘대여점에서 대여’하는 경우에도 ‘일주일에 1~2번’이 50.3%로 가장 많았으며, ‘친구에게 빌림’은 ‘1개월에 2~3번’이 34.9%로 가장 많았다. ‘직접 구입’의 경우, 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 85.6%로 가장 높았고, ‘대여점에서 대여’하는 경우는 1개월에 한 번 이상 구입하는 비율이 71.5%로 가장 높았다.

〈표 4-1-45〉 신문 연재만화 구입 및 대여빈도

(단위: %)

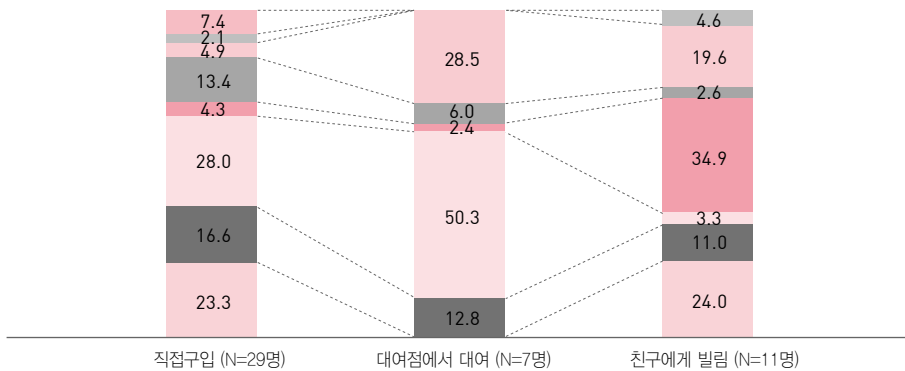
구분	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4~6개월에 한 번	모름/무응답
2011년 직접 구입 (N=29명)	23.3	16.6	28.0	4.3	13.4	4.9	2.1	7.4
대여점에서 대여 (N=7명)	-	12.8	50.3	2.4	6.0	28.5	-	-
친구에게 빌림 (N=11명)	24.0	11.0	3.3	34.9	2.6	19.6	4.6	-

* 사례수가 적으므로 해석 시 주의.

〈그림 4-1-30〉 신문 연재만화 구입 및 대여빈도

(단위: %)

● 거의 매일 ● 일주일에 3~4번 ● 일주일에 1~2번 ● 1개월에 2~3번 ● 1개월에 한 번 ● 2~3개월에 한 번 ● 4~6개월에 한 번 ● 모름/무응답



3) 신문 연재만화 1회 평균 구입 및 대여비용

신문 연재만화를 한 번 구입하는 데에는 평균 3,492원을 지출하는 것으로 나타났다. 남자의 1회 평균 구입 비용은 2,569원으로 여자의 6,360원보다 적었다. 대여점에서 대여하는 경우에는 1회 평균 대여 비용으로 1,519원을 지출하는 것으로 조사되었다. 남자는 932원, 여자는 2,793원으로 나타나, 직접 구입하는 것과 마찬가지로 여자가 많았다.

〈표 4-1-46〉 신문 연재만화 1회 평균 구입 및 대여비용

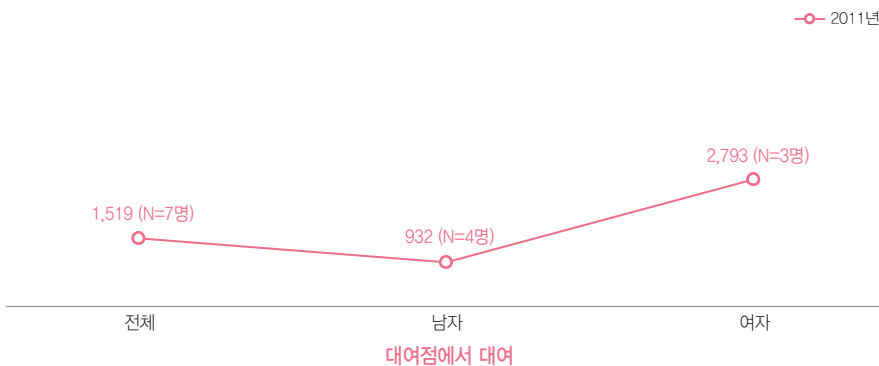
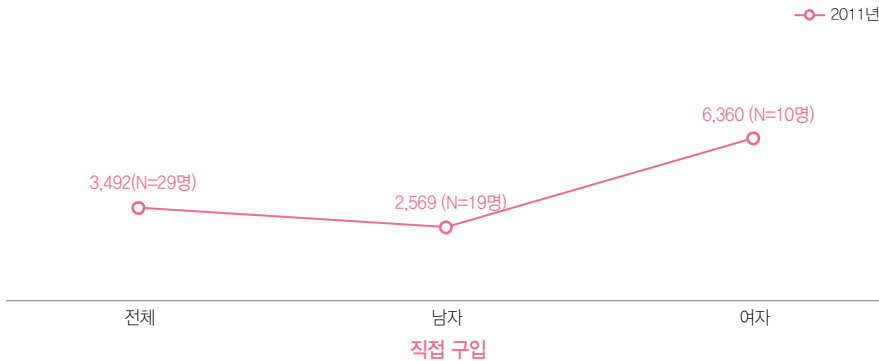
(단위: 원)

구 분	직접 구입			대여점에서 대여		
	전체 (N=29명)	남자 (N=19명)	여자 (N=10명)	전체 (N=7명)	남자 (N=4명)	여자 (N=3명)
2011년	3,492	2,569	6,360	1,519	932	2,793

* 사례수가 적으므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-31〉 신문 연재만화 1회 평균 구입 및 대여비용

(단위: 원)



4) 신문 연재만화 구입 장소

신문 연재만화를 구입한 장소로는 ‘편의점/가판대’가 42.4%로 가장 많았고, 다음으로는 ‘신문 구독’ 21.3%, ‘대형할인점/백화점’ 1.7%, ‘인터넷 전문 서점’ 1.5%, ‘만화 전문서점’ 0.4% 순으로 나타났다.

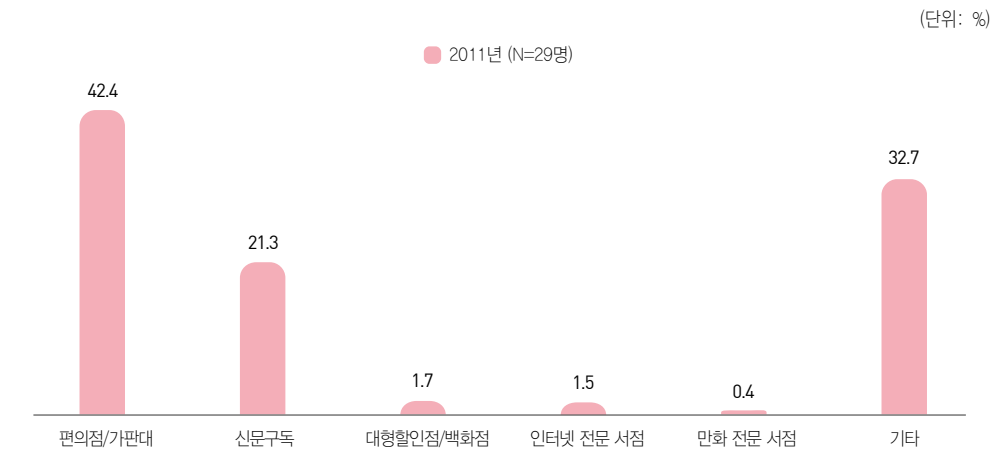
〈표 4-1-47〉 신문 연재만화 구입 장소 (복수응답)

(단위: %)

구분	편의점/가판대	신문구독	대형할인점/백화점	인터넷 전문 서점	만화 전문서점	기타
2011년 (N=29명)	42.4	21.3	1.7	1.5	0.4	32.7

* 사례수가 적으므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-32〉 신문 연재만화 구입 장소 (복수응답)



5) 신문 연재만화 구입 및 대여 시 고려조건

신문 연재만화를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘최신작 인지 여부’가 34.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있었다. ‘스토리’는 13.7%, ‘그림의 완성도’는 8.0%, ‘작품성’은 5.9%, ‘특정 시리즈’는 5.5%였다.

〈표 4-1-48〉 신문 연재만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)

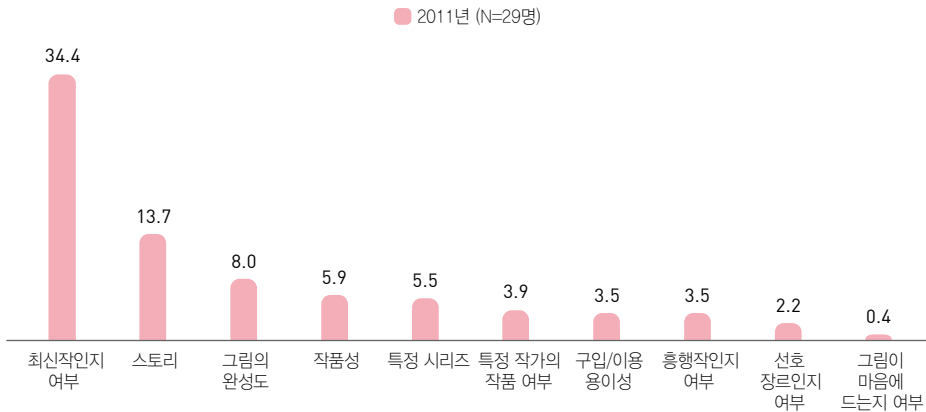
(단위: %)

구분	최신작인지 여부	스토리	그림의 완성도	작품성	특정 시리즈	특정 작가의 작품 여부	구입/이용 용이성	흥행작인지 여부	선호 장르인지 여부	그림이 마음에 드는지 여부
2011년 (N=29명)	34.4	13.7	8.0	5.9	5.5	3.9	3.5	3.5	2.2	0.4

* 사례수가 적으므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-33〉 신문 연재만화 구입 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



신문 연재만화를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 1순위 기준으로 살펴보면, ‘스토리’가 37.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 다음으로는 ‘그림이 마음에 드는지 여부’ 10.2%, ‘가격’ 8.7%, ‘작품성’ 6.5%, ‘흥행작인지 여부’ 2.4% 순으로 나타났다.

구입 시에는 ‘최신작인지 여부’, ‘스토리’, ‘그림의 완성도’, ‘작품성’, ‘특정 시리즈’ 등의 조건을 주로 고려하는 반면, 대여 시에는 ‘스토리’, ‘그림이 마음에 드는지 여부’, ‘가격’, ‘작품성’, ‘흥행작인지 여부’ 등의 조건을 주로 고려하는 것으로 나타났다.

〈표 4-1-49〉 신문 연재만화 대여 시 고려조건 1순위

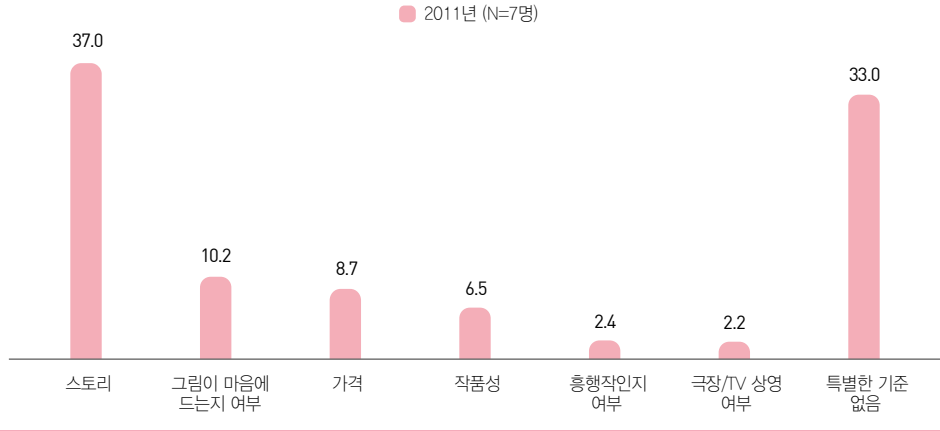
(단위: %)

구분	스토리	그림이 마음에 드는지 여부	가격	작품성	흥행작인지 여부	극장/TV 상영 여부	특별한 기준 없음
2011년 (N=7명)	37.0	10.2	8.7	6.5	2.4	2.2	33.0

* 사례수가 적으므로 해석 시 주의

〈그림 4-1-34〉 신문 연재만화 대여 시 고려조건 1순위 (Top10)

(단위: %)



〈표 4-1-50〉 신문 연재만화 구입 시 고려조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구 분	최신작인지 여부	흥행작인지 여부	스토리	작품성	그림의 완성도	특정 시리즈	선호 장르인지 여부	특정 작가의 작품 여부	구입/이용 용이성	특별한 기준 없음
2011년 (N=29명)	35.6	21.8	13.7	12.7	8.0	5.5	4.6	4.2	3.5	18.3

신문 연재만화를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴 보면, ‘최신작인지 여부’가 35.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘흥행작인지 여부’ 21.8%, ‘스토리’ 13.7%, ‘작품성’ 12.7%, ‘그림의 완성도’ 8.0% 순으로 나타났다.

〈표 4-1-51〉 신문 연재만화 대여 시 고려조건 종합순위 (Top10)

(단위: %)

구 분	스토리	그림의 완성도	최신작인지 여부	흥행작인지 여부	극장/TV 상영 여부	그림이 마음에 드는지 여부	가격	작품성	특정 작가의 작품 여부	특별한 기준 없음
2011년 (N=7명)	40.8	29.8	12.6	12.2	10.9	10.2	8.8	6.5	2.2	33.0

신문 연재만화를 대여할 때 가장 중요하게 고려하는 조건을 종합순위(1+2순위) 기준으로 살펴 보면, ‘스토리’가 40.8%로 가장 높게 나타났다. ‘그림의 완성도’는 29.8%, ‘최신작인지 여부’는 12.6%, ‘흥행작인지 여부’는 12.2%, ‘극장/TV상영 여부’는 10.9%였다.

6) 신문 연재만화 향후 이용 의향

향후 신문 연재만화를 직접 구입할 의향이 '있다(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음)'는 응답은 8.4%, '없다(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음)'는 응답은 65.6%로 나타났다. 세부적으로는 '별로 구입할 의향 없음'이 58.2%로 가장 높았다.

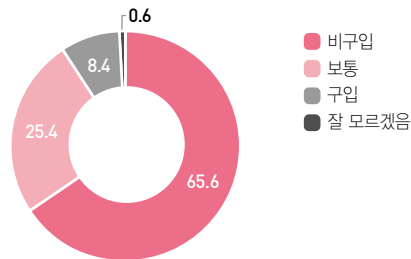
〈표 4-1-52〉 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향

(단위: %)

구분	절대 구입할 의향 없음	별로 구입할 의향 없음	보통	약간 구입할 의향 있음	확실히 구입할 의향 있음	잘 모르겠음
2011년 (N=1,226명)	7.4	58.2	25.4	7.2	1.2	0.6

〈그림 4-1-35〉 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향

(단위: %)



향후 신문 연재만화 직접 구입 의향에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, '별로 구입할 의향 없음'이 57.9%로 가장 높게 나타났다. 전반적으로 직접 구입 의향이 있는(확실히 구입할 의향 있음+약간 구입할 의향 있음) 비율은 8.7%로, 구입 의향이 없는(절대 구입할 의향 없음+별로 구입할 의향 없음) 비율은 65.2%로 나타났다. 성별로는 남자의 구입 의향이 10.4%로 나타나 여자에 비해 3.3%p 높았다. 연령별로는 50~59세의 구입 의향이 17.6%로 가장 높게 나타났고, 20~24세가 3.5%로 가장 낮게 나타났다.

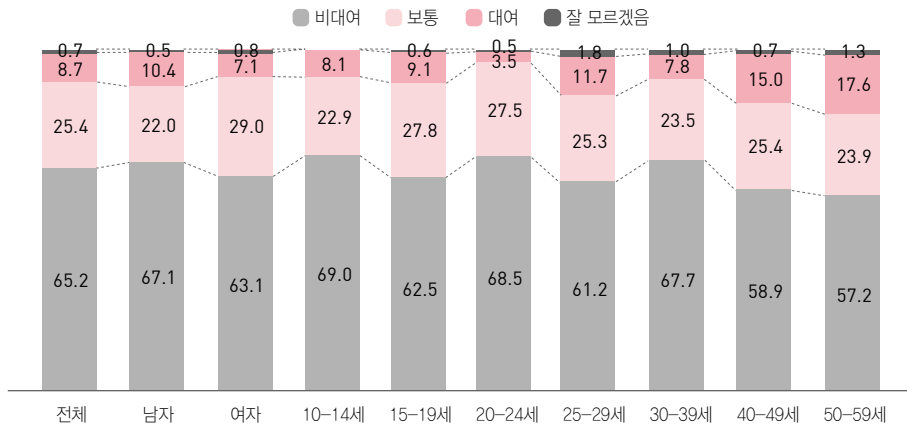
〈표 4-1-53〉 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 구입할 의향 없음	7.3	7.5	7.1	4.5	8.1	10.3	4.7	10.9	8.0	7.2
별로 구입할 의향 없음	57.9	59.6	56.0	64.5	54.4	58.2	56.5	56.8	50.9	50.0
보통	25.4	22.0	29.0	22.9	27.8	27.5	25.3	23.5	25.4	23.9
약간 구입할 의향 있음	7.4	8.7	6.2	8.1	7.3	2.7	9.0	6.4	13.6	13.2
확실히 구입할 의향 있음	1.3	1.7	0.9	0.0	1.8	0.8	2.7	1.4	1.4	4.4
잘 모르겠음	0.7	0.5	0.8	0.0	0.6	0.5	1.8	1.0	0.7	1.3

〈그림 4-1-36〉 신문 연재만화 향후 직접 구입 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



〈표 4-1-54〉 신문 연재만화 향후 대여 의향

(단위: %)

구 분	절대 대여할 의향 없음	별로 대여할 의향 없음	보통	약간 대여할 의향 있음	확실히 대여할 의향 있음	잘 모르겠음
2011년 (N=1,226명)	6.9	53.3	29.5	9.6	0.1	0.6

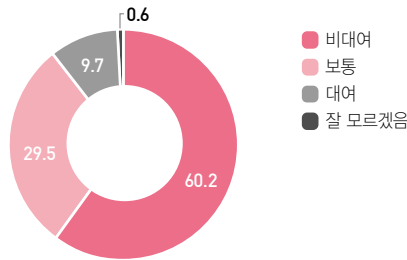
향후 신문 연재만화를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향이 '있다(확실히 대여할 의향 있음 + 약간 대여할 의향 있음)'는 응답은 9.7%로, '없다(절대 대여할 의향 없음 + 별로 대여할 의향 없음)'는 60.2%로 나타났다.

향후 신문 연재만화를 도서대여점/만화방을 통해 대여할 의향에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, '별로 대여할 의향 없음'이 53.4%로 가장 높게 나타났다. 전반적으로 대여 의향이 있는(확실히 대여할 의향 있음 + 약간 대여할 의향 있음) 비율은 9.7%로, 구입 의향이 없는(절대 대여할 의향 없음 + 별로 대여할 의향 없음) 비율은 60.3%로 나타났다. 성별로는 남자의 대여 의향이 12.2%로

나타나 여자에 비해 5.1%p 높았다. 연령별로는 10~14세의 대여 의향이 12.3%로 가장 높게 나타났고, 20~24세는 7.1%로 가장 낮게 나타났다.

〈그림 4-1-37〉 신문 연재만화 향후 대여 의향

(단위: %)



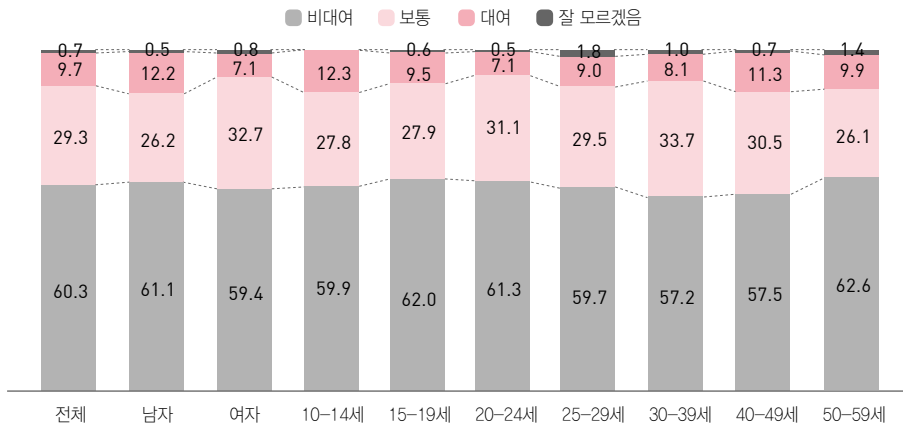
〈표 4-1-55〉 신문 연재만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
절대 대여할 의향 없음	6.9	7.2	6.5	5.2	7.9	8.8	4.2	8.7	7.1	6.6
별로 대여할 의향 없음	53.4	53.9	52.9	54.7	54.1	52.5	55.5	48.5	50.4	56.0
보통	29.3	26.2	32.7	27.8	27.9	31.1	29.5	33.7	30.5	26.1
약간 대여할 의향 있음	9.6	11.9	7.1	12.3	9.5	7.1	8.2	8.1	11.3	9.2
확실히 대여할 의향 있음	0.1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.7
잘 모르겠음	0.7	0.5	0.8	0.0	0.6	0.5	1.8	1.0	0.7	1.4

〈그림 4-1-38〉 신문 연재만화 향후 대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



출처: 만화산업진흥원

4. 오프라인만화 향후 이용 의향

향후 오프라인만화를 이용할 의향이 있는 경우(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음)에 이용 의향이 가장 높은 형태를 살펴본 결과, ‘만화 단행본’을 ‘도서대여점/만화방을 통해 대여’하는 형태가 75.1%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘만화 단행본’을 ‘직접 구입’ 하는 형태가 11.4%, ‘만화 잡지’를 ‘도서대여점/만화방을 통해 대여’하는 형태가 5.6%로 나타났다.

‘만화 단행본’을 ‘도서대여점/만화방을 통해 대여’하는 형태는 2010년 대비 4.8%p 감소했다.

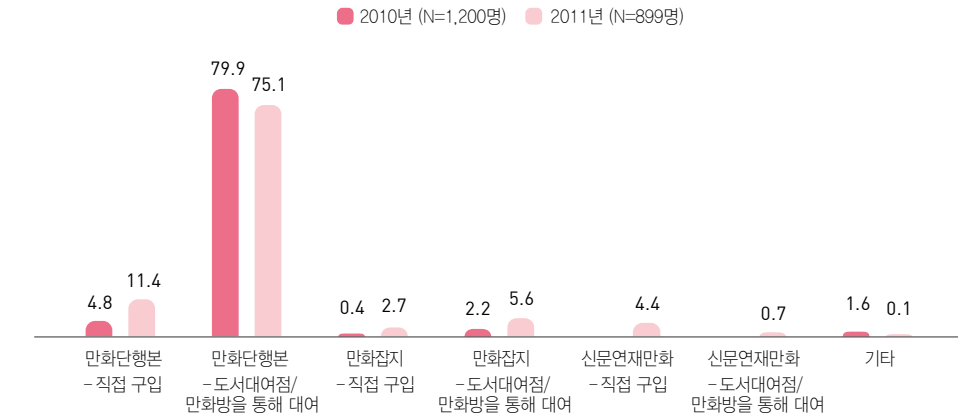
〈표 4-1-56〉 오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 높은 방법

(단위: %)

구분	만화단행본 -직접 구입	만화단행본 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	만화잡지 -직접 구입	만화잡지 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	신문연재만화 -직접 구입	신문연재만화 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	기타
2010년(N=1,200명)	4.8	79.9	0.4	2.2	-	-	1.6
2011년(N=899명)	11.4	75.1	2.7	5.6	4.4	0.7	0.1

〈그림 4-1-39〉 오프라인만화 중 향후 가장 이용의향이 높은 방법

(단위: %)



향후 오프라인만화를 이용할 의향이 있는 경우(확실히 대여할 의향 있음+약간 대여할 의향 있음) 이용 의향이 가장 낮은 형태를 살펴본 결과, ‘신문 연재만화’를 ‘직접 구입’하는 형태가 53.4%로 가장 높게 나타났다. ‘만화 잡지’를 ‘직접 구입’ 하는 형태는 49.3%로, ‘신문 연재만화’를 ‘도서대여점/만화방을 통해 대여’하는 형태는 37.8%로 나타났다.

‘만화 잡지’를 ‘직접 구입’하는 형태는 2010년 대비 17.4%p 감소했다.

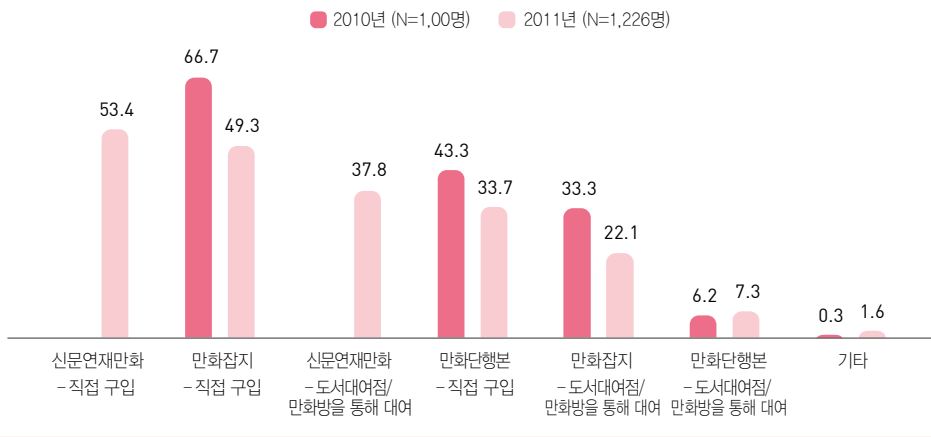
〈표 4-1-57〉 오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 낮은 방법 (복수응답)

(단위: %)

구분	신문연재만화 -직접 구입	만화잡지 -직접 구입	신문연재만화 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	만화단행본 -직접 구입	만화잡지 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	만화단행본 -도서대여점/ 만화방을 통해 대여	기타
2010년(N=1,200명)	-	66.7	-	43.3	33.3	6.2	0.3
2011년(N=1,226명)	53.4	49.3	37.8	33.7	22.1	7.3	1.6

〈그림 4-1-40〉 오프라인만화 중 향후 가장 이용 의향이 낮은 방법 (복수응답)

(단위: %)



제4절

Ⅰ 온라인만화 이용실태 Ⅰ

1. 온라인만화 이용 경험 및 이용 방법

온라인만화 이용 경험은 ‘있다’가 62.0%로, ‘없다’가 38.0%로 나타나 온라인만화 이용 경험이 있는 비중이 상대적으로 높았다. 온라인만화 이용 경험이 있다는 응답은 2010년 대비 10.2%p 증가했다.

〈표 4-1-58〉 온라인만화 이용 경험

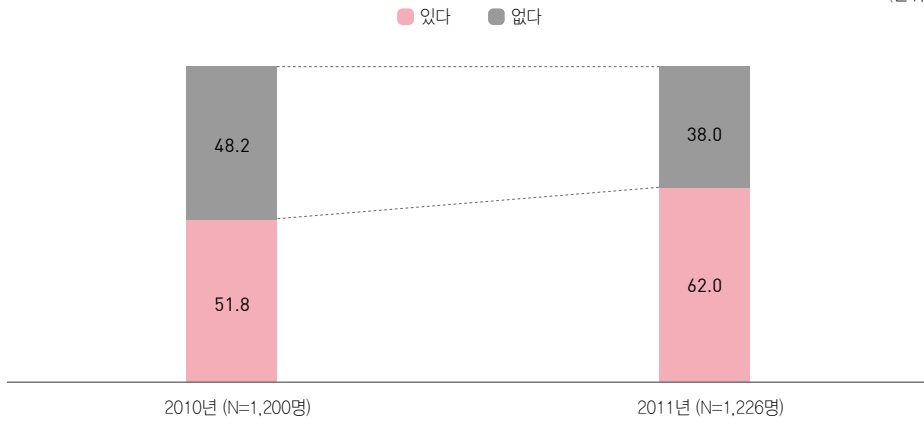
(단위: %)

구 분	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	51.8	48.2	62.0	38.0

* 2010년 '인터넷' 만화에서 2011년 '온라인' 만화로 명칭 변경. 해석 시 주의

〈그림 4-1-41〉 온라인만화 이용 경험

(단위: %)



온라인만화를 이용해본 방법들 중에서는 '포털 웹툰 이용'이 83.3%로 가장 높게 나타났다. '만화 전문사이트 이용'은 14.8%, '스마트폰 만화앱을 통해 이용'은 14.6%였다. '포털 웹툰 이용'은 2010년 대비 38.0%p 증가했으나, '파일공유 사이트를 통해 다운로드'하는 경우는 9.2%p 감소했다.

〈표 4-1-59〉 온라인만화 이용 방법 (복수응답)

(단위: %)

구 분	포털 웹툰 이용	만화 전문사이트 이용	스마트폰 만화앱을 통해 이용	파일공유 사이트를 통해 다운로드	태블릿PC를 통해 이용	일반휴대폰(피쳐폰)을 통해 이용	전자책 다운로드	IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용	기타
2010년 (N=622명)	45.3	12.1	-	12.1	-	-	3.1	-	41.6
2011년 (N=760명)	83.3	14.8	14.6	2.9	2.7	1.3	0.9	0.7	1.6

온라인만화를 이용하는 방법에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, '포털 웹툰 이용'이 83.2%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 '만화 전문사이트 이용' 15.0%, '스마트폰 만화앱을 통해 이용' 14.6%의 순서로 나타났다. 남자의 '만화 전문사이트 이용' 비율은 19.7%로 여자에 비해 10.3%p 높게 나타났으며, 여자는 '스마트폰 만화앱을 통해 이용'하는 비율이 18.1%로 남자에 비해 6.5%p

높게 나타났다. 연령별로는 20~30대에서 ‘스마트폰 만화앱을 통해 이용’하는 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 4-1-60〉 온라인만화 이용 방법 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	908명	487명	420명	221명	239명	171명	135명	90명	37명	14명
포털 웹툰 이용	83.2	83.5	82.8	88.9	89.4	75.7	82.8	72.8	71.6	76.9
만화 전문사이트 이용	15.0	19.7	9.4	10.8	13.3	22.7	14.7	12.9	18.6	22.5
스마트폰 만화앱을 통해 이용	14.6	11.6	18.1	0.0	10.0	21.2	30.1	26.5	14.8	15.1
태블릿PC를 통해 이용	2.8	1.9	3.9	0.0	1.7	4.8	3.5	6.7	3.5	9.5
파일공유사이트를 통해 다운로드	2.8	2.5	3.2	3.3	4.3	2.2	2.3	0.3	2.1	0.0
일반휴대폰(피쳐폰)을 통해 이용	1.3	0.4	2.3	3.2	0.9	0.0	0.4	1.0	2.8	0.0
전자책 다운로드	0.9	0.3	1.5	0.0	0.9	1.7	0.4	1.7	2.0	0.0
IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용	0.7	0.6	0.9	0.0	0.9	0.0	1.8	2.0	0.7	0.0
기타	1.6	2.5	0.7	5.2	0.6	0.4	0.0	1.1	0.5	0.0

온라인만화를 주로 이용하는 방법으로는 ‘포털 웹툰 이용’이 74.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 ‘만화 전문사이트 이용’이 9.0%, ‘스마트폰 만화앱을 통해 이용’이 8.5%인 것으로 나타났다. ‘포털 웹툰 이용’은 2010년 대비 6.0%p 증가했고, ‘파일공유 사이트를 통해 다운로드’하는 경우는 2010년 대비 10.0%p 감소했다.

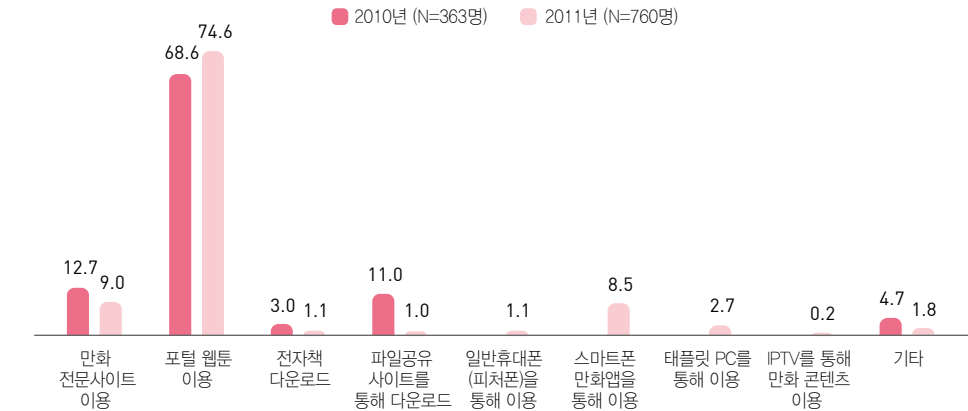
〈표 4-1-61〉 온라인만화 주 이용 방법

(단위: %)

구 분	만화 전문사이트 이용	포털 웹툰 이용	전자책 다운로드	파일공유 사이트를 통해 다운로드	일반휴대폰(피쳐폰)을 통해 이용	스마트폰 만화앱을 통해 이용	태블릿PC를 통해 이용	IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용	기타
2010년 (N=363명)	12.7	68.6	3.0	11.0	-	-	-	-	4.7
2011년 (N=760명)	9.0	74.6	1.1	1.0	1.1	8.5	2.7	0.2	1.8

〈그림 4-1-42〉 온라인만화 주 이용 방법

(단위: %)



2. 온라인만화 이용 빈도

온라인만화 이용 방식별 이용 빈도를 살펴본 결과, ‘만화 전문사이트 이용’의 경우 ‘1개월에 2~3번’이 25.5%로 가장 높게 나타났다. ‘포털 웹툰 이용’의 경우에는 ‘일주일에 1~2번’이 25.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘스마트폰 만화앱을 통해 이용’의 경우에는 ‘일주일에 1~2번’이 30.3%로 가장 높게 나타났다.

1개월에 한 번 이상 이용하는 비율은 ‘태블릿PC를 통해 이용’하는 경우가 96.8%로 가장 높게 나타났고, ‘만화 전문사이트 이용’의 경우가 57.0%로 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-1-62〉 온라인만화 이용빈도

(단위: %)

구 분	거의매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4~6개월에 한 번	잘 모름
만화 전문사이트 이용 (N=113명)	3.5	4.8	7.3	25.5	15.9	31.1	11.1	0.8
포털 웹툰 이용 (N=633명)	7.9	9.7	25.1	20.5	16.2	19.3	1.3	-
전자책 다운로드 (N=7명)	-	28.2	-	32.7	17.4	21.7	-	-
파일공유사이트를 통해 다운로드 (N=22명)	-	0.4	47.4	21.6	14.2	14.0	2.4	-
일반휴대폰을 통해 이용 (N=10명)	60.6	-	17.9	9.3	1.7	10.5	-	-
스마트폰 만화앱을 통해 이용 (N=111명)	8.8	11.1	30.3	28.9	6.6	11.3	1.8	1.2
태블릿PC를 통해 이용 (N=21명)	9.0	6.2	5.3	76.3	-	3.2	-	-
IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용 (N=6명)	9.2	18.3	11.8	47.6	1.8	11.3	-	-

3. 온라인만화 1회 평균 이용비용 및 결제방법

온라인만화 이용 방식별 이용비용을 살펴본 결과, ‘만화 전문사이트 이용’은 ‘3,000원 이하’가 23.5%로 가장 많았고, ‘포털 웹툰 이용’은 ‘1,000원 이하’가 70.8%로 가장 많았으며, ‘스마트폰 만화앱을 통해 이용’은 ‘3,000원 이하’가 26.0%로 가장 많았다.

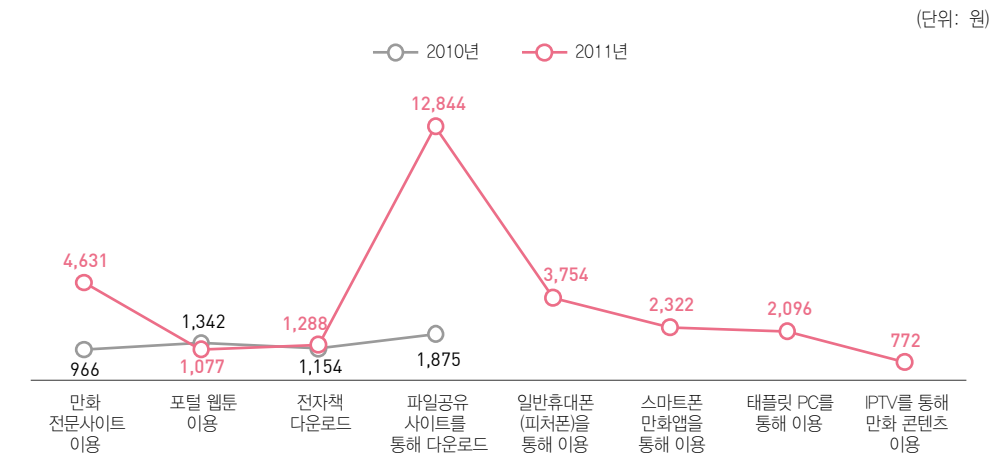
‘만화 전문사이트 이용’의 경우 1회 평균 이용비용은 2010년 대비 3,665원 증가했다. ‘파일 공유 사이트를 통해 다운로드’의 경우에는 10,969원 증가했고, ‘포털 웹툰 이용’과 ‘전자책 다운로드’는 2010년과 비슷한 수준을 유지했다.

〈표 4-1-63〉 온라인만화 1회 평균 이용비용

(단위: %)

구분	만화 전문사이트 이용	포털 웹툰 이용	전자책 다운로드	파일공유 사이트를 통해 다운로드	일반휴대폰(피쳐폰)을 통해 이용	스마트폰 만화앱을 통해 이용	태블릿PC를 통해 이용	IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용
응답수	113명	633명	7명	22명	10명	111명	21명	6명
1,000원 이하	12.4	70.8	64.5	10.4	1.0	15.1	5.4	65.3
3,000원 이하	23.5	17.3	23.6	3.6	6.3	26.0	16.1	
5,000원 이하	23.1	4.1	11.9	5.0	11.9	7.3	3.5	
10,000원 이하	10.4	2.0				0.4		9.2
10,000원 초과	3.7	1.3		7.5				
잘 모름	26.9	4.5		73.5	80.8	51.2	75.0	25.5
평균	4,631원	1,077원	1,288원	12,844원	3,754원	2,322원	2,096원	772원

〈그림 4-1-43〉 온라인만화 1회 평균 이용비용



온라인만화 이용 방식별 결제 방법에 대해 살펴본 결과, ‘만화 전문사이트 이용’ 시에는 ‘편 당 유료 결제’가 30.3%로 가장 높게 나타났다. ‘포털 웹툰 이용’ 시에도 ‘편 당 유료 결제’가 14.9%로 가장 높았고, ‘스마트폰 만화앱을 통해 이용’ 시에도 ‘편 당 유료 결제’가 21.2%로 가장 높았다.

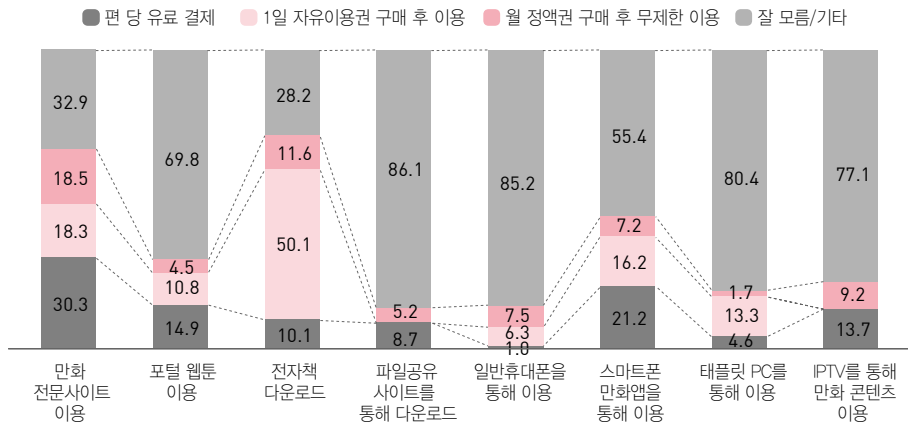
〈표 4-1-64〉 온라인만화 결제방법

(단위: %)

구 분	편 당 유료 결제	1일 자유이용권 구매 후 이용	월 정액권 구매 후 무제한 이용	잘 모름/기타
만화 전문사이트 이용 (N=113명)	30.3	18.3	18.5	32.9
포털 웹툰 이용 (N=633명)	14.9	10.8	4.5	69.8
전자책 다운로드 (N=7명)	10.1	50.1	11.6	28.2
파일공유사이트를 통해 다운로드 (N=22명)	8.7	-	5.2	86.1
일반휴대폰을 통해 이용 (N=10명)	1.0	6.3	7.5	85.2
스마트폰 만화앱을 통해 이용 (N=111명)	21.2	16.2	7.2	55.4
태블릿PC를 통해 이용 (N=21명)	4.6	13.3	1.7	80.4
IPTV를 통해 만화 콘텐츠 이용 (N=6명)	13.7	-	9.2	77.1

〈그림 4-1-44〉 온라인만화 결제방법

(단위: %)



4. 온라인만화 주 이용 사이트(앱, 채널 포함)

온라인만화 이용 시 주로 이용하는 사이트(앱, 채널 포함)로는 ‘네이버’가 63.6%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘다음’이 15.1%, ‘T스토어’가 3.0%, ‘만화가게’가 2.6%, ‘이코믹스’가 2.0%를 차지하고 있었다. ‘네이버’ 이용은 2010년 대비 7.3%p 감소했다. 2010년에는 포털사이트와 웹하드

를 이용하는 비율이 높게 나타났으나, 2011년도에는 만화 전문사이트의 이용 비중이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 4-1-65〉 온라인만화 주 이용 사이트 (Top10)

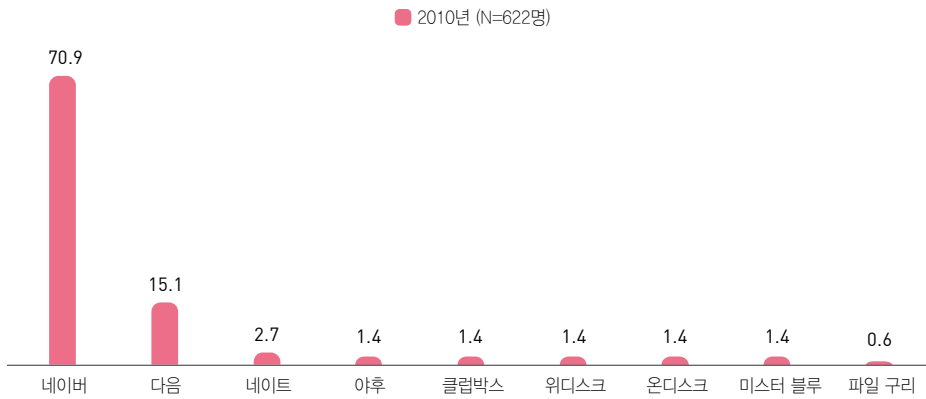
(단위: %)

구분	네이버	다음	네이트	야후	클럽박스	위디스크	온디스크	미스터 블루	파일 구리
2010년 (N=622명)	70.9	15.1	2.7	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	0.6

구분	네이버	다음	T 스토어	만화가게	이코믹스	코믹플러스	짱만화	코믹19	애니박스	만화 365
2011년 (N=760명)	63.6	15.1	3.0	2.6	2.0	1.6	1.5	1.5	1.5	1.3

〈그림 4-1-45〉 온라인만화 주 이용 사이트 (Top10)

(단위: %)



5. 온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용 비중

온라인 무료 만화 이용에서 ‘단행본 및 잡지’의 비중은 21.3%, ‘웹툰’의 비중은 78.7%였다. 2010년 대비 ‘단행본 및 잡지’의 비중은 9.5%p 감소했다. 온라인 무료 만화 단행본과 웹툰 이용 비율을 성별로 살펴보면 남자는 ‘웹툰’의 이용 비율이 여자에 비해 다소 높고, 여자는 ‘단행본 및 잡지’ 이용 비율이 남자에 비해 다소 높다. 연령별로는 ‘단행본 및 잡지’의 경우 40~49세의 이용 비율이 25.2%로 가장 높았고, ‘웹툰’은 25~29세의 이용 비율이 81.9%로 가장 높았다.

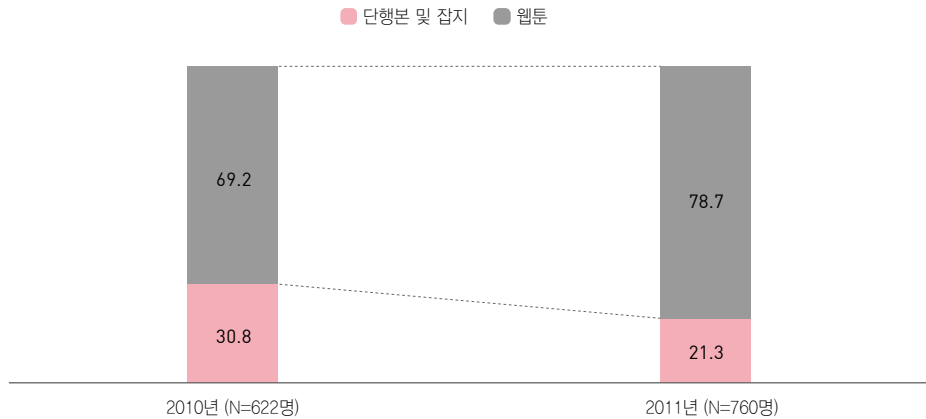
〈표 4-1-66〉 온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용 비중

(단위: %)

구 분	2010년 (N=622명)		2011년 (N=760명)	
	단행본 및 잡지	웹툰	단행본 및 잡지	웹툰
비 중	30.8	69.2	21.3	78.7

〈그림 4-1-46〉 온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용 비중

(단위: %)



〈표 4-1-67〉 온라인 무료 만화 단행본(잡지 포함)과 웹툰 이용비중 - 성, 연령별

(단위: %)

2010년 (N=622명)	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
	단행본 및 잡지	30.8	30.8	30.7	27.2	27.6	38.1	35.0	25.8
웹툰	69.2	69.2	69.3	72.9	72.4	61.9	65.0	74.2	75.6

2011년 (N=760명)	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
	단행본 및 잡지	21.3	20.3	22.4	19.7	24.5	20.7	18.1	20.6
웹툰	78.7	79.7	77.6	80.3	75.5	79.3	81.9	79.4	74.8

6. 단행본형 웹툰 구입/대여 경험 및 의향

‘은밀하게 위대하게’, ‘마음의 소리’처럼 웹툰을 단행본으로 묶은 만화를 구입/대여한 경험이 있는지 살펴본 결과, ‘둘 다 없다’는 응답이 87.1%로 가장 높게 나타났다. 또한 ‘대여만 했다’는 응답은 10.2%였는데, 이는 2010년의 조사와 상반되는 것이었다.

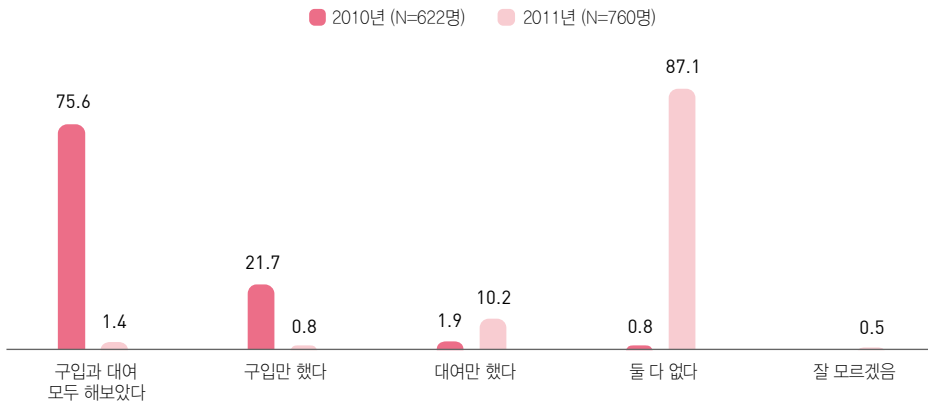
〈표 4-1-68〉 단행본형 웹툰 구입/대여 경험

(단위: %)

구분	구입과 대여 모두 해보았다	구입만 했다	대여만 했다	둘 다 없다	잘 모르겠음
2010년 (N=622명)	75.6	21.7	1.9	0.8	-
2011년 (N=760명)	1.4	0.8	10.2	87.1	0.5

〈그림 4-1-47〉 단행본형 웹툰 구입/대여 경험

(단위: %)



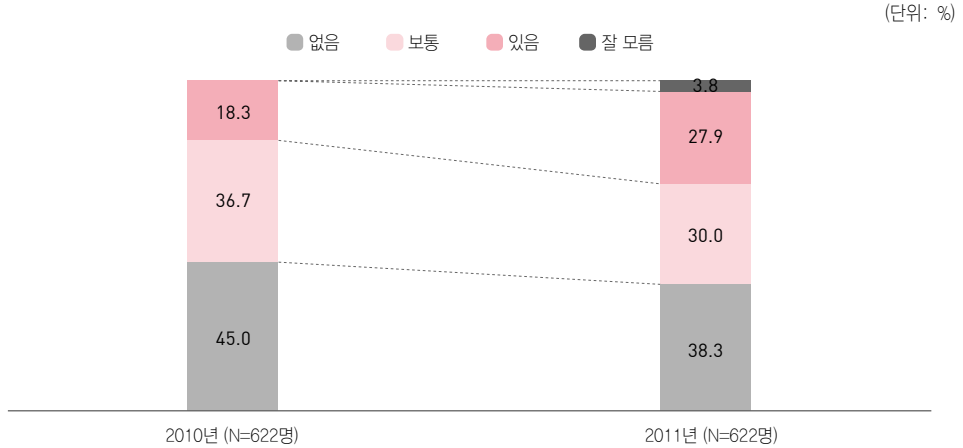
웹툰을 단행본으로 묶은 만화를 구입/대여한 경험이 없는 경우에 향후 구입/대여 의향이 있는지를 살펴봤는데, ‘의향 있음(매우 의향 있음+약간 의향 있음)’이 27.9%로, ‘의향 없음(전혀 의향 없음+별로 의향 없음)’이 38.3%로 나타났다.

〈표 4-1-69〉 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향

(단위: %)

구분	전혀 의향 없음	별로 의향 없음	보통	약간 의향 있음	매우 의향 있음	잘 모르겠음
2010년 (N=622명)	5.1	39.9	36.7	17.8	0.5	-
2011년 (N=662명)	3.4	34.9	30.0	22.6	5.3	3.8

〈그림 4-1-48〉 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향



웹툰을 단행본으로 묶은 만화를 구입/대여한 경험이 없는 경우에 향후 구입/대여 의향이 있는지를 50대를 포함해 살펴본 결과, ‘별로 의향 없음’이 34.9%로 가장 높게 나타났다. ‘의향 있음(매우 의향 있음+약간 의향 있음)’은 27.8%로, ‘의향 없음(전혀 의향 없음+별로 의향 없음)’은 38.3%로 나타났다.

성별로는 여자의 경우 향후 구입/대여 의향이 있는 비율이 31.2%로 남자에 비해 6.1%p 높았다. 연령별로는 15~19세의 경우 향후 구입/대여 의향이 있는 비율이 40.9%로 가장 높았고, 10~14세는 18.6%로 가장 낮았다.

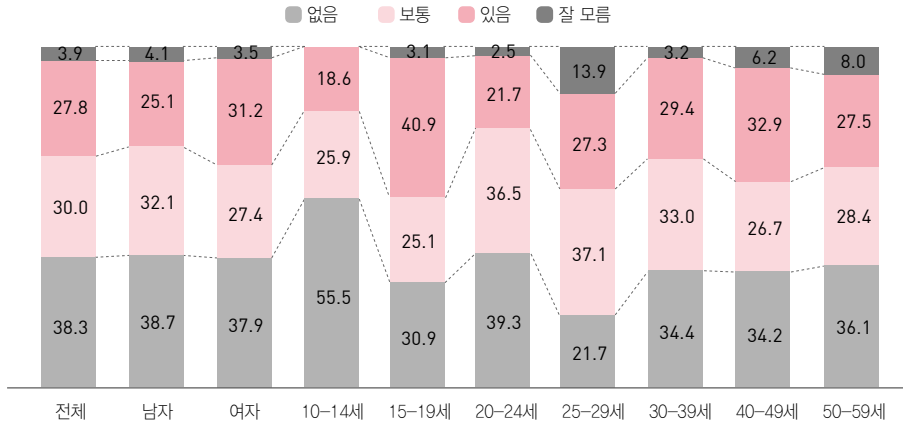
〈표 4-1-70〉 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	790명	437명	353명	211명	197명	144명	109명	81명	36명	12명
전혀 의향 없음	3.4	4.9	1.6	4.5	4.0	0.8	0.0	8.1	4.4	4.3
별로 의향 없음	34.9	33.8	36.3	51.0	26.9	38.5	21.7	26.3	29.8	31.8
보통	30.0	32.1	27.4	25.9	25.1	36.5	37.1	33.0	26.7	28.4
약간 의향 있음	22.6	21.2	24.2	12.9	34.8	15.9	24.0	25.8	28.0	22.1
매우 의향 있음	5.2	3.9	7.0	5.7	6.1	5.8	3.3	3.6	4.9	5.4
잘 모르겠음	3.9	4.1	3.5	0.0	3.1	2.5	13.9	3.2	6.2	8.0

〈그림 4-1-49〉 단행본형 웹툰 구입/대여 무경험 시 향후 구입/대여 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



7. 웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부

웹툰으로 인해 만화에 대한 관심 정도가 증가했다(정말 그런 편임+그런 편임)는 응답은 47.5%로, '그렇지 않다'는 응답은 12.7%로 나타났다. 50대를 포함하여 살펴본 결과, 남성의 경우에 관심도가 증가했다는 비율이 48.3%로 여자에 비해 2.8%p 높았다.

〈표 4-1-71〉 웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부

(단위: %)

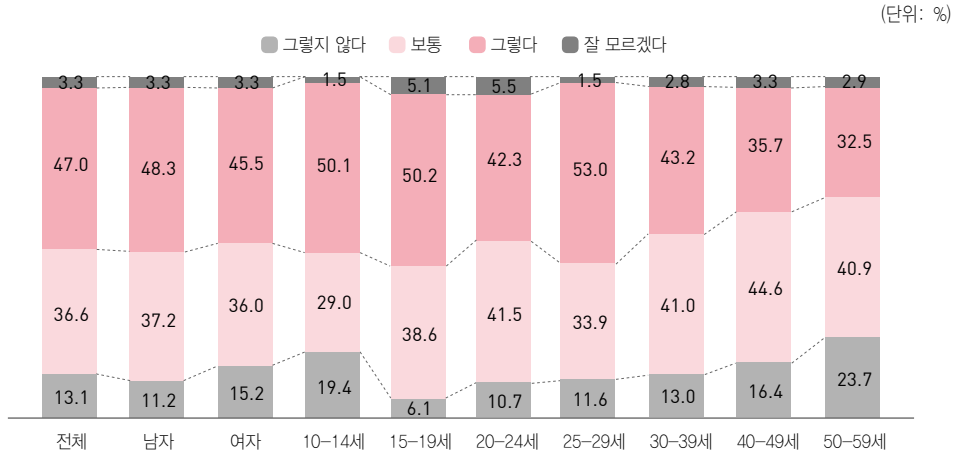
구분	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	그런 편임	정말 그런 편임	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	1.5	18.0	39.8	37.9	2.8	-
2011년 (N=1,226명)	0.6	12.1	36.5	32.9	14.6	3.3

〈표 4-1-72〉 웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
전혀 그렇지 않음	0.8	0.7	1.0	0.3	0.0	0.0	0.6	3.2	1.5	5.8
그렇지 않음	12.3	10.5	14.2	19.1	6.1	10.7	11.0	9.8	14.9	17.9
보통	36.6	37.2	36.0	29.0	38.6	41.5	33.9	41.0	44.6	40.9
그런 편임	32.6	34.2	30.9	29.0	37.4	30.0	39.0	33.8	25.0	25.5
정말 그런 편임	14.4	14.1	14.6	21.1	12.8	12.3	14.0	9.4	10.7	7.0
잘 모르겠음	3.3	3.3	3.3	1.5	5.1	5.5	1.5	2.8	3.3	2.9

〈그림 4-1-50〉 웹툰으로 인한 만화에 대한 관심도 증가여부 - 성, 연령별



8. 웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부

웹툰으로 인해 유료 만화 구입비용이 줄었다(정말 그런 편임+그런 편임)는 응답은 40.7%, 그렇지 않다(전혀 그렇지 않음+그렇지 않음)는 응답은 14.0%였다. 50대를 포함하여 살펴본 결과, 여자의 경우 줄었다는 비율이 41.2%로 남자에 비해 2.0%p 높게 나타났다.

〈표 4-1-73〉 웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부

(단위: %)

구분	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	그런 편임	정말 그런 편임	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	2.8	22.8	43.8	29.1	1.5	-
2011년 (N=1,226명)	1.2	12.8	42.0	29.4	11.3	3.3

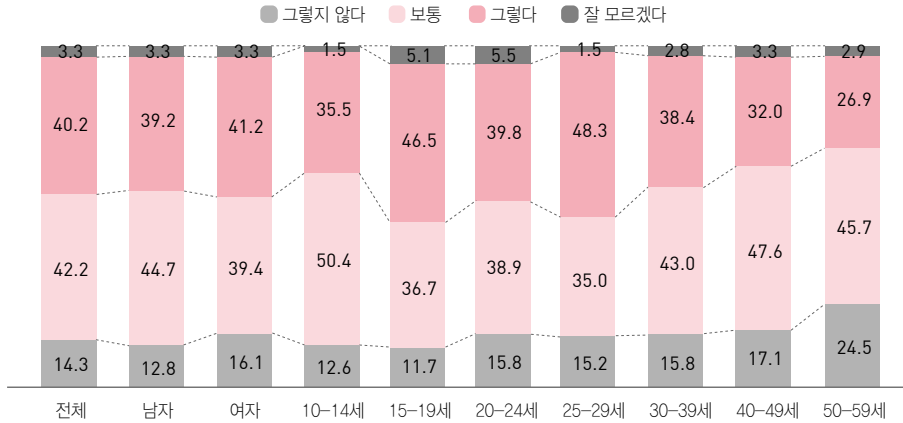
〈표 4-1-74〉 웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
전혀 그렇지 않음	1.3	1.3	1.4	0.6	0.9	0.8	1.0	3.4	1.5	5.5
그렇지 않음	13.0	11.5	14.7	12.0	10.8	15.0	14.2	12.4	15.6	19.0
보통	42.2	44.7	39.4	50.4	36.7	38.9	35.0	43.0	47.6	45.7
그런 편임	29.2	29.3	29.0	21.8	35.3	31.6	33.9	29.3	25.0	22.5
정말 그런 편임	11.0	9.9	12.2	13.7	11.2	8.2	14.4	9.1	7.0	4.4
잘 모르겠음	3.3	3.3	3.3	1.5	5.1	5.5	1.5	2.8	3.3	2.9

〈그림 4-1-51〉 웹툰으로 인한 유료 만화 구입비용 감소여부 - 성, 연령별

(단위: %)



9. 웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수

평소 포털사이트 하루 이용률을 100%라고 할 때 웹툰을 보는 비율은 32.0%로 나타나, 2010년 대비 5.4%p 증가했다. 포털사이트 웹툰을 한 번 볼 때 마다 29.2분 보는 것으로 조사되었으며, 한 달 평균 포털 사이트의 웹툰을 8.9편 보는 것으로 나타났다. 한 달 평균 이용편수는 2010년 대비 2.4편 감소했다.

성별로는 남자의 경우 웹툰 이용비중이 여자에 비해 1.3%p 높았다. 1회 평균 이용시간은 남자가 여자에 비해 2.3분 많았고, 한 달 평균 이용편수도 남자가 여자에 비해 0.9편 많았다.

연령별 웹툰 이용비중에서는 10~14세가 43.1%로 가장 높았고, 40~49세가 22.9%로 가장 낮았다. 1회 평균 이용시간은 20~24세가 31.4분으로 가장 많았고, 40~49세는 23.7분으로 가장 적었다. 한 달 평균 이용편수의 경우 15~19세가 10.8편으로 가장 많았고, 40~49세가 6.6편으로 가장 적었다.

〈표 4-1-75〉 웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수

(단위: %, 분, 편)

구분	2010년 (N=622명)			2011년 (N=633명)		
	포털사이트 이용 중 만화이용 비중	한 달 평균 이용시간	한 달 평균 이용편수	포털사이트 이용 중 만화이용 비중	1회 평균 이용시간	한 달 평균 이용편수
비중	26.6	85.3	6.5	32.0	29.2	8.9

〈표 4-1-76〉 웹툰 이용비중, 이용시간 및 이용편수 - 성, 연령별

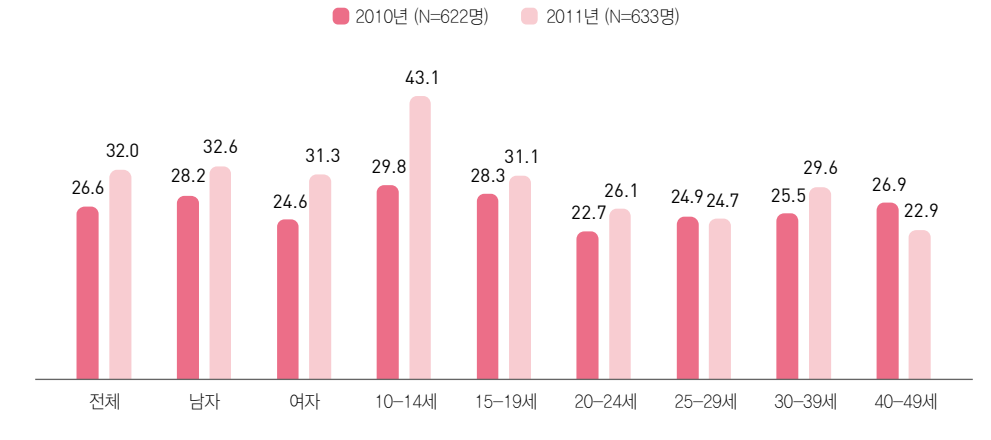
(단위: %, 분, 편)

2010년 (N=622명)	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
웹툰 이용비중	26.6	28.2	24.6	29.8	28.3	22.7	24.9	25.5	26.9
한 달 평균 이용시간	32.1	32.4	31.8	32.3	32.1	30.9	33.4	33.4	28.9
한 달 평균 이용편수	6.5	7.3	5.6	6.8	6.8	6.3	7.0	5.4	3.5

2011년 (N=633명)	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
웹툰 이용비중	32.0	32.6	31.3	43.1	31.1	26.1	24.7	29.6	22.9
1회 평균 이용시간	29.2	30.3	28.0	29.6	28.9	31.4	28.5	28.5	23.7
한 달 평균 이용편수	8.9	9.3	8.4	7.7	10.8	8.3	8.0	9.9	6.6

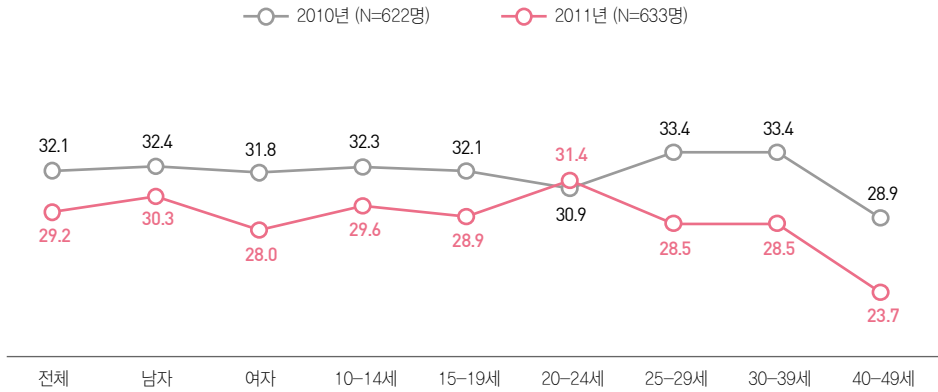
〈그림 4-1-52〉 웹툰 이용비중

(단위: %)



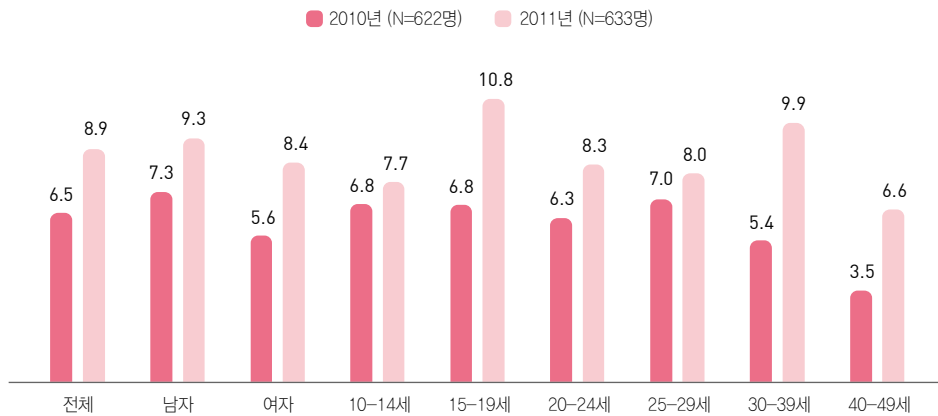
〈그림 4-1-53〉 웹툰 이용시간

(단위: 분)



〈그림 4-1-54〉 웹툰 이용편수

(단위: 편)



10. 온라인만화 선택 기준

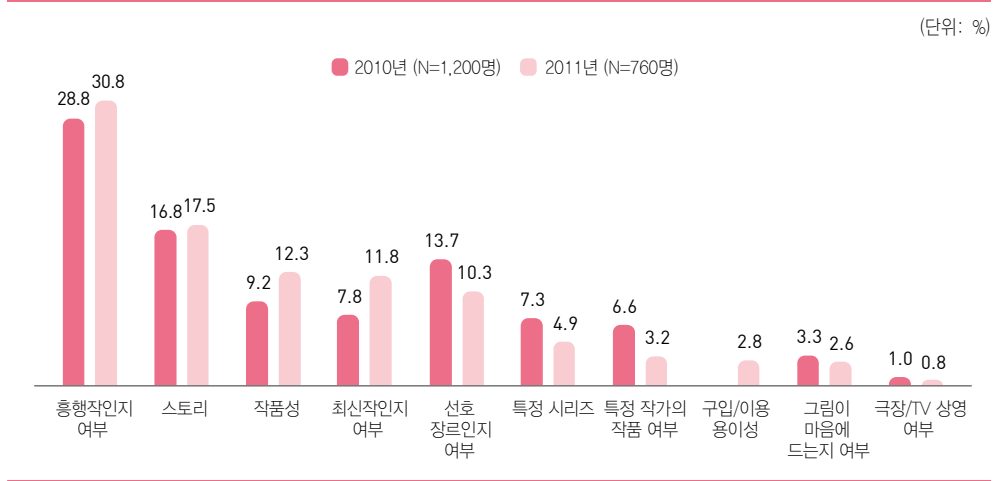
온라인만화를 선택할 때 가장 중요하게 고려한 기준에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘흥행작인지 여부’가 30.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘스토리’가 17.5%, ‘작품성’이 12.3%, ‘최신작인지 여부’가 11.8%, ‘선호 장르인지 여부’가 10.3%로 나타났다. ‘흥행작인지 여부’는 2010년 대비 2.0%p 증가했고, ‘선호 장르인지 여부’는 3.4%p 감소했다.

〈표 4-1-77〉 온라인만화 선택 기준 (Top10)

(단위: %)

구 분	흥행작인지 여부	스토리	작품성	최신작인지 여부	선호 장르인지 여부	특정 시리즈	특정 작가의 작품	구입/이용 용이성	그림이 마음에 드는지 여부	극장/TV 상영 여부
2010년 (N=1,200명)	28.8	16.8	9.2	7.8	13.7	7.3	6.6	-	3.3	1.0
2011년 (N=760명)	30.8	17.5	12.3	11.8	10.3	4.9	3.2	2.8	2.6	0.8

〈그림 4-1-55〉 온라인만화 선택 기준 (Top10)



11. 온라인만화 향후 이용 의향

각 온라인만화 이용 방법에 대해 향후 이용 의향이 어느 정도인지 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘포털에서 무료 만화콘텐츠 이용 의향(확실히 이용의향 있음+약간 이용의향 있음)’이 54.2%로 가장 높게 나타났다. ‘포털에서 웹툰 이용 의향’도 48.5%로, ‘만화 전문 사이트에서 무료 만화콘텐츠 이용 의향’도 43.0%로 나타났다.

〈표 4-1-78〉 온라인만화 향후 이용 의향

(단위: %)

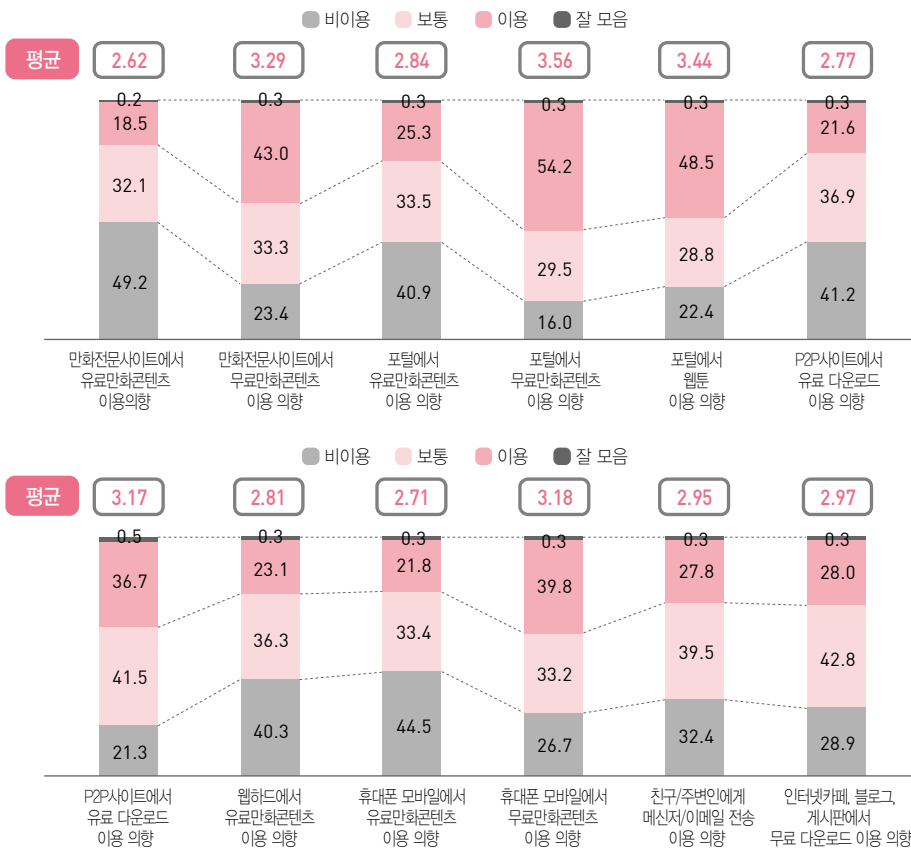
2011년 (N=1,500명)	전혀 이용 의향 없음	별로 이용 의향 없음	보통	약간 이용 의향 있음	확실히 이용 의향 있음	잘 모르겠음	평균
만화전문사이트에서 유료만화콘텐츠 이용 의향	9.4	39.8	32.1	16.1	2.4	0.2	2.62
만화전문사이트에서 무료만화콘텐츠 이용 의향	3.1	20.3	33.3	30.4	12.6	0.3	3.29
포털에서 유료만화콘텐츠 이용 의향	10.3	30.6	33.5	14.8	10.5	0.3	2.84

2011년 (N=1,500명)	전혀 이용 의향 없음	별로 이용 의향 없음	보통	약간 이용 의향 있음	확실히 이용 의향 있음	잘 모르겠음	평균
포털에서 무료만화콘텐츠 이용 의향	2.9	13.1	29.5	33.8	20.4	0.3	3.56
포털에서 웹툰 이용 의향	1.6	20.8	28.8	29.0	19.5	0.3	3.44
P2P사이트에서 유료 다운로드 이용 의향	8.6	32.6	36.9	16.7	4.9	0.3	2.77
P2P사이트에서 무료 다운로드 이용 의향	3.5	17.8	41.5	31.5	5.2	0.5	3.17
웹하드에서 유료 다운로드 이용 의향	8.1	32.2	36.3	17.2	5.9	0.3	2.81
휴대폰 모바일에서 유료만화콘텐츠 이용 의향	9.7	34.8	33.4	18.0	3.8	0.3	2.71
휴대폰 모바일에서 무료만화콘텐츠 이용 의향	4.4	22.3	33.2	30.7	9.1	0.3	3.18
친구/주변인에게 메신저/이메일 전송 이용 의향	4.7	27.7	39.5	23.5	4.3	0.3	2.95
인터넷카페, 블로그, 게시판에서 무료 다운로드 이용 의향	5.9	23.0	42.8	24.7	3.3	0.3	2.97

* '잘 모르겠음'을 제외하고, '전혀 이용 의향 없음' 1점, '별로 이용 의향 없음' 2점, '보통' 3점, '약간 이용 의향 있음' 4점, '확실히 이용 의향 있음' 5점 부여 후 평균 산출

<그림 4-1-56> 온라인만화 향후 이용 의향

(단위: %)



응답 산출이 불균 균분 분개개

12. 온라인만화 이용에 대한 불법 인식

각 온라인만화 이용 방법에 대해 불법 인식이 어느 정도인지 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘웹하드에서 유료 다운로드’가 합법(합법적임+아마 합법적일 것)이라는 비율이 77.3%로 가장 높게 나타났다. ‘P2P사이트에서 유료 다운로드’는 74.2%로, ‘P2P사이트에서 무료 다운로드’는 60.9%로 나타났다.

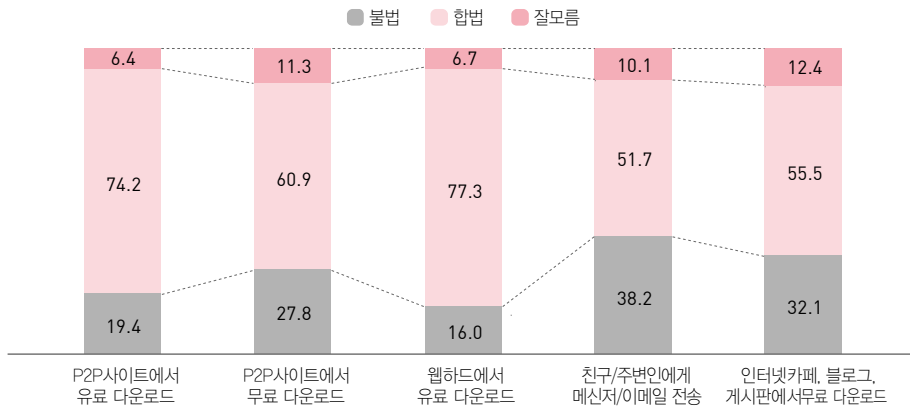
〈표 4-1-79〉 온라인만화 이용에 대한 불법 인식

(단위: %)

2011년 (N=1,500명)	확실히 불법임	아마 불법적일 것	아마 합법적일 것	합법적임	잘 모르겠음
P2P사이트에서 유료 다운로드	1.2	18.2	26.7	47.5	6.4
P2P사이트에서 무료 다운로드	4.1	23.7	34.0	26.9	11.3
웹하드에서 유료 다운로드	2.0	14.0	34.4	42.9	6.7
친구/주변인에게 메시지/이메일 전송	4.8	33.4	31.9	19.8	10.1
인터넷카페, 블로그, 게시판에서 무료 다운로드	5.1	27.0	30.9	24.6	12.4

〈그림 4-1-57〉 온라인만화 이용에 대한 불법 인식

(단위: %)



13. 만화 파일 불법 다운로드 심각성

만화 파일의 불법 다운로드가 ‘심각하다(매우 심각함+대체로 심각함)’는 응답은 39.5%, ‘심각하지 않다(전혀 심각하지 않음+별로 심각하지 않음)’는 응답은 14.2%로 나타났다.

〈표 4-1-80〉 만화 파일 불법 다운로드 심각성

(단위: %)

구분	매우 심각함	대체로 심각함	보통	별로 심각하지 않음	전혀 심각하지 않음
2010년 (N=1,200명)	4.0	36.6	45.3	13.8	0.4
2011년 (N=1,226명)	3.2	36.3	46.3	14.1	0.1

만화 파일의 불법 다운로드가 얼마나 심각하다고 생각하는지에 대해 50대를 포함하여 살펴본 결과, ‘심각하다(매우 심각함+대체로 심각함)’는 응답이 39.4%로, ‘심각하지 않다(전혀 심각하지 않음+별로 심각하지 않음)’는 응답은 13.9%로 나타났다. 남자의 경우 심각하다는 응답이 41.0%로 여자에 비해 3.3%p 높았다. 연령별로는 25~29세에서 심각하다는 응답이 55.6%로 가장 높았고, 10~14세에서는 30.1%로 가장 낮게 나타났다.

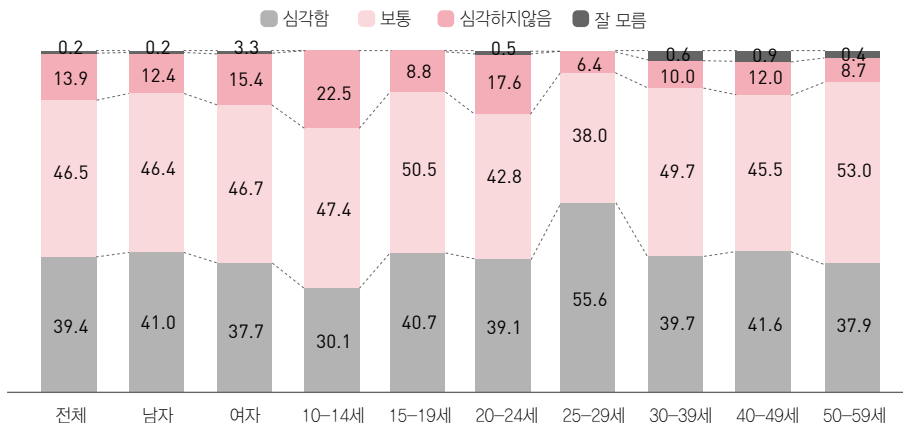
〈표 4-1-81〉 만화 파일 불법 다운로드 심각성 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
매우 심각함	3.1	2.9	3.4	2.1	4.0	6.1	1.6	2.3	1.2	1.9
대체로 심각함	36.3	38.1	34.3	28.0	36.7	33.0	54.0	37.4	40.4	36.0
보통	46.5	46.4	46.7	47.4	50.5	42.8	38.0	49.7	45.5	53.0
별로 심각하지 않음	13.8	12.4	15.3	22.5	8.8	17.6	6.4	9.4	12.0	8.7
전혀 심각하지 않음	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
잘 모르겠음	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.5	0.0	0.6	0.9	0.4

〈그림 4-1-58〉 만화 파일 불법 다운로드 심각성 - 성, 연령별

(단위: %)



〈표 4-1-82〉 만화 파일 불법 다운로드 심각성 인지 후 태도 변화 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
애초부터 불법 다운로드를 이용하지 않았다	51.2	52.3	49.8	58.5	41.0	48.6	51.8	54.4	56.5	65.9
이전에 불법으로 다운받은 적은 있지만 불법이용의 심각성을 인지한 후 그 이용 빈도가 줄어들었다	24.3	22.0	27.1	11.9	38.5	22.5	19.2	28.6	21.7	24.7
이전에 불법으로 다운받은 적은 있지만 불법 이용의 심각성을 인지한 후에는 하지 않는다	10.9	10.0	12.0	12.8	8.9	14.7	11.7	7.2	12.0	3.7
불법 이용의 심각성을 인지한 전후에 별 차이가 없다	11.9	13.3	10.2	16.8	9.8	13.6	14.9	6.1	6.5	2.8
잘 모르겠다	1.7	2.4	0.9	0.0	1.8	0.6	2.4	3.7	3.3	2.9

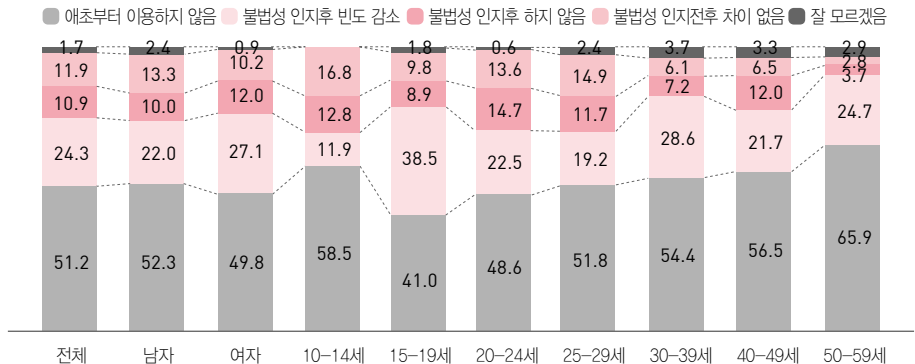
만화 파일의 불법 다운로드가 심각하다(매우 심각함+대체로 심각함)고 응답한 경우, 불법 다운로드의 심각성을 인지한 후 불법 다운로드에 대한 태도 변화를 살펴본 결과, ‘애초부터 불법 다운로드를 이용하지 않았다’는 응답이 51.2%로 가장 높았다. ‘이전에 불법으로 다운을 받은 적은 있지만 불법 이용의 심각성을 인지한 후 그 이용 빈도가 줄어들었다’는 응답은 24.3%로 나타났다.

남자의 경우는 ‘애초부터 불법 다운로드를 이용하지 않았다’는 응답이 52.3%로 여자에 비해 다소 높게 나타났고, 여자의 경우는 ‘이전에 불법으로 다운을 받은 적은 있지만 불법 이용의 심각성을 인지한 후 그 이용 빈도가 줄어들었다’는 응답이 27.1%로 남자에 비해 다소 높게 나타났다.

연령별로는 50~59세에서 ‘애초부터 불법 다운로드를 이용하지 않았다’는 응답이 65.9%로 가장 높게 나타났다. 15~19세에서는 ‘이전에 불법으로 다운을 받은 적은 있지만 불법 이용의 심각성을 인지한 후 그 이용 빈도가 줄어들었다’는 응답이 38.5%로 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

〈그림 4-1-59〉 만화 파일 불법 다운로드 심각성 인지 후 태도 변화 - 성, 연령별

(단위: %)



제5절

| 신문 연재만화 이용실태 |

1. 신문 연재만화 이용경험, 이용방법 및 이용시간

신문 연재만화 이용경험은 '있다'가 4.6%, '없다' 95.4%로 이용경험이 있는 비중이 상대적으로 매우 높았다. '일주일에 1~2번' 본다는 비율이 37.3%로 가장 높았으며, 1개월에 한 번 이상 신문 연재만화를 보는 비율은 85.7%로 나타났다.

〈표 4-1-83〉 신문 연재만화 이용경험

(단위: %)

구 분	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	21.6	78.4	4.6	95.4

〈표 4-1-84〉 신문 연재만화 이용빈도

(단위: %)

구 분	거의매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한 번	2~3개월에 한 번	4~6개월에 한 번	모름/ 무응답
2010년 (N=259명)	6.6	12.7	37.5	22.0	10.0	9.7	1.5	
2011년 (N=57명)	18.1	14.2	37.3	8.0	8.1	6.9	1.1	6.3

〈표 4-1-85〉 신문 연재만화 이용빈도 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	80명	46명	34명	1명	12명	3명	13명	22명	16명	14명
거의 매일	22.3	26.0	17.2	0.0	8.8	0.0	15.8	29.5	16.0	42.8
일주일에 3~4번	13.8	12.3	15.8	0.0	0.0	49.4	0.0	25.7	16.0	11.7
일주일에 1~2번	33.2	39.9	24.2	0.0	66.0	23.2	77.3	12.5	21.9	13.5
1개월에 2~3번	7.5	4.4	11.8	0.0	0.0	27.4	2.9	9.0	14.1	5.2
1개월에 1번	7.8	7.2	8.6	0.0	17.1	0.0	0.0	8.5	9.0	6.4
2~3개월에 한 번	7.2	3.3	12.6	100.0	0.0	0.0	0.0	6.9	12.2	8.8
4~6개월에 한 번	1.8	1.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	5.1
모름/무응답	6.4	5.9	7.0	0.0	8.1	0.0	4.0	7.9	6.3	6.5

신문 연재만화의 평일 하루 평균 이용시간은 12.8분으로, 휴일/공휴일 평균 이용시간은 11.1분으로 나타났다. 2010년 대비 평일 하루 평균 이용시간은 5.6분, 휴일/공휴일 평균 이용시간은 6.0분 증가했다.

〈표 4-1-86〉 신문 연재만화 이용시간

(단위: 분)

구 분	2010년 (N=259명)		2011년 (N=57명)	
	평일 하루 평균 이용 시간	휴일/공휴일 평균 이용시간	평일 하루 평균 이용 시간	휴일/공휴일 평균 이용시간
비 중	7.2	5.1	12.8	11.1

제6절 _

| 새로운 플랫폼(스마트폰, 태블릿PC)을 통한 만화 이용실태 |

1. 스마트폰을 이용한 만화 이용실태

응답자 중 스마트폰 이용자는 48.0%로 2010년 대비 42.6%p 증가한 것으로 나타났다. 성별로는 남자의 이용률이 52.0%로 여자에 비해 다소 높았으며, 연령별로는 25~29세의 이용률이 65.9%로 가장 높게 나타났다.

〈표 4-1-87〉 스마트폰 이용 여부

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
2010년									
응답수	1,200명	608명	592명	333명	281명	221명	192명	115명	58명
사용	5.4	7.1	3.7	2.7	1.8	9.0	7.3	9.6	10.3
비사용	94.6	92.9	96.3	97.3	98.2	91.0	92.7	90.4	89.7
2011년									
응답수	1,226명	636명	591명	340명	297명	208명	165명	145명	72명
사용	48.0	52.0	43.7	33.2	41.2	64.8	65.9	58.4	35.5
비사용	52.0	48.0	56.3	66.8	58.8	35.2	34.1	41.6	64.5

스마트폰 이용자 중 스마트폰을 통해 만화를 이용한 경험이 있는 비율은 37.8%로 나타났고, 여자는 44.6%로 남자의 32.5%보다 이용 경험률이 높았다. 연령별로는 25~29세의 이용률이 46.6%로 가장 높게 나타났으며 40~49세의 이용률은 24.5%로 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-1-88〉 스마트폰으로 만화 이용 경험 여부

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
2010년									
응답수	65명	43명	22명	9명	5명	20명	14명	11명	6명
이용	36.9	30.2	50.0	22.2	0.0	55.0	50.0	27.3	16.7
비이용	63.1	69.8	50.0	77.8	100.0	45.0	50.0	72.7	83.3
2011년									
응답수	589명	330명	258명	113명	122명	135명	109명	84명	26명
이용	37.8	32.5	44.6	31.5	42.9	37.1	46.6	33.0	24.5
비이용	62.2	67.5	55.4	68.5	57.1	62.9	53.4	67.0	75.5

스마트폰으로 만화를 이용할 때, 네이버/다음 등 포털사이트를 이용한다는 응답이 53.5%로 가장 높게 나타났고, 애플 앱스토어나 T스토어 등에서 만화 앱을 다운로드한다는 응답은 35.2%로 나타났다.

향후 스마트폰으로 만화를 볼 의향에 대해 ‘이용(확실히 이용+아마 이용)’은 64.1%로, ‘비이용(확실히 비이용+아마 비이용)’은 32.6%로 나타났다.

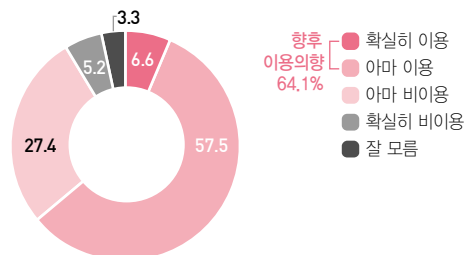
〈표 4-1-89〉 스마트폰으로 만화 이용방법

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
응답 수	223명	107명	115명	35명	52명	50명	51명	28명	6명
포털 이용	53.5	55.9	51.2	64.2	69.3	50.0	50.1	27.1	32.5
만화 앱 다운로드	35.2	35.4	35.0	19.1	25.2	42.5	32.4	60.8	59.6
만화 전문사이트 이용	4.3	6.8	1.9	0.0	5.5	1.9	6.3	8.1	4.1
파일공유사이트에서 다운로드 후 스마트폰을 이용	4.2	1.9	6.5	16.7	0.0	0.0	5.8	1.9	1.9
기타	2.8	0.0	5.4	0.0	0.0	5.6	5.4	2.1	1.9

〈그림 4-1-60〉 향후 스마트폰으로 만화 이용의향

(단위: %)



2. 태블릿PC를 이용한 만화 이용실태

응답자 중에서 태블릿PC 이용자는 4.4%였으며 이는 2010년 대비 3.4%p 증가한 것이다. 여자의 이용률이 4.7%로 남자에 비해 다소 높았으며, 연령별로는 25~29세의 이용률이 7.3%로 가장 높게 나타났다.

〈표 4-1-90〉 태블릿PC 이용자

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	
2010년	응답수	1,200명	608명	592명	333명	281명	221명	192명	115명	58명
	사용	1.0	1.2	0.8	0.6	2.1	-	0.5	1.7	1.7
	비사용	99.0	98.8	99.2	99.4	97.9	100.0	99.5	98.3	98.3
2011년	응답수	1,226명	636명	591명	340명	297명	208명	165명	145명	72명
	사용	4.4	4.2	4.7	2.1	3.2	6.2	7.3	7.2	3.4
	비사용	95.6	95.8	95.3	97.9	96.8	93.8	92.7	92.8	96.6

태블릿PC 이용자 중 태블릿PC를 이용하여 만화를 이용한 경험이 있는 비율은 68.0%로 나타났는데, 남자가 78.8%로 57.7%인 여자보다 이용률이 높았다. 연령별로는 20~24세의 이용률이 88.7%로 가장 높게 나타났고 10~14세의 이용률은 0.0%로 가장 낮게 나타났다.

〈표 4-1-91〉 태블릿PC로 만화 이용 경험 여부

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	
2010년	응답수	12명	7명	5명	2명	6명	-	1명	2명	1명
	이용	83.3	85.7	80.0	100.0	83.3	-	100.0	50.0	100.0
	비이용	16.7	14.3	20.0	-	16.7	-	-	50.0	-
2011년	응답수	54명	27명	28명	7명	10명	13명	12명	10명	2명
	이용	68.0	78.8	57.7	0.0	80.3	88.7	74.7	71.6	60.3
	비이용	32.0	21.2	42.3	100.0	19.7	11.3	25.3	28.4	39.7

태블릿PC로 만화를 이용할 때, 애플 앱스토어나 T스토어 등에서 만화 앱을 다운로드한다는 응답이 51.2%로 가장 높게 나타났으며, 네이버/다음 등 포털사이트를 이용한다는 응답은 45.5%로 나타났다.

〈표 4-1-92〉 태블릿PC로 만화 이용방법

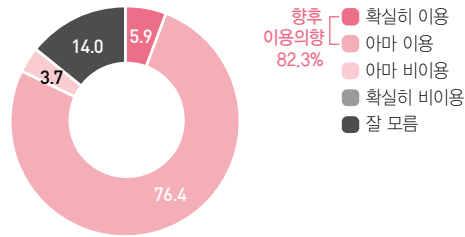
(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
응답 수	37명	21명	16명	-	8명	11명	9명	7명	1명
만화 앱 다운로드	51.2	40.6	65.1	-	0.0	78.3	41.7	67.4	83.6
포털 이용	45.5	58.9	28.0	-	91.2	21.7	53.4	32.6	10.0
파일공유사이트에서 다운로드 후 스마트폰을 이용	1.8	0.0	4.2	-	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0
만화 전문사이트 이용	1.5	0.5	2.7	-	0.0	0.0	4.9	0.0	6.4

향후 태블릿PC로 만화를 볼 의향에 대해 ‘이용(확실히 이용+아마 이용)’한다는 응답은 82.3%, ‘비이용(확실히 비이용+아마 비이용)’한다는 응답은 3.7%로 나타났다.

〈그림 4-1-61〉 향후 태블릿PC로 만화 이용의향

(단위: %)



제7절

| 만화에 대한 인식 |

1. 만화 이용에 미치는 중요 정도

각 요인별로 만화 이용에 미치는 중요 정도를 살펴본 결과, ‘흥행작인지 여부’가 중요하다(매우 중요함+중요함)는 응답이 83.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘스토리’ 80.3%, ‘작품성’ 73.0%, ‘선호 장르인지 여부’ 72.9%, ‘그림이 마음에 드는지 여부’ 72.4%, ‘그림의 완성도’ 72.4%의 순서를 나타냈다. ‘극장/TV 상영물 여부’는 중요하지 않다(전혀 중요하지 않음+중요하지 않음)

는 응답이 9.6%로 가장 높게 나타났다.

중요도 역시 ‘흥행작인지 여부’가 4.08점으로 가장 높았고, ‘극장/TV 상영물 여부’는 3.67점으로 가장 낮았다.

〈표 4-1-93〉 만화 이용에 미치는 중요 정도

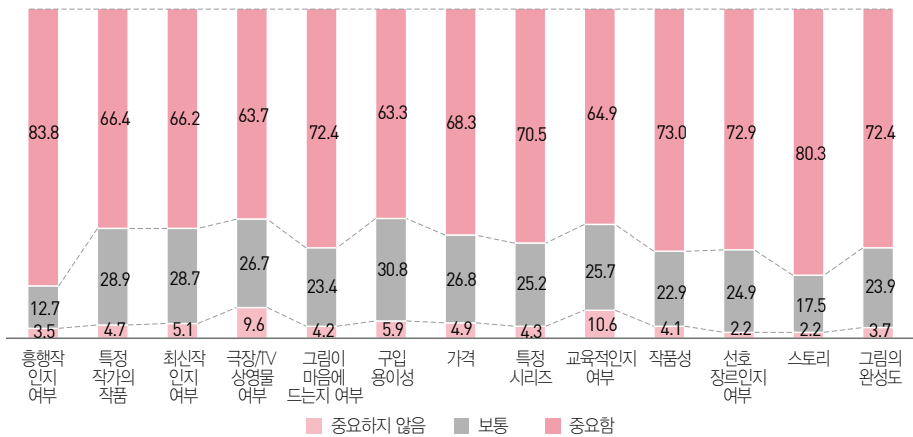
(단위: %)

구 분	중요도 점수		전혀 중요 하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
	2010년 (N=1,200명)	2011년 (N=1,226명)					
흥행작인지 여부	4.08	4.08	0.1	3.4	12.7	55.8	28.0
특정작가의 작품	3.95	3.87	0.2	4.5	28.9	40.7	25.7
최신작인지 여부	4.06	3.78	0.4	4.7	28.7	48.8	17.4
극장/TV상영물 여부	3.86	3.67	1.0	8.6	26.7	50.2	13.5
그림이 마음에 드는지 여부	3.96	3.90	0.8	3.4	23.4	49.4	23.0
구입용이성	3.80	3.72	0.8	5.1	30.8	47.3	16.0
가격	3.85	3.83	0.4	4.5	26.8	48.8	19.5
특정 시리즈	3.92	3.85	0.3	4.0	25.2	51.3	19.2
교육적인지 여부	3.70	3.70	0.8	8.6	25.7	49.3	15.6
작품성	4.07	3.92	0.2	3.9	22.9	50.1	22.9
선호 장르인지 여부	4.16	3.95	0.2	2.0	24.9	48.8	24.1
스토리	4.18	4.07	0.0	2.2	17.5	50.9	29.4
그림의 완성도	4.01	3.83	0.3	3.4	23.9	57.7	14.7

* 매우 중요 5점, 중요 4점, 보통 3점, 중요안함 2점, 전혀 중요안함 1점으로 부여 후 중요도 산출

〈그림 4-1-62〉 만화 이용에 미치는 중요 정도

(단위: %)



2. 만화 이용에 대한 평소 인식

만화에 대해 평소 어떠한 인식을 가지고 있는지 살펴본 결과, ‘만화에 나오는 캐릭터에 관심이 많은 편이다(정말 그런 편임+그런 편임)’라고 생각하는 응답이 62.4%로 가장 높았다. ‘만화는 나에게 유익한 점이 많다’가 60.4%, ‘만화는 현대 사회에 반드시 필요한 매체이다’가 60.0%로 나타났다. 인식도 역시 ‘만화에 나오는 캐릭터에 관심이 많은 편이다’가 3.67점으로 가장 높았고, ‘만화를 즐겨보는 것은 교양이 없는 것이다’가 2.45점으로 가장 낮았다.

〈표 4-1-94〉 만화 이용에 대한 평소 인식

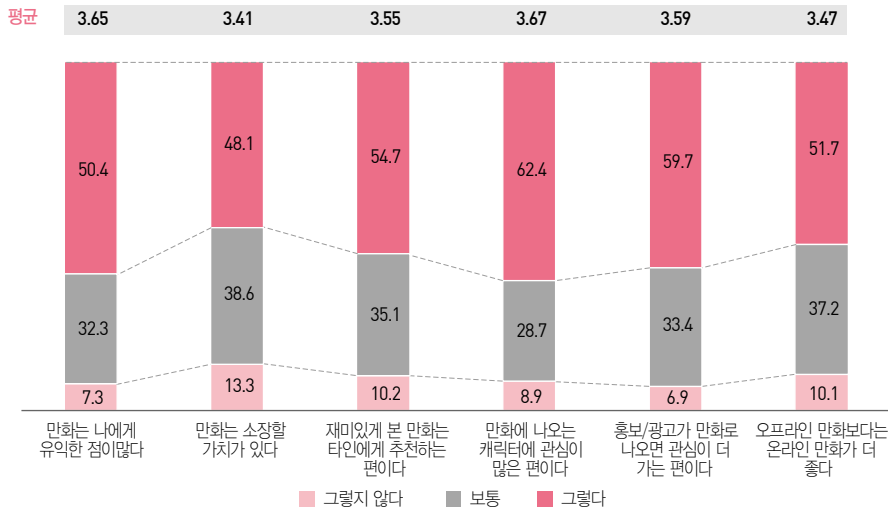
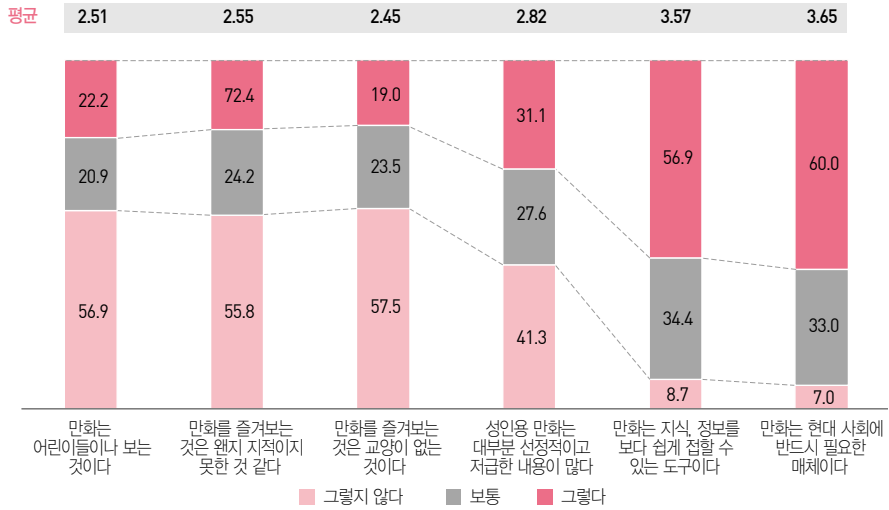
(단위: %)

구 분	인식도 평균		전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	그런 편임	정말 그런 편임
	2010년 (N=1,200명)	2011년 (N=1,226명)					
만화는 어린이들이나 보는 것이다	2.27	2.51	16.0	40.9	20.9	20.8	1.4
만화를 즐겨보는 것은 왠지 지적이지 못한 것 같다	2.32	2.55	14.9	40.9	24.2	14.6	5.4
만화를 즐겨보는 것은 교양이 없는 것이다	2.32	2.45	17.8	39.7	23.5	18.0	1.0
성인용 만화는 대부분 선정적이고 저급한 내용이 많다	2.61	2.82	11.1	30.2	27.6	27.4	3.7
만화는 지식, 정보를 보다 쉽게 접할 수 있는 도구이다	3.38	3.57	0.9	7.8	34.4	47.6	9.3
만화는 현대 사회에 반드시 필요한 매체이다	3.47	3.65	0.5	6.5	33.0	47.6	12.4
만화는 나에게 유익한 점이 많다	3.55	3.65	0.6	6.7	32.3	48.1	12.3
만화는 소장할 가치가 있다	3.18	3.41	1.2	12.1	38.6	40.5	7.6
재미있게 본 만화는 타인에게 추천하는 편이다	3.49	3.55	0.3	9.9	35.1	44.0	10.7
만화에 나오는 캐릭터에 관심이 많은 편이다	3.37	3.67	0.7	8.2	28.7	48.7	13.7
홍보/광고가 만화로 나오면 관심이 더 가는 편이다	3.36	3.59	0.9	6.0	33.4	52.9	6.8
오프라인만화보다는 온라인만화가 더 좋다	2.98	3.47	0.7	9.4	37.2	47.4	5.3

* 매우 중요 5점, 중요 4점, 보통 3점, 중요안함 2점, 전혀 중요안함 1점으로 부여 후 인식도 산출

〈그림 4-1-63〉 만화 이용에 대한 평소 인식

(단위: %)



제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과

제1절

| 콘텐츠 교육기관 현황조사 개요 |

1. 조사 개요

2010년 만화 관련 교육기관 현황은 ‘2010 콘텐츠 교육기관 현황조사’ 결과를 바탕으로 작성하였다. ‘2010 콘텐츠 교육기관 현황조사’는 ‘콘텐츠산업’에 대한 장르 정의를 현실적인 측면에서 재검토하고 국내 관련 교육기관의 현황을 파악하여, 향후 관련 산업의 인적자원 수요·공급관련 정책 수립에 참고할 수 있는 자료를 수집하려는 목적에서 실시되었다. 또한 2008년에 확정된 모집단 정보를 업데이트하고 신규로 추가된 학교 및 학과 정보를 수집하며 콘텐츠 관련 학과의 현황 파악 및 시계열 분석을 목적으로 시행된 것이기도 하다. 조사는 2010년 12월부터 2011년 3월까지 실시되었다. 조사원에 의한 실사 등의 검토를 거쳐 최종 모집단으로 확정된 기관에는 정규 교육기관 1,736개, 비정규 교육기관 121개가 포함되었다.

〈표 4-2-1〉 조사 개요

조사 대상	2010년 4월 기준 교육통계시스템 원자료에 속한 콘텐츠 관련 학과를 대상으로 한 키워드 매칭 결과 1,736개의 정규 교육기관과 121개의 비정규 교육기관 선정
조사 방법	전화조사 및 FAX, E-mail을 통한 서면조사
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 학교 및 학과 현황 - 취업 관련 지원활동 - 교육기관 현황 통계 이용 현황
조사 기간	2010년 12월 ~ 2011년 3월

2. 조사 대상 모집단 설정

‘2010 콘텐츠 교육기관 현황조사’는 「문화산업진흥기본법⁸⁵⁾」과 「2009 문화산업통계조사」에서 활용하고 있는 문화산업의 정의를 적용하여 ‘콘텐츠 교육기관’을 정리하였다.

1) 정규 교육기관

본 조사에서는 2008년 콘텐츠 교육기관 현황조사의 기본 7개 장르를 그대로 유지하였다. 모집단 정리 시에는 2008년 조사와 마찬가지로 한국교육개발원의 교육통계시스템 원자료(2010년 4월 시점)를 기준으로 하였다. 4월인 모집단의 자료 수집 기준 시점과 12월인 설문조사 기준 시점의 시간적 차이로 인해 발생하는 학생, 교수, 학과 현황 등의 변동을 반영하기 위해 총 4단계의 모집단 선정 절차를 거쳐 최종 모집단을 확정하였다.

〈표 4-2-2〉 장르별 모집단 정의

분야	정의
애니메이션	애니메이션 기획, 마케팅, 시나리오, 셀 애니메이션, 그래픽 디자인, 프로그래밍 등 애니메이션 관련 산업
만화	출판만화 및 인터넷 만화관련 기획, 마케팅, 제작, 유통 등 만화 관련 산업
캐릭터	캐릭터 개발, 라이선스, 상품제조, 유통 등 캐릭터 관련 산업
음악	기획, 마케팅, 프로듀서, 세션, 엔지니어링, 작사, 작곡, 편곡 등 음악 관련 산업
게임	기획, 마케팅, 그래픽 디자인, 게임, 프로그래밍, H/W 엔지니어링 등 게임 관련 산업
영화	영화기획, 마케팅, 시나리오, 프로듀싱, 촬영, 조명, 미술, 특수효과, 음향 등 영화 관련 산업
방송	방송관리, 기자, 프로듀서, 작가, 아나운서, 기술스텝 등 방송 관련 산업

〈표 4-2-3〉 단계별 모집단 선정 과정

단계	내용
1단계	검토 모집단 정보 확보: 한국교육개발원의 교육통계시스템 원자료(2010년 4월 기준) 수집
2단계	산업별 키워드 매칭 실시: 2008년 조사된 학과 및 해당 학과에 대한 키워드, 커리큘럼 등에서 어휘 추출
3단계	비해당 학과 제거
4단계	조사원 확인을 통해 2010년 12월 조사시점 기준 조사 가능학과 선별 및 모집단 최종 확정

85) 2008년 3월 28일에 개정된 「문화산업진흥기본법」에 따르면 문화산업은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로서 영화, 음반·비디오·게임, 출판·인쇄물·정기간행물, 방송영상물, 문화재, 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일콘텐츠·디자인(산업디자인 제외)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업, 디지털콘텐츠 및 멀티미디어콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스, 그 밖에 전통의상·식품 등 전통문화 자원을 활용하는 산업 등의 관련 산업을 일컫는다.

〈표 4-2-4〉 정규 교육기관 모집단 선정 과정

(단위: 명)

장르구분별	전문계 고등학교	2/3년제 대학	4년제 대학	대학원	소계
검토대상 리스트* 확보	2,987	5,523	14,138	13,011	35,659
산업별 키워드 매칭 후 비해당 학과 제거	343	688	754	1,196	2,981
2010년 최종 모집단 (폐과, 폐원 제외)	258	346	653	479	1,736
2008년 모집단	234	310	598	417	1,559
2006년 모집단	105	345	337	250	1,037

* 검토대상 리스트 자료: 한국교육개발원(KEDI) 교육통계시스템 원자료(2010년 4월 기준)

2) 비정규 교육기관

2008년과 마찬가지로 공공기관 산하, 민간 아카데미, 직업전문학교 및 평생교육기관을 비정규 교육기관의 범위로 설정하고 1차적으로 총 191개의 기관으로 모집단을 정리하였다. 이후 조사원에 의한 실사 진행 등의 검토를 거쳐 121개 기관을 최종 모집단으로 확정하였다.

〈표 4-2-5〉 비정규 교육기관 모집단 선정 과정

(단위: 개)

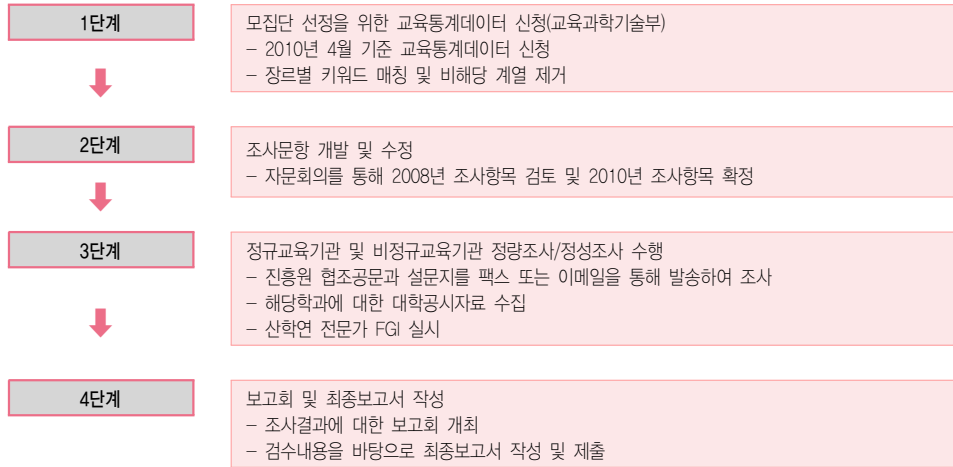
구분	공공기관 산하	민간 아카데미	직업전문학교	평생교육기관	소계
검토대상 리스트 확보	51	45	29	66	191
최종 모집단	39	24	19	39	121

3. 조사 절차 및 내용

1) 조사 절차

‘2010 콘텐츠 교육기관 현황조사’는 팩스와 이메일을 통한 서면조사 방식 및 대학공시 통계자료 검색을 병행하는 방법으로 실행되었다.

〈그림 4-2-1〉 단계별 진행 절차



〈표 4-2-6〉 주요 조사 내용

구분	주요 조사 내용
I. 학교 및 학과 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 학과 생성시기 - 교수의 학력 및 전공 - 2010 졸업생의 취업/진로 진출 분야 - 학교 및 학과 정부지원사업 수혜 경험 - 학교 및 학과별 입학생 수/재학생 수/졸업생 수 - 졸업생의 취업자 - 교육시설/기자재 보유 충분도 - 교육시설/기자재 보유 현황 - 향후 구매 시설/기자재 - 시설 조달 방식 및 예산
II. 취업 관련 지원활동	<ul style="list-style-type: none"> - 정부지원사업 수혜 여부 - 사업에 대한 만족도 및 개선사항 - 산학연계 경험률 - 산학연계 주요 활동 및 만족도 - 해외교류 경험률 - 주요 해외교류 활동 및 만족도
III. 교육기관 현황 통계 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠산업정보포털(www.culturist.or.kr)의 '교육기관 현황' 메뉴 이용률 - 만족도 및 만족/불만족 이유

2) 무응답 보정

단위무응답의 경우, 학생 및 교원 수와 관련해서는 모든 학교별·학과별 자료가 제공되고 있어, 해당 자료는 전수로 파악하였다. 항목무응답의 경우, 대학공시자료를 통해 자료를 얻을 수 있는 항목 외에 대해서는 1차적으로 재조사를 실시하였으며, 그 이후에도 무응답이 보정되지 않은 경우에는 장르×학제의 층으로 구분하여 해당 층에 있는 값들의 평균으로 대체하였다.

제2절 _

| 대학의 콘텐츠 관련 학과 현황 |

1. 학교 현황

1) 학과 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 수는 1,478개로, 이는 2008년 1,325개에 비해 153개가 증가한 것이다. 학과들 중에서는 방송 장르에 속한 학과 수가 662개로 가장 많으며, 캐릭터 장르는 2008년 대비 학과 수가 61개 증가하여 증가폭이 가장 큰 것으로 나타났다.

만화 장르의 경우는 2008년 20개 학과가 2010년에는 26개로 6개 증가했다. 학제별로 살펴보면, 2/3년제 대학의 경우 2008년 7개에서 2010년 6개, 4년제 대학교의 경우 9개에서 13개, 대학원의 경우 2008년 4개에서 2010년 7개로 변했으며, 4년제 대학교에서 학과 수가 가장 많이 증가했다.

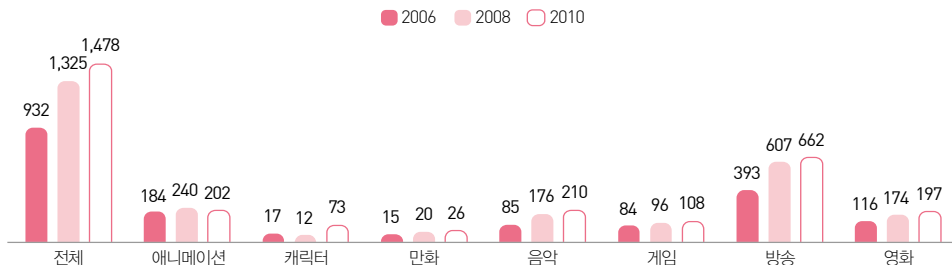
〈표 4-2-7〉 대학 콘텐츠 관련 학과 분포

(단위: 개)

구분	전체			2/3년제 대학			4년제 대학교			대학원		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
사례 수	932	1,325	1,478	345	310	346	337	598	653	250	417	479
애니메이션	184	240	202	71	52	38	72	140	105	41	48	59
캐릭터	17	12	73	13	6	32	1	4	26	3	2	15
만화	15	20	26	8	7	6	4	9	13	3	4	7
음악	85	176	210	37	37	52	34	72	88	14	67	70
게임	84	96	108	52	42	37	23	42	47	9	12	24
방송	393	607	662	125	133	144	127	236	285	141	238	233
영화	116	174	197	35	33	37	51	95	89	30	46	71

〈그림 4-2-2〉 장르별 콘텐츠 학과 수 변동

(단위: 개)



콘텐츠 관련 학과를 보유한 전체 학교 수는 2008년의 370개가 2010년에는 372개로 2개 증가했다. 4년제 대학교는 증가한 반면 대학원은 감소했고, 2/3년제 대학에서는 학교 수에 증감이 없었다.

2010년 만화 관련 학과를 보유한 학교는 2008년의 18개에서 3개가 증가한 21개이다. 학제별로 살펴보면, 2/3년제 대학은 2008년 6개에서 2010년 5개로 감소했고, 4년제 대학교는 9개 그대로 유지되었으며, 대학원은 3개에서 7개로 증가하는 등 다양한 변화 추세를 나타냈다.

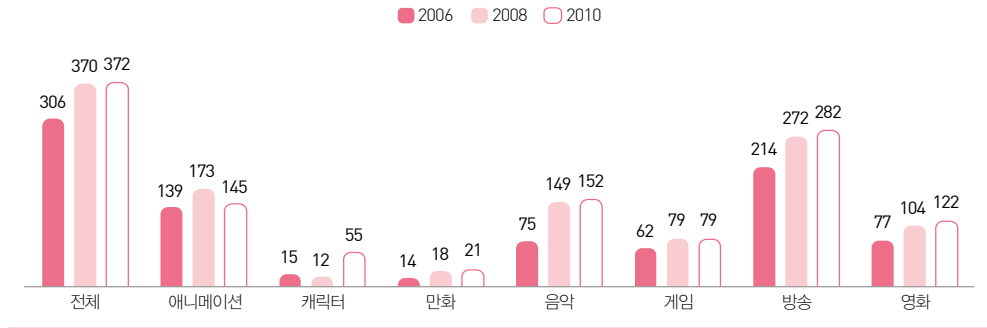
〈표 4-2-8〉 대학 콘텐츠 관련 학과 보유 학교 장르별 분포

(단위: 개)

구분	전체			2/3년제 대학			4년제 대학교			대학원		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
사례 수	306	370	372	114	101	101	111	156	160	81	113	111
애니메이션	139	173	145	58	42	31	50	98	77	31	33	37
캐릭터	15	12	55	11	6	22	1	4	22	3	2	11
만화	14	18	21	8	6	5	4	9	9	2	3	7
음악	75	149	152	31	33	40	32	59	62	12	57	50
게임	62	79	79	38	36	30	17	34	35	7	9	14
방송	214	272	282	74	67	72	75	116	126	65	89	84
영화	77	104	112	26	18	25	32	61	54	19	25	33

〈그림 4-2-3〉 장르별 콘텐츠 학교 수 변동

(단위: 개)



2) 교원 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과에 종사하고 있는 교원은 총 11,690명으로 2008년의 9,214명보다 2,476명 증가하였다. 애니메이션, 만화, 게임, 영화 장르에서는 전임교원의 구성비가 증가했으며, 캐릭터, 음악, 방송 장르의 전임교원의 비율은 2008년 대비 감소한 것으로 나타났다.

만화 학과의 경우, 총 교원 수는 219명이었고 전임교원의 비율은 44.3%이다. 이는 2008년의 175명에서 44명 증가한 것이며, 전임교원의 구성비 역시 0.9%p 증가했다.

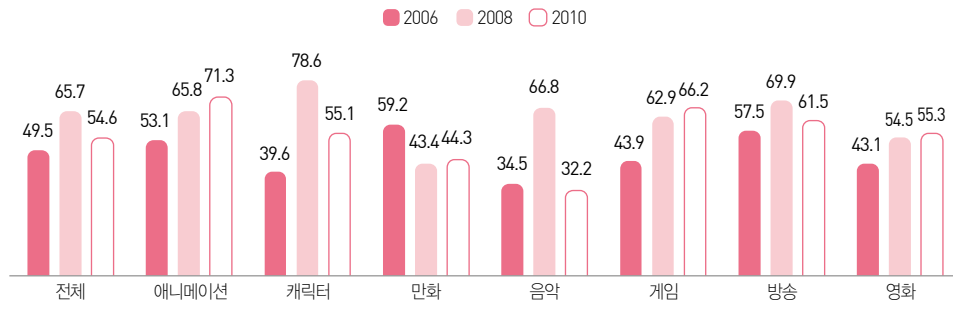
〈표 4-2-9〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 교원 현황

(단위: 명, %)

구분	2006		2008		2010	
	전임	비전임	전임	비전임	전임	비전임
전체	4,194 (49.5)	4,274 (50.5)	6,052 (65.7)	3,162 (34.3)	6,387 (54.6)	5,303 (45.4)
애니메이션	900 (53.1)	796 (46.9)	958 (65.8)	499 (34.2)	903 (71.3)	363 (28.7)
캐릭터	53 (39.6)	81 (60.4)	44 (78.6)	12 (21.4)	317 (55.1)	258 (44.9)
만화	61 (59.2)	42 (40.8)	76 (43.4)	99 (56.6)	97 (44.3)	122 (55.7)
음악	491 (34.5)	933 (65.5)	970 (66.8)	482 (33.2)	876 (32.2)	1,847 (67.8)
게임	324 (43.9)	414 (56.1)	344 (62.9)	203 (37.1)	468 (66.2)	239 (33.8)
방송	1,817 (57.5)	1,344 (42.5)	2,941 (69.9)	1,266 (30.1)	2,939 (61.5)	1,837 (38.5)
영화	396 (43.1)	522 (56.9)	719 (54.5)	601 (45.5)	787 (55.3)	637 (44.7)

〈그림 4-2-4〉 장르별 전임교원 구성비

(단위: %)



2. 학생 현황

1) 학생 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 입학생 수는 41,002명으로 2008년 36,930명보다 4,072명 증가했다. 졸업생 수는 35,710명으로 2008년에 비해 11,750명 증가한 것으로 나타났다. 2008년 대비 캐릭터 장르의 입학생 수가 1,893명 증가하여 증가폭이 가장 컸으며, 이는 입학생 수가 2,039명 감소한

애니메이션 장르와 관련이 있는 것으로 보인다.

만화의 경우 입학생 수는 2008년 611명에서 2010년 748명으로 137명 증가했다. 졸업생 수는 2008년 360명에서 2010년 527명으로 167명 증가했다.

〈표 4-2-10〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황

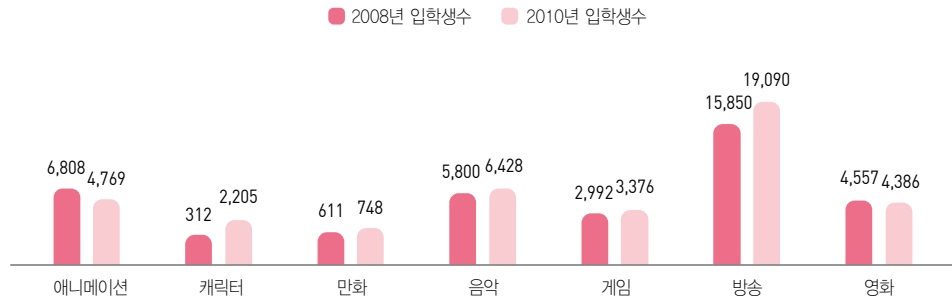
(단위: 명)

구분	2006			2008			2010		
	입학생 수	재학생 수	졸업생 수	입학생 수	재학생 수	졸업생 수	입학생 수	재학생 수	졸업생 수
전체	24,590	65,761	22,668	36,930	111,452	23,960	41,002	174,990	35,710
애니메이션	4,935	13,258	5,016	6,808	22,953	5,186	4,769	22,790	5,103
캐릭터	765	1,218	560	312	746	283	2,205	7,100	1,636
만화	429	914	292	611	1,646	360	748	3,086	527
음악	3,789	8,837	2,737	5,800	15,460	3,593	6,428	22,041	5,027
게임	2,423	5,600	2,077	2,992	7,082	1,439	3,376	14,121	2,269
방송	9,088	27,414	9,631	15,851	51,177	10,864	19,090	86,391	17,714
영화	2,658	7,078	1,558	4,557	12,388	2,235	4,386	19,461	3,434

* 본 조사의 기준 시점은 2010년 12월이고 모집단의 수집 시기는 2010년 4월로, 시간적 격차에 의해 대학공시자료와 실제 조사 데이터 간 학생 수 차이가 발생하였음.

〈그림 4-2-5〉 장르별 입학생 수

(단위: 명)



2) 졸업생 진로 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 졸업생의 취업 비율은 63.4%로 2008년 취업 비율 69.5%보다 6.1%p 감소했다. 진학 비율은 7.8%로 2008년에 비해 0.5%p 증가했고, 군대나 기타 이유로 취업을 하지 못한 경우는 28.8%로 2008년에 비해 5.6%p 증가했다. 장르별로는 게임의 취업률이 72.3%로 가장 높았으며 콘텐츠 분야로의 취업률도 48.6%로 게임이 가장 높았다.

만화의 취업률은 2010년 54.3%로 2008년의 77.6%보다 23.3%p 감소한 것으로 나타났다.

〈표 4-2-11〉 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 졸업생의 진로 현황

(단위: %)

구분	2006					2008					2010				
	취업률	콘텐츠 분야	타분야	진학률	기타자	취업률	콘텐츠 분야	타분야	진학률	기타자	취업률	콘텐츠 분야	타분야	진학률	기타자
전체	73.6	39.7	33.9	9.3	17.2	69.5	36.3	33.3	7.3	23.2	63.4	36.3	27.1	7.8	28.8
애니메이션	76.1	44.6	31.5	9.9	14.0	69.6	32.5	37.1	5.1	25.3	65.3	39.2	26.1	6.3	28.4
캐릭터	56.1	24.6	31.4	10.2	33.8	64.6	37.8	26.8	1.6	33.8	70.8	38.2	32.6	7.4	21.8
만화	82.9	60.3	22.6	8.9	8.2	77.6	37.5	40.0	3.2	19.3	54.3	42.2	12.1	3.0	42.7
음악	71.1	44.1	27.0	11.9	17.0	67.4	38.0	29.4	10.6	22.0	63.1	42.6	20.5	11.7	25.2
게임	78.9	31.0	48.0	7.7	13.4	72.2	33.6	38.7	8.8	18.9	72.3	48.6	23.7	7.8	19.8
방송	72.8	37.7	35.5	7.9	19.3	69.5	36.5	33.0	6.5	23.9	60.5	30.7	29.8	7.1	32.4
영화	72.9	42.4	30.5	10.7	16.4	70.6	40.0	30.7	8.8	20.5	66.6	41.3	25.3	9.3	24.1

* 기타자의 경우 입대자, 취업불능자, 외국인유학생, 미취업자, 미상인 경우들이 포함됨.

** 취업비율은 취업자 수÷졸업생 수로 계산한 것임. 2010년 전체 취업비율은 한국교육개발원의 취업통계연보에서 제공하는 취업자 수를 졸업생 수로 나누어 계산하였음. 한국교육개발원의 취업통계연보에서 취업자 수는 건강보험 DB와 연계하여 산출하므로 그 기준이 본 조사와는 다름.

콘텐츠 분야 취업생의 진출 분야에서는, 각 장르별로 자기 전공 분야로 진출한 비율은 2008년 대비 다소 감소했으나, 애니메이션, 만화, 영화 관련 학과의 경우에는 증가했다. 2010년 자기 전공 분야로 진출한 비율은 음악 84.1%, 만화 71.4%, 게임 67.1% 등의 순으로 나타났다.

만화의 경우, 자기 전공 분야로의 진출 비율은 2008년의 60.7%에서 10.7%p 증가한 71.4%이다. 2010년 만화 관련 학과 졸업생의 콘텐츠 진출 분야를 살펴보면 만화가 71.4%, 애니메이션이 18.4%, 게임이 6.1% 등으로 나타났다.

〈표 4-2-12〉 장르별 취업자의 콘텐츠 진출

(단위: %)

구분	주요 진출 분야																							
	애니메이션			캐릭터			만화			음악			게임			방송			영화					
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010			
전체	14.0	15.7	16.4	8.5	6.6	7.2	4.3	1.7	3.5	16.7	17.7	14.1	15.1	8.6	10.9	25.9	40.6	34.0	15.5	9.0	14.0			
애니메이션	45.3	52.0	53.8	14.2	18.0	12.1	10.4	3.8	8.5	0.5	0.5	0.7	22.2	9.0	11.7	4.2	14.0	10.2	3.1	2.7	3.1			
캐릭터	-	23.1	30.1	77.5	74.6	57.1	13.3	2.3	4.8	-	-	1.3	5.0	-	4.5	-	-	1.1	4.2	-	1.1			
만화	25.5	39.3	18.4	32.7	-	4.1	23.5	60.7	71.4	-	-	-	14.3	-	6.1	-	-	-	4.1	-	-			
음악	1.3	0.1	0.5	0.3	-	-	-	0.3	90.6	95.0	84.1	-	0.1	0.4	4.5	3.1	8.5	3.2	1.7	6.2	6.2			
게임	14.6	9.7	11.2	5.5	1.3	10.0	4.8	0.3	0.7	5.1	-	1.0	58.0	81.9	67.1	9.3	6.4	5.0	2.7	0.3	4.9			
방송	5.7	7.5	8.2	2.9	2.7	3.0	1.5	-	2.0	3.3	0.5	1.0	5.3	5.8	6.0	65.3	76.6	65.6	15.9	6.9	14.2			
영화	1.9	4.1	4.0	4.9	1.3	0.5	0.5	0.3	-	1.6	3.4	2.1	0.9	1.5	0.1	17.1	39.7	32.5	73.1	49.7	60.7			

* '기타' 분야는 해당 학과에서 졸업생들의 진출 분야가 어디인지를 정확하게 모르거나 일반 사무직 등 비관련 분야에 취업한 경우가 대부분임.

2010년 콘텐츠 분야 취업생의 직군별 진출 분야를 살펴보면, 2008년 대비 기획/개발과 제작 분야로의 진출 비율이 증가하여 각각 37.9%, 42.9%로 나타났다. 반면, 기타 분야의 경우는 15.9%로 2008년 대비 28.9%p 감소했다.

만화의 경우, 진출 비율이 가장 증가한 분야는 제작 분야로 2008년 대비 13.3%p 증가한 44.4%를 나타냈으며, 이는 2010년 만화 전공자의 진출 비중이 가장 높은 분야이기도 하다. 다음으로는 기획/개발이 35.9%, 기타가 12.8%로 나타났다.

〈표 4-2-13〉 장르별 콘텐츠 관련 산업의 직군 진출 비중

(단위: %)

구분	기획/개발			제작			유통			기타		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
전체	48.2	25.5	37.9	33.7	28.0	42.9	6.1	1.7	3.4	12.0	44.8	15.9
애니메이션	44.1	30.0	40.7	45.4	37.3	45.0	3.6	2.1	2.5	6.9	30.7	11.8
캐릭터	53.1	23.5	43.0	10.8	54.2	37.8	8.5	6.2	5.8	27.7	16.2	13.4
만화	82.8	33.3	35.9	14.1	31.1	44.4	0.0	5.6	6.9	3.1	30.0	12.8
음악	50.2	17.0	35.4	24.9	20.1	29.1	5.0	1.4	3.4	19.9	61.5	32.1
게임	49.1	33.2	43.7	29.4	42.1	40.1	5.6	3.9	6.1	15.9	20.9	10.0
방송	48.5	26.1	37.7	29.3	24.9	44.3	9.8	1.3	2.2	12.4	47.7	15.8
영화	37.7	20.0	30.9	48.8	19.0	50.8	2.7	0.7	2.9	10.9	60.4	15.3

3. 시설 및 기자재 현황

2010년 학과별 보유 시설 및 기자재 중에서는 제작실습실의 보유율이 20.7%로 가장 높다. 다음으로는 디지털 편집실이 14.9%, 스튜디오가 14.2%로 나타났다. 장르별로 살펴보면, 음악을 제외한 나머지 장르에서 제작실습실을 보유하고 있는 경우가 가장 많다. 이 경우 캐릭터, 게임, 애니메이션, 만화 관련 장르에서 보유하고 있는 비율이 타 장르에 비해 높았다.

만화의 경우는 제작실습실과 디지털편집실의 보유율이 26.2%로 가장 많았다. 그 외에는 스튜디오가 11.9%, 아날로그편집실이 7.1%로 나타나고 있다.

〈표 4-2-14〉 2010년 장르별 보유 시설 현황

(단위: %)

구분	아날로그 편집실	디지털 편집실	녹음실	제작 실습실	스튜디오	VR 스튜디오	미디실/ 음향조정실	합주실/ 앙상블룸	개인연습실/ 레슨실	컴퓨터 실습실
전체	10.3	14.9	10.1	20.7	14.2	4.7	9.0	4.9	9.0	0.7
애니메이션	12.2	17.4	7.5	27.2	14.2	5.2	5.4	0.8	7.5	1.3
캐릭터	9.7	16.1	-	38.7	25.8	1.6	-	-	6.5	-
만화	7.1	26.2	4.8	26.2	11.9	4.8	4.8	-	4.8	2.4
음악	3.3	5.2	13.1	10.8	8.6	2.8	15.7	18.6	21.5	-
게임	7.6	17.7	5.7	28.5	11.4	6.3	8.2	3.8	5.1	2.5
방송	13.3	17.2	10.4	21.7	16.4	5.4	7.8	1.4	4.2	0.9
영화	10.9	16.4	11.1	19.5	15.1	4.6	8.4	2.3	9.4	0.2

보유하고 있는 시설의 활용성 측면에서는 2008년에 비해 활용 정도가 낮아졌고, 장르별로는 게임 관련 학과의 보유 시설 활용도가 가장 낮았다. 반면 캐릭터, 만화 관련 학과에서는 보유 시설에 대한 활용도가 증가했다.

만화 관련 학과에서의 2010년 활용도는 '높음'이 83.3%로 가장 높게 나타났다. 이는 2008년 대비 8.8%p 증가한 것이다.

〈표 4-2-15〉 장르별 보유 시설 활용도

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음
전체	83.6	14.3	2.1	76.8	18.8	4.4	67.7	25.2	7.1
애니메이션	78.3	19.1	2.6	69.9	24.1	6.0	69.4	24.1	6.5
캐릭터	90.9	9.1	-	73.9	21.7	4.3	82.3	16.1	1.6
만화	78.3	21.7	-	74.5	14.9	10.6	83.3	16.7	-
음악	92.0	6.2	1.8	89.2	10.6	0.2	73.1	22.9	4.0
게임	93.5	6.5	-	71.1	26.9	2.0	58.9	30.4	10.8
방송	79.3	17.1	3.6	75.6	18.7	5.7	63.3	28.2	8.5
영화	89.5	10.5	-	75.7	20.0	4.3	70.9	21.1	7.9

전체에서 가장 많이 보유하고 있는 기자재는 23.4%로 나타난 촬영장비이다. 그 외에 편집장비가 19.3%, 녹음장비가 18.0%로 나타났다.

만화 학과의 보유 기자재 현황을 살펴보면, 촬영장비와 2D제작장비가 각각 22.5%로 보유율이 가장 높은 기자재들이었다. 그 외에 녹음장비가 17.5%, 3D제작장비가 15.0%인 것으로 나타났다.

〈표 4-2-16〉 2010년 장르별 보유 기자재 현황

(단위: %)

구분	촬영장비	편집장비	녹음장비	이동장비	모션캡처장비	2D제작장비	3D제작장비	악기	기타
전체	23.4	19.3	18.0	9.8	5.2	9.4	7.2	6.6	1.0
애니메이션	22.3	18.3	13.8	7.0	6.3	16.3	13.0	2.0	1.0
캐릭터	35.8	18.9	11.3	1.9	-	15.1	11.3	-	5.7
만화	22.5	12.5	17.5	2.5	5.0	22.5	15.0	2.5	0.0
음악	12.1	7.9	28.6	6.6	0.7	4.5	3.4	36.2	0.0
게임	17.4	19.2	12.2	7.6	11.0	14.5	13.4	2.9	1.7
방송	26.5	21.8	17.4	11.7	5.4	8.1	5.6	2.4	1.1
영화	24.6	22.3	19.8	12.7	5.1	5.8	4.3	4.6	0.8

보유 기자재에 대한 활용도는 다소 낮아졌는데, ‘높음’이 2008년 79.2%에서 2010년 66.2%로 감소한 것에서 이를 알 수 있다. 모든 장르에서 보유하고 있는 기자재의 활용도는 낮아졌다.

만화 학과의 보유 기자재 활용도를 보면, ‘높음’은 2008년 85.2%에서 2010년 62.5%로 감소했다. ‘보통’은 11.1%에서 27.5%로, ‘낮음’은 3.7%에서 10.0%로 각각 증가했다.

〈표 4-2-17〉 장르별 보유 기자재 활용도

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음
전체	82.6	12.6	4.8	79.2	16.9	3.9	66.2	24.7	9.2
애니메이션	79.2	16.9	3.8	76.1	20.1	3.8	60.2	29.8	10.0
캐릭터	100.0	-	-	100.0	-	-	69.8	24.5	5.7
만화	85.0	15.0	-	85.2	11.1	3.7	62.5	27.5	10.0
음악	77.8	9.7	12.5	84.3	14.6	1.2	61.0	32.4	6.6
게임	96.0	4.0	-	77.8	20.4	1.9	64.5	20.3	15.1
방송	79.6	13.3	7.2	79.8	15.9	4.3	67.5	23.9	8.5
영화	90.7	9.3	-	77.9	16.7	5.5	72.6	17.5	9.9

4. 정부지원사업 평가

최근 3년간 정부지원사업의 수혜 경험률은 21.8%로 나타났는데, 게임 관련 학과의 정부지원사업 수혜율이 41.5%로 가장 높았다. 향후 정부지원사업을 희망하는 경우에 가장 필요로 하는 사업은 ‘기자재 구입 지원’으로 나타났다. 특히 캐릭터, 영화, 애니메이션 관련 학과에서 ‘기자재 구입 지원’에 대한 선호도가 가장 높았다.

만화의 경우는 최근 3년간 정부지원사업을 경험한 비율이 17.6%였다. 향후 가장 필요로 하는

정부지원사업은 58.8%를 차지한 산학연계 프로그램 지원으로 나타났으며, 해외 교육 프로그램 지원과 창작콘텐츠 제작비 지원도 각각 41.2%를 차지하고 있었다.

〈표 4-2-18〉 장르별 정부지원사업 수혜 경험률 및 필요 지원사업 내용 (복수응답)

(단위: %)

경험 있음	필요로 하는 정부지원사업							
	기자재 구입 지원	교육프로그램 운영 지원	해외 교육 프로그램 지원	산학연계 프로그램 지원	연구·개발비 지원	창작콘텐츠 제작비 지원	기타	
전체	21.8	47.2	30.0	31.9	30.0	25.5	24.5	0.6
애니메이션	21.6	50.3	28.1	28.1	33.3	31.4	24.8	0.0
캐릭터	26.3	71.1	42.1	42.1	39.5	15.8	13.2	2.6
만화	17.6	35.3	35.3	41.2	58.8	35.3	41.2	0.0
음악	16.1	48.2	26.3	40.9	19.7	16.8	24.1	1.5
게임	41.5	36.9	38.5	32.3	43.1	35.4	29.2	1.5
방송	18.8	44.2	29.8	28.5	31.8	25.6	22.4	0.4
영화	28.0	52.8	28.0	34.4	16.8	24.0	30.4	0.0

정부지원사업을 경험한 학과 중 84.7%가 사업에 대해 만족한 것으로 나타났는데, 애니메이션 학과의 만족도가 95.3%로 가장 높았다. 이어 영화가 94.9%, 캐릭터 91.7%로, 지원사업에 대한 만족도가 90% 이상이었다. 반면 음악 장르에서는 지원 사업에 대한 만족도가 37.5%로 가장 낮게 나타났다.

만화 학과에서의 지원 사업에 대한 만족도는 75.0%였고, 불만족은 25.0%였다.

〈표 4-2-19〉 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜경험 학과)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	불만족	보통	만족	불만족	보통	만족	불만족	보통	만족
전체	3.3	14.1	82.6	1.5	13.6	86.9	3.1	12.2	84.7
애니메이션	-	4.2	95.8	1.2	8.6	90.1	2.3	2.3	95.3
캐릭터	-	-	-	-	33.3	66.7	-	8.3	91.7
만화	-	-	100.0	-	-	100.0	25.0	-	75.0
음악	-	50.0	50.0	-	50.0	50.0	20.8	41.7	37.5
게임	6.3	18.8	75.0	-	19.0	85.0	-	16.2	83.8
방송	8.0	8.0	84.0	2.6	14.4	86.0	1.0	11.5	87.5
영화	-	30.0	70.0	-	13.8	86.2	-	5.1	94.9

* 지원사업에 대한 만족도는 수혜경험 학과만을 대상으로 분석하여 표본 수가 매우 적으므로 해석상 주의 요망.

5. 취업 관련 지원 활동

1) 취업 관련 정보 획득 경로

64.8%의 학과에서 졸업생 취업 관련 정보를 학교의 취업 관련 부서를 통해 얻는 것으로 나타났다. 그 외에는 취업 포털사이트 이용이 41.4%, 관련 기업의 채용정보 이용이 32.7%로 나타났다. 장르별로는 만화와 영화를 제외한 나머지 장르들에서는 60% 이상이 학교의 취업관련 부서를 통해 정보를 얻고 있었으며, 특히 캐릭터 분야에서는 학교의 취업 관련 부서 이용이 71.1%로 가장 높게 나타났다.

만화 학과의 취업 관련 정보 획득 경로에서는 취업 포털사이트의 비중이 64.7%로 가장 높았다. 다음으로는 학교의 취업 관련 부서 52.9%, 관련 기업 35.3% 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-2-20〉 장르별 취업관련 활동 (복수응답)

(단위: %)

구분	학교의 취업 관련 부서	취업 포털 사이트	관련 기업	취업 관련 박람회	교수 추천	정부 부처	선후배 등 인맥	학생 스스로 해결
전체	64.8	41.4	32.7	12.5	7.2	4.2	4.4	3.2
애니메이션	66.0	45.8	34.0	11.1	9.8	5.9	3.3	5.2
캐릭터	71.1	39.5	31.6	21.1	13.2	13.2	-	-
만화	52.9	64.7	35.3	5.9	-	5.9	5.9	5.9
음악	68.6	30.7	17.5	5.8	7.3	2.9	8.0	3.6
게임	60.0	50.8	46.2	16.9	6.2	6.2	1.5	1.5
방송	67.9	42.4	35.7	15.0	6.7	3.4	4.3	2.5
영화	50.4	36.8	30.4	8.8	5.6	2.4	4.8	4.0

2) 콘텐츠산업정보포털 이용 현황

한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업정보포털을 이용하고 있는 경우는 6.6%로 2008년의 3.3%에 비해 3.3%p 증가하였다. 장르별로는 캐릭터 분야의 이용률이 15.8%로 가장 높고, 처음 들어본다는 응답은 음악 장르에서 73.7%로 가장 높게 나타났다.

만화 학과의 콘텐츠산업정보포털 이용 현황에서는 이용하고 있다는 응답이 나타나지 않았다. 알고 있으나 이용하지 않는다는 응답이 29.4%로, 처음 들어본다는 응답이 70.6%로 나타났다.

〈표 4-2-21〉 장르별 콘텐츠산업정보포털 이용 경험 여부

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄
전체	0.4	4.6	5.0	3.3	25.9	70.9	6.6	27.5	65.9
애니메이션	0.1	3.6	7.3	5.0	27.9	67.1	7.8	30.7	61.4
캐릭터		0.0	0.0	-	16.7	83.3	15.8	34.2	50.0
만화	3.3	6.7	20.0	5.0	75.0			29.4	70.6
음악	0.1	7.3	6.7	0.6	20.5	79.0	2.2	24.1	73.7
게임	3.5	8.6	7.8	5.2	27.1	67.7	1.5	30.8	67.7
방송	0.5	9.0	4.5	3.0	28.9	68.1	7.2	25.1	67.7
영화	2.6	6.3	1.1	1.7	20.1	78.2	8.8	32.0	59.2

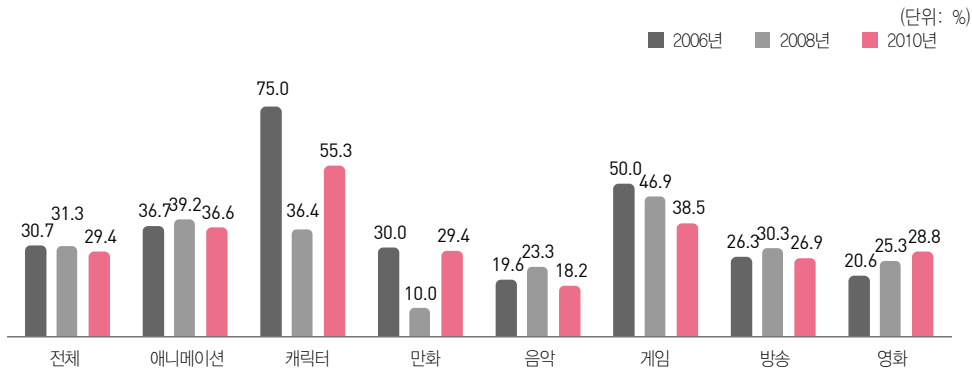
6. 산학연계 현황

1) 산학연계 경험률

산학연계 경험률은 29.4%로, 2008년의 31.3%에서 큰 변동은 없었다. 캐릭터 관련 학과의 산학연계 경험률이 55.3%로 가장 높았고, 음악 관련 학과의 산학연계 경험률은 18.2%로 가장 낮았다.

만화의 경우 산학연계 경험률은 29.4%로 나타났는데, 이는 2008년의 10.0%에서 19.4%p 증가한 것이다.

〈그림 4-2-6〉 장르별 산학연계 경험률 비교



취업과 관련해서는 전체 학과 중에서 54.2%가 산학연계 제도를 활용하는 것으로 나타났다. 특히 캐릭터 및 만화, 음악 관련 학과들에서 취업과 관련한 산학연계 활용도가 가장 높았다.

만화의 경우 산학연계 활용도는 60.0%이며 활용하지 않는다는 응답은 나타나지 않았다.

〈표 4-2-22〉 장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	활용함	보통	활용하지 않음	활용함	보통	활용하지 않음	활용함	보통	활용하지 않음
전체	52.9	34.7	12.4	69.1	27.4	3.5	54.2	36.1	9.7
애니메이션	71.4	17.1	11.4	73.1	25.6	1.3	50.0	35.7	14.3
캐릭터	66.7	33.3	-	100.0	-	-	71.4	23.8	4.8
만화	50.0	50.0	-	100.0	-	-	60.0	40.0	-
음악	33.3	46.7	20.0	62.5	34.4	3.1	64.0	28.0	8.0
게임	44.0	56.0	-	75.8	24.2	-	44.0	44.0	12.0
방송	51.7	35.0	13.3	68.1	27.5	4.4	52.5	38.3	9.2
영화	47.1	41.2	11.8	61.1	30.6	8.3	55.6	36.1	8.3

산학연계에 대한 만족도는 41.7%인데, 이는 2008년의 55.8%에서 14.1%p 하락한 것이다. 게임의 경우에 만족도가 56.0%로 가장 높았고, 영화의 경우는 27.8%로 만족도가 가장 낮았다.

만화 학과의 산학연계에 대한 만족의 정도는 40.0%였다. 보통이라고 응답한 비중도 60.0%로 나타나, 타 장르 대비 만족도는 상대적으로 높은 편이었다.

〈표 4-2-23〉 장르별 산학연계 채널의 만족도 (산학연계 경험)

(단위: %)

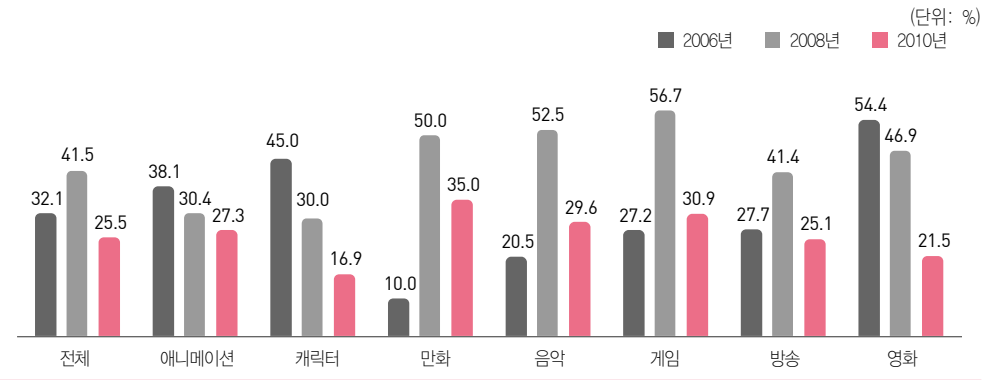
구분	2006			2008			2010		
	만족	보통	불만족	만족	보통	불만족	만족	보통	불만족
전체	45.3	44.7	10.1	55.8	41.6	2.7	41.7	49.7	8.7
애니메이션	55.9	32.4	11.8	58.4	40.3	1.3	51.8	41.1	7.1
캐릭터	50.0	50.0	-	100.0	-	-	42.9	57.1	-
만화	25.0	75.0	-	100.0	-	-	40.0	60.0	-
음악	27.3	63.6	9.1	46.9	53.1	-	32.0	52.0	16.0
게임	30.8	57.7	11.5	65.6	31.3	3.1	56.0	36.0	8.0
방송	37.5	62.5	-	53.5	42.8	3.8	40.0	47.5	12.5
영화	51.8	37.5	10.7	54.3	42.9	2.9	27.8	72.2	-

2) 산학연계 인턴십 제도를 통한 취업률

산학연계 프로그램 중 인턴십 제도를 통한 취업률은 25.5%로 2008년 41.5%보다 16.0%p 감소한 것으로 나타났다. 모든 장르에서 인턴십 제도를 통한 취업률은 2008년 대비 낮아졌다.

만화의 경우 인턴십 제도를 통한 취업률은 35.0%로 나타났는데, 이는 2008년의 50.0%에서 15.0%p 감소한 것이다.

〈그림 4-2-7〉 장르별 산학연계 인턴십 제도를 통한 취업률 (인턴십 제도 수행 기관)



3) 산학연계 진행방식

산학연계 방식으로는 인턴십 제도 28.7%, 산학 협동 교육 19.1%, 프로젝트 공동진행 18.8% 등의 순으로 이루어지고 있다. 모든 장르를 통틀어 인턴십 제도는 가장 많이 운영하는 산학연계 방식으로 나타났다.

만화 장르에서 활용하는 산학연계 진행방식으로는 인턴십 제도가 29.4%로 가장 많이 운영되고 있었다. 다음으로는 프로젝트 공동진행과 산학 협동 교육이 각각 23.5%를 차지하고 있다.

〈표 4-2-24〉 장르별 산학연계 진행방식 (복수응답, 산학연계 경험학과)

(단위: %)

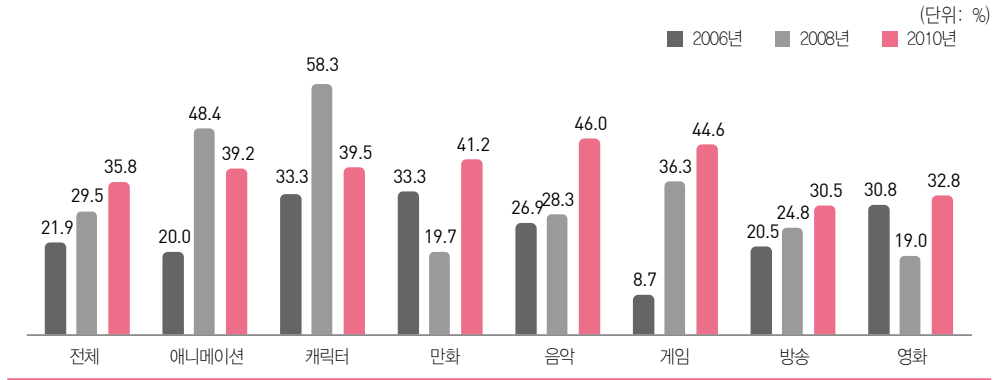
구분	프로젝트 공동진행	산학 협동 교육	장비 및 시설 공유	기술지도 및 기술이전	인턴십 제도	창업보육
전체	18.8	19.1	11.6	13.2	28.7	8.1
애니메이션	21.4	21.0	9.7	13.2	27.2	7.4
캐릭터	14.0	19.3	3.5	12.3	38.6	12.3
만화	23.5	23.5	5.9	11.8	29.4	5.9
음악	17.8	23.4	15.9	8.4	28.0	6.5
게임	19.7	15.4	10.3	18.8	29.1	6.8
방송	18.8	18.1	12.2	11.9	28.8	8.8
영화	16.6	19.4	13.1	17.1	26.9	6.9

7. 해외교류 현황

전체적으로 35.8%의 학과가 현재 해외교류를 진행하고 있거나 과거에 진행한 경험이 있는 것으로 나타났다. 특히 만화, 음악, 게임 관련 학과에서는 해외교류를 경험한 비율이 40% 이상으로 나타나고 있다.

만화 장르에서의 해외교류 경험률은 41.2%로 나타났는데, 이는 2008년의 19.7%에서 21.5%p 증가한 것이다.

〈그림 4-2-8〉 장르별 해외교류 경험률 비교



해외교류 경험 학과의 62.7%는 학생교류의 방식을 활용하고 있었다. 장르별로는 애니메이션, 음악, 게임, 방송, 영화에서 학생교류 방식을 이용하는 경우가 가장 많았으며, 캐릭터 학과에서는 해외연수/견학을 진행하는 비율이 높았다.

만화의 경우에는 학생교류, 공동세미나 및 작품전 진행이 50.0%를 차지하고 있다. 교수/강사 교환수업, 교수 간/기업 공동 프로젝트 진행, 해외연수 및 견학은 각각 25.0%로 나타났다.

〈표 4-2-25〉 장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)

구분	교수/강사 교환수업	학생교류 (교환학생 등)	교수 간/기업 공동 프로젝트 진행	학점 인증제	학교 간 복수 학위 취득	해외 인턴십	공동세미나/ 작품전 진행	해외연수/ 견학
전체	27.6	62.7	12.0	15.6	7.6	19.1	21.8	32.0
애니메이션	28.9	73.3	17.8	11.1	8.9	17.8	35.6	35.6
캐릭터	14.3	14.3	14.3	14.3	-	14.3	14.3	85.7
만화	25.0	50.0	25.0	-	-	-	50.0	25.0
음악	28.2	74.4	5.1	7.7	2.6	12.8	15.4	17.9
게임	26.3	63.2	10.5	10.5	5.3	26.3	26.3	52.6
방송	30.6	60.0	14.1	23.5	12.9	15.3	16.5	35.3
영화	19.2	50.0	3.8	15.4	-	42.3	19.2	7.7

제3절 _

| 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황 |

1. 학교 현황

1) 학과 현황

2010년 전국 전문계 고등학교 중 콘텐츠 관련 학과 수는 258개로 2008년의 234개에서 24개 증가했다. 전문계 고등학교의 258개 학과 중 36.8%가 방송 관련 학과였는데, 이는 2008년에 비해 6.8%p 감소한 것이다.

만화 관련 학과 수는 14개였으며 이는 2008년의 9개에서 5개 증가한 것이다.

〈표 4-2-26〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황

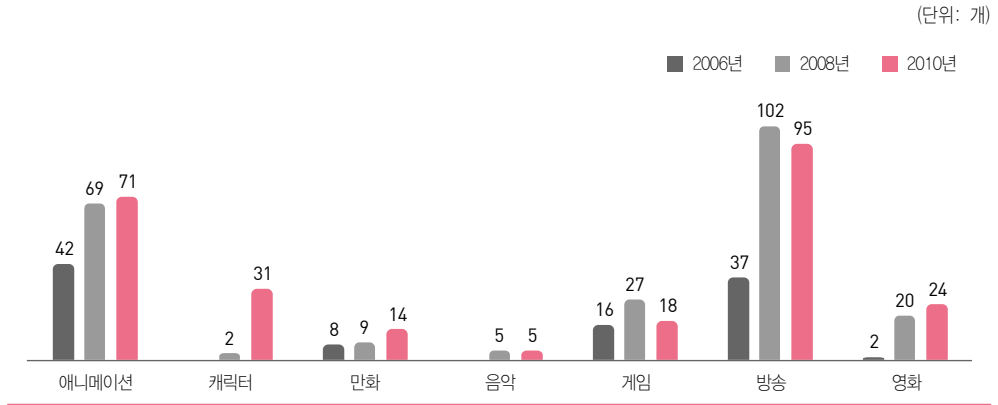
(단위: 개, %)

구분	2006		2008		2010	
	학과 수	비율	학과 수	비율	학과 수	비율
전체	105	100.0	234	100.0	258	100.0
애니메이션	42	40.0	69	29.5	71	27.5
캐릭터	-	-	2	0.9	31	12.0
만화	8	7.6	9	3.8	14	5.4
음악	-	-	5	2.1	5	1.9
게임	16	15.2	27	11.5	18	7.0
방송	37	35.2	102	43.6	95	36.8
영화	2	1.9	20	8.5	24	9.3

전국 전문계 고등학교 중 콘텐츠 관련 학과를 보유하고 있는 학교는 174개로 2008년의 175개에서 1개 감소했다. 장르별로는 캐릭터 장르가 15배 이상 늘어나 증가세가 두드러졌으며, 게임과 방송 관련 학교는 감소했다.

만화 관련 학과를 보유하고 있는 전문계 고등학교는 14개로 나타났다. 이는 2008년의 9개에서 5개가 증가한 것이다.

〈그림 4-2-9〉 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황



〈표 4-2-27〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학교 현황

(단위: 개, %)

구분	2006		2008		2010	
	학교 수	비율	학교 수	비율	학교 수	비율
전체	82	100.0	175	100.0	174	100.0
애니메이션	41	41.4	64	29.5	66	28.9
캐릭터	0	0.0	2	0.9	31	13.6
만화	8	8.1	9	4.1	14	6.1
음악	0	0.0	5	2.3	5	2.2
게임	16	16.2	27	12.4	18	7.9
방송	32	32.3	93	42.9	74	32.5
영화	2	2.0	17	7.8	20	8.8

2) 교원 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과에 종사하고 있는 교원은 총 1,264명으로, 이는 2008년의 670명 대비 1.9배 정도 증가한 것이다. 음악과 게임, 방송을 제외한 전 장르에서 전임교원의 구성비가 증가했다. 특히 캐릭터 학과의 전임 교원 수는 30.8배 증가한 것으로 나타났다.

만화 학과의 교원은 총 65명으로 2008년의 21명에서 44명이 증가했다.

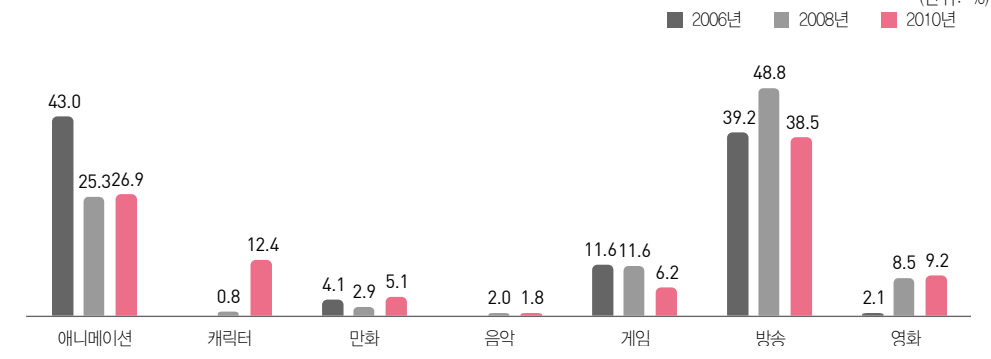
〈표 4-2-28〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학교 장르별 교원 현황

(단위: 명)

구분	2006		2008		2010	
	전임	비전임	전임	비전임	전임	비전임
전체	579	116	647	23	1,240	24
애니메이션	249	58	164	7	333	7
캐릭터	-	-	5	-	154	4
만화	24	3	19	2	63	2
음악	-	-	13	-	22	-
게임	67	17	75	1	77	2
방송	227	37	316	11	477	8
영화	12	1	55	2	114	1

〈그림 4-2-10〉 장르별 전문계 고등학교 전임교원 구성비

(단위: %)



2. 학생 현황

1) 학생 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과의 입학생 수는 12,874명으로 2008년 14,286명에 비해 1,412명 감소했다. 방송 관련 학과의 입학생 수가 5,559명으로 가장 많았고, 다음으로 애니메이션은 2,926명, 캐릭터는 1,705명, 영화는 1,034명으로 나타났다. 전반적으로 입학생 수가 줄어드는 경향이 나타나고 있지만, 캐릭터와 만화 학과의 입학생은 2008년 대비 증가한 것으로 나타났다. 졸업생의 경우는 16,260명으로 2008년 13,370명에 비해 2,890명 증가했는데, 방송 관련 학과의 졸업생 수가 5,978명으로 가장 많았다.

만화 학과의 입학생 수는 601명으로 2008년의 233명에서 368명 증가했고, 졸업생 수는 585명으로 2008년에 비해 293명 증가했다.

〈표 4-2-29〉 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황

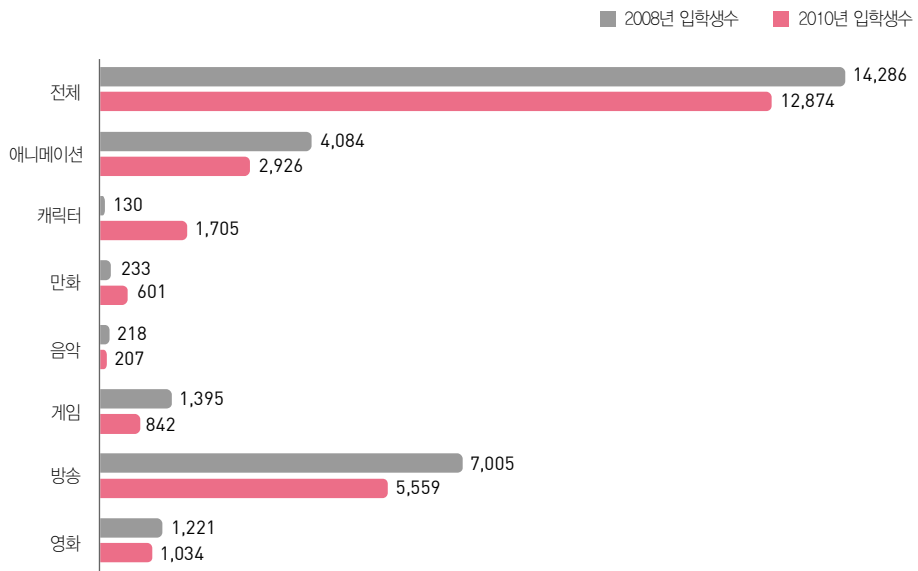
(단위: 명)

구분	2006			2008			2010		
	입학생	재학생	졸업생	입학생	재학생	졸업생	입학생	재학생	졸업생
전체	4,255	12,858	6,375	14,286	40,170	13,370	12,874	41,021	16,260
애니메이션	1,719	4,474	2,744	4,084	11,781	3,785	2,926	10,783	4,880
캐릭터	-	-	-	130	253	-	1,705	5,609	2,169
만화	209	759	266	233	841	292	601	1,823	585
음악	-	-	-	218	576	251	207	576	196
게임	558	2,700	1,192	1,395	4,234	1,263	842	2,501	1,051
방송	1,701	4,857	2,125	7,005	19,844	7,073	5,559	16,079	5,978
영화	68	68	48	1,221	2,641	706	1,034	3,650	1,401

* 졸업생 수는 2009년 8월 졸업생과 2010년 2월 졸업생의 숫자임.

〈그림 4-2-11〉 전문계 고등학교 장르별 입학생 수

(단위: 명)



2) 졸업생 진로 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 졸업생의 취업 비율은 24.5%로 2008년의 8.3%에서 크게 증가했다. 전문계 고등학교 졸업생의 66.8%가 상급학교로 진학했으며, 취업자의 경우 콘텐츠 분야보다는 타 분야로의 취업 비율이 높았다. 방송 관련 학과 졸업생의 취업률이 27.3%로 가장 높았고, 나머지 모든 학과 졸업생의 취업률도 20%를 넘었다.

만화 학과 졸업생의 취업 비율은 20.6%였고, 진학률은 68.6%였다.

〈표 4-2-30〉 장르별 졸업생 진로 현황

(단위: %)

구분	취업비율			콘텐츠분야			타분야			진학률			기타자		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
전체	22.0	8.3	24.5	4.4	1.5	5.8	17.6	6.8	18.7	73.4	90.3	66.8	4.6	1.3	8.6
애니메이션	18.4	7.2	24.5	3.3	1.7	5.8	15.2	5.4	18.7	74.0	91.6	66.8	7.6	1.3	8.6
캐릭터	-	-	22.6	-	-	7.1	-	-	15.4	-	-	72.2	-	-	5.2
만화	10.3	8.6	20.6	0.4	2.7	3.2	9.9	5.8	17.3	79.4	90.8	68.6	10.3	0.7	10.8
음악	-	4.8	23.2	-	2.0	7.1	-	2.8	16.1	-	95.2	63.0	-	0.0	13.8
게임	30.2	11.0	22.8	3.9	1.0	13.6	26.2	10.1	9.3	66.0	87.8	67.9	3.9	1.2	9.3
방송	23.1	8.6	27.3	6.6	1.3	7.8	16.5	7.4	19.5	76.7	89.9	58.6	0.2	1.5	14.1
영화	40.9	8.2	26.0	6.8	3.8	4.7	34.1	4.4	21.3	50.0	90.7	65.0	9.1	1.1	9.1

콘텐츠 분야 취업생의 진출 분야를 살펴보면, 영화와 음악 이외의 모든 부문에서 2008년에 비해 해당 장르로 진출한 비율이 증가했다. 장르별 학과 졸업생들의 동일 분야 진출 비율은 만화, 음악, 게임은 100.0%, 캐릭터는 83.3%, 애니메이션은 78.8%였다.

만화 관련 학과 졸업생이 해당 장르로 진출한 비율은 100.0%이며, 이는 2008년의 87.5%에 비해 12.5%p 증가한 것이다.

〈표 4-2-31〉 장르별 취업자 콘텐츠 진출 분야

(단위: %)

구분	주요 진출 분야																				
	애니메이션			캐릭터			만화			음악			게임			방송			영화		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
전체	11.6	41.1	47.8	2.9	9.2	15.2	7.2	4.3	14.1	13	9.7	4.3	29.0	5.3	28.3	34.8	17.9	31.5	1.4	12.6	13.0
애니메이션	13.3	69.2	78.8	13.3	18.5	18.2	26.7	1.5	9.1	-	6.2	3.0	46.7	1.5	27.3	-	3.1	15.2	-	-	-
캐릭터	-	-	33.3	-	-	83.3	-	-	33.3	-	-	16.7	-	-	-	-	-	16.7	-	-	-
만화	-	12.5	20.0	-	-	20.0	-	87.5	100.0	-	-	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	-
음악	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
게임	18.2	66.7	30.0	-	16.7	-	-	8.3	10.0	-	-	-	81.8	81.9	100.0	-	-	-	-	-	-
방송	9.5	33.3	40.0	-	5.6	6.7	2.4	-	6.7	21.4	8.9	3.3	9.5	10.0	20.0	57.1	38.9	66.7	-	3.3	23.3
영화	-	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	-	-	-	28.6	100.0	85.2	71.4

3. 시설 및 기자재 현황

2010년 전문계 고등학교의 시설 및 기자재 조사 결과, 제작실습실의 보유율이 22.3%로 가장 높았다. 이외에 디지털 편집실 보유율 21.0%, 스튜디오 보유율이 15.7%로 나타났다. 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임 장르에서는 제작실습실을, 음악 장르에서는 합주실 및 개인연습실을, 방송과 영화 장르에서는 디지털 편집실을 가장 많이 보유하고 있었다.

만화 학과에서는 제작실습실을 보유하고 있는 경우가 30.8%로 가장 많았다. 다음으로는 녹음실 19.2%, 디지털편집실 15.4% 등의 순으로 나타났다.

〈표 4-2-32〉 2010년 장르별 보유 시설 현황

(단위: %)

구분	아날로그 편집실	디지털 편집실	녹음실	제작 실습실	스튜디오	VR 스튜디오	미디어/ 음향조정실	합주실/ 앙상블룸	개인연습실/ 레슨실	컴퓨터 실습실
전체	7.1	21.0	9.3	22.3	15.7	2.1	6.6	2.9	6.8	1.6
애니메이션	5.7	20.0	9.3	28.6	14.3	2.9	4.3	4.3	7.1	3.6
캐릭터	7.4	22.2	3.7	33.3	11.1	-	-	3.7	3.7	3.7
만화	7.7	15.4	19.2	30.8	7.7	-	11.5	-	3.8	3.8
음악	-	-	20.0	-	10.0	-	10.0	30.0	30.0	-
게임	10.5	15.8	15.8	28.9	10.5	-	10.5	2.6	-	-
방송	5.7	23.4	8.2	19.3	17.2	2.5	7.8	1.2	5.3	0.8
영화	13.2	22.4	6.6	13.2	21.1	2.6	5.3	2.6	13.2	-

학과의 보유 시설 활용도는 66.0%로, 2008년 67.9%에 비해 다소 낮아진 것으로 나타났다. 방송 관련 학과의 보유 시설 활용도는 증가한 반면, 그 외 학과의 보유 시설 활용도는 낮아졌다.

만화 학과의 보유 시설 활용도 중에서는 ‘높음’이라는 응답이 65.4%로 나타났다. 이는 2008년의 70.0%에서 4.6%p 감소한 것이다.

〈표 4-2-33〉 장르별 보유 시설 활용도

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음
전체	72.2	27.8	-	67.9	22.8	9.3	66.0	23.5	10.5
애니메이션	72.7	27.3	-	71.1	22.7	6.3	68.6	23.6	7.9
캐릭터	-	-	-	-	100.0	-	59.3	18.5	22.2
만화	77.8	22.2	-	70.0	15.0	15.0	65.4	34.6	-
음악	-	-	-	92.0	4.0	4.0	60.0	30.0	10.0
게임	83.3	16.7	-	51.1	40.0	8.9	44.7	28.9	26.3
방송	55.6	44.4	-	66.2	21.9	11.8	74.2	20.1	5.7
영화	100.0	-	-	70.7	22.4	6.9	48.7	28.9	22.4

음악을 제외한 모든 장르에서 가장 많이 보유하고 있는 기자재는 촬영장비이며, 그 외 편집장비, 녹음장비 등의 순으로 보유하는 것으로 나타났다.

만화 학과에서도 촬영장비를 보유하는 경우가 25.0%로 가장 많다. 그 외에는 편집장비와 녹음 장비가 각각 20.8%, 2D 제작장비가 16.7%로 나타났다.

〈표 4-2-34〉 2010년 장르별 보유 기자재 (기자재 보유 학과)

(단위: %)

구분	촬영장비	편집장비	녹음장비	이동장비	모션캡처장비	2D제작장비	3D제작장비	악기	기타
전체	26.0	23.2	14.5	9.0	4.8	12.4	7.0	2.2	0.9
애니메이션	25.7	22.9	11.1	8.3	3.5	15.3	10.4	2.1	0.9
캐릭터	26.8	17.1	9.8	4.9	2.4	24.4	9.8	2.4	0.7
만화	25.0	20.8	20.8	8.3	4.2	16.7	4.2	-	2.4
음악	-	-	33.3	16.7	-	-	-	50.0	0.0
게임	26.7	20.0	13.3	6.7	6.7	10.0	10.0	3.3	0.0
방송	26.4	24.8	15.4	9.8	5.7	10.2	6.1	0.8	3.3
영화	27.3	25.8	18.2	10.6	6.1	7.6	1.5	3.0	0.8

보유 기자재에 대한 활용도는 다소 높아졌다. 애니메이션, 만화, 게임, 방송, 영화 관련 학과에서 보유하고 있는 기자재의 활용도는 높아졌다. 반면, 그 외 학과들에서 보유하고 있는 기자재들의 활용도는 다소 낮아진 것으로 나타났다.

만화 학과에서의 보유 기자재 활용도는 58.3%로, 2008년의 45.5%에서 12.8%p 증가했다.

〈표 4-2-35〉 장르별 보유 기자재 활용도 (기자재 보유 학과)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음	높음	보통	낮음
전체	75.0	20.8	4.2	66.6	27.0	6.5	70.0	25.9	4.1
애니메이션	85.7	14.3	-	67.1	28.0	4.9	75.0	20.8	4.2
캐릭터	-	-	-	100.0	-	-	51.2	46.3	2.4
만화	80.0	-	20.0	45.5	27.3	27.3	58.3	33.3	8.3
음악	-	-	-	100.0	-	-	16.7	83.3	-
게임	75.0	25.0	-	50.0	29.4	20.6	60.0	16.7	23.3
방송	57.1	42.9	-	67.5	27.9	4.5	73.6	24.8	1.6
영화	100.0	-	-	68.9	28.9	2.2	71.2	24.2	4.5

4. 정부지원사업 평가

최근 3년간 정부 지원사업의 수혜 경험률은 30.7%이며, 이는 2008년에 비해 4.6%p 증가한 것이다. 애니메이션, 음악, 게임, 방송 관련 학과에서의 수혜 경험률은 증가했다. 반면 캐릭터, 만화, 영화 관련 학과에서의 수혜 경험률은 감소한 것으로 나타났다.

만화 학과의 정부지원사업 수혜 경험률은 33.3%이다. 향후 필요로 하는 정부지원사업으로는 기자재 구입 지원과 교육 프로그램 운영 지원이 각각 55.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 산학연 프로그램 지원이 44.4%, 해외교육 프로그램 지원이 22.2%였다.

〈표 4-2-36〉 장르별 정부지원사업 수혜 경험률 및 필요 지원사업 내용 (복수응답)

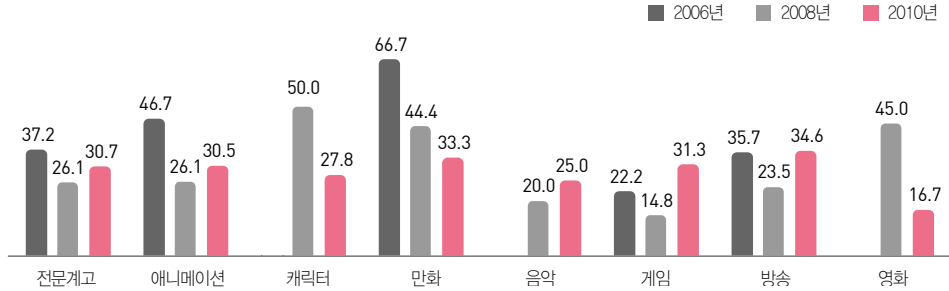
(단위: %)

구분	경험 있음	필요로 하는 정부지원사업						
		기자재 구입 지원	교육 프로그램 운영 지원	해외 교육 프로그램 지원	산학연 프로그램 지원	연구/개발비 지원	창작콘텐츠 제작비 지원	기타
전체	30.7	47.3	41.0	21.0	41.5	9.3	16.1	2.4
애니메이션	30.5	49.2	40.7	25.4	35.6	10.2	22.0	1.7
캐릭터	27.8	38.9	27.8	5.6	66.7	11.1	5.6	0.0
만화	33.3	55.6	55.6	22.2	44.4	11.1	11.1	11.1
음악	25.0	75.0	-	75.0	-	-	25.0	-
게임	31.3	31.3	43.8	25.0	68.8	18.8	12.5	-
방송	34.6	46.9	42.0	17.3	37.0	3.7	14.8	3.7
영화	16.7	55.6	50.0	22.2	38.9	22.2	16.7	-

* 2006년에는 캐릭터, 음악, 영화 관련 학과가 없었음.

〈그림 4-2-12〉 전문계 고등학교 최근 3년간 정부지원 사업 수혜 경험률 비교

(단위: %)



지원사업 경험 학과 중 81.3%가 사업에 대해 만족하고 있다. 게임 학과의 만족도는 60.0%로 가장 낮았다.

만화와 영화 관련 학과에서는 장르별 지원사업 만족도가 100.0%로 나타났다.

〈표 4-2-37〉 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜 경험 학과)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	불만족	보통	만족	불만족	보통	만족	불만족	보통	만족
전체	12.5	12.5	75.0	-	8.7	91.3	2.7	16.0	81.3
애니메이션	16.7	0.0	83.3	-	-	100.0	4.5	18.2	77.3
캐릭터	-	-	-	-	-	100.0	-	16.7	83.3
만화	0.0	0.0	100.0	-	-	100.0	-	-	100.0
음악	-	-	-	-	-	100.0	-	100.0	-
게임	0.0	50.0	50.0	-	-	100.0	-	40.0	60.0
방송	20.0	20.0	60.0	-	14.3	85.7	3.0	12.1	84.8
영화	-	-	-	-	14.3	77.8	-	-	100.0

* 지원사업에 대한 만족도는 수혜 경험 학과만을 대상으로 분석하여 표본 수가 매우 적으므로 해석상 주의 요망.

5. 취업 관련 지원 활동

1) 취업 관련 정보 획득 경로

전반적으로는 79.0%의 학과에서 졸업생 취업 관련 정보를 학교의 취업 관련 부서에서 얻고 있었다. 그 외에는 관련 기업, 취업 포털사이트의 채용 정보 등을 이용하고 있다. 게임 학과의 학교 취업관련 부서 이용률이 93.8%로 가장 높았다.

만화 학과는 88.9%가 학교의 취업 관련 부서에서 취업 관련 정보를 얻고 있었다. 그 외에는 취업 포털사이트가 66.7%, 관련 기업이 33.3%로 나타났다.

〈표 4-2-38〉 2010년 장르별 취업 관련 활동 (복수응답)

(단위: %)

구분	학교의 취업 관련 부서	관련 기업	취업 포털사이트	취업 관련 박람회	정부 부처	산학 협력 업체	개인 스스로 획득	교수/교사 추천	지인 소개
전체	79.0	36.1	33.2	17.1	8.3	2.0	1.5	1.0	0.5
애니메이션	79.7	37.3	28.8	13.6	6.8	-	-	-	-
캐릭터	88.9	27.8	33.3	33.3	5.6	5.6	-	-	-
만화	88.9	33.3	66.7	-	-	11.1	-	-	-
음악	75.0	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-
게임	93.8	43.8	25.0	18.8	12.5	-	-	6.3	-
방송	74.1	40.7	37.0	18.5	12.3	2.5	3.7	-	1.2
영화	72.2	11.1	22.2	11.1	-	-	-	5.6	-

2) 콘텐츠산업정보포털 이용

한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠산업정보포털을 이용하고 있는 경우는 9.8%로 나타났는데 이는 2008년의 3.0%에서 6.8%p 증가한 것이다.

만화 학과에서는 이용하고 있다는 응답 비율이 2008년과 동일한 11.1%였다. 알고 있으나 이용하지 않는다는 응답은 44.4%로 나타났는데, 이는 2008년의 33.3%에서 11.1%p 증가한 것이다.

〈표 4-2-39〉 전문계 고등학교 콘텐츠산업정보포털 이용 경험 여부

(단위: %)

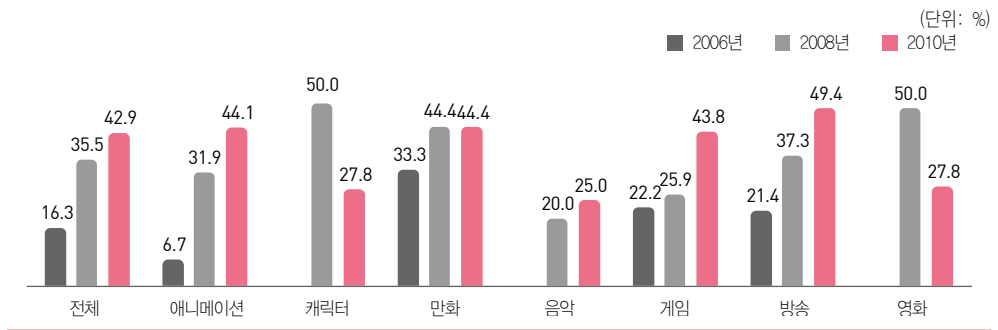
구분	2006			2008			2010		
	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄
전체	4.8	40.5	54.8	3.0	32.9	64.1	9.8	40.0	50.2
애니메이션	-	57.1	42.9	-	37.7	62.3	10.2	45.8	44.1
캐릭터	-	-	-	50.0	50.0	-	16.7	22.2	61.1
만화	-	33.3	66.7	11.1	33.3	55.6	11.1	44.4	44.4
음악	-	-	-	-	60.0	40.0	25.0	-	75.0
게임	11.1	22.2	66.7	-	29.6	70.4	6.3	50.0	43.8
방송	-	42.9	57.1	4.9	27.5	67.6	8.6	40.7	50.6
영화	50.0	-	50.0	-	40.0	60.0	5.6	33.3	61.1

6. 산학연계 현황

전문계 고등학교의 산학연계 경험률은 42.9%로 2008년의 35.5%에서 7.4%p 증가했다. 특히 애니메이션, 게임, 방송 관련 학과에서의 산학연계 경험률이 크게 증가한 것으로 나타났다.

만화 학과의 경우 산학연계 경험률은 44.4%로 2008년과 동일했다.

〈그림 4-2-13〉 장르별 산학연계 경험률



* 2006년에는 캐릭터, 음악, 영화 관련 학과가 없었음.

만화를 제외한 대부분의 장르에서 산학연계 채널의 활용 정도는 낮아졌으며 산학연계 경험률이 높은 방송과 게임 장르에서도 활용도는 2008년에 비해 감소했다.

만화 학과에서의 산학연계 활용도는 50.0%로 2008년의 25.0%에서 25.0%p 증가했다.

〈표 4-2-40〉 장르별 산학연계 채널의 활용성 (산학연계 경험)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	활용함	보통	활용하지 않음	활용함	보통	활용하지 않음	활용함	보통	활용하지 않음
전체	42.9	14.3	57.1	45.0	27.5	27.5	42.0	36.4	21.6
애니메이션	-	100.0	100.0	55.0	15.0	30.0	46.2	34.6	19.2
캐릭터	-	-	-	-	-	100.0	40.0	60.0	-
만화	-	-	100.0	25.0	75.0	-	50.0	50.0	-
음악	-	-	-	100.0	-	-	100.0	-	-
게임	100.0	-	-	28.6	42.9	28.6	14.3	85.7	-
방송	33.3	-	66.7	50.0	23.7	26.3	47.5	22.5	30.0
영화	-	-	-	22.2	44.4	33.3	-	60.0	40.0

* 활용성 및 만족도의 경우 산학연계 경험 학과의 수가 적어 해석상 주의가 필요함.

취업과 관련한 산학연계 활동에 대해 만족하는 비율은 캐릭터, 만화, 방송 관련 학과에서 2008년에 비해 다소 높아졌다.

만화 학과에서의 산학연계 채널에 대한 만족도는 '보통'이 75.0%로 나타났다.

〈표 4-2-41〉 장르별 산학연계 채널 만족도 (산학연계 경험)

(단위: %)

구분	2006			2008			2010		
	만족	보통	불만족	만족	보통	불만족	만족	보통	불만족
전체	57.1	28.6	42.9	25.6	25.6	48.7	25.0	45.5	29.5
애니메이션	100.0	-	-	38.9	11.1	50.0	26.9	61.5	11.5
캐릭터	-	-	-	-	100.0	-	40.0	60.0	-
만화	-	-	100.0	-	50.0	50.0	25.0	75.0	-
음악	-	-	-	100.0	-	-	-	-	100.0
게임	100.0	-	-	14.3	42.9	42.9	14.3	57.1	28.6
방송	33.3	66.7	66.7	26.3	26.3	47.4	27.5	32.5	40.0
영화	-	-	-	11.1	22.2	66.7	-	20.0	80.0

* 활용성 및 만족도의 경우 산학연계 경험 학과의 수가 적어 해석상 주의가 필요함.

산학연계 방식은 프로젝트 산학 협동 교육 27.4%, 인턴십 제도 21.8%, 기술지도 및 기술이전 15.3% 등의 순으로 나타났다. 캐릭터, 게임, 영화 관련 학과에서는 인턴십 제도를 가장 많이 활용했고, 애니메이션, 방송 관련 학과에서는 산학 협동 교육을 가장 많이 활용했다.

만화의 경우는 산학 협동 교육과 인턴십 제도가 각각 30.8%로 가장 많이 이용하는 방식이었다.

〈표 4-2-42〉 장르별 산학연계 진행방식 (산학연계 경험학과)

(단위: %)

구분	프로젝트 공동진행	산학 협동 교육	장비 및 시설 공유	기술지도 및 기술이전	인턴십 제도	창업보육
전체	12.1	27.4	12.5	15.3	21.8	9.0
애니메이션	11.8	34.1	11.8	14.1	18.8	7.1
캐릭터	25.0	16.7	8.3	8.3	33.3	-
만화	7.7	30.8	7.7	15.4	30.8	7.7
음악	-	50.0	50.0	-	-	-
게임	13.0	21.7	13.0	17.4	26.1	8.7
방송	11.1	25.1	14.0	16.4	19.9	11.7
영화	20.0	26.7	-	13.3	40.0	-

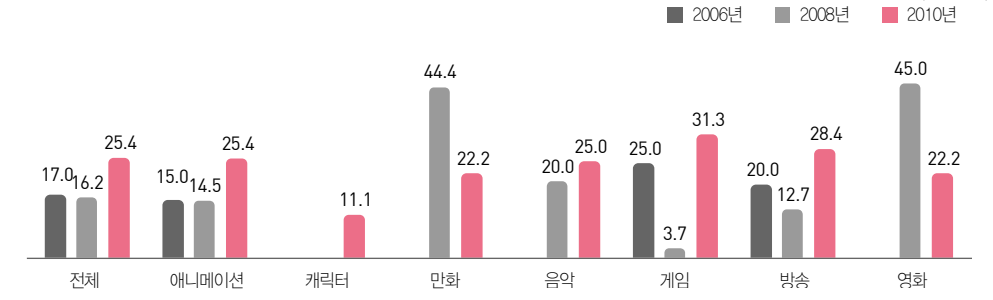
7. 해외교류 현황

전체적으로는 25.4%의 학과가 현재 해외교류를 진행하고 있거나 과거에 진행한 경험이 있는 것으로 나타났다. 게임 관련 학과에서 해외교류를 경험한 비율이 가장 많았다.

만화 학과는 22.2%로 나타났다. 이는 2008년의 44.4%에 비해 22.2%p 감소한 것이다.

〈그림 4-2-14〉 장르별 해외교류 경험률

(단위: %)



해외교류 경험 학과의 60% 이상은 학생교류 방식을 활용하고 있다. 이 외에는 해외 연수/견학, 교수/강사 교환 수업 등이 이루어지고 있었다.

만화 학과에서는 학생교류 방식으로만 해외교류를 진행하고 있었다.

〈표 4-2-43〉 장르별 해외교류 진행 방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)

(단위: %)

구분	교수/강사 교환 수업	학생 교류(교환 학생 등)	교수간/기업 공동 프로젝트 진행	해외 연수/견학
전체	25.6	60.5	9.3	39.5
애니메이션	15.4	38.5	7.7	7.7
캐릭터	-	100.0	-	-
만화	-	100.0	-	-
음악	-	100.0	-	-
게임	50.0	50.0	-	25.0
방송	27.8	61.1	16.7	11.1
영화	66.7	100.0	-	-

제4절

비정규 교육기관의 콘텐츠 관련 학과 현황

1. 학과 현황

2010년 들어 처음으로 비정규 교육기관의 범위를 공공부문과 민간부문으로 범주화하고 이에 대한 전수조사를 수행하였다. 비정규교육기관은 공공기관 산하 39개, 민간 아카데미 24개, 직업전문학교 19개, 평생교육기관 39개, 모두 121개이며, 개설된 과목은 총 470개이다. 이 중에서는 방송 장르에 속한 과목이 189개로 가장 많았다.

만화 과목은 총 8개로, 공공기관 산하 3개, 직업전문학교 4개, 평생교육기관 1개였으며, 공공부문⁸⁶⁾ 교육기관에서의 비율이 민간부문 교육기관에 비해 많았다.

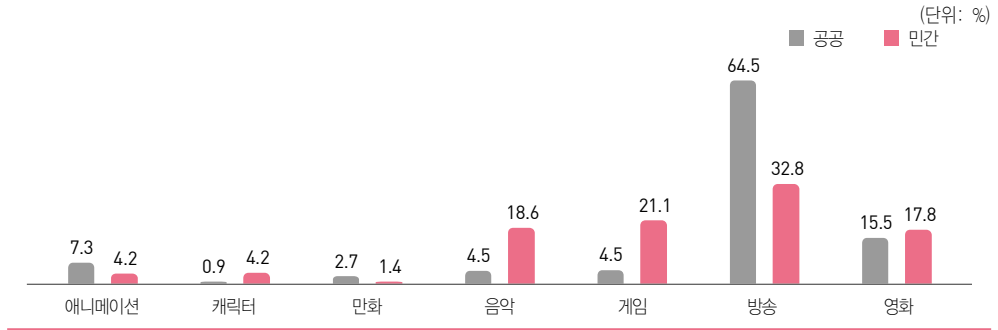
〈표 4-2-44〉 비정규교육기관 구분별 장르 분포

(단위: 개, %)

구분	전체		공공기관 산하		민간 아카데미		직업전문학교		평생교육기관	
	과목 수	비율	과목 수	비율	과목 수	비율	과목 수	비율	과목 수	비율
사례 수	470	100.0	129	100.0	176	100.0	56	100.0	109	100.0
애니메이션	23	4.9	9	7.0	4	2.3	8	14.3	2	1.8
캐릭터	16	3.4	1	0.8	6	3.4	6	10.7	3	2.8
만화	8	1.7	3	2.3	-	-	4	7.1	1	0.9
음악	72	15.3	5	3.9	8	4.5	8	14.3	51	46.8
게임	81	17.2	10	7.8	43	24.4	17	30.4	11	10.1
방송	189	40.2	78	60.5	73	41.5	9	16.1	29	26.6
영화	81	17.2	223	17.8	42	23.9	4	7.1	12	11.0

86) 공공부문은 공공기관 산하, 민간부문은 민간 아카데미, 직업전문학교, 평생교육기관을 포함함.

〈그림 4-2-15〉 비정규교육기관 구분별 장르 분포



과목별 개설강좌 수는 1개가 34.7%로 가장 많았다. 만화 역시 1개 강좌가 개설된 경우가 36.4%로 가장 많으며, 그 다음으로는 3~5개인 경우가 31.8%였다.

〈표 4-2-45〉 비정규교육기관 개설강좌 수

(단위: 명, %)

구분	전체	1개	2개	3~5개	5개 이상
전체	470(100.0)	163(34.7)	95(20.2)	110(23.4)	102(21.7)
애니메이션	46(100.0)	14(30.4)	10(21.7)	14(30.4)	8(17.4)
캐릭터	32(100.0)	12(37.5)	11(34.4)	7(21.9)	2(6.3)
만화	22(100.0)	8(36.4)	2(9.1)	7(31.8)	5(22.7)
음악	101(100.0)	33(32.7)	25(24.8)	26(25.7)	17(16.8)
게임	125(100.0)	64(51.2)	22(17.6)	14(11.2)	25(20.0)
방송	210(100.0)	60(28.6)	37(17.6)	55(26.2)	58(27.6)
영화	134(100.0)	25(18.7)	37(27.6)	48(35.8)	24(17.9)
기타	18(100.0)	6(33.3)	5(27.8)	6(33.3)	1(5.6)

강좌 당 교육기간은 3~6개월 미만이 30.4%로 가장 높다. 다음으로는 1~3개월 미만이 20.0%, 6개월~1년 미만이 18.1%로 나타났다. 방송의 경우에는 3개월 미만의 교육 기간이 42.9%를 차지했다.

만화의 경우에는 3~6개월 미만과 1년 이상의 교육기간이 각각 31.8%로 가장 높게 나타났으며, 1~3개월 미만은 27.3%로 나타났다.

〈표 4-2-46〉 비정규교육기관 교육기관

(단위: 명, %)

구분	전체	1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1년 이상
전체	470(100.0)	83(17.7)	94(20.0)	143(30.4)	85(18.1)	65(13.8)
애니메이션	46(100.0)	8(17.4)	13(28.3)	16(34.8)	8(17.4)	1(2.2)
캐릭터	32(100.0)	2(6.3)	3(9.4)	14(43.8)	13(40.6)	- (-)
만화	22(100.0)	- (-)	6(27.3)	7(31.8)	2(9.1)	7(31.8)
음악	101(100.0)	- (-)	16(15.8)	38(37.6)	17(16.8)	30(29.7)
게임	125(100.0)	28(22.4)	21(16.8)	31(24.8)	23(18.4)	22(17.6)
방송	210(100.0)	38(18.1)	52(24.8)	64(30.5)	40(19.0)	16(7.6)
영화	134(100.0)	19(14.2)	26(19.4)	52(38.8)	20(14.9)	17(12.7)
기타	18(100.0)	- (-)	8(44.4)	10(55.6)	- (-)	- (-)

2. 학생 현황

비정규교육기관의 총 교수 수는 3,761명, 총 학생 수는 35,519명, 교수 1인당 학생 수는 9.4명으로 나타났다. 1강좌 당 연평균 학생 수에서는 10~30인 이하의 비중이 68.1%로 가장 높았다. 10인 미만이 18.1%, 50인 이상이 7.7%, 30~50인 미만이 6.2%로 나타났다.

만화 관련 과목은 1강좌 당 연평균 학생 수가 22명이며, 학생 수가 10~30인 경우의 비중이 50.0%로 가장 높았다.

〈표 4-2-47〉 비정규교육기관 1강좌 당 연평균 학생 수

(단위: 명, %)

구분	전체	10인 미만	10~30인	30~50인	50인 이상
전체	470(100.0)	85(18.1)	320(68.1)	29 (6.2)	36(7.7)
애니메이션	46(100.0)	10(21.7)	32(69.6)	- (-)	4(8.7)
캐릭터	32(100.0)	6(18.8)	17(53.1)	1(3.1)	8(25.0)
만화	22(100.0)	7(31.8)	11(50.0)	2(9.1)	2(9.1)
음악	101(100.0)	30(29.7)	52(51.5)	14(13.9)	5(5.0)
게임	125(100.0)	23(18.4)	79(63.2)	5(4.0)	18(14.4)
방송	210(100.0)	30(14.3)	151(71.9)	15(7.1)	14(6.7)
영화	134(100.0)	34(25.4)	91(67.9)	3(2.2)	6(4.5)
기타	18(100.0)	- (-)	14(77.8)	1(5.6)	3(16.7)

〈표 4-2-48〉 비정규교육기관 장르별 학생 및 학과 현황

(단위: 명)

구분	총 학생 수	총 교수 수	교수 1인당 학생 수
전체	35,519	3,761	9.4
공공	19,726	1,119	17.6
민간	15,793	2,642	6.0
공공기관 산하	19,946	1,281	15.6
민간 아카데미	6,751	404	16.7
직업전문학교	4,230	387	10.9
평생교육기관	4,592	1,689	2.7