

A n i m a t i 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 애니메이션 이용자 동향

제1장 애니메이션 소비자 실태조사 결과

- 제 1 절 애니메이션 소비자 실태조사 개요
- 제 2 절 전반적 애니메이션 이용행태
- 제 3 절 TV 애니메이션 이용행태
- 제 4 절 극장 애니메이션 이용행태
- 제 5 절 온라인 애니메이션 이용행태
- 제 6 절 애니메이션 비디오/DVD 이용행태
- 제 7 절 새로운 플랫폼(스마트폰·태블릿PC)을 통한 애니메이션 이용행태
- 제 8 절 3D입체영상 애니메이션 이용행태
- 제 9 절 애니메이션 관련 상품 이용행태
- 제10절 애니메이션 이용 결정요인

제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과

- 제 1 절 콘텐츠 교육기관 현황조사 개요
- 제 2 절 대학의 콘텐츠 관련 학과 현황
- 제 3 절 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황
- 제 4 절 비정규교육기관의 콘텐츠 관련 학과 현황

제1장 애니메이션 소비자 실태조사 결과

제1절 _

| 애니메이션 소비자 실태조사 개요 |

1. 조사목적

2005년 국산 애니메이션 지상파 총량제를 시행하면서 국내 애니메이션산업이 성장하는 계기가 마련되었다. 성장 초기에는 뽀로로 등 스타 콘텐츠가 시장을 견인하였고, 2006년 이후 창작 애니메이션이 양적으로 성장하면서 시장이 더욱 확대되고 있다. 다만 시장 확대를 통해 애니메이션 산업의 전반적 성장을 도모하고 있으나 소비자가 애니메이션 콘텐츠를 이용함에 있어 여전히 일정한 거리감이 존재하며, 선택의 어려움이 있으므로 애니메이션 자체의 소비력으로 소비자의 욕구를 충족시키기 어려운 상황이다. 이런 시장 상황 속에서 애니메이션 소비자들의 소비 실태를 구체적으로 파악할 수 있는 통계의 필요성이 증대되고 있다.

본 조사는 애니메이션에 대한 전반적인 이용실태와 이용인식 뿐 아니라 TV 애니메이션, 극장 애니메이션, 비디오/DVD 애니메이션, 새로운 플랫폼을 이용한(스마트폰/태블릿PC) 애니메이션 등 다양한 채널을 통한 애니메이션 이용 실태를 파악하고자 한다. 또한 융복합 콘텐츠 6대 핵심전략분야 중 하나인 3D입체 영상 뉴미디어를 이용한 애니메이션 이용실태와 애니메이션 관련 분야인 캐릭터 상품 이용실태를 파악하여 애니메이션 콘텐츠 이용자에 대한 합리적인 정책수립과 기업의 비즈니스 마케팅 활동을 지원하는 근거지표로 활용하는 데 목적이 있다.

2. 조사체계

1) 조사설계

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

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

표본추출은 우선, 조사대상 지역인 전국 7개 광역시도, 성별, 연령별 인구구성에 맞춰 층화한 후 제곱근 비례할당 방식에 따라 추출하였고, 애니메이션 콘텐츠를 주로 이용하는 연령대에 대한 대표성을 확보하기 위해 2010년 애니메이션산업 소비자 실태조사 결과를 바탕으로 각 연령별로 애니메이션 콘텐츠 이용률을 가중치로 반영하여 최종 표본을 추출하였다. 조사는 연 1회 주기로 실시되며, 조사 응답시점은 2011년 상반기(2011년 1월 ~ 2011년 8월)이다. 조사는 2011년 9월에서 10월까지 시행되었으며, 조사방법은 면접원이 조사대상자와 1:1 개별면접을 통해 데이터를 확보하였다.

<표 4-1-1> 애니메이션산업 소비자 조사 설계

모집단	만 10세~59세 전 국민 중 2011년 애니메이션관련 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)에이치코리아글로벌리서치

2) 표본설계

(1) 모집단

- 가. 목표 모집단(Target Population) : 만 10세~59세 전 국민
- 나. 조사 모집단(Survey Population) : 조사시점 기준 조사대상지역에 거주하는 만 10세~59세 국민 중 애니메이션 관련 콘텐츠 구입 및 이용 경험자

(2) 표본추출

- 가. 개요 : 다단계 층화 후 제곱근 비례추출
 - 서울, 경기/인천, 강원, 대전, 광주, 대구, 부산 등 7개 지역별 및 남, 여 등 2개 성별, 만 10대~50대까지 5개 연령으로 다단계 층화 후 제곱근 비례하여 총 1,500명 조사
- 나. 표본틀 : 통계청에서 발표하는 2010년도 전국 인구 총 조사
- 다. 표본추출

- 인구모집단 특성이 반영되도록 지역, 성, 연령별 비율에 따라 제곱근 비례할당한 후 애니메이션 콘텐츠를 주로 이용하는 연령대에 대한 대표성을 확보하기 위해 2010년도 연령별 애니메이션 콘텐츠 이용률을 가중치로 반영하여 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 애니메이션 콘텐츠 이용률 반영 가중치

구 분	10~14세	15~19세	20~24세	25~29세	30~39세	40~49세	50~59세	합계
만10~59세 애니메이션 콘텐츠 이용률	26.6%	23.3%	16.3%	12.9%	11.3%	5.7%	3.9%	100.0%

구 분	10~14세	15~19세	20~24세	25~29세	30~39세	40~49세	합계
만10~49세 애니메이션 콘텐츠 이용률	27.7%	24.2%	17.0%	13.4%	11.8%	5.9%	100.0%

<표 4-1-3> 조사 표본 구성

(단위: 명)

50대 포함 표본 구성	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								
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 표본 구성	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						
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 도표 내의 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 이상을 응답한 결과치를 집계한 것이다.

본 보고서는 응답자의 인구통계학적 특성에 따라 교차분석을 하였지만, 통계적으로 의미를 부여하는 표본수 30표본 이하에 대한 분석이 존재하므로 표본수 30표본 이하에 대한 분석은 해석에 유의하여야 한다.

시계열 분석을 위한 기준은 2010년(2010년도 조사결과)과 2011년(2011년도 조사결과)이며, 2011년은 2011년 상반기(2011년 1월 ~ 2011년 8월)를 의미한다.

제2절 _

| 전반적 애니메이션 이용 행태 |

1. 애니메이션 이용 경험

2011년 애니메이션 소비자 이용 행태를 살펴보면 TV 애니메이션 이용률이 80.7%로 가장 높았으며, 다음으로 극장 애니메이션 36.5%, 온라인 애니메이션 19.1% 순으로 나타났다.

애니메이션 이용 경험을 세부적으로 살펴보면 TV 애니메이션 중에서는 케이블TV 경험률이 가장 높았으며, 온라인 애니메이션 중에서는 포털 및 기타 사이트 이용률이 가장 높았다.

2. 애니메이션 관람 빈도

애니메이션을 관람하는 빈도는 1개월에 2~3번 이상이 51.7%로 나타났다.

성별로는 여자는 애니메이션을 거의 매일 관람하는 경우가 11.5%로 나타났고, 남자는 3.5%로 나타났다. 연령별로는 10~14세는 일주일에 3~4번 이상 애니메이션을 보는 경우가 55.4%로 나타났다.

<표 4-1-4> 애니메이션 관람 빈도 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50~59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
거의 매일	7.4	3.5	11.5	22.1	2.3	1.2	1.6	4.1	1.2	0.0
일주일에 3-4번	12.6	16.4	8.4	33.3	9.5	3.7	1.6	5.9	1.2	1.7
일주일에 1-2번	15.2	14.7	15.8	14.5	20.9	14.7	7.7	17.1	11.9	10.4
1개월에 2-3번	16.5	16.0	17.0	10.3	18.6	22.5	16.0	18.2	22.6	10.4
1개월에 한번	14.1	14.9	13.3	6.0	16.6	17.1	21.6	15.3	15.5	10.3
2-3개월에 한번	34.2	34.5	34.0	13.8	32.1	40.8	51.5	39.4	47.6	67.2

3. 즐겨보는 애니메이션 장르

‘코믹/명랑’ 장르에 대한 선호는 성/연령을 불문하고 공통적으로 가장 선호하는 것으로 나타났고, ‘판타지’, ‘순정’, ‘액션/무협’도 2010년에 이어 선호도가 높은 장르로 나타났다.

다만 ‘액션/무협’은 2010년에 비해 7.3%p 하락하여 선호도는 7.4%로 나타났다.

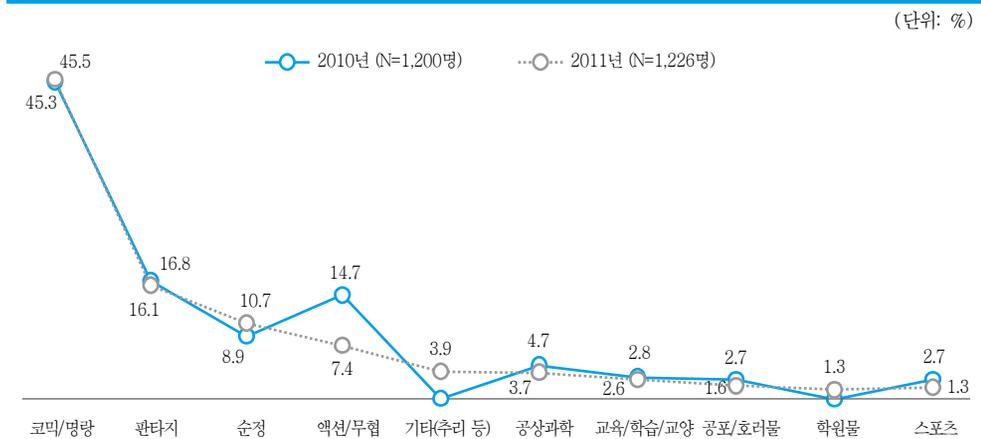
<표 4-1-5> 즐겨보는 애니메이션 장르 1순위 (Top10)

(단위: %)

구 분	코믹/명랑	판타지	순정	액션/무협	기타(추리 등)	공상과학	교육/학습/교양	공포/호러물	학원물	스포츠
2010년 (N=1,200명)	45.3	16.8	8.9	14.7	-	4.7	2.8	2.7	-	2.7
2011년 (N=1,226명)	45.5	16.1	10.7	7.4	3.9	3.7	2.6	1.6	1.3	1.3

*2011년 조사는 1,500명 기준으로 실시하였으나 2010년과의 비교를 위해 50대를 제외하고 분석함(이하 동일)

<그림 4-1-1> 즐겨보는 애니메이션 장르 1순위 (Top10)



*2011년 조사는 1,500명 기준으로 실시하였으나 2010년과의 비교를 위해 50대를 제외하고 분석함(이하 동일)

<표 4-1-6> 즐겨보는 애니메이션 장르 1순위 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
코믹/명랑	45.4	43.3	47.7	63.7	37.8	35.7	33.8	47.4	42.9	43.3
판타지	16.2	18.2	14.0	5.7	20.8	24.7	20.0	14.4	15.6	18.1
순정	10.5	4.3	17.2	11.0	8.3	7.4	18.3	9.9	12.8	4.9
액션/무협	7.5	12.3	2.2	7.6	7.0	9.4	7.3	5.0	6.8	9.8
기타(추리)	3.9	3.8	4.1	3.8	4.5	4.9	3.2	3.0	2.5	4.3
공상과학	3.7	4.2	3.1	2.5	2.9	4.3	5.8	2.6	7.4	4.7
교육/학습/교양	2.7	2.7	2.6	0.3	3.3	0.2	0.7	11.2	5.4	3.1
공포/호러물	1.6	2.4	0.7	1.9	0.9	2.7	0.6	2.1	0.9	0.8
스포츠	1.4	2.4	0.2	0.4	1.8	2.0	1.6	0.7	1.3	3.6
학원물	1.3	0.1	2.6	0.0	2.4	2.9	1.9	0.0	0.0	1.0

*2010년과의 비교를 위해 50대를 제외하고 분석하였으나, 전체 표의 경우 50대를 포함하여 분석함(이하 동일)

성별에 따른 선호 장르로는 ‘코믹/명랑’ 이외의 장르에 대해 남성 응답자들의 경우, ‘판타지(18.2%)’, ‘액션/무협(12.3%)’ 순이었으며, 여성 응답자들은 ‘순정(17.2%)’, ‘판타지(14.0%)’ 순으로 나타나 성별에 따라 다소 다른 양상을 보였다.

연령별로는 전 연령대에서 ‘코믹/명랑’, ‘판타지’, ‘순정’ 순으로 선호도가 높게 나타났으나, 10~14세의 경우 ‘코믹/명랑’에 대한 선호도가 63.7%로 상당히 높은 가운데 그 다음 순으로 ‘순정(11.0%)’이 높아 다른 양상을 보였다.

4. 선호하는 애니메이션 작품

만 9세 이하는 <뽀롱뽀롱 뽀로로(47.1%)>를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 <짱구는 못 말려(39.8%)>, <아기공룡 둘리(16.8%)>, <스폰지밥(11.9%)>, <도리에몽(10.2%)> 순으로 나타났다.

<표 4-1-7> 선호하는 애니메이션 작품(만9세 이하) 복수응답 (Top10)

(단위: %)

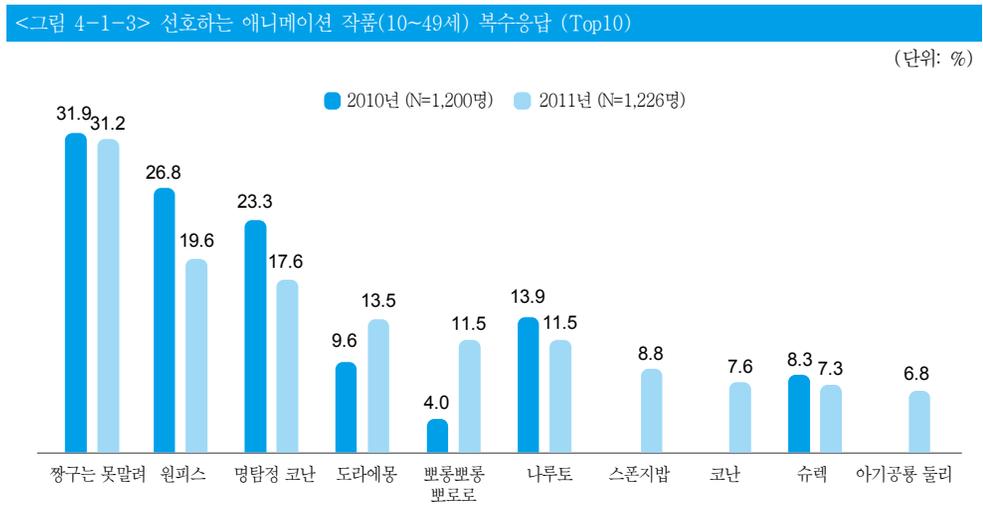
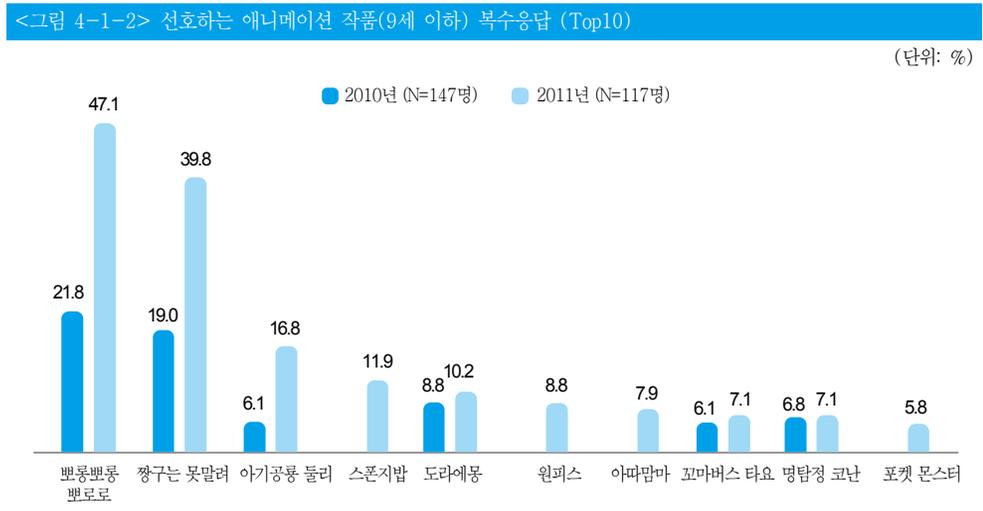
구 분	뽀롱뽀롱 뽀로로	짱구는 못말려	아기공룡 둘리	스폰지밥	도리에몽	원피스	아따맘마	꼬마버스 타요	명탐정 코난	포켓 몬스터
2010년 (N=147명)	21.8	19.0	6.1	-	8.8	-	-	6.1	6.8	-
2011년 (N=117명)	47.1	39.8	16.8	11.9	10.2	8.8	7.9	7.1	7.1	5.8

만 10~49세는 <짱구는 못말려(31.2%)>를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는

<원피스(19.6%)>, <명탐정 코난(17.6%)>, <도라에몽(13.5%)>, <뽀롱뽀롱 뽀로로(11.5%)>, <나루토(11.5%)> 순으로 나타났다.

<표 4-1-8> 선호하는 애니메이션 작품(10~49세) 복수응답 (Top10) (단위: %)

구분	짱구는 못말려	원피스	명탐정 코난	도라에몽	뽀롱뽀롱 뽀로로	나루토	스폰지밥	코난	슈렉	아기공룡 둘리
2010년 (N=1,200명)	31.9	26.8	23.3	9.6	4.0	13.9	-	-	8.3	-
2011년 (N=1,226명)	31.2	19.6	17.6	13.5	11.5	11.5	8.8	7.6	7.3	6.8



성별로는 남녀 모두 <짱구는 못말려>가 26.2%, 36.7%로 가장 선호도가 높게 나타났으며, 그 다음으로는 여성의 경우 <뽀롱뽀롱 뽀로로(15.5%)>, <명탐정 코난(15.2%)> 순이며, 남성의 경우 <원피스(23.6%)>, <명탐정 코난(19.3%)> 순으로 나타났다.

연령별로는 20~24세를 제외한 전 연령층에서 <짱구는 못말려>가 가장 높은 선호도를 보였으며, 20~24세의 경우 근소한 차이로 <원피스(28.6%)>가 가장 높은 선호도를 보였다.

<표 4-1-9> 선호하는 애니메이션 작품 복수응답 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
짱구는 못말려	31.3	26.2	36.7	36.8	30.3	26.6	24.2	33.1	33.4	33.9
원피스	19.2	23.6	14.4	10.9	29.9	28.6	15.7	14.5	10.8	9.7
명탐정 코난	17.3	19.3	15.2	22.3	23.3	13.1	9.6	13.4	12.4	9.8
도라에몽	13.1	15.3	10.8	26.3	10.3	10.8	2.5	9.2	7.6	4.9
뽀롱뽀롱 뽀로로	11.6	7.9	15.5	9.2	10.6	7.6	10.3	26.5	10.2	13.3
나루토	11.1	14.4	7.6	18.1	12.0	12.0	5.6	5.6	1.7	2.2
스폰지밥	8.6	6.9	10.3	8.0	10.5	13.5	4.3	6.9	6.1	2.8
코난	7.5	6.9	8.1	6.2	9.6	7.2	8.1	6.3	8.4	5.3
슈렉	7.5	8.5	6.3	1.9	7.7	8.9	11.8	8.6	13.9	10.7
아기공룡 둘리	7.1	6.5	7.8	0.5	7.5	11.0	5.3	11.9	13.8	16.4

5. 애니메이션 작품 정보 입수 경로

애니메이션 작품 정보를 입수하는 경로로는 '친구나 주변인'이 71.7%로 가장 높게 나타났으며, '지상파TV/신문/잡지/인터넷기사(48.5%)', '케이블/위성/IPTV(44.4%)', '인터넷 동호회/카페(8.3%)', '극장광고(6.5%)'의 순으로 나타났다.

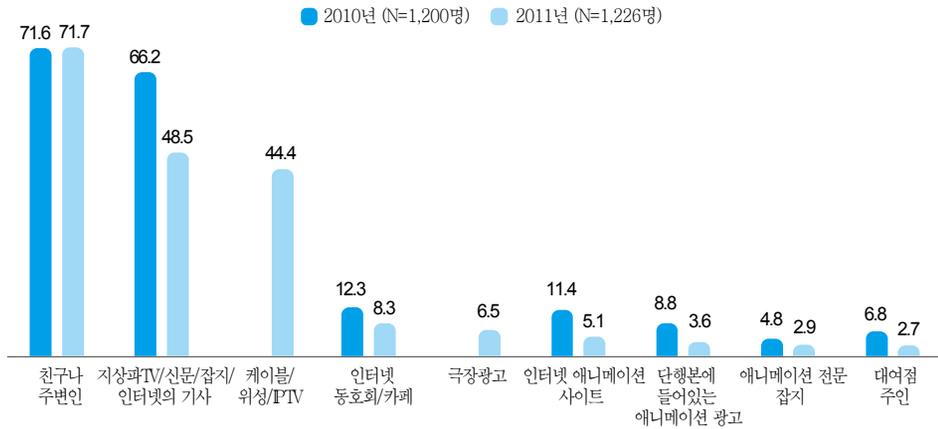
<표 4-1-10> 애니메이션 작품 정보 입수 경로 (복수응답)

(단위: %)

구 분	친구나 주변인	지상파TV/ 신문/잡지/ 인터넷의 기사	케이블/ 위성/IPTV	인터넷 동호회/ 카페	극장광고	인터넷 애니메이션 사이트	단행본에 들어있는 애니메이션 광고	애니메이션 전문 잡지	대여점 주인
2010년 (N=1,200명)	71.6	66.2	-	12.3	-	11.4	8.8	4.8	6.8
2011년 (N=1,226명)	71.7	48.5	44.4	8.3	6.5	5.1	3.6	2.9	2.7

<그림 4-1-4> 애니메이션 작품 정보 입수 경로 (복수응답)

(단위: %)



<표 4-1-11> 애니메이션 작품 정보 입수 경로 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
친구나 주변인	70.8	70.3	71.4	85.0	72.5	74.1	59.9	59.2	49.8	51.1
지상파TV/신문/잡지/인터넷 기사	48.7	50.7	46.5	50.2	39.9	41.3	60.5	56.2	54.4	51.7
케이블/위성/IPTV	44.7	44.5	45.0	31.3	52.4	41.7	45.4	54.3	58.9	52.3
인터넷 동호회/카페	8.1	9.0	7.1	6.2	8.6	13.6	8.0	7.4	4.4	2.6
극장광고	6.6	6.1	7.2	0.6	5.3	8.4	14.5	9.9	8.9	9.2
인터넷 애니메이션 사이트	5.0	6.5	3.5	0.0	7.1	13.2	4.9	1.9	4.2	3.4
단행본에 들어있는 애니메이션 광고	3.6	2.9	4.3	3.7	4.5	1.0	3.6	4.9	3.8	4.0
애니메이션 전문 잡지	3.0	3.7	2.1	1.9	5.4	1.3	2.9	3.4	1.8	3.2
대여점 주인	2.8	2.2	3.4	2.4	4.6	0.4	1.0	4.4	3.6	4.2

성별로는 남녀 모두 '친구나 주변인'에게서 애니메이션 정보를 입수하는 경우가 가장 높게 나타났다.

연령별로는 20~24세 이하의 경우 '친구나 주변인'에게서 정보를 입수하는 비율이 70% 이상으로써 다른 경로에 비해 상당히 높은 비율을 보였다.

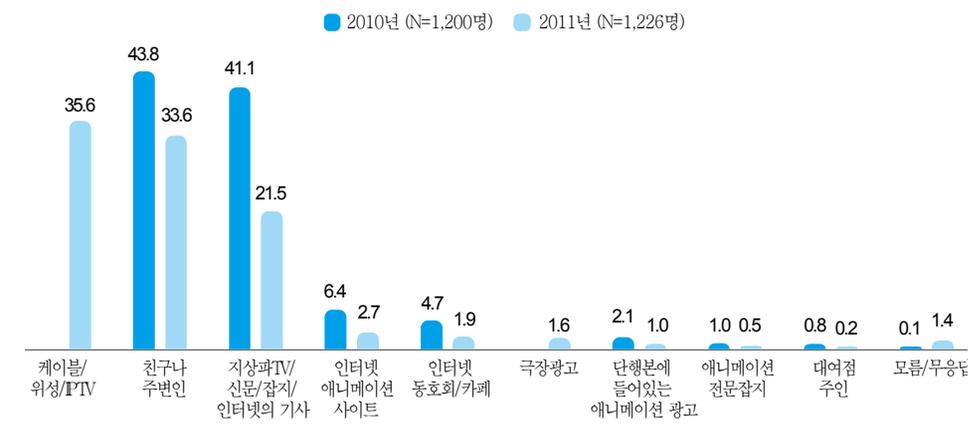
<표 4-1-12> 애니메이션 작품 구입에 가장 많은 영향을 미치는 정보

(단위: %)

구분	케이블/위성/IPTV	친구나 주변인	지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사	인터넷 애니메이션 사이트	인터넷 동호회/카페	극장광고	단행본에 들어있는 애니메이션 전문 잡지 광고	애니메이션 전문 잡지	대여점 주인	모름/무응답
2010년 (N=1,200명)	-	43.8	41.1	6.4	4.7	-	2.1	1.0	0.8	0.1
2011년 (N=1,226명)	35.6	33.6	21.5	2.7	1.9	1.6	1.0	0.5	0.2	1.4

<그림 4-1-5> 애니메이션 작품 구입에 가장 많은 영향을 미치는 정보

(단위: %)



애니메이션 작품 구입에 가장 많은 영향을 미치는 정보로는 ‘케이블/위성/IPTV’(35.6%)를 통해 입수 한다고 응답한 비중이 가장 많았고, 그 다음으로 ‘친구나 주변인(33.6%)’, ‘지상파TV/신문/잡지/인터넷의 기사’(21.5%), ‘인터넷 애니메이션 사이트’(2.7%)등의 순으로 나타났다.

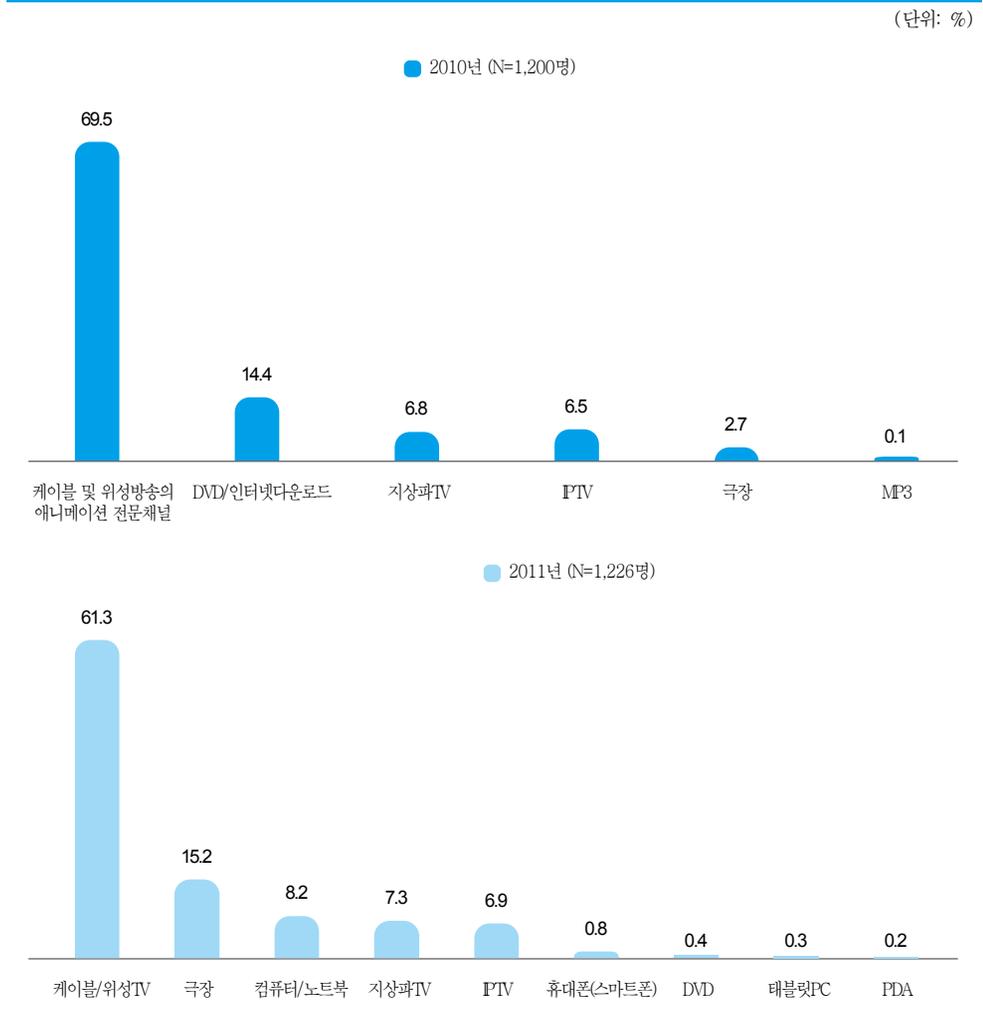
6. 애니메이션 주이용 감상 매체

애니메이션 주이용 감상 매체로는 ‘케이블/위성TV’가 61.3%로 가장 높게 차지하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 ‘극장’(15.2%), ‘컴퓨터/노트북’(8.2%) 순으로 나타났으며, ‘지상파TV’는 2010년보다 다소 증가한 7.3%로 나타났다.

<표 4-1-13> 애니메이션 주이용 감상 매체 (복수응답)

구분		케이블 및 위성 방송의 애니메이션 전문 채널	DVD/인터넷 다운로드	지상파TV	IPTV	극장	MP3			
2010년 (N=1,200명)		69.5	14.4	6.8	6.5	2.7	0.1			
구분		케이블/ 위성TV	극장	컴퓨터/ 노트북	지상파TV (KBS, MBC, SBS, EBS)	IPTV (KT QookTV, SK브로드밴드TV, LG U+TV)	휴대폰 (스마트폰)	DVD	태블릿PC (아이패드, 갤럭시탭)	PDA
2011년 (N=1,226명)		61.3	15.2	8.2	7.3	6.9	0.8	0.4	0.3	0.2

<그림 4-1-6> 애니메이션 주이용 감상 매체 (복수응답)



<표 4-1-14> 애니메이션 주이용 감상 매체 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
케이블/위성TV	61.2	60.2	62.2	73.8	58.7	52.0	47.3	63.4	66.7	60.0
극장	15.3	15.5	15.1	6.2	16.2	20.4	27.3	13.3	14.1	18.6
지상파TV	7.6	6.1	9.1	6.4	7.0	6.4	5.2	13.3	8.8	12.9
컴퓨터/노트북	8.1	10.0	6.0	8.0	7.0	14.7	9.6	3.1	3.3	3.8
IPTV	6.9	6.9	6.9	5.6	8.7	6.6	7.3	6.3	7.1	5.4
휴대폰(스마트폰)	0.8	0.9	0.7	0.0	1.4	1.3	1.3	0.8	0.4	0.5
DVD	0.4	0.6	0.1	0.0	0.2	0.0	2.0	0.4	0.2	0.2
태블릿PC	0.2	0.2	0.3	0.0	0.3	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PDA	0.2	0.1	0.3	0.0	0.7	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0

1순위 기준 애니메이션 주이용 감상 매체를 살펴보면 ‘케이블/위성TV’(61.2%)가 가장 높으며, 그 다음으로 ‘극장’(15.3%), ‘컴퓨터/노트북’(8.1%), ‘지상파TV’(7.6%) 등의 순으로 조사 되었다.

성별로 보면, ‘케이블/위성TV’는 여성(62.2%)이 남성(60.2%)보다 다소 높게 나타났으며, 반면, ‘컴퓨터/노트북’은 남성(10.0%)이 여성(6.0%)보다 높게 조사되었다.

연령별로 살펴보면, ‘케이블/위성TV’는 전 연령대에서 높게 나타난 가운데 20대의 경우에는 ‘극장’의 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

제3절

| TV 애니메이션 이용행태 |

1. TV 애니메이션 시청 경험을 및 주이용 시청매체

2011년 TV 애니메이션 시청 경험율은 80.7%로 2010년 대비 8.9%p 감소하였다.

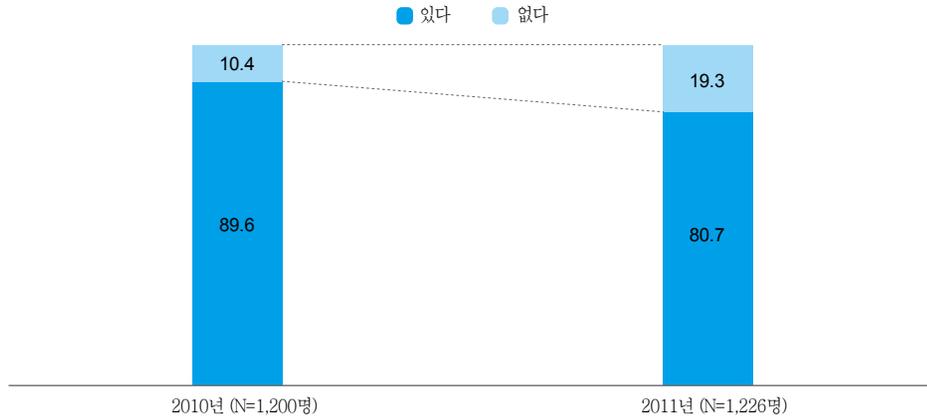
<표 4-1-15> TV 애니메이션 시청 경험율

(단위: %)

구 분	TV 애니메이션 시청 경험율			
	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	89.6	10.4	80.7	19.3

<그림 4-1-7> TV 애니메이션 시청 경험을

(단위: %)



<표 4-1-16> TV 애니메이션 시청 매체 (복수응답)

(단위: %)

구분	케이블TV	지상파TV	IPTV	스카이라이프	위성 DMB	지상파 DMB
2010년 (N=1,076명)	86.0	37.3	10.9	2.8	1.4	1.2
구분	케이블 및 위성방송	지상파TV	IPTV	기타	DMB	
2011년 (N=989명)	67.2	33.4	8.2	1.4	0.7	

TV 애니메이션 주이용 시청매체는 ‘케이블 및 위성방송’이 67.2%로 나타났으며, 이는 2010년 결과와 동일하지만 그 비중은 다소 감소하였다. 또한, 지상파 TV도 2010년 37.3%에서 2011년 33.4%로 다소 감소한 것으로 나타났다.

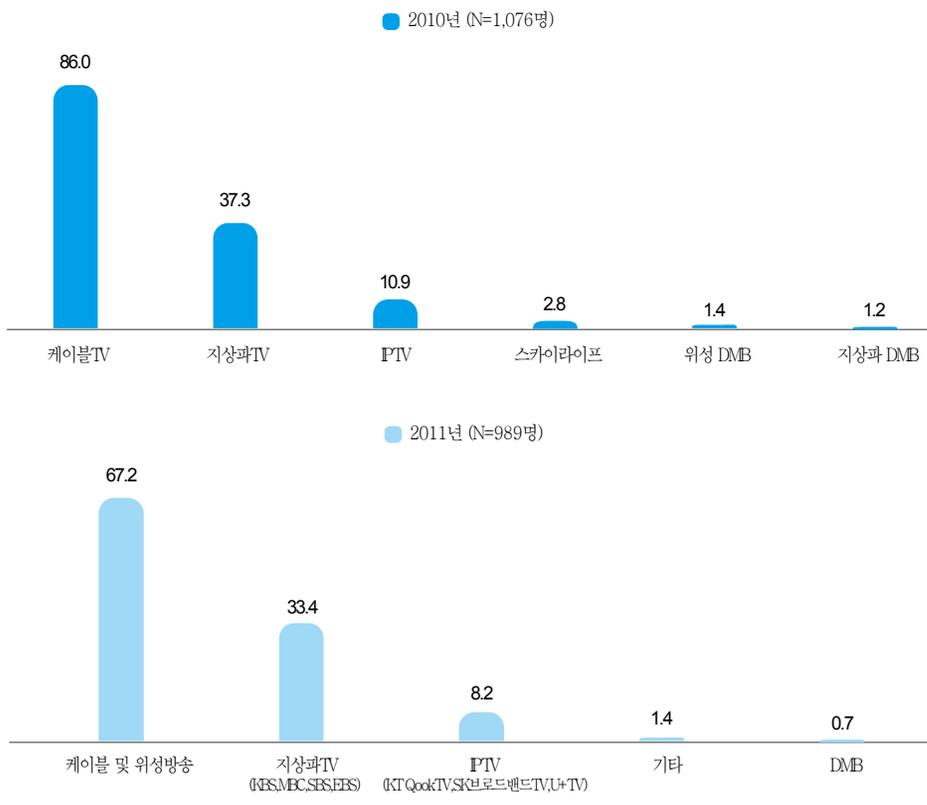
<표 4-1-17> TV 애니메이션 시청 매체 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50~59세
응답 수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
케이블 및 위성방송	67.1	66.1	68.1	80.4	61.8	59.9	54.1	71.2	70.7	63.7
지상파TV	33.1	34.0	32.1	50.1	26.1	19.7	27.4	37.3	30.4	24.4
IPTV	8.2	7.6	8.9	5.9	10.1	6.6	10.8	9.0	8.7	7.4
기타	1.4	1.6	1.1	0.0	2.2	3.5	1.1	0.7	0.7	0.7
DMB	0.7	0.9	0.5	0.3	0.0	0.9	2.9	0.5	0.8	0.0

<그림 4-1-8> TV 애니메이션 시청 매체 (복수응답)

(단위: %)



복수응답 기준으로 TV 애니메이션을 경험해 본 TV매체로는 ‘케이블 및 위성방송’(67.1%)이 가장 많았고, 그 다음으로 ‘지상파TV’(33.1%), ‘IPTV’(8.2%) 등의 순으로 나타났다.

성별로 살펴보면, ‘케이블 및 위성방송’은 여성(68.1%)이 남성(66.1%)보다 상대적으로 다소 높게 나타났으며 연령별로 보면 전 연령층에서 ‘케이블 및 위성방송’의 비중이 높게 나타난 가운데 10~14세와 30~49대에서 상대적으로 다소 높게 조사되었다.

2. TV 애니메이션 시청 빈도

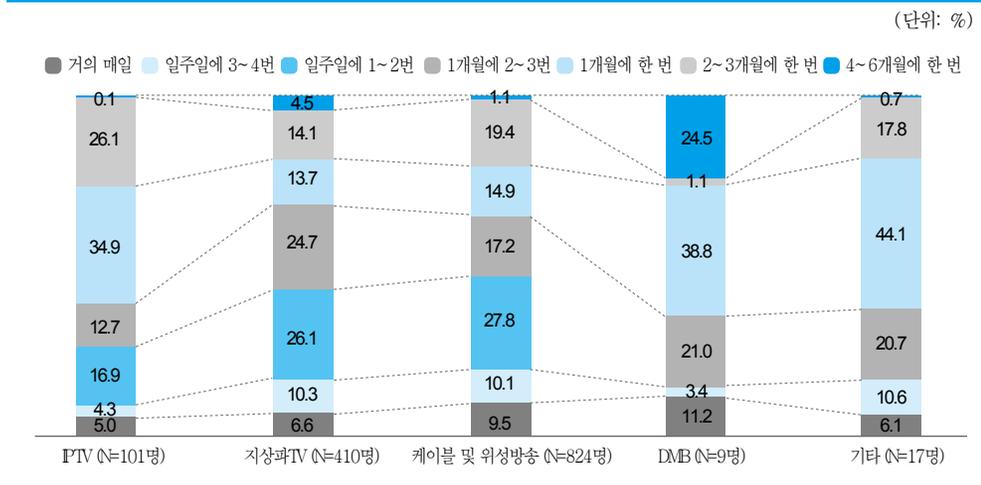
케이블 및 위성방송으로 애니메이션을 1개월에 한번 이상 시청하는 비율은 79.5%, 지상파TV는 81.4%, IPTV는 73.8% 등인 것으로 조사되었다.

<표 4-1-18> TV 애니메이션 시청 빈도

(단위: %)

구 분	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4~6개월에 한번
IPTV (N=101명)	5.0	4.3	16.9	12.7	34.9	26.1	0.1
지상파TV (N=410명)	6.6	10.3	26.1	24.7	13.7	14.1	4.5
케이블 및 위성방송 (N=824명)	9.5	10.1	27.8	17.2	14.9	19.4	1.1
DMB (N=9명)	11.2	3.4	-	21.0	38.8	1.1	24.5
기타 (N=17명)	6.1	10.6	-	20.7	44.1	17.8	0.7

<그림 4-1-9> TV 애니메이션 시청 빈도



TV 애니메이션 시청 빈도 결과 'IPTV'는 '1개월에 한번'이 34.9%로 가장 많았고, '지상파TV'와 케이블 및 위성방송'은 '일주일에 1~2번'이 각각 26.1%, 27.8%로 가장 많았다. 또한, 응답자 사례 수는 적지만 'DMB'의 경우에는 '1개월에 한번'이 38.8%로 가장 높게 나타났다.

3. 하루 평균 TV 애니메이션 시청시간

하루 평균 TV 시청시간 조사결과 전체 평균시간은 141.6분이며, 여자의 하루 평균 TV시청시간은 147.3분, 남자는 136.1분으로 여자가 하루 평균 11.2분 TV를 더 많이 시청하는 것으로 나타났다. 연령별로는 10~14세가 130.6분으로 가장 낮고, 30~39세가 177.3분으로 하루 평균 TV 시청시간이 가장 많은 것으로 조사되었다.

<표 4-1-19> 하루 평균 TV 시청 시간

(단위: 분)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세		
2010년	응답수	1,076명	526명	550명	298명	244명	168명	180명	136명	50명	
	시간	127.2	120.5	133.7	120.5	109.4	124.7	140.0	148.8	158.2	
2011년	응답수	989명	505명	484명	302명	237명	152명	113명	124명	61명	
	시간	141.6	136.1	147.3	130.6	135.7	132.3	142.2	177.3	167.8	
2011년	응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
	시간	143.2	137.0	149.6	130.6	135.7	132.3	142.2	177.3	167.8	184.7

※위 표는 2011년 전체(50대 포함) 조사 결과표이며, 2010년과 비교를 위해 50대 제외한 결과표 동시 제시(이하 동일)

하루 평균 TV 애니메이션 시청 시간은 36.4분으로 2010년과 비슷한 수준(35.6분)인 것으로 평가되었다. 하루 평균 TV 애니메이션 시청시간은 2010년 대비 성별에서는 남자가 여자보다 상대적으로 다소 증가한 경향을 보이며, 연령별로는 19세 이하와 30대 이상에서 상대적으로 다소 증가한 것으로 나타났다. 반면 20대 연령층에서의 TV 애니메이션 시청시간은 2010년 대비 다소 감소한 것으로 조사되었다.

<표 4-1-20> 하루 평균 TV 애니메이션 시청 시간

(단위: 분)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세		
2010년	응답수	1,076명	526명	550명	298명	244명	168명	180명	136명	50명	
	시간	35.6	33.8	37.2	43.5	34.0	32.5	32.4	31.9	27.2	
2011년	응답수	989명	505명	484명	302명	237명	152명	113명	124명	61명	
	시간	36.4	36.5	36.2	45.1	35.8	29.8	31.1	33.1	28.4	
2011년	응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
	시간	36.0	36.0	35.9	45.1	35.8	29.8	31.1	33.1	28.4	26.0

하루 평균 TV 애니메이션 시청점유율은 25.7%로, 2010년 대비 2.3%p 감소하였다. 성별 및 연령별로도 2010년 대비 다소 감소한 것으로 나타났다.

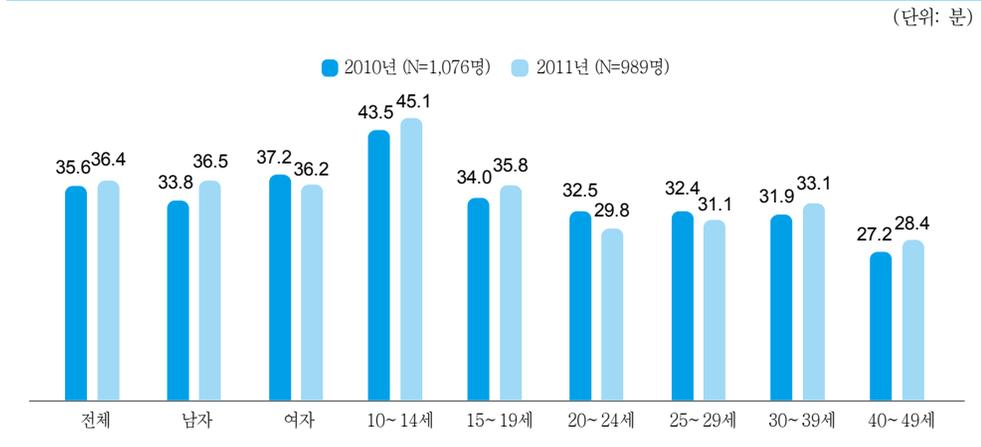
성별로는 남성(26.8%)이 여성(24.6%)에 비해 상대적으로 하루 평균 TV시청 대비 애니메이션 시청률이 높게 나타났다. 연령별로 살펴보면 10~14세가 34.5%로 가장 높았고, 그 다음으로는 15~19세 26.4%로 조사되어 다른 연령대에 비하여 10대의 애니메이션 시청 점유율이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-1-21> 하루 평균 TV시청 대비 애니메이션 시청 점유율

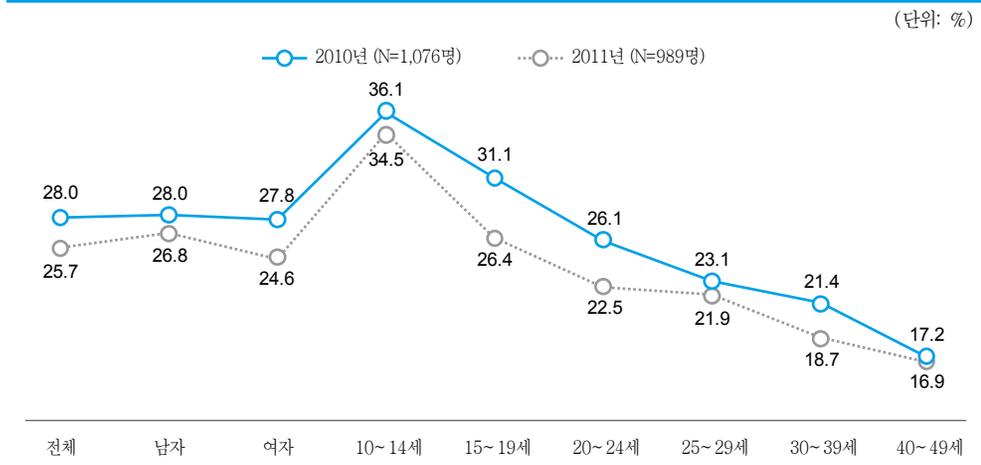
(단위: 분)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	
2010년										
응답수	1,076명	526명	550명	298명	244명	168명	180명	136명	50명	
점유율	28.0	28.0	27.8	36.1	31.1	26.1	23.1	21.4	17.2	
2011년										
응답수	989명	505명	484명	302명	237명	152명	113명	124명	61명	
시간	25.7	26.8	24.6	34.5	26.4	22.5	21.9	18.7	16.9	
2011년										
응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
시간	25.1	26.3	24.0	34.5	26.4	22.5	21.9	18.7	16.9	14.1

<그림 4-1-10> 하루 평균 TV 애니메이션 시청 시간



<그림 4-1-11> 하루 평균 TV시청 대비 애니메이션 시청 점유율



4. TV 애니메이션 주 시청 요일

TV 애니메이션의 주 시청요일 가운데는 토요일이 42.1%로 가장 높게 나타났으며, 일요일 29.5%, 금요일 18.5% 등의 순으로 나타났다. 주 시청 요일 없이 매일 시청한다는 비중은 17.2%로 2010년 31.7%보다 감소한 반면, 요일별로는 일요일을 제외하고 대체로 증가한 것으로 나타났다.

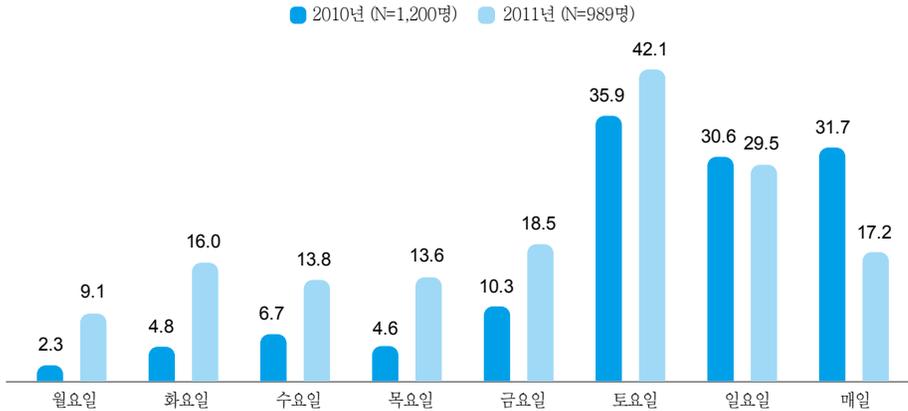
<표 4-1-22> TV 애니메이션 주 시청 요일 (복수응답)

(단위: %)

구 분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	매일
2010년 (N=1,200명)	2.3	4.8	6.7	4.6	10.3	35.9	30.6	31.7
2011년 (N=989명)	9.1	16.0	13.8	13.6	18.5	42.1	29.5	17.2

<그림 4-1-12> TV 애니메이션 주 시청 요일 (복수응답)

(단위: %)



<표 4-1-23> TV 애니메이션 주 시청 요일 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
월요일	9.2	10.6	7.8	15.6	5.1	5.7	5.5	7.7	10.4	12.3
화요일	15.9	15.5	16.4	15.8	10.8	21.9	18.0	18.3	14.6	14.7
수요일	13.9	13.4	14.5	11.1	11.9	17.1	15.5	17.4	15.7	17.4
목요일	13.4	13.5	13.3	17.3	9.6	15.9	9.9	13.9	11.0	9.6
금요일	18.7	16.3	21.2	19.0	20.5	10.6	21.3	19.4	21.2	24.0
토요일	41.8	45.3	38.1	32.9	59.2	39.3	35.3	38.8	47.0	34.9
일요일	29.5	30.8	28.1	11.1	39.4	34.5	41.1	40.3	26.2	28.6
매일	16.7	15.7	17.8	42.7	5.5	4.9	2.9	11.7	4.9	4.4

TV 애니메이션 주 시청요일을 살펴보면 ‘토요일’에 TV 애니메이션의 시청한다는 의견이 41.8%로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘일요일’이 29.5%, ‘금요일’ 18.7%, ‘요일에 상관없이 매일 시청’한다는 응답이 16.7% 등의 순으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 10~14세는 ‘요일에 상관없이 매일 시청’하는 비율(42.7%)이 가장 많았고, 25~29세와 30~39세의 경우에는 ‘일요일’에 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다.

5. TV 애니메이션 주 시청 시간대

TV 애니메이션 주 시청 시간대는 ‘저녁 9시~오전 6시 이전’이 39.4%, ‘오후 4시~오후 5시’가 23.5%로 나타났다. 2010년과 비슷한 유형을 보이는 가운데, ‘저녁 9시~오전 6시 이전’의 시청 비율의 경우 2010년 대비 13.2%p 높게 나타났다.

<표 4-1-24> TV 애니메이션 본인 주 시청 시간대 (복수응답)

(단위: %)

구 분	오전6시~ 정오이전	정오~ 오후4시	오후4시~ 오후5시	오후5시~ 저녁6시	저녁6시~ 저녁7시	저녁7시~ 저녁8시	저녁8시~ 저녁9시	저녁9시 이후 ~오전6시 이전
2010년 (N=1,076명)	4.9	9.9	10.5	14.4	12.2	11.5	8.7	26.2
2011년 (N=989명)	9.2	27.0	23.5	18.8	13.6	12.1	7.1	39.4

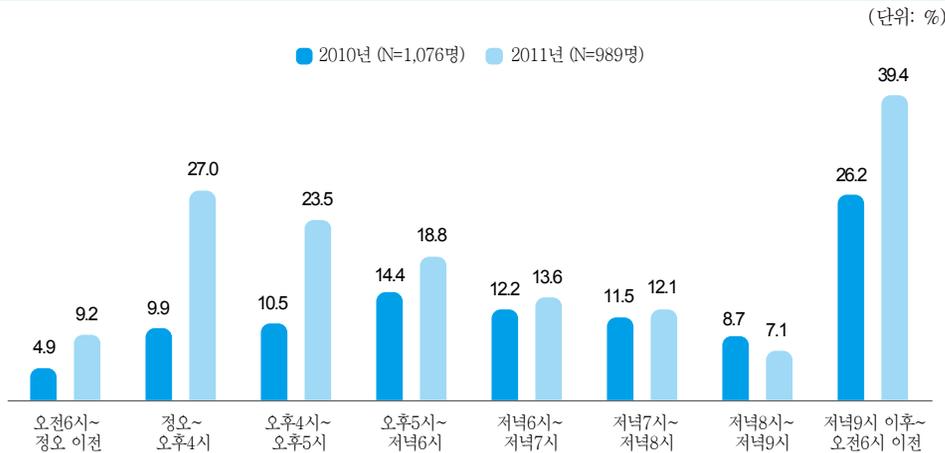
한편 2011년에 새로 추가된 문항으로 자녀의 TV 애니메이션 주 시청 시간대를 평가한 결과, ‘저녁 6시 이전’이 대부분을 차지한 가운데, 특히 ‘정오~오후4시’ 시간대의 시청 비율이 상대적으로 높게 조사되었다.

<표 4-1-25> TV 애니메이션 자녀 주 시청 시간대 (복수응답)

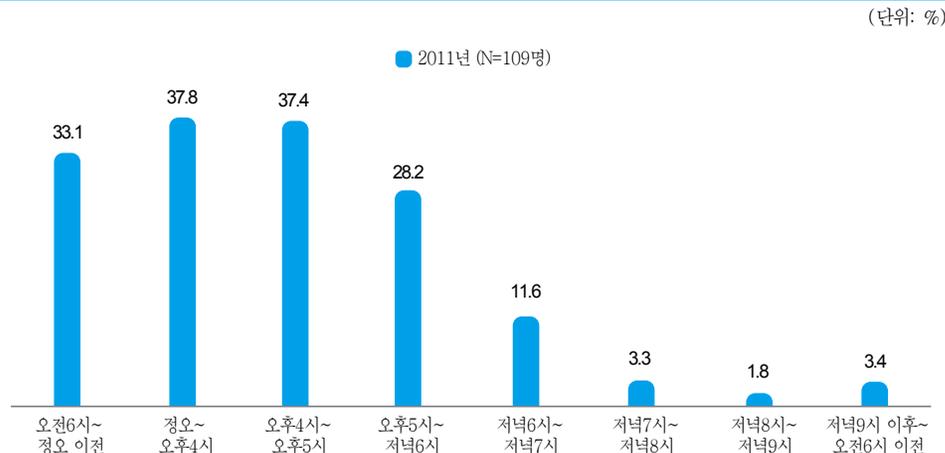
(단위: %)

구 분	오전6시~ 정오 이전	정오~ 오후4시	오후4시~ 오후5시	오후5시~ 저녁6시	저녁6시~ 저녁7시	저녁7시~ 저녁8시	저녁8시~ 저녁9시	저녁9시 이후 ~오전6시 이전
2011년 (N=109명)	33.1	37.8	37.4	28.2	11.6	3.3	1.8	3.4

<그림 4-1-13> TV 애니메이션 본인 주 시청 시간대 (복수응답)



<그림 4-1-14> TV 애니메이션 자녀 주 시청 시간대 (복수응답)



<표 4-1-26> TV 애니메이션 주 시청 시간대 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
오전6시~정오 이전	9.4	9.7	9.2	1.4	7.7	9.0	11.4	23.7	20.7	15.2
정오~오후4시	27.6	23.5	31.9	21.4	26.4	27.5	22.4	39.2	39.6	43.7
오후4시~오후5시	23.5	25.8	21.0	48.3	10.8	11.0	3.9	22.7	19.3	22.3
오후5시~저녁6시	18.6	12.2	25.3	26.3	19.4	11.1	13.8	16.3	13.6	13.2
저녁6시~저녁7시	13.7	14.0	13.4	18.3	15.3	9.9	5.4	11.0	14.2	15.5
저녁7시~저녁8시	12.1	14.4	9.7	14.2	11.5	11.9	9.1	10.3	13.9	11.3
저녁8시~저녁9시	7.1	7.7	6.5	4.0	8.2	9.7	9.5	7.0	7.1	8.6
저녁9시~오전6시 이전	38.8	45.3	32.0	8.9	61.3	59.5	66.6	27.2	29.5	24.4

TV 애니메이션 주 시청 시간대를 연령별로 살펴보면, 10~14세는 ‘오후 4시~오후 5시’가 48.3%로 가장 높은 비중을 차지했다. 15~19세, 20~24세, 25~29세는 ‘저녁 9시~오전 6시 이전’이 각각 61.3%, 59.5%, 66.6%로 나타났다. 30~39세, 40~49세, 50~59세는 ‘정오~오후 4시’가 각각 39.2%, 39.6%, 43.7%로 나타났다.

6. TV 애니메이션 선호 시간대

TV 애니메이션 선호 시간대는 ‘저녁 9시 이후’ 35.7%, ‘오후 4시~오후 5시’ 25.6%, ‘정오~오후 4시’ 21.7% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-27> TV 애니메이션 본인 선호 시간대 (복수응답)

(단위: %)

구 분	오전6시~ 정오이전	정오~ 오후4시	오후4시~ 오후5시	오후5시~ 저녁6시	저녁6시~ 저녁7시	저녁7시~ 저녁8시	저녁8시~ 저녁9시	저녁9시 이후~ 오전6시 이전
2010년 (N=1,076명)	4.0	12.6	13.1	21.5	21.6	20.8	16.2	45.4
2011년 (N=989명)	13.4	21.7	25.6	21.6	17.1	10.9	6.6	35.7

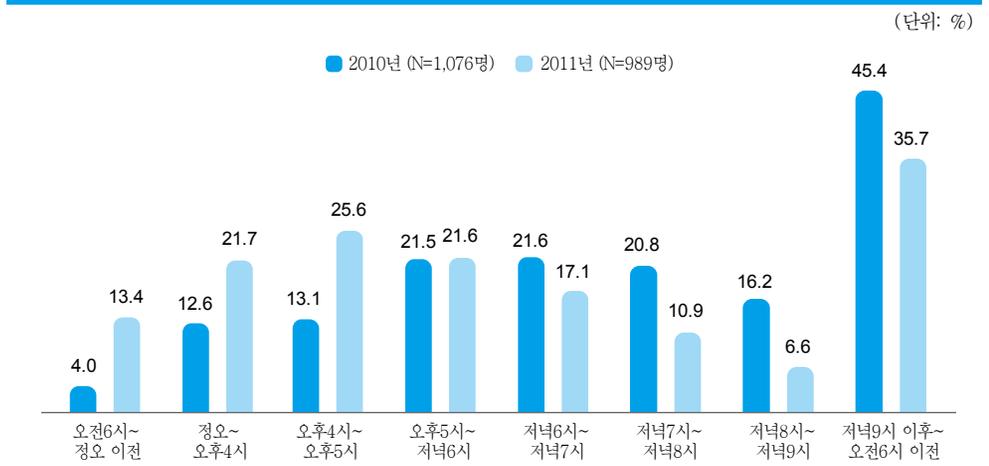
자녀의 선호 시간대 평가 결과, ‘오후 4시~저녁 6시’가 66.6%로 가장 선호하는 시간대로 나타났다.

<표 4-1-28> TV 애니메이션 자녀 선호 시간대 (복수응답)

(단위: %)

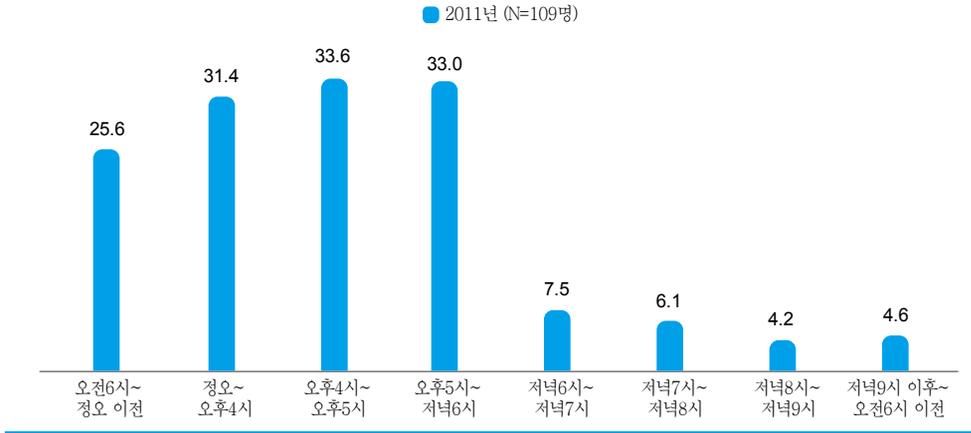
구 분	오전6시~ 정오이전	정오~ 오후4시	오후4시~ 오후5시	오후5시~ 저녁6시	저녁6시~ 저녁7시	저녁7시~ 저녁8시	저녁8시~ 저녁9시	저녁9시 이후~ 오전6시 이전
2011년 (N=109명)	25.6	31.4	33.6	33.0	7.5	6.1	4.2	4.6

<그림 4-1-15> TV 애니메이션 본인 선호 시간대 (복수응답)



<그림 4-1-16> TV 애니메이션 자녀 선호 시간대 (복수응답)

(단위: %)



<표 4-1-29> TV 애니메이션 선호 시간대 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
오전6시~정오 이전	13.5	14.4	12.4	3.0	19.5	11.7	18.0	20.9	21.8	15.2
정오~오후4시	22.4	22.0	22.9	14.7	20.5	24.7	19.9	34.4	31.6	39.8
오후4시~오후5시	25.3	26.5	24.1	49.0	14.4	12.4	12.9	21.4	17.4	18.6
오후5시~저녁6시	21.3	15.9	27.0	35.8	15.5	11.5	10.1	24.6	15.0	14.9
저녁6시~저녁7시	16.9	16.5	17.4	25.2	20.8	9.2	8.6	8.6	14.5	14.0
저녁7시~저녁8시	11.0	11.1	10.8	10.4	13.8	6.6	10.9	10.1	14.7	12.6
저녁8시~저녁9시	6.7	8.1	5.2	1.8	7.7	7.6	12.3	7.2	11.4	10.4
저녁9시~오전6시 이전	35.3	37.6	32.9	6.3	48.5	69.2	55.9	27.1	28.9	24.9

TV 애니메이션 선호 시간대를 살펴보면, ‘저녁 9시~오전 6시 이전’이 35.3%로 애니메이션을 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다. 성별로 보면 남자와 여자 모두 ‘저녁 9시 이후’에 시청을 선호한다는 응답이 가장 높게 나타났다. 연령별로는 10~14세는 ‘오후 4시~오후 5시’에 시청을 선호한다고 응답한 비중이 49.0%로 가장 높게 나타났고, 15~29세에서는 ‘저녁 9시 이후’ 시청을 선호한다는 응답이 많은 반면, 30대 이상에서는 ‘정오~오후 4시’에 시청하기를 원하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

7. 주 시청 애니메이션 채널과 선호 이유

주 시청 애니메이션 채널 1순위 기준으로 보면 ‘투니버스’가 51.9%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 ‘카툰 네트워크’ 16.3%, ‘챔프’ 6.4%, ‘디즈니 채널’ 5.5% 등의 순으로 조사되었다. 2011

년 주 시청 애니메이션 채널의 상위 10개 채널 중에서 지상파TV(KBS, MBC, SBS)채널은 KBS TV가 1.5%로 2010년과 같게 나타나, 애니메이션에서의 지상파TV 채널 선호 비중은 높지 않은 것으로 조사되었다.

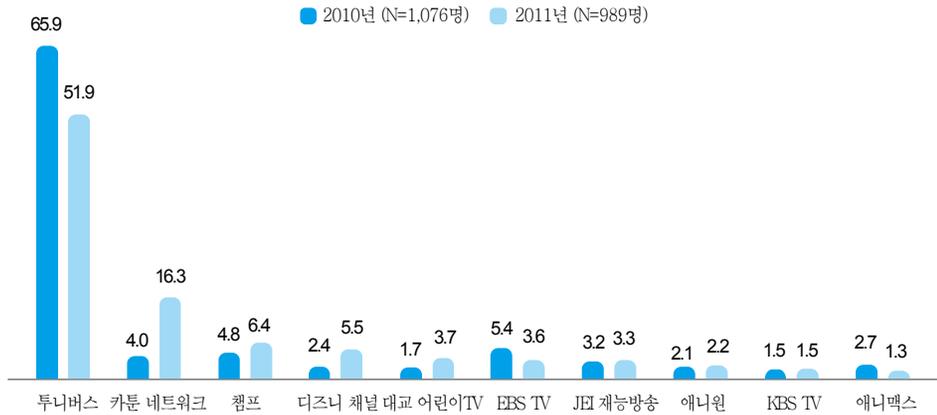
<표 4-1-30> 주 시청 애니메이션 채널 (Top10)

(단위: %)

구 분	투니버스	카툰 네트워크	챔프	디즈니 채널	대교 어린이TV	EBS TV	JEI 재능방송	애니원	KBS TV	애니맥스
2010년 (N=1,076명)	65.9	4.0	4.8	2.4	1.7	5.4	3.2	2.1	1.5	2.7
2011년 (N=989명)	51.9	16.3	6.4	5.5	3.7	3.6	3.3	2.2	1.5	1.3

<그림 4-1-17> 주 시청 애니메이션 채널 (Top10)

(단위: %)



<표 4-1-31> 주 시청 애니메이션 채널 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
투니버스	51.8	49.6	54.0	59.0	49.3	52.8	43.8	49.1	45.2	48.3
카툰 네트워크	15.9	20.4	11.2	22.5	19.1	13.4	14.0	3.9	11.2	6.7
챔프	6.6	7.4	5.7	5.5	6.6	6.1	7.6	6.4	8.8	11.1
디즈니 채널	5.5	4.8	6.3	4.2	5.6	6.7	8.3	4.5	5.2	7.2
EBS TV	3.7	3.1	4.4	1.3	2.2	2.8	5.1	11.3	3.6	6.8
대교 어린이TV	3.7	3.0	4.4	0.5	3.7	4.4	3.6	9.0	6.6	4.2
JEI 재능방송	3.3	3.0	3.6	0.3	3.6	3.4	5.9	5.5	6.9	3.2
애니원	2.3	2.7	1.9	0.8	3.1	2.7	3.9	1.9	2.5	4.0
KBS TV	1.5	0.2	3.0	4.2	0.0	0.0	0.0	1.5	1.1	1.9
애니맥스	1.3	1.0	1.7	0.8	1.1	1.7	3.1	1.3	0.4	1.2

1순위 기준 주 시청 애니메이션 채널로는 '투니버스'(51.8%)가 가장 높았고, 그 다음으로는 '카툰네트워크'(15.9%), '챔프'(6.6%), '디즈니 채널'(5.5%) 등의 순으로 나타났다.

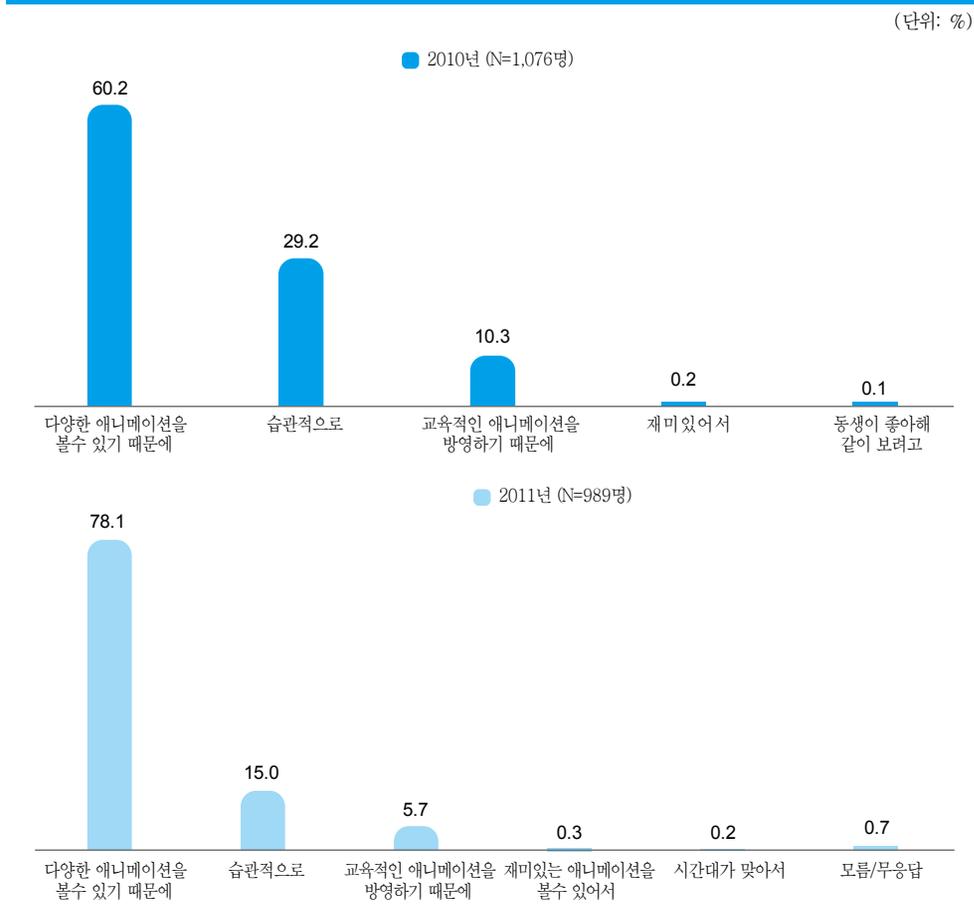
성별로 살펴보면, '투니버스'의 경우 여자가 54.0%로 남자(49.6%) 보다 다소 높게 나타났으며, 반면 '카툰 네트워크'의 경우에는 남자가 20.4%로 여자(11.2%) 보다 주 시청 비율이 다소 높았다.

<표 4-1-32> 주 시청 애니메이션 채널 선호 이유

(단위: %)

구 분	다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에	습관적으로	교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에	재미있어서	동생이 좋아해 같이 보려고	
2010년 (N=1,076명)	60.2	29.2	10.3	0.2	0.1	
구 분	다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에	습관적으로	교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에	재미있는 애니메이션을 볼 수 있어서	시간대가 맞아서	모름/무응답
2011년 (N=989명)	78.1	15.0	5.7	0.3	0.2	0.7

<그림 4-1-18> 주 시청 애니메이션 채널 선호 이유



주 시청 애니메이션 채널을 선호하는 이유는 ‘다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에’가 78.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘습관적으로’ 시청한다가 15.0%, ‘교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에’ 5.7% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-33> 주 시청 애니메이션 채널 선호 이유 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,209명	616명	593명	356명	279명	179명	132명	146명	71명	46명
다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에	77.6	77.3	77.8	88.6	76.6	77.7	74.2	63.6	70.1	64.0
습관적으로	15.2	16.4	13.8	8.2	19.1	17.9	17.2	16.4	18.7	19.0
교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에	6.0	5.2	6.9	2.5	2.9	3.4	7.0	18.5	10.1	13.4
재미있는 애니메이션을 볼 수 있어서	0.3	0.1	0.6	0.3	0.9	-	-	-	0.5	0.3
시간대가 맞아서	0.2	0.3	-	-	-	1.0	-	-	-	0.3
모름/무응답	0.7	0.7	0.9	0.4	0.5	-	1.6	1.5	0.6	3.0

주 시청 애니메이션 채널을 선호하는 이유는 ‘다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에’가 77.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 ‘습관적으로’가 15.2%로 나타났다.

성별로 살펴보면, 남자는 ‘습관적으로’라는 응답이 여자에 비해 다소 많았고, 여자는 ‘교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에’라는 응답이 남자에 비해 상대적으로 다소 많았다.

연령별로 보면, 전 연령대에서 ‘다양한 애니메이션을 볼 수 있기 때문에’라는 이유가 많은 가운데, 30대 이상 연령층에서는 ‘교육적인 애니메이션을 방영하기 때문에’라는 응답이, 15~19세와 50~59세의 경우에는 ‘습관적으로’라는 응답이 다른 연령대에 비해 상대적으로 다소 높게 나타났다.

8. TV 애니메이션 비 시청 이유

TV 애니메이션 비 시청의 이유를 살펴보면, ‘시간대가 맞지 않아서’라는 응답이 45.2%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘좋아하는 프로그램이 없어서’ 23.1%, ‘예전에 보았던 작품들이 많아서’ 13.0% 등의 순으로 나타났다. ‘시간대가 맞지 않아서’라는 응답은 2010년 57.3%에서 2011년 45.2%로 다소 감소한 것으로 나타났다.

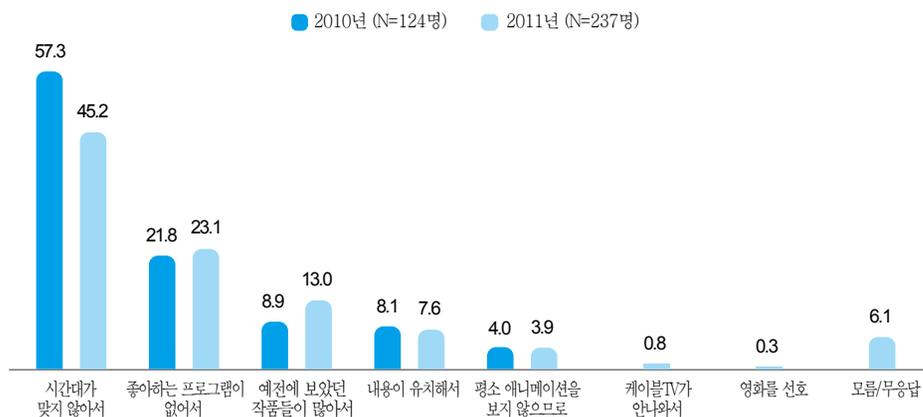
<표 4-1-34> TV 애니메이션 비 시청 이유

(단위: %)

구 분	시간대가 맞지 않아서	좋아하는 프로그램이 없어서	예전에 보았던 작품들이 많아서	내용이 유치해서	평소 애니메이션을 보지 않으므로	케이블TV가 안나와서	영화를 선호	모름/무응답
2010년 (N=124명)	57.3	21.8	8.9	8.1	4.0	-	-	-
2011년 (N=237명)	45.2	23.1	13.0	7.6	3.9	0.8	0.3	6.1

<그림 4-1-19> TV 애니메이션 비 시청 이유

(단위: %)



9. 뉴 미디어(IPTV, DMB) 이용 후 TV 애니메이션 시청 횟수 변화

뉴 미디어(IPTV, DMB)를 이용해 본 경우, TV 애니메이션 시청 횟수가 '늘었다(다소 늘었다+매우 늘었다)'는 응답이 32.2%로 '줄었다(매우 줄었다+다소 줄었다)'는 응답(7.0%) 보다 많았다.

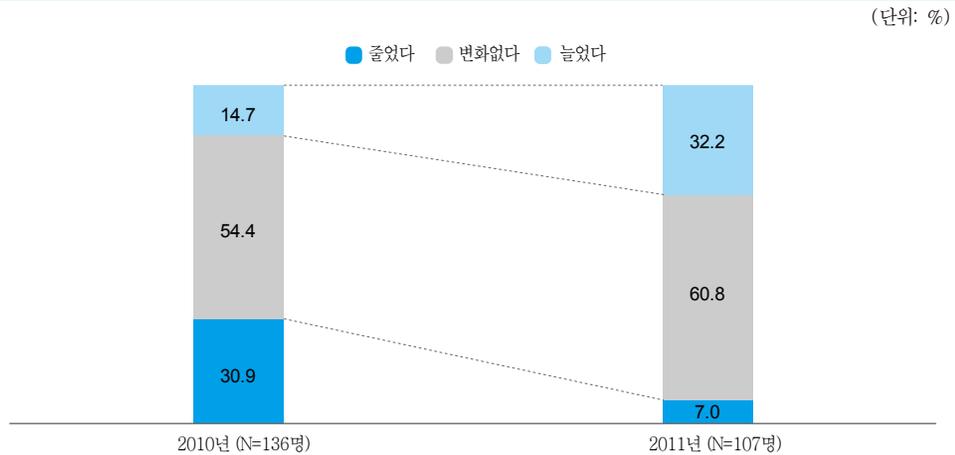
또한, 2010년 대비 뉴 미디어(IPTV, DMB)에 대한 시청 횟수가 '늘었다(다소 늘었다+매우 늘었다)'는 응답이 17.5%p 증가한 것으로 나타났다.

<표 4-1-35> 뉴미디어 이용 후 기존 미디어 시청 횟수 변화

(단위: %)

구 분	매우 줄었다	다소 줄었다	변화가 없다	다소 늘었다	매우 늘었다
2010년 (N=136명)	11.0	19.9	54.4	14.0	0.7
2011년 (N=107명)	-	7.0	60.8	31.0	1.2

<그림 4-1-20> 뉴미디어 이용 후 기존 미디어 시청 횟수 변화



<표 4-1-36> 뉴미디어 이용 후 기존 미디어 시청 횟수 변화 - 성, 연령별

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	131명	65명	66명	24명	35명	18명	25명	16명	8명	4명
다소 줄었다	7.1	5.6	9.5	30.9	3.0	-	5.3	1.7	13.8	11.5
변화가 없다	61.3	56.1	68.6	40.0	58.7	37.7	79.7	82.2	69.7	68.7
다소 늘었다	30.5	38.3	19.2	29.1	38.3	62.3	10.5	16.1	12.0	19.8
매우 늘었다	1.1	-	2.7	-	-	-	4.5	-	4.5	-

한편, 성별로는 여자(21.9%)보다는 남자(38.3%)의 시청 횟수가 증가한 것으로 나타났으며, 연령별로는 15~19세와 20~24세의 경우 '늘었다'는 응답이 다른 연령에 비해 상대적으로 다소 높게 나타났다.

10. TV 애니메이션 향후 관람 의향 정도

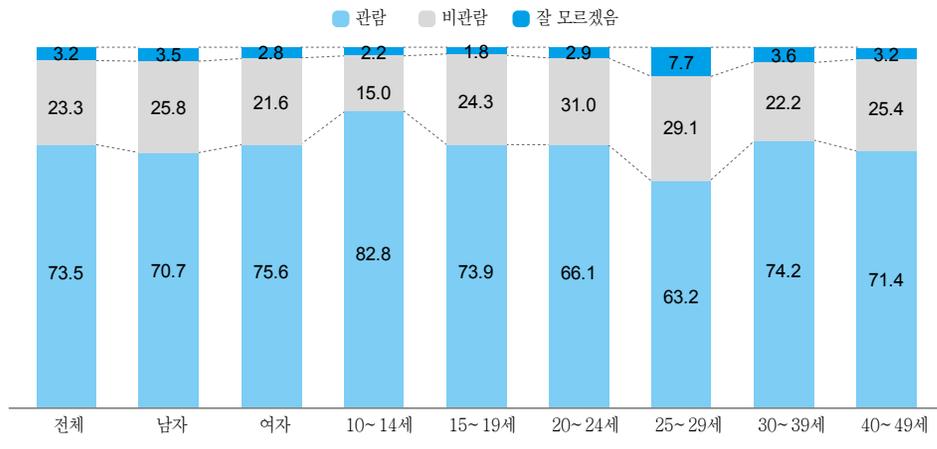
TV 애니메이션 향후 관람 의향률(확실히 관람+아마 관람)은 73.5%로 '관람하지 않을 것'(아마 비 관람+절대 비 관람) 23.3%보다 높게 나타났다. TV 애니메이션 향후 관람 의향률은 2010년 80.9%에서 2011년 73.5%로 7.4%p 감소한 것으로 나타났다.

<표 4-1-37> TV 애니메이션 향후 관람 의향

구분	확실히 관람	아마 관람	아마 비관람	절대 비관람	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	10.0	70.9	16.3	1.8	1.1
2011년 (N=1,226명)	12.0	61.5	20.4	2.9	3.2

<그림 4-1-21> TV 애니메이션 향후 관람 의향 - 성, 연령별

(단위: %)



<표 4-1-38> TV 애니메이션 향후 관람 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
확실히 관람할 것	11.6	14.5	8.5	29.1	7.1	4.1	3.3	6.8	4.9	0.9
아마 관람할 것	61.5	56.2	67.1	53.7	66.8	62	59.9	67.4	66.5	60.5
아마 관람하지 않을 것	20.9	22.3	19.4	10.1	22.5	28.4	25.8	21.5	23.7	32
절대 관람하지 않을 것	2.9	3.5	2.2	4.9	1.8	2.6	3.3	0.7	1.7	3
잘 모르겠다	3.1	3.5	2.8	2.2	1.8	2.9	7.7	3.6	3.2	3.6

TV 애니메이션 향후 관람 의향을 살펴보면 ‘관람 의향이 있다’(확실히 관람+아마 관람)는 73.1%로 응답하였고, ‘관람 의향이 없다’(아마 비 관람+절대 비 관람) 23.8%로 관람 의향이 비 관람 의향보다 더 높은 것으로 나타났다. 연령별로 보면 10~14세의 관람 의향(82.8%)이 가장 높고, 그 다음으로 30~39세의 관람 의향(74.2%), 15~19세(73.9%)의 등의 순으로 나타났다.

제4절

| 극장 애니메이션 이용행태 |

1. 극장 애니메이션 관람 경험

극장 애니메이션 관람 경험율은 36.5%로, 2010년보다 다소 증가한 것으로 나타났다.

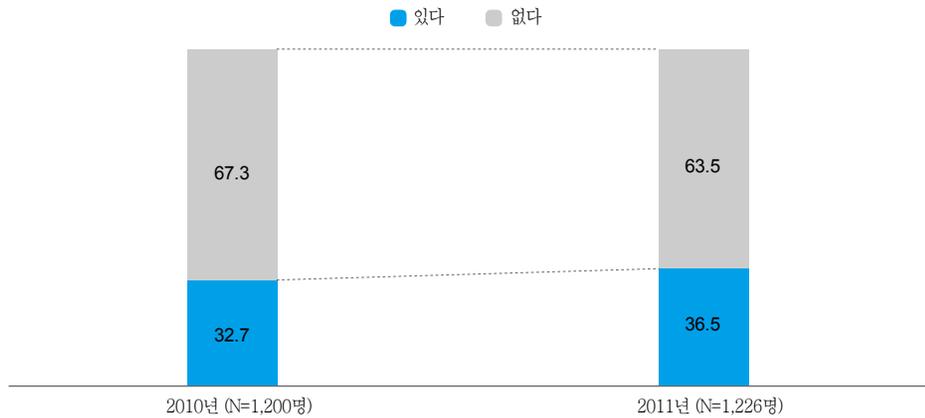
<표 4-1-39> 극장 애니메이션 관람 경험

(단위: %)

구 분	2010년 (N=1,200명)	2011년 (N=1,226명)
있다	32.7	36.5
없다	67.3	63.5

<그림 4-1-22> 극장 애니메이션 관람 경험

(단위: %)



<표 4-1-40> 극장 애니메이션 관람 경험 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
있다	44.1	43.9	44.3	37.6	48.6	48.8	52.1	41.2	40.0	32.2
없다	55.9	56.1	55.7	62.4	51.4	51.2	47.9	58.8	60.0	67.8

극장 애니메이션 관람 경험 조사결과 44.1%가 극장 애니메이션 관람 경험이 있다고 응답하였고, 55.9%는 극장 애니메이션 관람 경험이 없다고 응답하였다.

이를 성별로 살펴보면 여자의 극장 애니메이션 관람 경험은 44.3%로 남자(43.9%)의 관람 경험 보다 다소 높게 나타났으며, 연령별 경험 비중을 살펴보면 25~29세(52.1%)가 가장 높았고, 그 다음으로 20~24세(48.8%), 15~19세(48.6%) 등의 순으로 나타났다.

2. 극장 애니메이션 비 관람 이유

극장 애니메이션을 관람하지 않는 이유로 응답자 가운데 53.6%가 '평소 극장에서 애니메이션을 보지 않음'을 선택하였다. 이는 2010년에 이어 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 2010년 41.0%에

비해 12.6%p 증가한 것이다. 또한 ‘보고 싶은 애니메이션을 상영하지 않음’은 27.3%로 2010년에 비해 9.3%p 감소한 것으로 조사되었다.

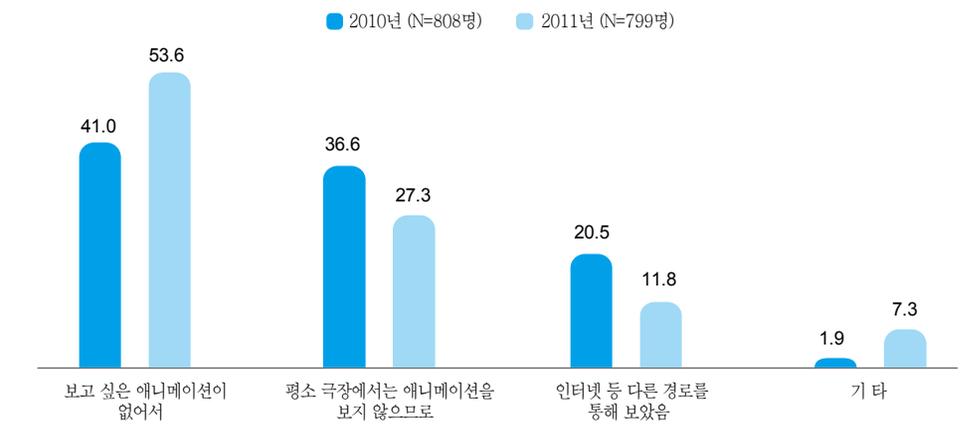
<표 4-1-41> 극장 애니메이션 비 관람 이유

(단위: %)

구 분	평소 극장에서는 애니메이션을 보지 않음	보고 싶은 애니메이션이 없어서	인터넷 등 다른 경로를 통해 보았음	기 타
2010년 (N=808명)	41.0	36.6	20.5	1.9
2011년 (N=799명)	53.6	27.3	11.8	7.3

<그림 4-1-23> 극장 애니메이션 비 관람 이유

(단위: %)



3. 극장 애니메이션 연간 평균 관람 횟수

극장 애니메이션 연간 평균 관람 횟수는 1.44회로, 2010년(1.54회)과 비슷한 수준으로 나타났다.

<표 4-1-42> 극장 애니메이션 연간 관람 횟수 - 성, 연령별

(단위: 횟수)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세
2010년									
응답 수	392명	190명	202명	108명	89명	65명	65명	47명	18명
관람횟수	1.54	1.43	1.64	1.47	1.49	1.72	1.68	1.38	1.33
2011년									
응답 수	547명	281명	266명	127명	145명	101명	86명	60명	29명
관람횟수	1.44	1.38	1.50	1.40	1.35	1.44	1.60	1.52	1.36

성별로 평균 관람 횟수를 살펴보면 남자 1.38회, 여자 1.50회로 남자보다 여자의 평균 관람 횟수가 더 높은 것으로 조사되었다. 연령별 평균 관람 횟수를 보면 25~29세(1.60회)가 가장 많았고,

그 다음으로는 30~39세(1.52회), 20~24세(1.44회) 등의 순으로 나타났다.

4. 극장 애니메이션 관람 동행자 및 작품 의사 결정자

극장 애니메이션 관람 동행자를 보면, ‘친구/동료’(69.0%)와 함께 보러 간다는 응답이 가장 높고, 그 다음으로는 ‘자녀/아이들’(11.3%), ‘배우자/애인’(7.4%)등의 순으로 나타났다. ‘친구/동료’는 2010년 대비 7.0%p 증가한 수치이며, ‘자녀/아이들’과 함께 극장 애니메이션을 관람한다는 응답은 4.3%p 감소한 것으로 나타났다.

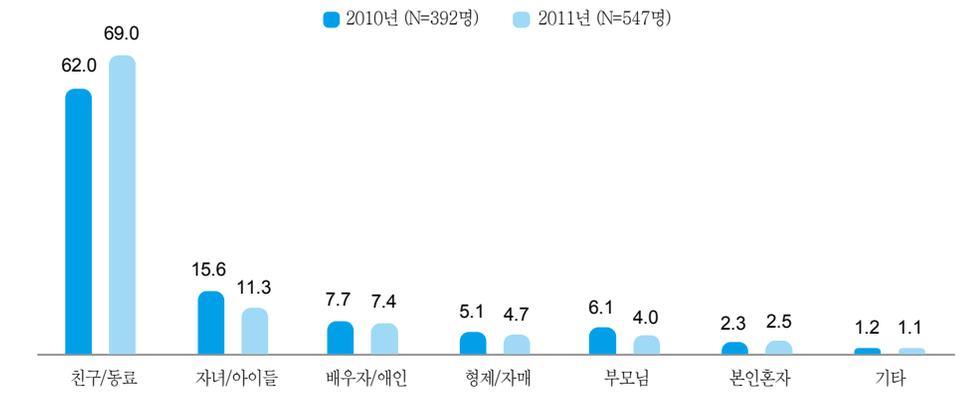
<표 4-1-43> 극장 애니메이션 관람 동행자

(단위: %)

구 분	친구/동료	자녀/아이들	배우자/애인	형제/자매	부모님	본인 혼자	기타
2010년 (N=392명)	62.0	15.6	7.7	5.1	6.1	2.3	1.2
2011년 (N=547명)	69.0	11.3	7.4	4.7	4.0	2.5	1.1

<그림 4-1-24> 극장 애니메이션 관람 동행자

(단위: %)



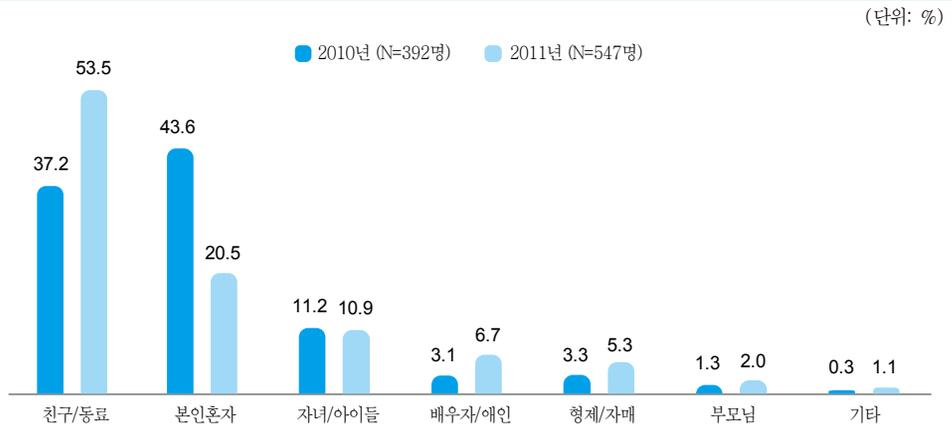
극장 애니메이션 작품을 결정하는 사람으로 ‘친구/동료’가 작품을 결정(53.5%)하는 경우가 가장 높았고, 그 다음으로 ‘본인 혼자’(20.5%), ‘자녀/아이들’(10.9%) 등의 순으로 조사되었다.

<표 4-1-44> 극장 애니메이션 작품 의사 결정자

(단위: %)

구 분	친구/동료	본인 혼자	자녀/아이들	배우자/애인	형제/자매	부모님	기타
2010년 (N=392명)	37.2	43.6	11.2	3.1	3.3	1.3	0.3
2011년 (N=547명)	53.5	20.5	10.9	6.7	5.3	2.0	1.1

<그림 4-1-25> 극장 애니메이션 작품 의사 결정자



응답자 가운데 극장 애니메이션 작품 제작국이 '중요한 편이다(매우 중요하다+중요하다)'라고 답한 비율은 61.5%였으며, 이는 2010년 48.0%에 보다 13.5%p 증가한 수치이다.

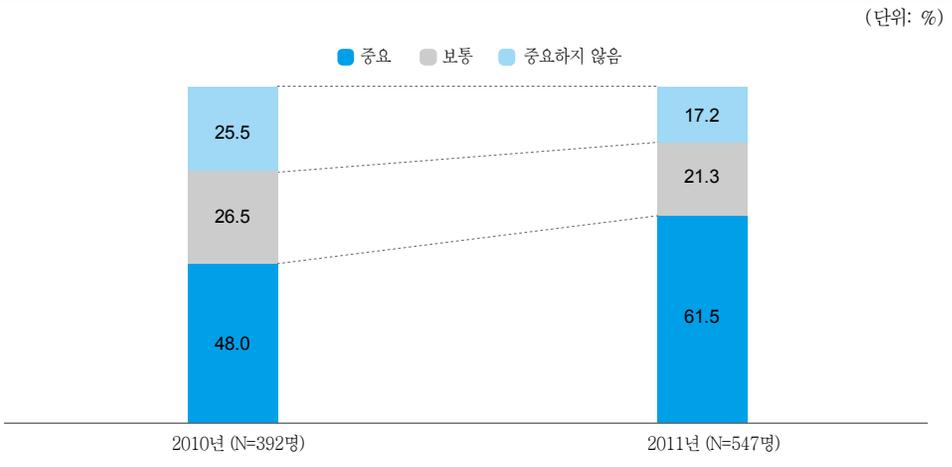
반면 '중요하지 않은 편이다(별로 중요하지 않다+전혀 중요하지 않다)'는 17.2%로 나타나, 극장 애니메이션 작품의 제작국을 중요하게 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

<표 4-1-45> 극장 애니메이션 작품 제작국 중요도

(단위: %)

구 분	매우 중요하다	중요하다	보통	중요하지 않다	전혀 중요하지 않다
2010년 (N=392명)	4.6	43.4	26.5	25.0	0.5
2011년 (N=547명)	1.8	59.7	21.3	16.7	0.5

<그림 4-1-26> 극장 애니메이션 작품 제작국 중요도



전문·심층이
관심·관여
하는
극장
애니메이션

<표 4-1-46> 극장 애니메이션 작품 제작국 중요도 - 성, 연령별

(단위: %)

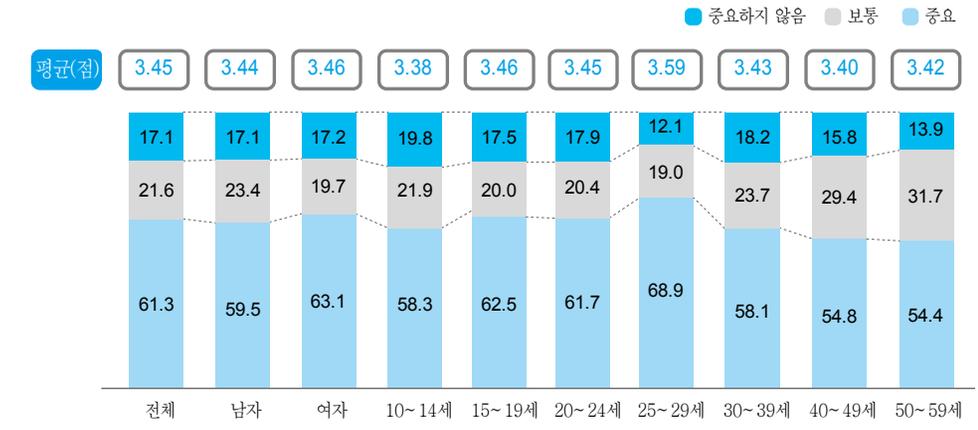
구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	662명	341명	321명	150명	170명	119명	101명	70명	34명	19명
매우중요하다	1.8	2.3	1.2	-	0.8	3.7	3.1	3.5	0.7	1.6
중요하다	59.5	57.2	61.9	58.3	61.7	58.0	65.8	54.6	54.1	52.8
보통이다	21.6	23.4	19.7	21.9	20.0	20.4	19.0	23.7	29.4	31.7
중요하지 않다	16.6	16.8	16.4	19.8	17.5	15.8	11.4	17.9	15.8	13.9
전혀 중요하지않다	0.5	0.3	0.8	-	-	2.1	0.7	0.3	-	-

극장 애니메이션의 제작국가가 중요한지에 대한 조사 결과 ‘중요하다(매우 중요하다+중요하다)’고 응답한 비중은 61.3%, ‘중요하지 않다(중요하지 않다+전혀 중요하지 않다)’고 응답한 비중은 17.1%로 나타났다.

중요 정도의 평균을 살펴보면 전체 평균은 3.45점이며, 여자의 중요도 평균은 3.46점으로 남자(3.44점)보다 다소 높게 나타났으며, 연령별로는 25~29세의 중요도 평균이 3.59점으로 다른 연령층 보다 상대적으로 다소 높은 것으로 조사되었다.

<그림 4-1-27> 극장 애니메이션 작품 제작국 중요도 - 성, 연령별

(단위: %)



5. 극장 애니메이션 향후 관람 의향

극장 애니메이션 향후 관람 의향(확실히 관람함+아마 관람함)이 67.1%로, 2010년 67.4%와 비슷한 수준으로 나타났다. 또한 비 관람 의향(관람하지 않음+절대 관람하지 않음)이 29.2%로 나타나 2010년 31.7%와 비슷한 수준을 보이고 있다.

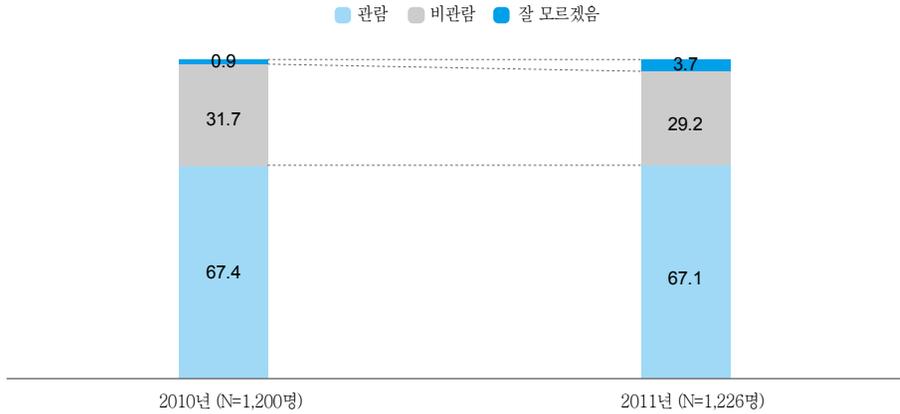
<표 4-1-47> 극장 애니메이션 향후 관람 의향

(단위: %)

구 분	확실히 관람함	아마 관람함	관람하지 않음	절대 관람하지 않음	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	6.6	60.8	25.7	6.0	0.9
2011년 (N=1,226명)	5.9	61.2	28.0	1.2	3.7

<그림 4-1-28> 극장 애니메이션 향후 관람 의향

(단위: %)



<표 4-1-48> 극장 애니메이션 향후 관람 의향 - 성, 연령별

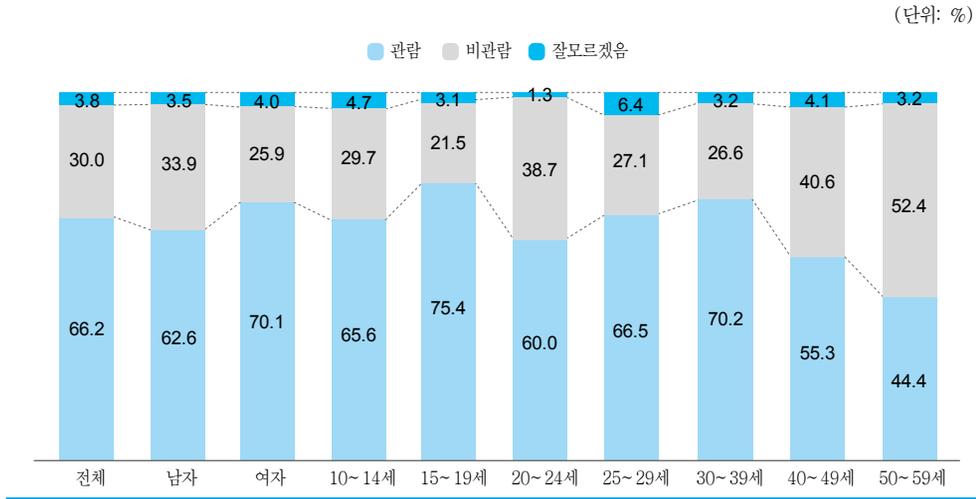
(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
확실히 관람할 것임	5.8	5.3	6.3	6.5	6.6	5.5	5.1	5.1	5.4	1.9
관람할 것임	60.4	57.3	63.8	59.1	68.8	54.5	61.4	65.1	49.9	42.5
관람하지 않음	28.6	32.5	24.5	29.7	21.3	34.6	25.8	26.1	37.3	44.7
전혀 관람하지 않음	1.4	1.4	1.4	0.0	0.2	4.1	1.3	0.5	3.3	7.7
잘 모르겠음	3.8	3.5	4.0	4.7	3.1	1.3	6.4	3.2	4.1	3.2

극장 애니메이션 향후 관람 의향을 살펴보면 ‘관람하겠다(확실히 관람+관람)’는 의향은 66.2%의 비중을 차지하고, ‘관람하지 않겠다(관람하지 않음+전혀 관람하지 않음)’는 30.0%의 비중을 차지하여 관람 의향이 더 높은 것으로 나타났다.

성별로 보면, 여자의 관람 의향이 70.1%로 남자(62.6%)보다 높게 나타났으며, 연령별로는 15~19세의 관람 의향이 75.4%로 다른 연령층에 비해 상대적으로 다소 높게 나타났다. 반면에 50~59세가 다른 연령층에 비해 ‘향후 극장 애니메이션을 관람하지 않을 것’이라는 응답이 52.4%로 상대적으로 다소 높게 나타났다.

<그림 4-1-29> 극장 애니메이션 향후 관람 의향 - 성, 연령별



제5절

| 온라인 애니메이션 이용행태 |

1. 온라인 애니메이션 관람 여부

2011년 온라인 애니메이션 관람 경험율은 19.1%로 나타났으며, 2010년 인터넷 애니메이션 관람 경험율은 38.7%로 나타났다.

<표 4-1-49> 온라인 애니메이션 관람 여부

(단위: %)

구분	2010년 (N=1,200명)	2011년 (N=1,226명)
있다	38.7	19.1
없다	61.3	80.9

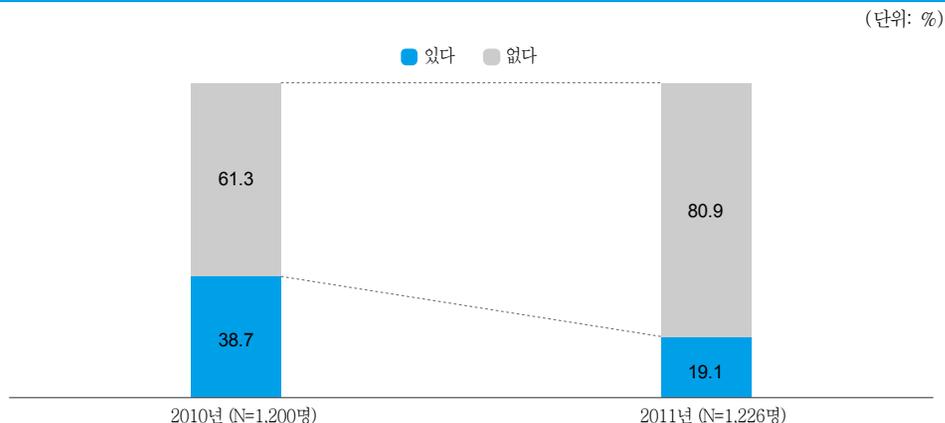
※ 2011년 조사시 질문 문항의 용어 변경 : “인터넷”이라는 용어를 “온라인”으로 변경, 해석시 주의 (이하 동일)

<표 4-1-50> 온라인 애니메이션 관람 여부 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
있다	18.6	19.2	18.0	8.3	22.1	33.3	23.8	16.8	10.5	6.2
없다	81.4	80.8	82.0	91.7	77.9	66.7	76.2	83.2	89.5	93.8

<그림 4-1-30> 온라인 애니메이션 관람 여부



온라인 애니메이션 관람 여부를 살펴보면, ‘온라인 애니메이션을 관람한 적이 있다’ 18.6%, ‘관람한 적이 없다’ 81.4%로 나타났다. 성별로 살펴보면 남자의 19.2%는 온라인 애니메이션을 관람한 적이 있으며, 여자의 경우는 18.0%가 온라인 애니메이션을 관람한 적이 있다고 응답하여 남자가 여자보다 온라인 애니메이션을 관람한 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 20~24세의 온라인 애니메이션 관람 경험이 가장 높은 33.3%로 나타났고 그 다음으로는 25~29세 23.8%, 15~19세 22.1% 등의 순으로 응답하였다.

2. 온라인 애니메이션 이용해 본 방법 및 주로 이용하는 방법

<표 4-1-51> 온라인 애니메이션 이용해 본 방법 (복수응답)

(단위: %)

구분	온라인 애니메이션 이용 방법	비중
2011년 (N=234명)	미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍	19.5
	P2P를 통한 다운로드	8.7
	웹하드를 통해 다운로드	15.9
	포털 및 기타 사이트 이용	43.7
	친구/주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	12.3

<표 4-1-52> 온라인 애니메이션 주이용 방법

(단위: %)

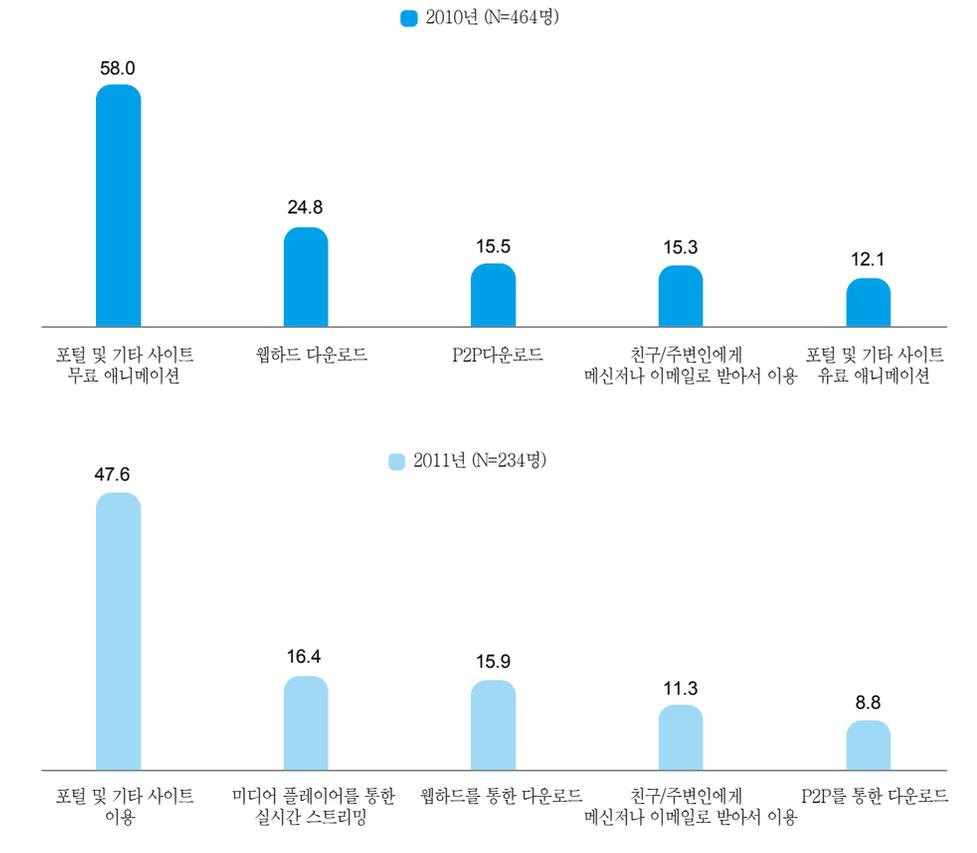
구분	포털 및 기타 사이트 무료 애니메이션	웹하드 다운로드	P2P 다운로드	친구/주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	포털 및 기타 사이트 유료 애니메이션
2010년 (N=464명)	58.0	24.8	15.5	15.3	12.1

구 분	포털 및 기타 사이트 이용	미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍	웹하드를 통해 다운로드	친구/주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	P2P를 통한 다운로드
2011년 (N=234명)	47.6	16.4	15.9	11.3	8.8

온라인 애니메이션 주이용 방법은 ‘포털 및 기타 사이트 무료 애니메이션 관람’이 47.6%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’ 16.4%, ‘웹하드를 통한 다운로드’ 15.9% 등의 순으로 나타났다. 2010년과 직접 비교는 어렵지만, ‘웹하드를 통한 다운로드’는 다소 감소한 것으로 나타났다.

<그림 4-1-31> 온라인 애니메이션 주이용 방법

(단위: %)



<표 4-1-53> 온라인 애니메이션 주 이용 방법 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	279명	149명	130명	33명	77명	81명	46명	29명	9명	4명
포털 및 기타 사이트 이용	47.8	43.6	52.7	83.7	45.2	48.2	31.1	40.3	36.7	65.0
미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍	16.4	16.7	16.1	16.3	13.7	10.4	32.4	14.2	18.9	15.8
웹하드를 통해 다운로드	15.9	20.0	11.1	-	19.2	9.3	26.5	24.3	26.0	9.4
친구/주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용	11.2	12.0	10.2	-	8.3	24.7	2.9	6.2	17.0	2.7
P2P를 통한 다운로드	8.7	7.7	9.9	-	13.6	7.4	7.1	15.0	-	7.1
모름/무응답	-	-	-	-	-	-	-	-	1.4	-

온라인 애니메이션을 이용해 본 방법을 전체 비중으로 보았을 때 ‘포털 및 기타 사이트 이용’이 47.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’ 16.4%, ‘웹하드를 통한 다운로드’ 15.9% 등의 순으로 나타났다.

성별로는 여자(52.7%)가 남자(43.6%)보다 ‘포털 및 기타 사이트 이용’ 비율이 상대적으로 다소 높게 나타난 반면, ‘웹하드를 통한 다운로드’는 남자(20.0%)가 여자(11.1%)보다 상대적으로 다소 높게 나타났다. 연령별로 보면 모든 연령대에서 ‘포털 및 기타 사이트 이용’이 가장 많은 가운데, 25~29세의 경우 ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’ 비율이 상대적으로 다소 높게 나타났다.

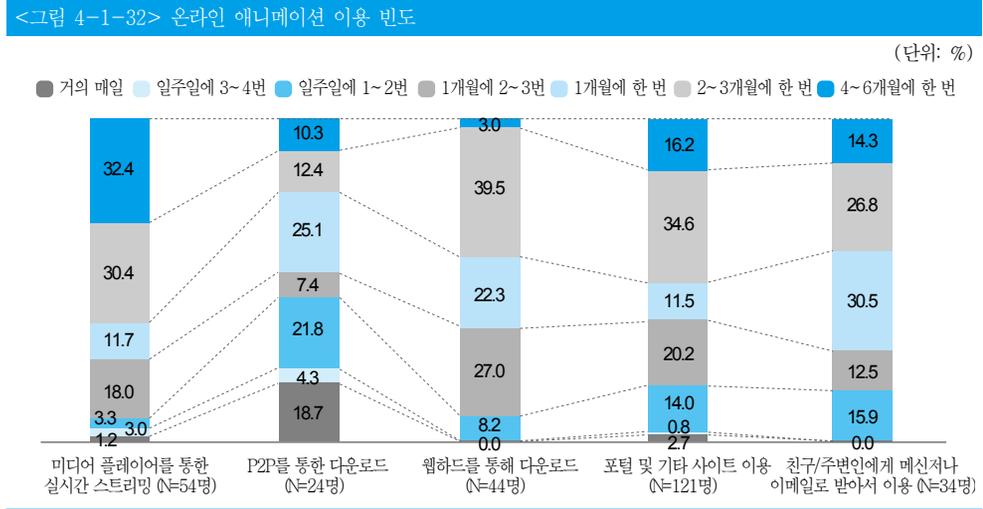
3. 온라인 애니메이션 이용 빈도

‘포털 및 기타 사이트 이용’, ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’ 및 ‘웹하드를 통한 다운로드’의 경우 2~3개월에 한번 이용하는 비율이 가장 많았으며, 일주일에 1회 이상 이용하는 비율 중에는 ‘P2P를 통한 다운로드’가 44.8%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-1-54> 온라인 애니메이션 이용 빈도

(단위: %)

구 분	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4~6개월에 한번
미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍 (N=54명)	1.2	3.0	3.3	18.0	11.7	30.4	32.4
P2P를 통한 다운로드 (N=24명)	18.7	4.3	21.8	7.4	25.1	12.4	10.3
웹하드를 통해 다운로드 (N=44명)	-	-	8.2	27.0	22.3	39.5	3.0
포털 및 기타 사이트 이용 (N=121명)	2.7	0.8	14.0	20.2	11.5	34.6	16.2
친구/주변인에게 메신저나 이메일로 받아서 이용 (N=34명)	-	-	15.9	12.5	30.5	26.8	14.3



4. 온라인 유료 애니메이션 1회 평균 구입비용 및 결제방법

‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’과 ‘포털 및 기타 사이트 이용’의 1회 평균 구입비용은 각각 1,404원과 1,313원으로 나타났다. 그러나, ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’의 경우를 제외하면 90% 이상이 실제 구입비용을 구체적으로는 잘 모르고 있는 것으로 조사되었다.

<표 4-1-55> 온라인 애니메이션 1회 평균 구입비용 (단위: %)

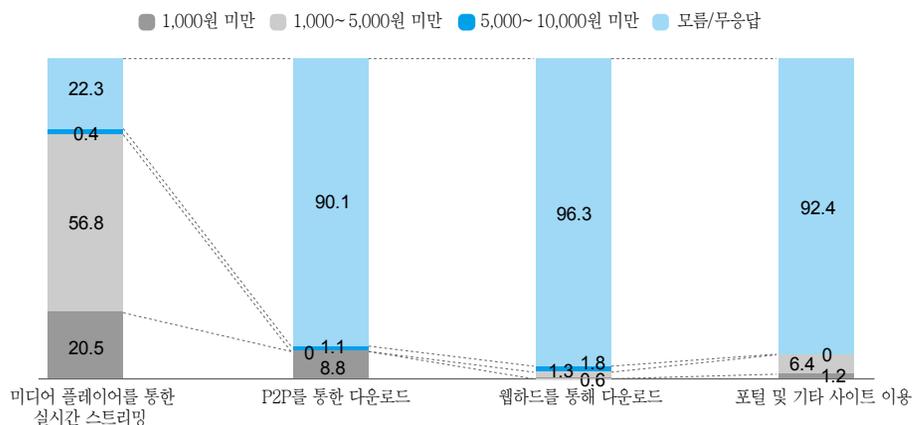
구분	미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍	P2P를 통한 다운로드	웹 브라우저를 통한 다운로드	포털 및 기타 사이트 이용
1,000원 미만	20.5	8.8	0.6	1.2
1,000~5,000원 미만	56.8	-	1.3	6.4
5,000~10,000원 미만	0.4	1.1	1.8	-
구체적으로는 잘 모름	22.3	90.1	96.3	92.4
1회 평균 금액	1,404원	556원	2,914원	1,313원

온라인 유료 애니메이션 한 달 평균 지불비용 및 결제방법에 대한 평가 결과, ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’의 경우에는 ‘1,000~5,000원 미만’이라고 응답한 비율이 56.8%로 가장 많았다.

결제방법에 있어서는 ‘편당 유료 결제’라고 응답한 비율이 58.2%로 상대적으로 높게 나타났다. 다만, ‘P2P를 통한 다운로드’, ‘웹 브라우저를 통한 다운로드’ 및 ‘포털 및 기타 사이트 이용’ 등의 경우에는 90% 이상이 구체적으로는 잘 모르고 있는 것으로 조사되었다.

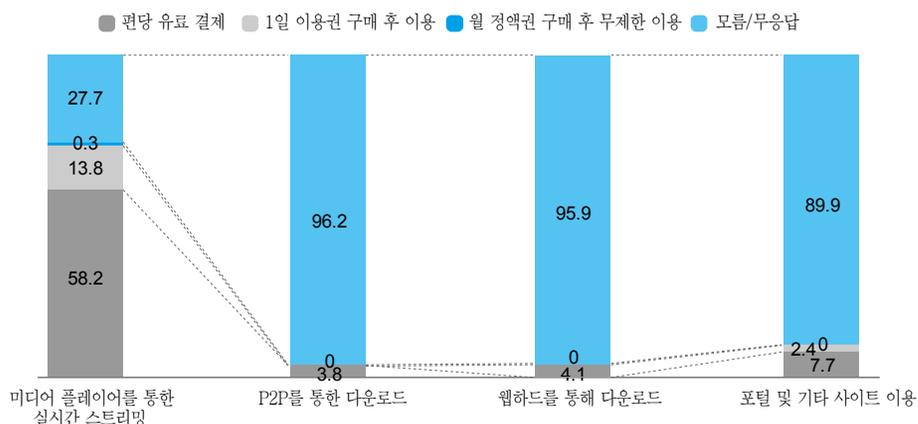
<그림 4-1-33> 온라인 애니메이션 1회 평균 구입비용

(단위: %)



<그림 4-1-34> 온라인 유료 애니메이션 결제방법

(단위: %)



5. 온라인 애니메이션을 보기 위하여 즐겨 찾는 사이트

온라인 애니메이션을 관람하기 위하여 즐겨 찾는 사이트는 1순위 기준으로 '네이버'가 42.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '다음' 8.9%, '곰 플레이어' 6.6% 등의 순으로 나타났다. 50% 이상이 네이버나 다음 사이트를 이용하여 온라인 애니메이션을 관람하고 있는 것으로 조사되었다.

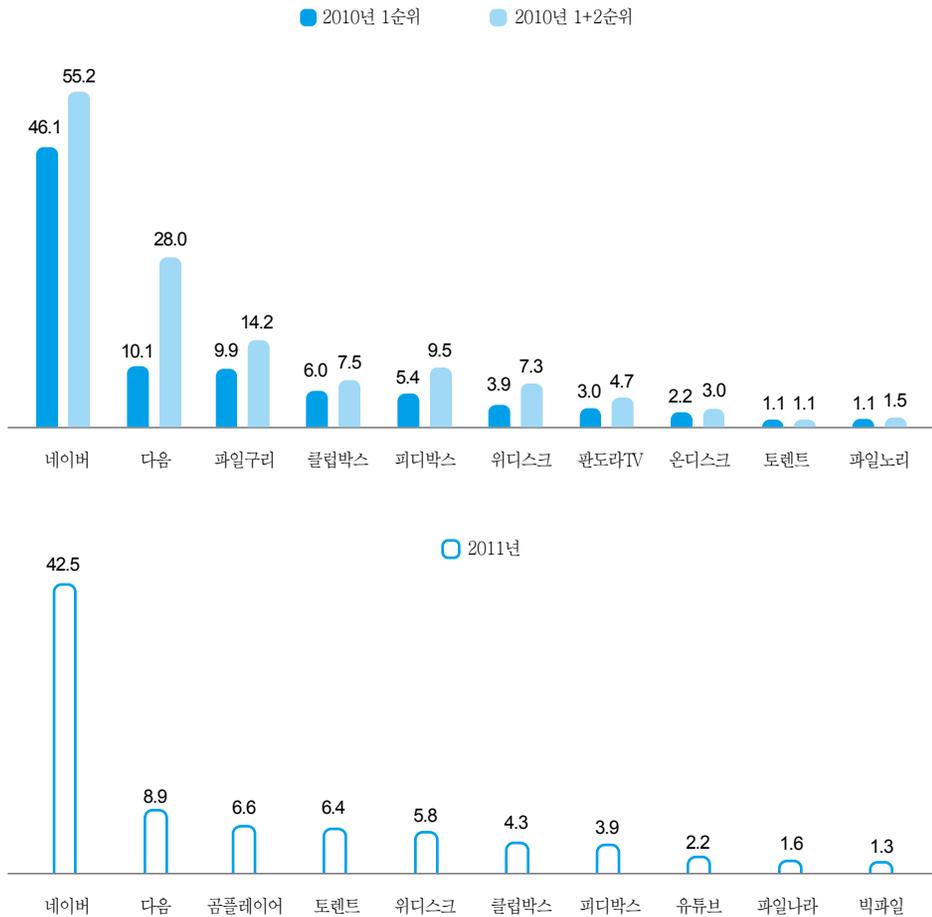
<표 4-1-56> 온라인 애니메이션을 보기 위하여 즐겨 찾는 사이트 (Top10)

(단위: %)

구분	네이버	다음	파일구리	클럽박스	피디박스	위디스크	판도라 TV	온디스크	토렌트	파일노리
2010년 1순위 (N=464명)	46.1	10.1	9.9	6.0	5.4	3.9	3.0	2.2	1.1	1.1
2010년 1+2순위	55.2	28.0	14.2	7.5	9.5	7.3	4.7	3.0	1.1	1.5
구분	네이버	다음	곰플레이어	토렌트	위디스크	클럽박스	피디박스	유튜브	파일나라	빅파일
2011년 1순위 (N=234명)	42.5	8.9	6.6	6.4	5.8	4.3	3.9	2.1	1.6	1.3

<그림 4-1-35> 인터넷 애니메이션을 보기 위하여 즐겨 찾는 사이트 (Top10)

(단위: %)



6. 온라인 애니메이션 이용 시 고려조건

온라인 애니메이션 이용 시 고려조건은 1순위 기준 '흥행작인지 여부' 36.1%, '최신작인지 여부' 16.4%, '작품성' 13.3% 등의 순으로 나타났다. 온라인 애니메이션 이용 시 고려조건을 1순위 기준에서 보면 '흥행작 여부', '최신작 여부' 및 '작품성'를 고려한다는 비중이 2010년 대비 증가한 것으로 나타난 반면, '스토리'와 '선호장르 여부'는 2010년 대비 감소한 것으로 조사되었다.

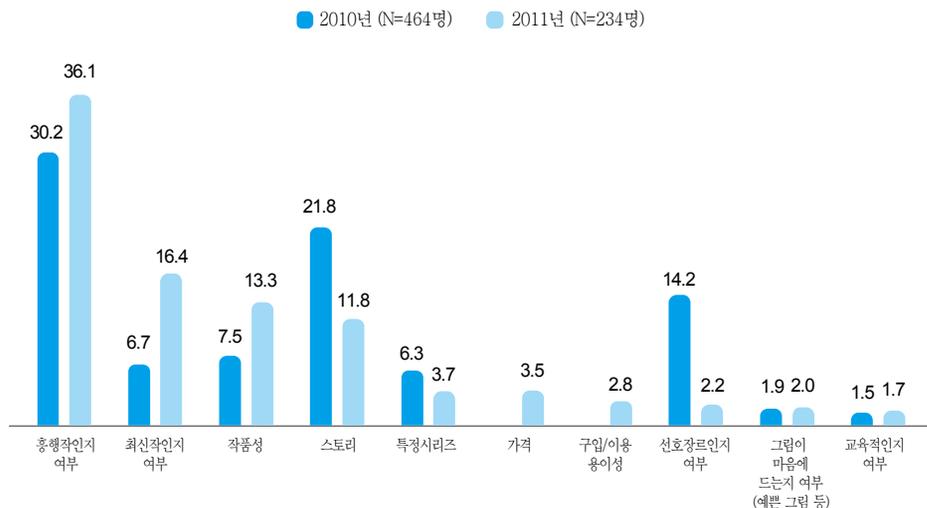
<표 4-1-57> 온라인 애니메이션 이용 시 고려조건 (Top10)

(단위: %)

구분	흥행작인지 여부	최신작인지 여부	작품성	스토리	특정 시리즈	가격	구입/이용 용이성	선호 장르인지 여부	그림이 마음에 드는지 여부 (예쁜 그림 등)	교육적인지 여부
2010년 (N=464명)	30.2	6.7	7.5	21.8	6.3	-	-	14.2	1.9	1.5
2011년 (N=234명)	36.1	16.4	13.3	11.8	3.7	3.5	2.8	2.2	2.0	1.7

<그림 4-1-36> 온라인 애니메이션 이용 시 고려조건 (Top10)

(단위: %)



<표 4-1-58> 온라인 애니메이션 이용 시 고려조건 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	279명	149명	130명	33명	77명	81명	46명	29명	9명	4명
흥행작인지 여부	35.8	42.5	28.2	10.0	40.2	34.0	54.1	30.4	39.1	18.7
최신작인지 여부	16.5	20.6	11.7	13.5	16.6	14.1	18.2	22.2	19.1	21.1
작품성	13.3	10.5	16.6	44.8	2.5	13.7	7.5	15.3	10.0	14.1
스토리	11.9	7.9	16.4	3.2	16.3	17.3	3.3	7.4	12.8	18.3
특정 시리즈	3.7	1.7	6.0	0.0	2.4	6.9	2.6	4.5	1.8	3.9
가격	3.5	0.2	7.2	28.5	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0
구입/이용 용이성	2.8	0.3	5.7	0.0	0.0	8.0	1.9	0.0	3.8	3.9
선호 장르인지 여부	2.4	3.8	0.7	0.0	3.2	4.2	0.0	1.1	0.0	12.8
그림이 마음에 드는지 여부	2.1	2.2	2.0	0.0	1.9	0.0	2.6	7.5	8.5	7.3
교육적인지 여부	1.6	0.8	2.6	0.0	1.6	1.1	2.2	4.7	1.4	0.0

온라인 애니메이션 이용 시 고려조건을 살펴보면, ‘흥행작인지 여부’가 35.8%로 가장 많고, 그 다음으로는 ‘최신작인지 여부’ 16.5%, ‘작품성’ 13.3%, ‘스토리’ 11.9% 등의 순으로 나타났다.

성별로 살펴보면, 남자는 ‘흥행작인지 여부’, ‘최신작인지 여부’ 등을 주로 고려하지만 여자는 ‘흥행작인지 여부’와 ‘작품성’, ‘스토리’ 등을 상대적으로 더 고려하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 연령별로는, 10~14세와 50~59세를 제외한 전 연령층에서 ‘흥행작인지 여부’를 애니메이션 이용 시 가장 고려하는 것으로 나타났다.

7. 온라인 애니메이션 다운로드에 대한 인식

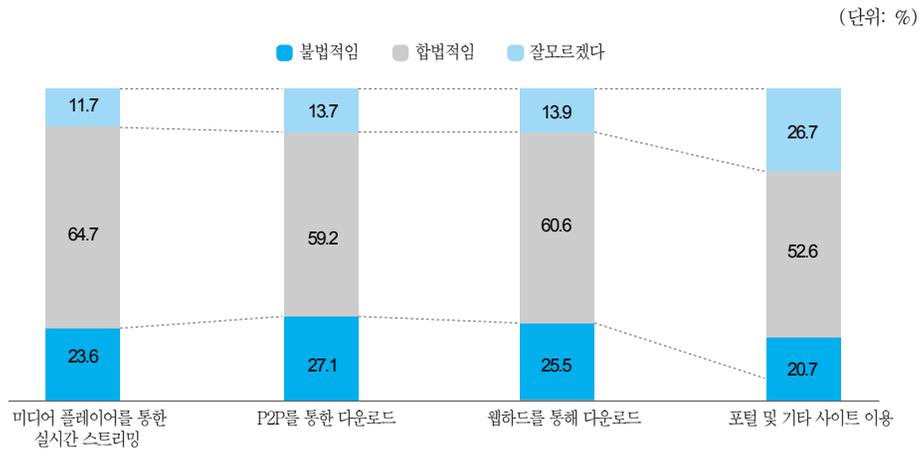
온라인 애니메이션 다운로드에 대한 인식을 살펴보면, ‘미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍’ 방법을 이용하는 경우가 ‘합법적(확실히 합법적임+아마 합법임)’일 것이라는 비중이 64.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 ‘웹하드를 통한 다운로드’가 60.6%로 나타났다. 반면 ‘포털 및 기타 사이트 이용’의 경우 합법인지 불법인지를 ‘잘 모르겠다’는 비율이 26.7%로 다른 이용 방법보다 상대적으로 다소 많았다. 그러나 어떤 이용 방법이든 모두 합법적일 것이라는 응답이 절반 이상을 차지하고 있었다.

<표 4-1-59> 온라인 애니메이션 다운로드에 대한 인식

(단위: %)

구 분	확실히 불법적임	아마 불법적일 것	아마 합법적일 것	확실히 합법적임	잘 모르겠다
미디어 플레이어를 통한 실시간 스트리밍	1.4	22.2	28.1	36.6	11.7
P2P를 통한 다운로드	2.8	24.3	32.7	26.5	13.7
웹하드를 통해 다운로드	2.3	23.2	34.9	25.7	13.9
포털 및 기타 사이트 이용	1.4	19.3	30.5	22.1	26.7

<그림 4-1-37> 온라인 애니메이션 다운로드에 대한 인식



8. 온라인 애니메이션 불법 다운로드에 대한 인식

온라인 애니메이션 불법 다운로드에 대한 인식을 살펴보면, ‘심각함(매우 심각함+대체로 심각함)’이라는 응답이 37.3%로 나타나 ‘심각하지 않음(별로 심각하지 않음+전혀 심각하지 않음)’ 15.9%보다 높게 나타났으며 ‘보통’이라는 응답은 46.5%로 나타났다. 전체적으로는 2010년과 비슷한 수준을 보이고 있으나, 2010년에 대비 ‘심각하지 않음(별로 심각하지 않음+전혀 심각하지 않음)’이라는 응답이 3.5%p 증가한 것으로 나타났다.

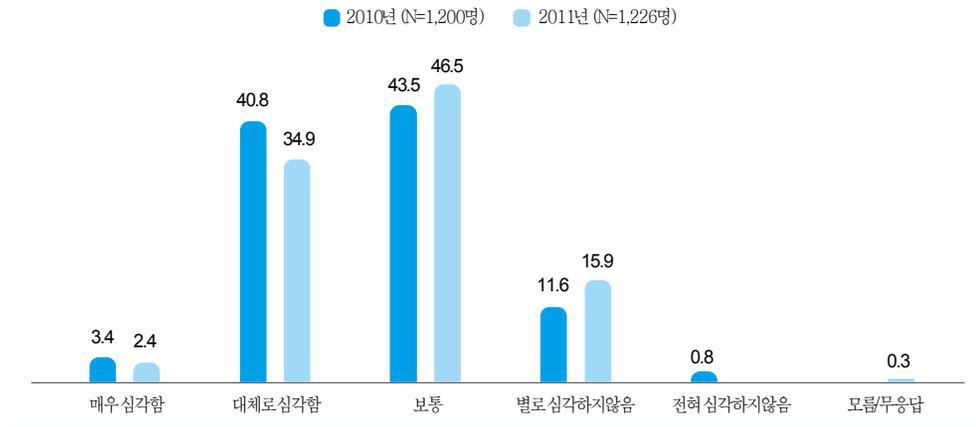
<표 4-1-60> 온라인 애니메이션 불법 다운로드에 대한 인식

(단위: %)

구 분	매우 심각함	대체로 심각함	보 통	별로 심각하지 않음	전혀 심각하지 않음	모름/무응답
2010년 (N=1,200명)	3.4	40.8	43.5	11.6	0.8	-
2011년 (N=1,226명)	2.4	34.9	46.5	15.9	-	0.3

<그림 4-1-38> 온라인 애니메이션 불법 다운로드에 대한 인식

(단위: %)



<표 4-1-61> 온라인 애니메이션 불법 다운로드에 대한 인식 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
매우 심각함	2.4	2.5	2.2	0.6	5.3	0.6	3.8	2.1	1.8	1.1
대체로 심각함	35.3	34.7	35.9	11.0	47.3	43.8	41.4	43.8	38.1	44.1
보통	46.4	43.5	49.5	50.8	40.7	42.4	51.6	46.0	50.7	44.6
별로 심각하지 않음	15.7	18.9	12.2	37.6	6.7	12.9	1.9	7.9	8.8	10.2
전혀 심각하지 않음	-	-	-	-	-	-	-	0.2	0.2	-
모름/무응답	0.2	0.4	0.2	-	-	0.3	1.3	-	0.4	-

온라인 불법 다운로드 이용에 대한 인식은 ‘심각함(매우 심각함+대체로 심각함)’이 37.7%, ‘심각하지 않음(별로 심각하지 않음+전혀 심각하지 않음)’이 15.7%로 인터넷 불법 다운로드에 대해 심각하다는 응답이 더 높게 나타났다.

성별로 살펴보면, 여자보다는 남자가 심각하지 않다고 인식하는 비율이 상대적으로 다소 높았으며, 연령별로는, 15~19세의 경우 ‘심각함’이라는 응답이 52.6%로 다른 연령층에 비해 상대적으로 다소 높게 나타났으며, 25~29세의 경우 ‘심각하지 않음’의 응답이 1.9%로 다른 연령층에 비해 상대적으로 낮게 나타났다.

9. 불법성을 인지한 후 온라인 애니메이션의 불법 다운로드에 대한 태도 변화

온라인 다운로드의 불법성을 인지한 후, 온라인 애니메이션의 불법 다운로드에 대한 태도 변화를 살펴보면, ‘애초부터 이용하지 않았다’는 응답이 51.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘불법 이용을 하지 않는다’라는 응답이 22.6%로 나타났다. 불법 이용 자체를 하지 않거나 온라인

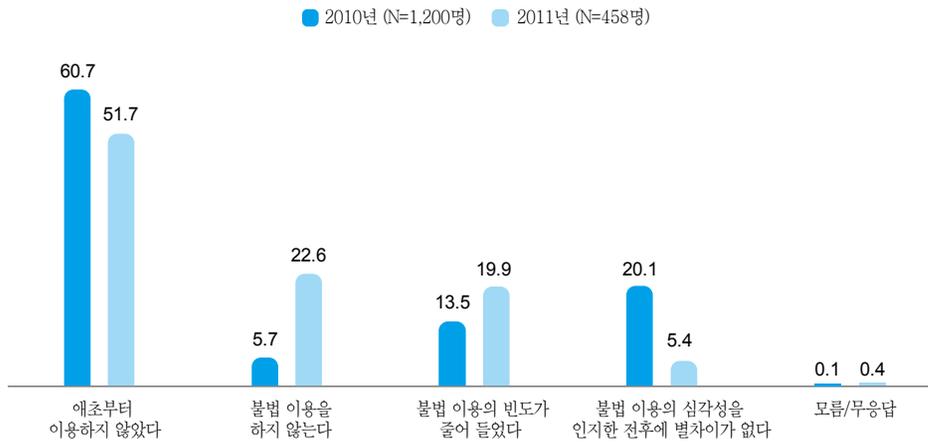
불법 다운로드에 대한 불법성을 인지할 경우 온라인 불법 다운로드에 대해 부정적인 경향이 있는 것으로 볼 수 있어, 지속적 홍보와 계몽을 통해 불법행위를 개선할 수 있을 것으로 여겨진다.

<표 4-1-62> 불법성 인지 후, 온라인 애니메이션의 불법 다운로드에 대한 태도 변화

구 분	애초부터 이용하지 않았다	불법 이용을 하지 않는다	불법 이용 빈도가 줄어들었다	불법 이용의 심각성을 인지한 전후에 별 차이가 없다	모름/무응답
2010년 (N=1,200명)	60.7	5.7	13.5	20.1	0.1
2011년 (N=458명)	51.7	22.6	19.9	5.4	0.4

<그림 4-1-39> 불법성 인지 후, 온라인 애니메이션의 불법 다운로드에 대한 태도 변화

(단위: %)



10. 온라인 애니메이션 향후 유료 관람 의향

온라인 유료 애니메이션 향후 관람 의향(확실히 이용할 것+아마 이용할 것)은 43.9%로, 2010년 대비 9.4%p 증가하였다.

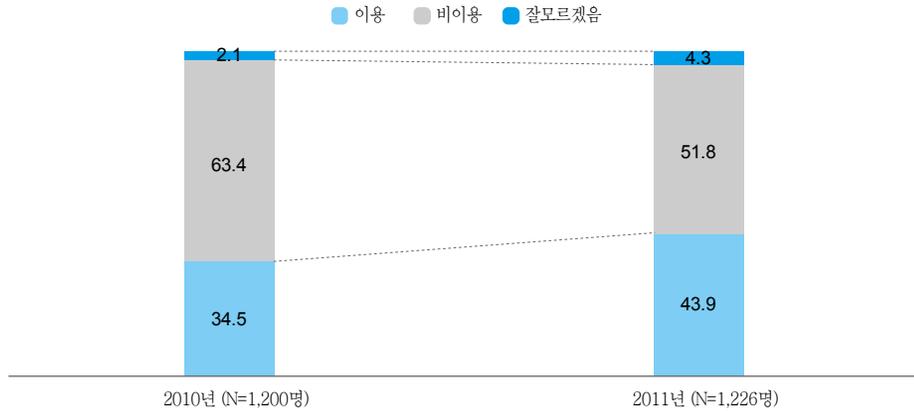
<표 4-1-63> 온라인 애니메이션 향후 유료 관람 의향

(단위: %)

구 분	확실히 이용	아마 이용	아마 이용안함	절대 이용안함	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	2.1	32.4	41.8	21.6	2.1
2011년 (N=1,226명)	1.3	42.6	41.6	10.2	4.3

<그림 4-1-40> 온라인 애니메이션 향후 유료 관람 의향

(단위: %)



<표 4-1-64> 온라인 애니메이션 향후 유료 관람 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
확실히 이용할 것	1.3	0.9	1.7	1.6	2.0	0.0	1.5	1.2	1.1	0.2
아마 이용할 것	42.2	43.4	40.9	29.4	50.2	47.6	50.9	43.6	37.4	33.2
아마 이용하지 않을 것	41.8	41.4	42.2	53.4	36.0	36.2	33.6	41.2	44.6	45.6
절대 이용하지 않을 것	10.5	11.0	9.9	11.8	7.5	12.6	8.9	8.7	13.2	17.1
잘모르겠다	4.2	3.3	5.3	3.8	4.3	3.6	5.1	5.3	3.7	3.9

온라인 유료애니메이션 향후 이용 의향 조사결과 ‘이용하지 않을 것이다’(아마 이용하지 않음+절대 이용하지 않음) 52.3%, ‘이용할 것이다’(확실히 이용+아마 이용할 것) 43.5%로 이용하지 않을 것이라는 응답이 더 많았다.

성별로 보면, 온라인 유료 애니메이션에 대해 ‘이용할 것이다’라는 응답은 남자가 44.3%로 여자(42.6%)보다 높게 나타났으며, 연령별로 살펴보면 25~29세와 15~19세의 이용 의향이 각각 52.4%와 52.2%로 타 연령층에 상대적으로 높게 조사되었다.

제6절

| 애니메이션 비디오/DVD 이용행태 |

1. 비디오/DVD 형태의 애니메이션 구입 경험 및 구입 빈도

비디오/DVD 형태의 애니메이션 구입 경험율은 14.1%로, 2010년 대비 4.5%p로 증가했다.

<표 4-1-65> 애니메이션 비디오/DVD 구입 경험

(단위: %)

구분	애니메이션 비디오/DVD 구입 경험			
	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
비중	있다	없다	있다	없다
	9.6	90.4	14.1	85.9

<표 4-1-66> 애니메이션 비디오/DVD 구입 빈도 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	209명	124명	85명	19명	69명	33명	31명	38명	12명	6명
1개월에 2~3번	2.0	0.7	3.9	-	3.5	2.7	-	1.0	3.5	-
1개월에 한번	3.4	3.9	2.5	-	4.5	-	-	9.2	2.6	1.4
2~3개월에 한번	32.3	36.4	26.2	39.9	37.7	19.8	41.1	28.8	22.7	9.9
4~6개월에 한번	60.8	56.5	67.2	60.1	54.3	77.4	50.7	60.9	67.7	84.7
모름/무응답	1.5	2.5	0.2	-	-	0.1	8.2	0.1	3.5	4.0

애니메이션 비디오/DVD를 구입한 경험이 있는 응답자 중에서 구입 빈도를 살펴보면 '4~6개월에 한 번'이 60.8%로 가장 높았고, 그 다음으로 '2~3개월에 한 번'이 32.3%로 나타났다.

2. 비디오/DVD 형태의 애니메이션 향후 구입 의향

비디오/DVD 형태의 애니메이션 향후 구입 의향에 대해 구입 의향(확실히 구입+아마 구입)을 밝힌 응답자는 전체의 19.9%로 2010년 대비 1.1%p 감소하였다.

<표 4-1-67> 비디오/DVD 형태의 애니메이션 향후 구입 의향

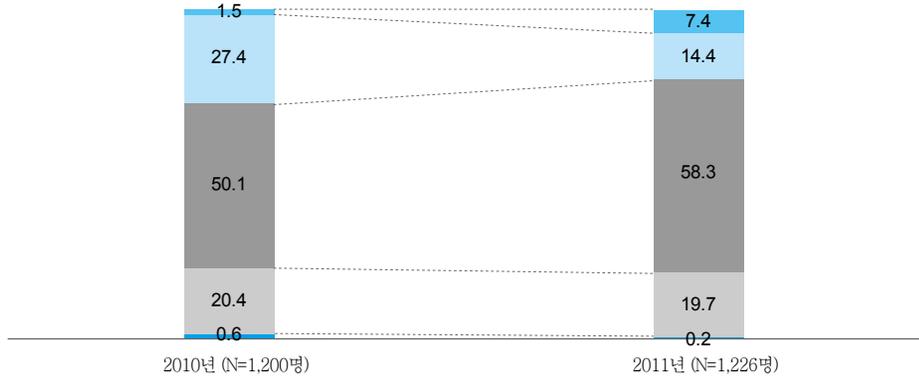
(단위: %)

구분	확실히 구입	아마 구입	아마 비구입	절대 비구입	잘 모르겠음
2010년 (N=1,200명)	0.6	20.4	50.1	27.4	1.5
2011년 (N=1,226명)	0.2	19.7	58.3	14.4	7.4

<그림 4-1-41> 비디오/DVD 형태의 애니메이션 향후 구입 의향

(단위: %)

● 확실히 구입할 것 ● 아마 구입할 것 ● 아마 구입하지 않을 것 ● 절대 구입하지 않을 것 ● 잘모르겠다



<표 4-1-68> 비디오/DVD 형태의 애니메이션 향후 구입 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
확실히 구입할 것	0.2	0.1	0.2	0.3	-	-	-	0.7	-	-
아마 구입할 것	19.8	20.1	19.5	6.8	23.2	20.7	27.8	30.9	22.5	22.3
아마 구입하지 않을 것	58.2	58.1	58.3	58.8	57.2	64.4	55.7	53.7	57.5	55.7
절대 구입하지 않을 것	14.6	11.6	17.7	19.2	13.6	10.9	13.0	11.0	16.0	17.5
잘 모르겠다	7.2	10.1	4.3	14.9	6.0	4.0	3.5	3.7	4.0	4.5

비디오/DVD 형태의 애니메이션을 향후 구입할 것인지에 대해 조사한 결과, 구입 의향(확실히 구입+아마 구입)은 20.0%에 불과하였고, 비 구입 의향(아마 비 구입+절대 비 구입)은 72.8%로 구입 의향보다 52.8% 높게 나타났다. 성별과 연령에 관계없이 '비 구입 의향'이 높게 나타났으나 30~39세는 31.6%로 구입 의향이 다른 연령층에 비해 상대적으로 다소 높게 조사되었다.

3. 비디오/DVD 형태의 애니메이션 적정 가격

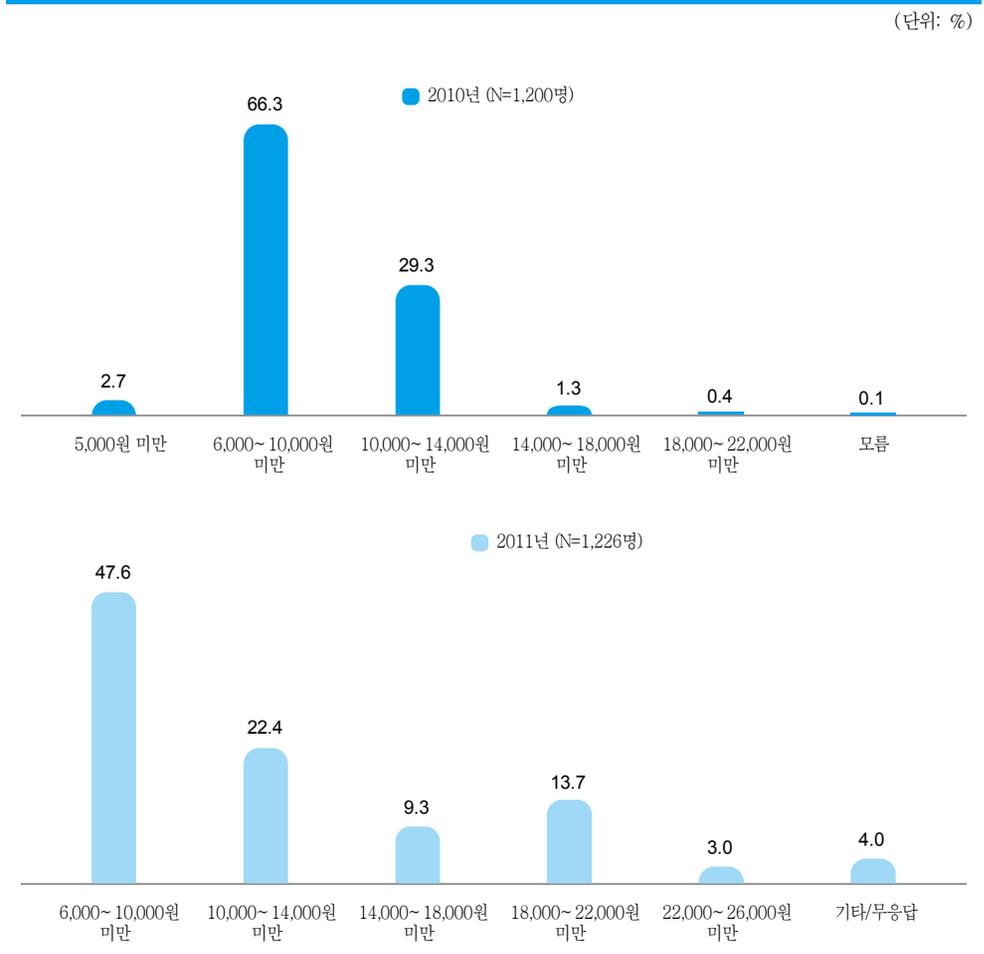
비디오/DVD 형태의 애니메이션의 적정 가격은 '6,000~10,000원 미만'이라는 응답이 47.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '10,000~14,000원 미만' 22.4%인 것으로 조사되었다. 전반적으로 2010년과 비슷한 경향을 보이고 있으나, '18,000~22,000원 미만' 응답은 2010년과는 달리 13.7%로 높게 나타났다.

<표 4-1-69> 비디오/DVD 형태의 애니메이션 적정 가격 (단위: %)

구분	5,000원 이하	6,000 ~ 10,000원 미만	10,000 ~ 14,000원 미만	14,000 ~ 18,000원 미만	18,000 ~ 22,000원 미만	모름
2010년 (N=1,200명)	2.7	66.3	29.3	1.3	0.4	0.1

구분	6,000 ~ 10,000원 미만	10,000 ~ 14,000원 미만	14,000 ~ 18,000원 미만	18,000 ~ 22,000원 미만	22,000 ~ 26,000원 미만	기타/무응답
2011년 (N=1,226명)	47.6	22.4	9.3	13.7	3.0	4.0

<그림 4-1-42> 비디오/DVD 형태의 애니메이션의 적정 가격 (단위: %)



애니메이션
 소비자 실태조사
 2011년

<표 4-1-70> 비디오/DVD 형태의 애니메이션의 적정 가격 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
6,000원 ~ 10,000원 미만	47.4	43.7	51.4	64.9	42.3	41.8	41.2	38.2	38.3	42.2
10,000원 ~ 14,000원 미만	22.4	22.5	22.3	18.1	18.0	31.9	23.2	22.4	30.8	23.1
14,000원 ~ 18,000원 미만	9.1	9.6	8.6	4.0	13.3	12.7	8.7	10.5	5.9	6.6
18,000원 ~ 22,000원 미만	14.0	15.9	12.0	6.3	18.8	9.1	20.9	17.0	18.2	20.6
22,000원 ~ 26,000원 미만	3.1	3.5	2.5	-	3.8	2.4	4.2	7.1	4.9	3.6
기타/무응답	4.0	4.8	3.2	6.7	3.8	2.1	1.8	4.8	1.9	3.9

비디오/DVD 형태의 애니메이션의 적정 가격을 보면, '6,000~10,000원 미만'의 응답이 47.4%로 가장 높게 나타났다. 성별과 연령에 관계없이 '6,000~10,000원 미만'의 응답 비중이 가장 높은 가운데, 25~29세 연령층에서는 '18,000~22,000원 미만'이라는 응답이 다른 연령층에 비해 상대적으로 다소 높게 나타났다.

제7절

| 새로운 플랫폼(스마트폰·태블릿PC)을 통한 애니메이션 이용행태 |

1. 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 경험 및 방법

애니메이션 관람 시 스마트폰 이용 경험율을 조사한 결과 이용 경험이 있는 응답자는 전체의 27.9%였다.

<표 4-1-71> 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 경험

(단위: %)

구 분	스마트폰을 통한 애니메이션 이용 경험	
	있다	없다
2011년 (N=558명)	27.9	72.1

<표 4-1-72> 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 방법

(단위: %)

구 분	유튜브/다음tv팟/ 곰플레이어 등 동영상 스트리밍 이용	애니메이션 전문 사이트 이용	파일공유 사이트에서 다운로드 후 스마트폰을 이용	모름/무응답
2011년 (N=155명)	44.8	43.7	11.3	0.2

스마트폰 이용 경험자 가운데 주이용 방법으로 ‘유튜브/다음tv팟/곰플레이어 등 동영상 스트리밍 이용’의 비율이 44.8%로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘애니메이션 전문 사이트 이용’ 43.7%, ‘파일 공유 사이트에서 다운로드 후 스마트폰 이용’ 11.3% 등의 순으로 나타났다.

2. 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 빈도

스마트폰을 통한 애니메이션 이용 빈도 중에서는 최소 1개월에 한 번 이상 관람하는 비율이 49.5%인 것으로 나타났다.

또한 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 빈도는 ‘2~3개월에 한번’이 48.6%로 가장 많았고, 그 다음으로는 ‘1개월에 한번’이 27.7%, ‘일주일에 1~2번’과 ‘1개월에 2~3번’ 이용이 각각 9.6%와 6.6%로 나타났다.

<표 4-1-73> 스마트폰을 통한 애니메이션 이용 빈도

(단위: %)

구 분	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 한번	2~3개월에 한번	4~6개월에 한번
2011년 (N=155명)	3.8	1.8	9.6	6.6	27.7	48.6	1.9

3. 스마트폰을 통한 애니메이션 향후 이용 의향

애니메이션 관람을 위해 향후 스마트폰을 ‘이용(확실히 시청할 것+아마 시청할 것)’할 것이라는 응답은 48.2%로 나타났다.

<표 4-1-74> 스마트폰을 통한 애니메이션 향후 이용 의향

(단위: %)

구 분	확실히 시청할 것	아마 시청할 것	아마 시청하지 않을 것	절대 시청하지 않을 것	잘 모르겠다
2011년 (N=558명)	4.3	43.9	45.1	5.0	1.7

<표 4-1-75> 스마트폰을 통한 애니메이션 향후 이용 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	666명	379명	287명	67명	144명	179명	136명	100명	30명	10명
확실히 시청할 것	4.3	3.5	5.3	5.8	6.1	4.3	3.3	2.5	4.3	2.4
아마 시청할 것	43.7	44.3	43.0	37.6	39.1	41.3	52.5	46.2	49.7	35.0
아마 시청하지 않을 것	45.3	43.3	47.9	54.8	46.5	45.7	39.8	45.6	34.9	57.4
절대 시청하지 않을 것	5.0	7.1	2.1	1.8	5.2	7.1	4.1	3.0	9.0	5.2
잘 모르겠다/무응답	1.7	1.8	1.7	-	3.1	1.6	0.3	2.7	2.1	-

애니메이션을 관람하기 위해 스마트폰을 이용할 의향을 조사한 결과, '이용 의향'(아마 시청할 것+확실히 시청할 것)은 48.0%, '비이용 의향'(아마 시청하지 않을 것+절대 시청하지 않을 것)은 50.3%로 이용 의향보다 비이용 의향이 2.3% 더 높은 것으로 조사되었다.

성별로 살펴보면 이용 의향이 비슷한 수준으로 나타났으며, 연령별로는 25~29세의 이용 의향이 55.8%로 가장 많이 응답했고, 그 다음으로 40~49세 54.0%, 30~39세 48.7% 등의 순으로 나타났다. 반대로 가장 이용 의향이 적은 연령대는 50~59세 (37.4%)로 조사되었다.

4. 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 형태

스마트폰을 이용해 애니메이션 관람할 경우, '단편 애니메이션' 형태가 적정하다고 응답한 비율이 57.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '장편 애니메이션' 형태라는 응답이 20.4%, '3D입체영상 애니메이션' 18.4% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-76> 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 형태 (복수응답)

(단위: %)

구 분	단편 애니메이션	장편 애니메이션	3D입체영상 애니메이션	2D 애니메이션	양방향 애니메이션
2011년 (N=1,226명)	57.0	20.4	18.4	13.0	5.1

<표 4-1-77> 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 형태 (복수응답) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
단편 애니메이션	57.1	55.8	58.6	44.0	62.9	61.7	61.3	63.4	57.0	60.6
장편 애니메이션	20.4	19.9	21.0	17.5	21.4	20.1	23.9	20.1	23.6	20.1
3D입체영상 애니메이션	18.2	21.3	14.9	40.6	9.4	10.0	10.5	9.9	10.2	13.0
2D 애니메이션	12.9	13.7	12.0	11.0	12.8	12.4	17.5	13.2	13.2	11.3
양방향 애니메이션	5.1	3.3	7.0	4.0	2.9	11.7	2.0	6.1	5.3	5.3
단방향 애니메이션	4.4	3.9	4.9	6.7	2.9	4.0	2.4	5.1	5.1	2.8

5. 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 장르

스마트폰을 통해 애니메이션을 보는 경우 선호하는 장르로 ‘코믹/명량’을 꼽는 비율이 42.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘판타지’ 16.9%, ‘순정’ 9.9% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-78> 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 장르 (Top10)

(단위: %)

구분	코믹/명량	판타지	순정	액션/무협	공상과학	공포/호러물	교육/학습/교양	추리	스포츠	학원물
2011년 (N=1,226명)	42.5	16.9	9.9	8.0	5.8	5.4	3.5	2.2	2.1	1.5

<표 4-1-79> 스마트폰을 통한 애니메이션 적정 장르 (Top10) - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답 수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명	59명
코믹/명량	42.4	37.9	47.3	52.9	37.9	38.7	34.4	44.0	38.1	41.8
판타지	16.8	21.3	12.1	16.9	14.3	18.5	19.6	18.0	14.3	15.4
순정	9.9	3.3	17.1	6.8	11.5	10.5	11.0	9.6	14.2	10.3
액션/무협	8.0	12.2	3.4	3.1	14.4	7.4	12.6	3.2	6.2	6.3
공상과학	5.8	7.3	4.2	6.1	6.3	5.4	6.7	3.0	6.6	6.7
공포/호러물	5.3	7.1	3.4	7.7	4.8	2.9	6.0	5.1	3.8	2.1
교육/학습/교양	3.6	2.9	4.4	2.7	3.1	3.3	0.5	8.8	6.7	6.1
추리	2.3	2.1	2.4	0.3	2.3	3.1	4.5	1.7	4.2	3.2
스포츠	2.2	3.1	1.2	0.0	1.4	3.6	3.6	3.7	4.1	4.3
학원물	1.4	0.5	2.4	2.4	2.4	0.9	0.0	0.5	0.4	0.0

성별로 살펴보면, 남자의 경우 ‘판타지’(21.3%), ‘액션/무협’(12.2%)을 여자보다 상대적으로 선호하는 것으로, 여자의 경우에는 ‘코믹/명량’(47.3%), ‘순정’(17.1%) 장르를 남자보다 상대적으로 선호하는 것으로 나타났다.

연령별로는 전체적으로 ‘코믹/명량’ 장르가 많은 가운데, 15~19세는 ‘액션/무협’, 20~39세는 ‘판타지’ 장르를 선호하는 것으로 나타났다.

6. 태블릿PC를 통한 애니메이션 이용 경험 및 방법

태블릿PC 보유자의 경우, 태블릿PC를 이용해서 애니메이션을 이용해 본 경험은 88.3%로 나타났다. 애니메이션 이용 시에는 주로 ‘애니메이션 전문 사이트’를 이용(45.4%)하는 것으로 나타났다. (*태블릿PC 보유자의 사례수가 적으므로 해석 시 주의)

<표 4-1-80> 태블릿PC를 통한 애니메이션 이용 경험

(단위: %)

구 분	태블릿PC를 통한 애니메이션 이용 경험	
	있다	없다
2011년 (N=15명)	88.3	11.7

<표 4-1-81> 태블릿PC를 통한 애니메이션 이용 방법

(단위: %)

구 분	애니메이션 전문 사이트 이용	유튜브/다음tv팟/곰플레이어 등 동영상 스트리밍 이용	파일공유 사이트에서 다운로드 후 태블릿PC를 이용
2011년 (N=15명)	45.4	27.7	26.9

7. 태블릿PC를 통한 애니메이션 향후 이용 의향

태블릿PC 보유자의 경우 향후에도 계속 이용할 의향(확실히 이용할 것+아마 이용할 것)이 90.0%로 나타났다. (*태블릿PC 보유자의 사례수가 적으므로 해석시 주의)

<표 4-1-82> 태블릿PC를 통한 애니메이션 향후 이용 의향

(단위: %)

구 분	확실히 이용할 것	아마 이용할 것	아마 이용하지 않을 것	잘모르겠다
2011년 (N=15명)	17.0	73.0	7.7	2.3

<표 4-1-83> 태블릿PC를 통한 애니메이션 향후 이용 의향 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	19명	11명	8명	2명	1명	3명	9명	3명	2명
확실히 이용할 것	15.8	24.6	4.0	-	100.0	24.6	10.0	17.2	-
아마 이용할 것	74.1	67.7	82.7	100.0	-	54.7	82.6	61.3	88.7
아마 이용하지 않을 것	7.2	6.4	8.3	-	-	20.7	7.4	-	-
절대 이용하지 않을 것	0.8	1.3	-	-	-	-	-	-	11.3
잘모르겠다	2.1	-	5.0	-	-	-	-	21.5	-

태블릿PC를 이용해 애니메이션을 이용할 의향을 조사한 결과, '이용 의향'(아마 이용+확실히 이용)은 89.9%, '비이용 의향'(아마 비이용+확실히 비이용)은 8.0%로 이용 의향이 비이용 의향보다 81.9% 더 높은 것으로 조사 되었다.

제8절

| 3D입체영상 애니메이션 이용행태 |

1. 3D입체영상 애니메이션 이용 경험 및 주 이용 매체

3D입체영상 애니메이션 관람 이용 경험이 있다고 응답한 비중은 전체의 12.8%이었으며 3D입체영상 애니메이션을 이용한 경험이 없다는 응답의 비중은 87.2%로 압도적으로 높게 나타났다.

3D입체영상 애니메이션 관람 시 ‘영화관’을 통해 관람한 경우가 95.6%로 가장 많았고, ‘케이블 및 위성방송’ 4.0%, ‘IPTV’ 0.3% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-84> 3D입체영상 애니메이션 이용 경험

(단위: %)

구 분	3D입체영상 애니메이션 이용 경험	
	있다	없다
2011년 (N=1,226명)	12.8	87.2

<표 4-1-85> 3D입체영상 애니메이션 주 이용 매체 (복수응답)

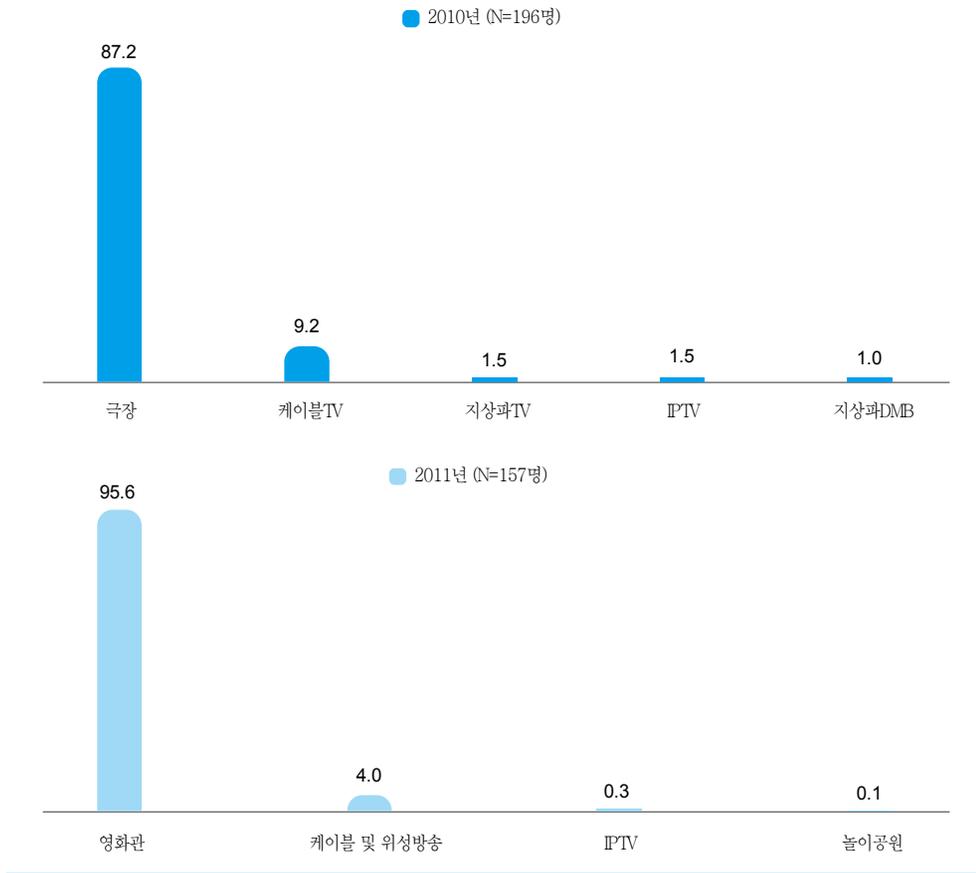
(단위: %)

구 분	극장	케이블TV	지상파TV	IPTV	지상파DMB
2010년 (N=196명)	87.2	9.2	1.5	1.5	1.0

구 분	영화관	케이블 및 위성방송	IPTV	놀이공원
2011년 (N=157명)	95.6	4.0	0.3	0.1

<그림 4-1-43> 3D입체영상 애니메이션 주 이용매체 (복수응답)

(단위: %)



2. 3D입체영상 애니메이션 이용 빈도

3D입체영상 애니메이션 관람 이용 빈도를 보면, 'IPTV', '케이블 및 위성방송', '영화관' 모두 '4~6개월에 한 번' 정도 이용하는 것으로 나타났다.

<표 4-1-86> 3D입체영상 애니메이션 이용 빈도

(단위: %)

구분	거의매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	1개월에 2~3번	1개월에 1번	2~3개월에 한번	4~6개월에 한번
IPTV	-	-	-	-	-	-	100.0
케이블 및 위성방송	-	-	-	-	29.9	-	70.1
영화관	0.6	1.7	-	9.3	0.1	22.0	66.3

3. 3D입체영상 애니메이션 관람 시 만족 사항

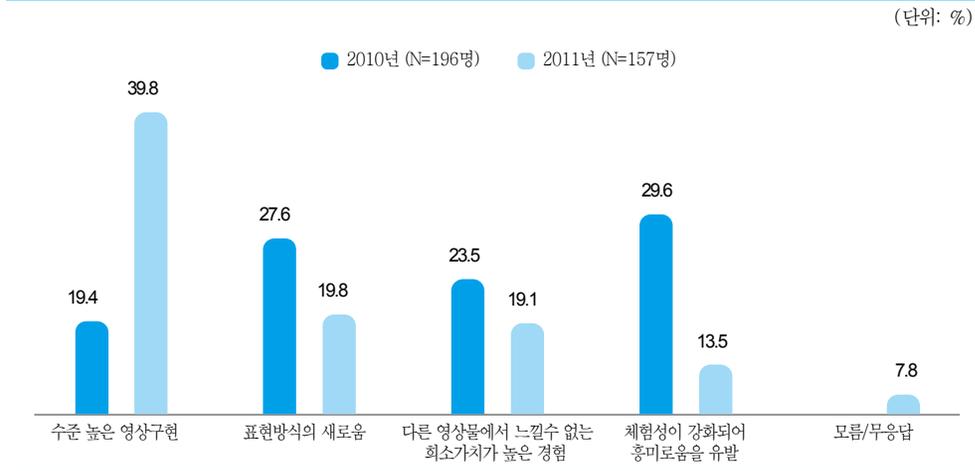
3D입체영상 애니메이션을 관람할 때 가장 만족스러웠던 사항으로는 전체적으로는 ‘수준 높은 영상 구현’이라는 측면이 39.8%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 ‘표현방식의 새로움’ 19.8%, ‘다른 영상물에서 느낄 수 없는 희소가치가 높은 경험’ 19.1% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-87> 3D입체영상 애니메이션 관람 시 만족 사항

(단위: %)

구 분	수준 높은 영상 구현	표현방식의 새로움	다른 영상물에서 느낄 수 없는 희소가치가 높은 경험	체험성이 강화되어 흥미로움 유발	모름/무응답
2010년 (N=196명)	19.4	27.6	23.5	29.6	-
2011년 (N=157명)	39.8	19.8	19.1	13.5	7.8

<그림 4-1-44> 3D입체영상 애니메이션 관람 시 만족 사항



<표 4-1-88> 3D입체영상 애니메이션 관람 시 만족 사항 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	189명	125명	63명	28명	59명	43명	33명	14명	8명
수준 높은 영상 구현	38.9	32.9	50.9	12.2	45.2	57.8	35.0	32.7	31.0
표현방식의 새로움	19.9	18.4	22.9	31.2	17.1	21.9	15.6	16.9	11.7
다른 영상물에서 느낄 수 없는 희소가치가 높은 경험	19.5	22.4	13.7	27.5	17.7	8.4	23.3	20.8	38.2
체험성이 강화되어 흥미로움 유발	14.1	15.5	11.1	29.1	9.4	6.8	10.5	23.5	19.1
모름/무응답	7.6	10.8	1.4	-	10.6	5.1	15.6	6.1	-

성별로 살펴보면, 남자는 ‘다른 영상물에서 느낄 수 없는 희소가치가 높은 경험’(22.4%), ‘체험성이 강화되어 흥미로움 유발’(15.5%) 측면을 여자보다 상대적으로 높게, 여자는 ‘수준 높은 영상 구현’(50.9%) ‘표현방식의 새로움’(22.9%)을 남자보다 상대적으로 높게 평가하고 있다.

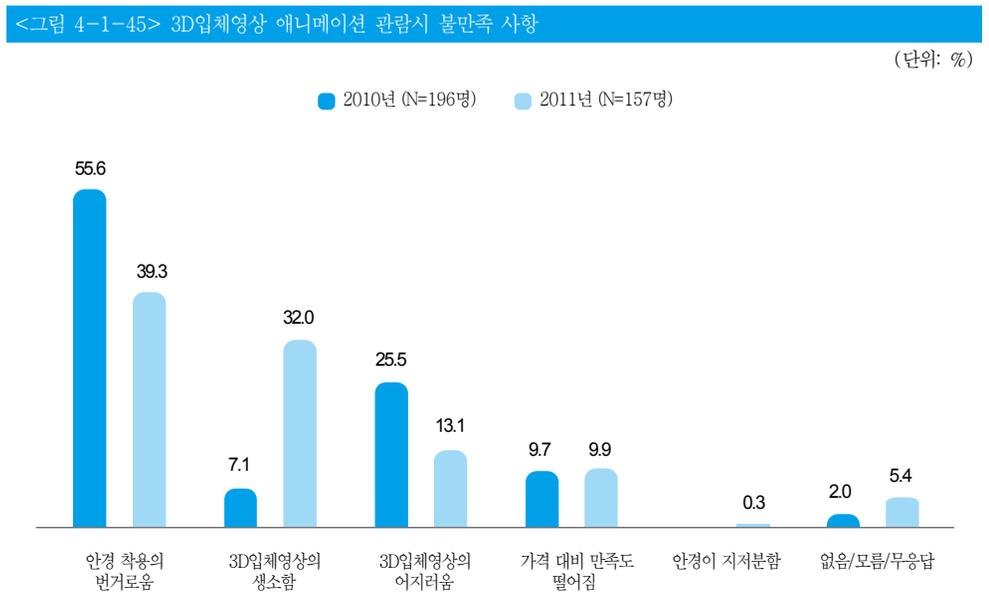
연령별로는 15~19세는 ‘표현방식의 새로움’(31.2%)을, 20~29세는 ‘수준 높은 영상 구현’ 측면을, 50~59세는 ‘다른 영상물에서 느낄 수 없는 희소가치가 높은 경험’(38.2%)을 상대적으로 높게 평가하고 있다.

4. 3D입체영상 애니메이션 관람 시 불만족 사항

3D입체영상 애니메이션을 관람할 때 불만족 사항을 살펴보면, ‘안경 착용의 번거로움’이 39.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 ‘3D입체영상의 생소함’이 32.0%, ‘3D입체영상의 어지러움’ 13.1% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-1-89> 3D입체영상 애니메이션 관람 시 불만족 사항 (단위: %)

구 분	안경 착용의 번거로움	3D입체영상의 생소함	3D입체영상의 어지러움	가격 대비 만족도 떨어짐	안경이 지저분함	없음/모름/무응답
2010년 (N=196명)	55.6	7.1	25.5	9.7	-	2.0
2011년 (N=157명)	39.3	32.0	13.1	9.9	0.3	5.4



<표 4-1-90> 3D입체영상 애니메이션 관람 시 불만족 사항 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	189명	125명	63명	28명	59명	43명	33명	14명	8명
안경 착용의 번거로움	38.7	39.6	36.7	58.7	32.4	52.3	26.8	27.3	24.2
입체 영상의 생소함	31.6	31.4	31.9	41.3	43.3	20.3	20.9	29.2	28.4
3D입체 영상의 어지러움	13.8	16.2	9.0	-	9.0	8.5	29.5	25.2	25.8
가격 대비 만족도 떨어짐	10.2	7.3	16.0	-	6.6	17.6	15.0	10.9	5.5
안경이 지지분함	0.3	-	0.9	-	-	1.3	-	-	-
모름/ 무응답	5.4	5.5	5.5	-	8.7	-	7.8	7.4	16.1

3D입체영상 애니메이션을 관람할 때, 가장 불만족스러운 사항은 ‘안경 착용의 번거로움’이 38.7%로 가장 높게 나타났다. 이는 성별에 관계없이 가장 높게 나타났다.

연령별로 살펴보면, ‘안경 착용의 번거로움’이라는 응답이 전반적으로 높게 나타난 가운데 15~19세의 응답이 58.7%로 가장 높게 조사되었다.

5. 3D입체영상 애니메이션 향후 이용 의향

3D입체영상 애니메이션의 향후 이용 의향을 살펴보면, ‘이용 의향(확실히 시청할 것+아마 시청할 것)’이 57.2%, ‘비이용 의향(아마 시청하지 않음+절대 시청하지 않음)’이 40.6%로, 이용할 것이라는 응답 비중이 더 높았다.

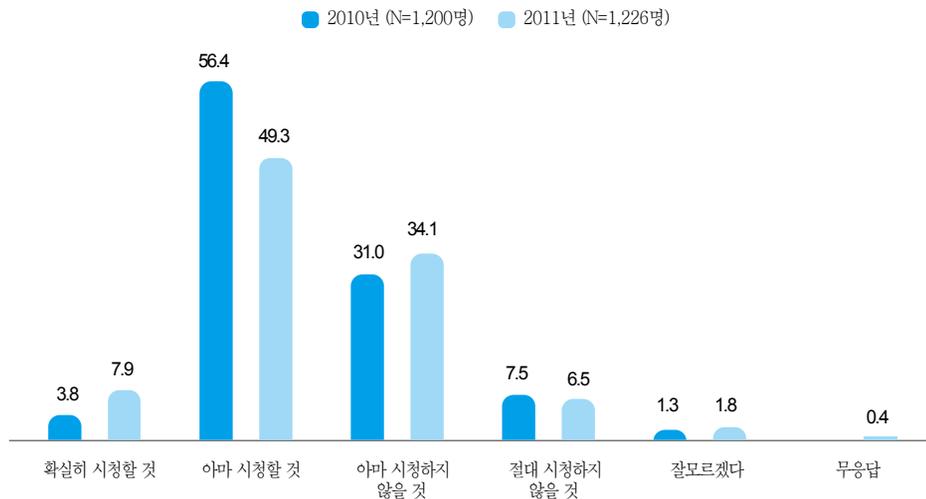
<표 4-1-91> 3D입체영상 애니메이션 향후 이용의향

(단위: %)

구 분	확실히 시청할 것	아마 시청할 것	아마 시청하지 않을 것	절대 시청하지 않을 것	잘 모르겠다	무응답
2010년 (N=1,200명)	3.8	56.4	31.0	7.5	1.3	-
2011년 (N=1,226명)	7.9	49.3	34.1	6.5	1.8	0.4

<그림 4-1-46> 3D입체영상 애니메이션 향후 이용 의향

(단위: %)



<표 4-1-92> 3D입체영상 애니메이션 향후 이용 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
확실히 시청할 것	7.7	7.0	8.4	9.1	8.8	8.6	5.9	5.4	5.8	3.2
아마 시청할 것	48.9	45.3	52.7	45.4	56.2	44.4	51.4	49.3	48.2	39.0
아마 시청하지 않을 것	34.5	37.7	31.0	36.5	27.4	34.8	36.9	37.1	36.8	42.7
절대 시청하지 않을 것	6.6	8.4	4.8	5.8	6.5	9.8	3.8	5.9	7.2	10.2
잘모르겠다	1.8	1.1	2.6	3.2	0.9	1.5	1.6	0.9	1.5	3.7
무응답	0.5	0.5	0.5	0.0	0.2	0.9	0.4	1.4	0.5	1.2

3D입체영상 애니메이션의 향후 이용 의향을 조사한 결과 ‘이용 의향’(아마 시청함+확실히 시청함)은 56.6%, ‘비이용 의향’(아마 시청하지 않음+절대 시청하지 않음)은 41.1%로 이용 의향이 비이용 의향보다 15.5% 더 높은 것으로 조사 되었다.

성별로 살펴보면 남자 보다 여자가 향후 이용 의향이 다소 높게 나타났으며, 연령별로는 20~24세의 이용 의향이 다른 연령층보다 상대적으로 다소 낮게 나타났다.

제9절

| 애니메이션 관련 상품 이용 행태 |

1. 애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험

애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험은 42.7%로, 2010년 42.8%와 비슷한 수준을 보이고 있는 것으로 나타났다.

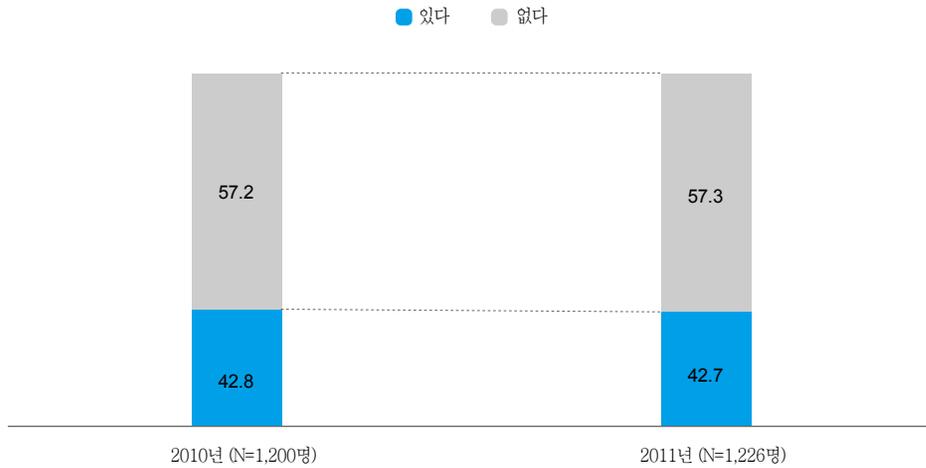
<표 4-1-93> 애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험

(단위: %)

구 분	애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험			
	2010년 (N=1,200명)		2011년 (N=1,226명)	
	있다	없다	있다	없다
비 중	42.8	57.2	42.7	57.3

<그림 4-1-47> 애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험

(단위: %)



<표 4-1-94> 애니메이션 캐릭터 상품 구매 경험 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,500명	777명	724명	399명	350명	244명	194명	170명	85명
있다	42.0	39.5	44.8	55.1	38.2	39.5	30.5	45.0	34.8
없다	58.0	60.5	55.2	44.9	61.8	60.5	69.5	55.0	65.2

전체 중 ‘애니메이션 캐릭터 상품을 구매한 적이 있다’는 42.0%, ‘구매한 적 없다’는 58.0%로 구매 경험이 없다는 응답 비중이 16.0% 더 높은 것으로 조사되었다.

성별로 살펴보면, 남자의 경우 ‘구입 경험 있다’는 39.5%에 그친 반면, 여자는 44.8%로 남자보다 5.3% 높게 조사되었다. 연령별로는 15~19세(55.1%)의 구입 경험이 가장 높고, 그 다음이 40~49세(45.0%)의 순이었다.

2. 애니메이션 캐릭터 상품 구입 빈도

애니메이션 캐릭터 상품 구입 빈도는 2~3개월에 한번 정도가 41.2%로 가장 많았으며, 애니메이션 캐릭터 상품을 1개월에 한번 이상 구매하는 비율은 32.8%로 나타났다.

<표 4-1-95> 애니메이션 캐릭터 상품 구입 빈도 - 성, 연령별

(단위: %)

구 분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	631명	306명	324명	220명	134명	97명	59명	77명	29명
거의 매일	-	0.1	-	-	-	-	-	-	0.7
일주일에 1~2번	0.1	0.1	0.1	-	-	-	-	0.6	-
1개월에 2~3번	21.1	24.6	17.7	34.1	9.4	20.7	9.9	19.2	13.4
1개월에 한번	11.6	13	10.3	9.9	16.1	9.4	12.4	12.3	12.5
2~3개월에 한번	41.2	32	49.8	32.9	56.1	40.1	43.2	39.9	32.4
4~6개월에 한번	23.7	27.8	19.8	23.1	15.4	28.2	27.2	24.3	35.4
모름/ 무응답	2.3	2.4	2.3	-	3	1.6	7.3	3.7	5.6

성별에 따라 살펴보면, 성별에 관계없이 ‘2~3개월에 한번’이라는 응답이 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 조사되었다. 연령별로 보면, 15~19세와 50~59세를 제외한 전 연령층에서 ‘2~3개월에 한번’이 가장 높게 나타났으나, 15~19세는 ‘1개월에 2~3번’(34.1%), 50~59세의 경우 ‘4~6개월에 한번’(35.4%) 구매하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

3. 구입한 애니메이션 캐릭터

가장 많이 구입한 애니메이션 캐릭터는 ‘둘리’로 29.6%를 차지하였으며, 2위는 ‘짱구’ 25.3%, 3위는 ‘뽀로로’ 16.6% 순으로 나타났다.

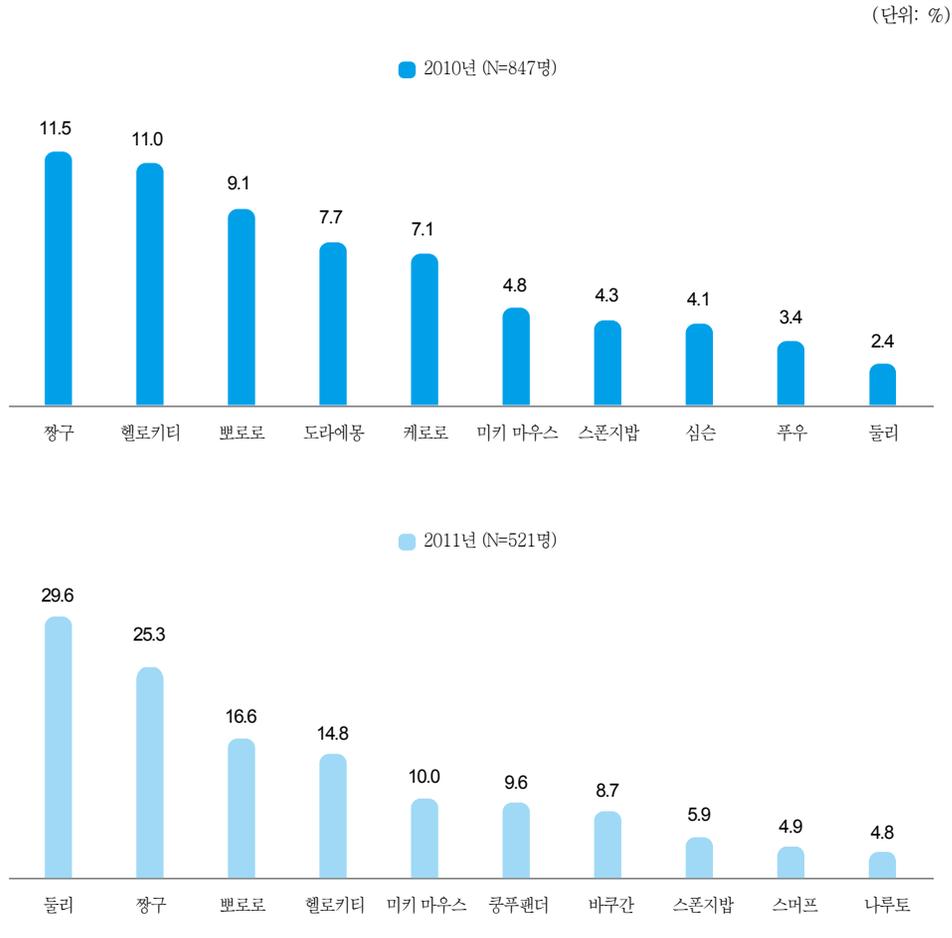
<표 4-1-96> 구입한 애니메이션 캐릭터 복수응답 (Top10)

(단위: %)

구분	짱구	헬로키티	뽀로로	도라에몽	케로로	미키 마우스	스폰지밥	심슨	푸우
2010년 (N=847명)	11.5	11.0	9.1	7.7	7.1	4.8	4.3	4.1	3.4

구분	둘리	짱구	뽀로로	헬로키티	미키 마우스	콩푸 팬더	바쿠간	스폰지밥	스머프
2011년 (N=521명)	29.6	25.3	16.6	14.8	10.0	9.6	8.7	5.9	4.9

<그림 4-1-48> 구입한 애니메이션 캐릭터 복수응답 (Top10)



4. 애니메이션 캐릭터 구매 상품군

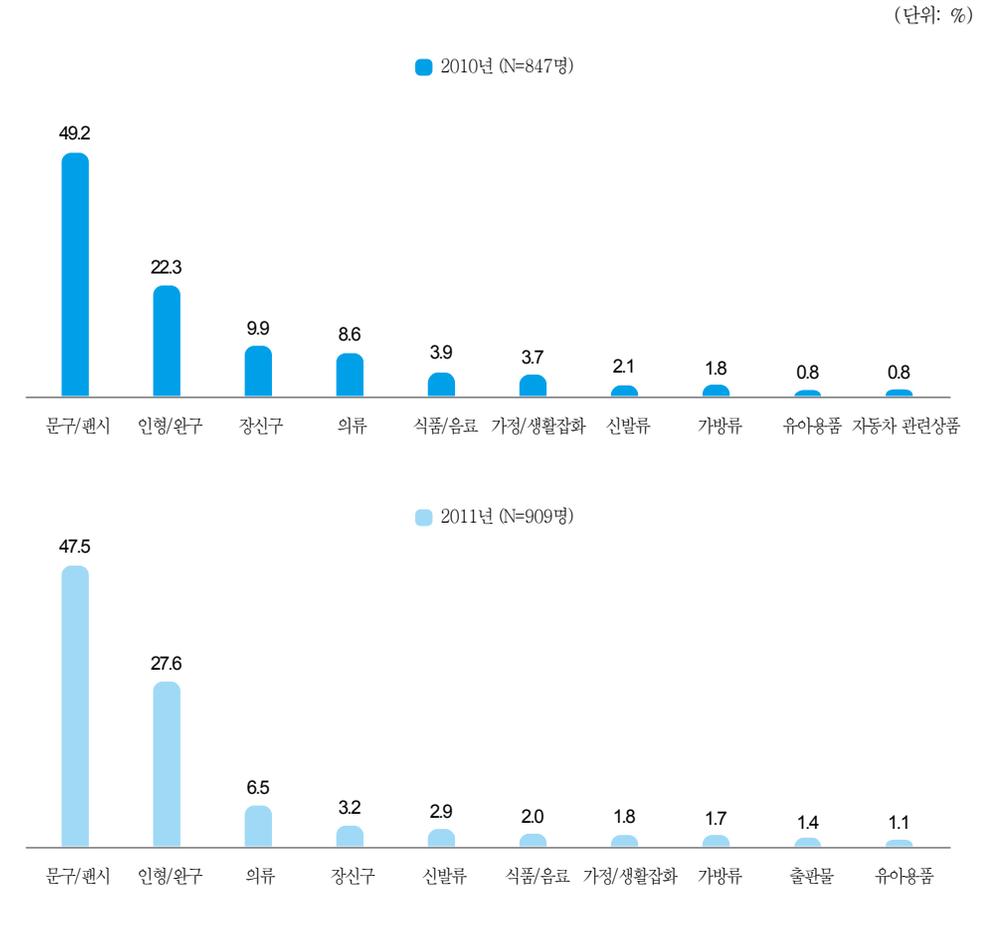
애니메이션 캐릭터 구매 상품군은 ‘문구/팬서’ 47.5%, ‘인형/완구’ 27.6%, ‘의류’ 6.5%로 나타났다. 2010년 대비 애니메이션 캐릭터 구매 상품군에는 큰 차이가 없지만, 인형/완구는 2010년 대비

다소 증가, 문구/팬시와 장신구는 2010년 대비 다소 감소한 것으로 나타났다.

<표 4-1-97> 구입한 애니메이션 캐릭터 상품군 복수응답 (Top10)

구분	문구/팬시	인형/완구	장신구	의류	식품/음료	가정/생활잡화	신발류	가방류	유아용품	자동차 관련상품
2010년 (N=847명)	49.2	22.3	9.9	8.6	3.9	3.7	2.1	1.8	0.8	0.8
구분	문구/팬시	인형/완구	의류	장신구	신발류	식품/음료	가정/생활잡화	가방류	출판물	유아용품
2011년 (N=909명)	47.5	27.6	6.5	3.2	2.9	2.0	1.8	1.7	1.4	1.1

<그림 4-1-49> 구입한 애니메이션 캐릭터 상품군 복수응답 (Top10)



5. 애니메이션 캐릭터 구매 장소

애니메이션 캐릭터 구매 장소 가운데 응답자들이 가장 많이 이용하는 장소는 ‘일반 문구점’(36.9%)인 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 ‘대형 할인매장’ 25.8%, ‘팬시/캐릭터 상품전문점’ 22.9% 등의 순으로 나타났다. 2010년 조사 결과와 비교해 보면, ‘일반 문구점’은 13.6%p 증가, ‘대형 할인매장’은 2010년과 비슷하게 나타난 반면, ‘팬시/캐릭터 상품전문점’의 경우에는 2010년 대비 12.4%p 감소한 것으로 나타났다.

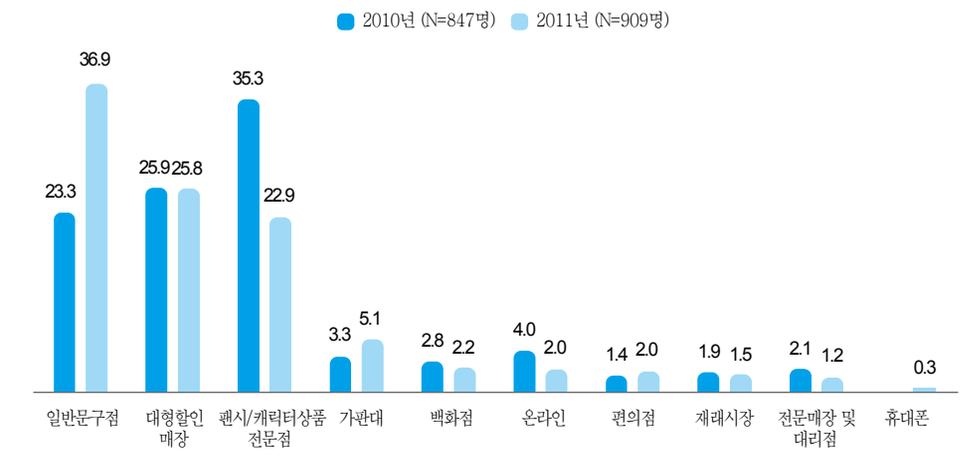
<표 4-1-98> 애니메이션 캐릭터 구매 장소 (복수응답)

(단위: %)

구분	일반 문구점	대형 할인매장	팬시/캐릭터 상품전문점	가관대	백화점	온라인	편의점	재래시장	전문매장 및 대리점	휴대폰
2010년 (N=847명)	23.3	25.9	35.3	3.3	2.8	4.0	1.4	1.9	2.1	-
2011년 (N=909명)	36.9	25.8	22.9	5.1	2.2	2.0	2.0	1.5	1.2	0.3

<그림 4-1-50> 애니메이션 캐릭터 구매 장소 (복수응답)

(단위: %)



6. 애니메이션 캐릭터 구매 이유

애니메이션 캐릭터 구매 이유를 살펴보면, ‘캐릭터 자체가 마음에 들어서’가 46.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 ‘매장에 진열된 같은 종류의 상품 중 캐릭터가 부착되어 있어서’ 17.3%, ‘자녀/동생/친구 등 타인이 사달라고 해서’ 13.4% 등의 순으로 나타났다. 전체적으로는 2010년과 비슷한 패턴을 보이고 있으나, ‘매장에 진열된 같은 종류의 상품 중 캐릭터가 부착되어 있어서’라는

응답은 2010년 대비 다소 감소한 것으로 나타났다.

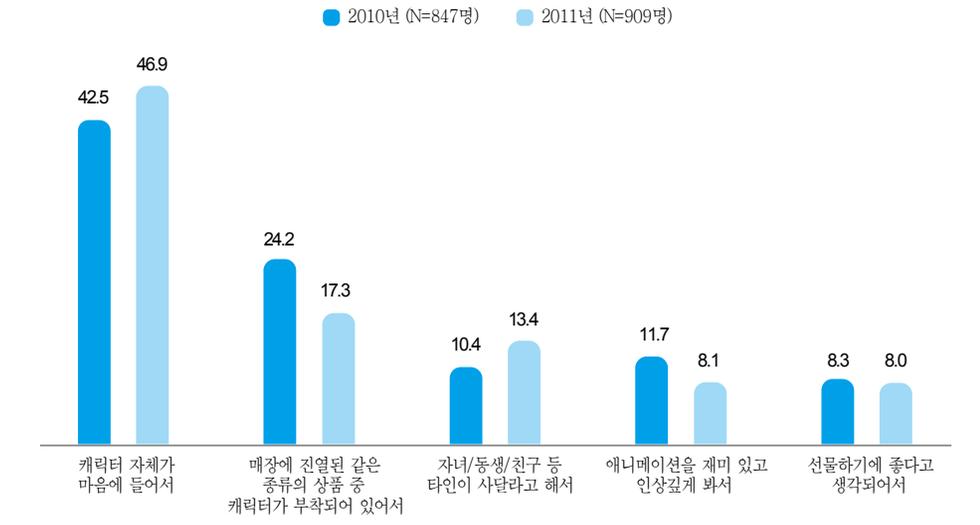
<표 4-1-99> 애니메이션 캐릭터 구매 이유 복수응답 (Top5)

(단위: %)

구 분	캐릭터 자체가 마음에 들어서	매장에 진열된 같은 종류의 상품 중 캐릭터가 부착되어 있어서	자녀/동생/친구 등 타인이 사달라 해서	애니메이션을 재미있고 인상 깊게 봐서	선물하기에 좋다고 생각되어서
2010년 (N=847명)	42.5	24.2	10.4	11.7	8.3
2011년 (N=909명)	46.9	17.3	13.4	8.1	8.0

<그림 4-1-51> 애니메이션 캐릭터 구매 이유 복수응답 (Top5)

(단위: %)



7. 애니메이션 캐릭터 구매 만족도

국내 소비자의 애니메이션 캐릭터 구매 만족도는 ‘만족하는 편이다(매우 만족함+만족함)’라는 응답이 50.9%, ‘만족하지 않는 편이다(별로 만족 안함+전혀 만족 안함)’라는 응답이 29.6%로 나타났다. ‘만족하는 편이다(매우 만족함+만족함)’라는 응답은 2010년 대비 23.4%p 감소하였다.

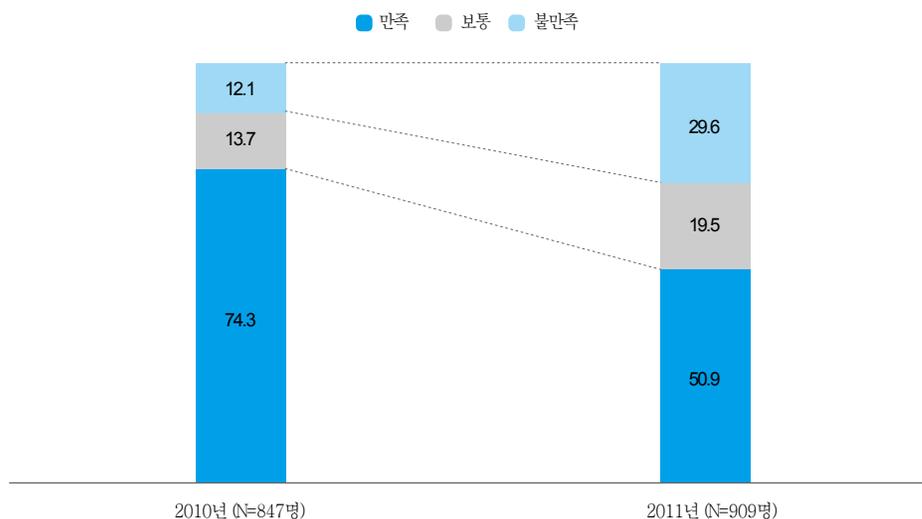
<표 4-1-100> 애니메이션 캐릭터 구매 만족도

(단위: %)

구 분	매우 만족함	만족함	별로 만족 안함	전혀 만족 안함	보통
2010년 (N=847명)	5.8	68.5	9.6	2.5	13.7
2011년 (N=909명)	5.0	45.9	28.8	0.8	19.5

<그림 4-1-52> 애니메이션 캐릭터 구매 만족도

(단위: %)



<표 4-1-101> 애니메이션 캐릭터 구매 만족도 - 성, 연령별

(단위: %)

구분	전체	남자	여자	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	1,092명	519명	573명	398명	219명	152명	99명	150명	50명
매우 만족함	5.1	5.5	4.6	5.5	0.7	7.2	7.4	5.8	7.0
대체로 만족함	46.0	37.7	53.6	50.7	49.3	42.1	37.8	41.1	35.4
보통	19.3	15.6	22.7	13.1	17.7	24.8	16.2	31.1	33.7
별로 만족하지 않음	28.8	39.7	19.0	30.7	28.9	25.9	38.6	21.9	22.6
전혀 만족하지 않음	0.8	1.5	0.1	-	3.4	-	-	0.1	1.3

애니메이션 캐릭터 구매 경험자 중 상품 구매 후 만족하는지에 대해서 ‘만족한다’(매우 만족+대체로 만족)는 응답은 51.1%, ‘만족하지 않는다’(별로 만족하지 않음+전혀 만족하지 않음)는 응답은 29.6%로 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 구매 만족도는 여자가 58.2%로 남자(43.2%)보다 더 높게 나타났으며 연령별로 보면 15~19세의 구매 만족도가 56.2%로 가장 높게 나타났다.

8. 애니메이션 캐릭터 1회 평균 지불 금액

애니메이션 캐릭터 1회 평균 지불 금액은 10,871원으로 나타났다. 성별로는 남성이 11,141원으로 여성의 10,621원 보다 다소 많은 것으로 나타났다. 연령이 높아질수록 1회 평균 지불 금액은 높아지는 경향이 있으나, 40~49세의 경우에는 12,910원으로 30대와 40대보다 다소 낮게 나타났다.

<표 4-1-102> 애니메이션 캐릭터 1회 평균 지불액 - 성, 연령별

(단위: 원)

구 분	전체	남자	여자	10-14세	15-19세	20-24세	25-29세	30-39세	40-49세	50-59세
응답수	631명	306명	324명	220명	134명	97명	59명	77명	29명	15명
1회 지불액	10,871	11,141	10,621	7,175	11,312	11,287	14,327	15,304	12,910	18,970

9. 애니메이션 캐릭터 향후 구입 의향

애니메이션 캐릭터 향후 구입 의향에서 ‘구입하겠다(확실히 구입+아마 구입)’의 비중은 59.2%로, 2010년 대비 2.3%p 증가한 반면, ‘구입하지 않을 것이다(아마 비구입+절대 비구입)’의 비중은 38.9%로 2010년 41.2%보다 2.3%p 감소한 것으로 나타났다.

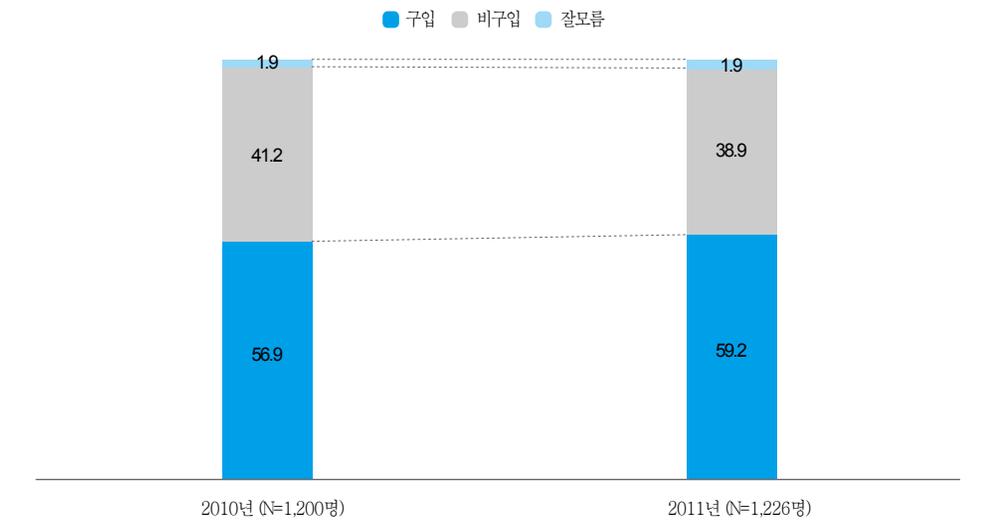
<표 4-1-103> 애니메이션 캐릭터 향후 구입 의향

(단위: %)

구 분	확실히 구입할 것	아마 구입할 것	아마 구입하지 않을 것	절대 구입하지 않을 것	잘모르겠다
2010년 (N=1,200명)	3.3	53.6	31.7	9.5	1.9
2011년 (N=1,226명)	3.0	56.2	35.4	3.5	1.9

<그림 4-1-53> 애니메이션 캐릭터 향후 구입 의향

(단위: %)



<표 4-1-104> 애니메이션 캐릭터 향후 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
확실히 구입할 것	2.9	2.8	3.1	4.1	2.6	2.5	1.9	3.8	1.6	0.6
아마 구입할 것	55.9	50.8	61.4	64.4	56.6	52.3	47.5	57.3	45.4	47.1
아마 구입하지 않을 것	35.7	39.6	31.4	27.7	38.1	36.8	43.6	32.6	43.1	42.5
절대 구입하지 않을 것	3.6	5.0	2.1	3.2	1.4	5.4	5.3	2.9	5.0	7.1
잘모르겠다	1.9	1.8	2.0	0.6	1.3	3.0	1.7	3.4	4.9	2.7

애니메이션 캐릭터를 향후 구입할 것인지에 대해서 응답자의 58.8%는 구입 의향이 있다(확실히 구입+아마 구입)고 밝혔고, 39.3%는 구입 의향이 없다(아마 비 구입+절대 비 구입)고 밝혔다.

애니메이션 캐릭터의 구입 의향 조사결과를 성별로 살펴보면, 남자는 53.6%가 구입 의향이 있다고 응답했고, 여자는 64.5%가 구입 의향이 있다고 응답하여 남자보다 여자가 10.9% 더 높게 나타났다. 연령별로는 10~14세의 구입 의향이 68.5%로 가장 높고, 그 다음으로 30~39세(61.1%), 15~19세(59.2%) 등의 순으로 나타났다.

제10절 _

| 애니메이션 이용 결정 요인 |

1. 애니메이션 이용에 영향 미치는 요인의 중요 정도

애니메이션 이용에 영향을 미치는 요인의 중요 정도 1위는 '스토리' 4.04점, 2위는 '작품성' 3.98점, 3위는 '선호 장르' 3.97점으로 나타났다.

<표 4-1-105> 애니메이션 이용에 영향 미치는 요인의 중요 정도

(단위: %)

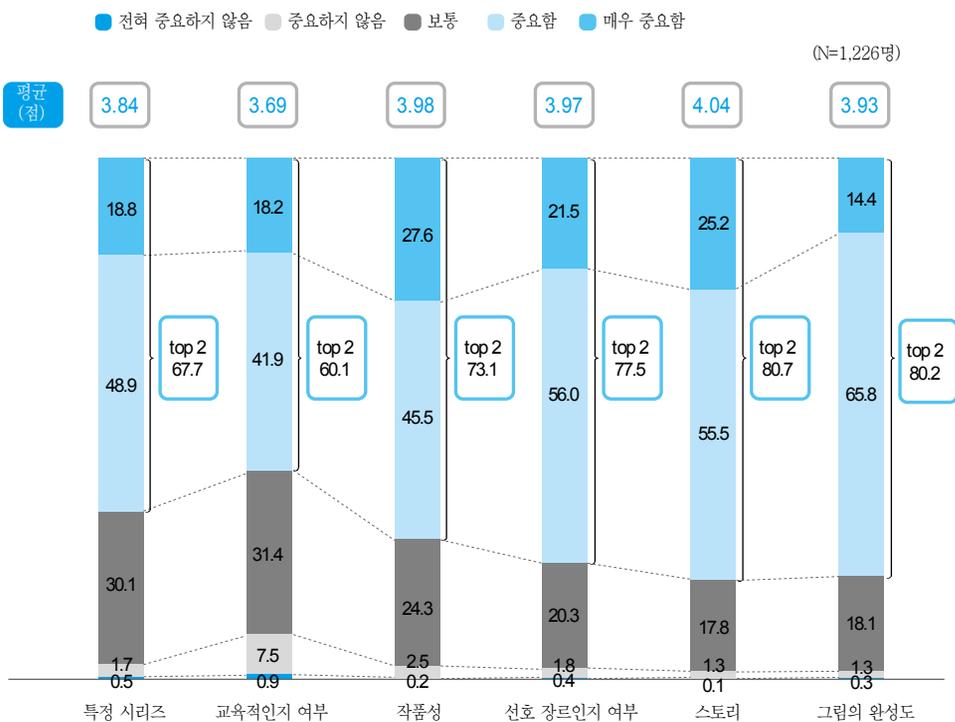
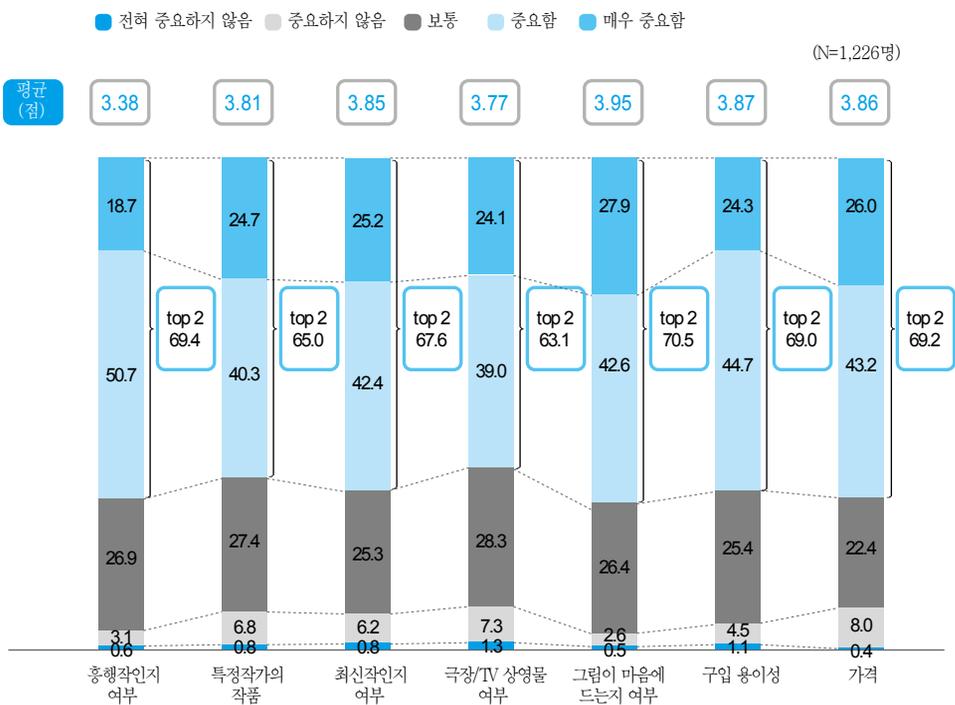
구 분	평균 (점)	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
흥행작인지 여부	3.84	0.6	3.1	26.9	50.7	18.7
특정작가의 작품	3.81	0.8	6.8	27.4	40.3	24.7
최신작인지 여부	3.85	0.8	6.2	25.3	42.4	25.2
극장/TV상영물 여부	3.77	1.3	7.3	28.3	39.0	24.1
그림이 마음에 드는지 여부	3.95	0.5	2.6	26.4	42.6	27.9
구입 용이성	3.87	1.1	4.5	25.4	44.7	24.3
가격	3.86	0.4	8.0	22.4	43.2	26.0
특정 시리즈	3.84	0.5	1.7	30.1	48.9	18.8
교육적인지 여부	3.69	0.9	7.5	31.4	41.9	18.2
작품성	3.98	0.2	2.5	24.3	45.5	27.6
선호 장르인지 여부	3.97	0.4	1.8	20.3	56.0	21.5
스토리	4.04	0.1	1.3	17.8	55.5	25.2
그림의 완성도	3.93	0.3	1.3	18.1	65.8	14.4

속성별로 애니메이션 이용 시 미치는 중요도 정도(중요함+매우 중요함)를 살펴보면, ‘스토리’가 중요하다고 생각하는 응답자는 80.7%로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘그림의 완성도’(80.2%), ‘선호 장르’(77.5%), ‘작품성’(73.1%) ‘그림이 마음에 드는지 여부’(70.5%) 등의 순으로 나타났다.

반면 중요하지 않다고 생각하는 속성은 ‘극장/TV 상영여부’(8.6%)로 가장 많은 비중을 차지했고, 그 다음으로는 ‘가격’(8.4%), ‘교육적인지 여부’(8.4%), ‘특정작가의 작품’(7.6%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-1-54> 애니메이션 이용에 영향 미치는 요인의 중요 정도

(단위: %)



계열별 애니메이션 관람률 상위 10대

2. 평소 애니메이션에 대한 인식

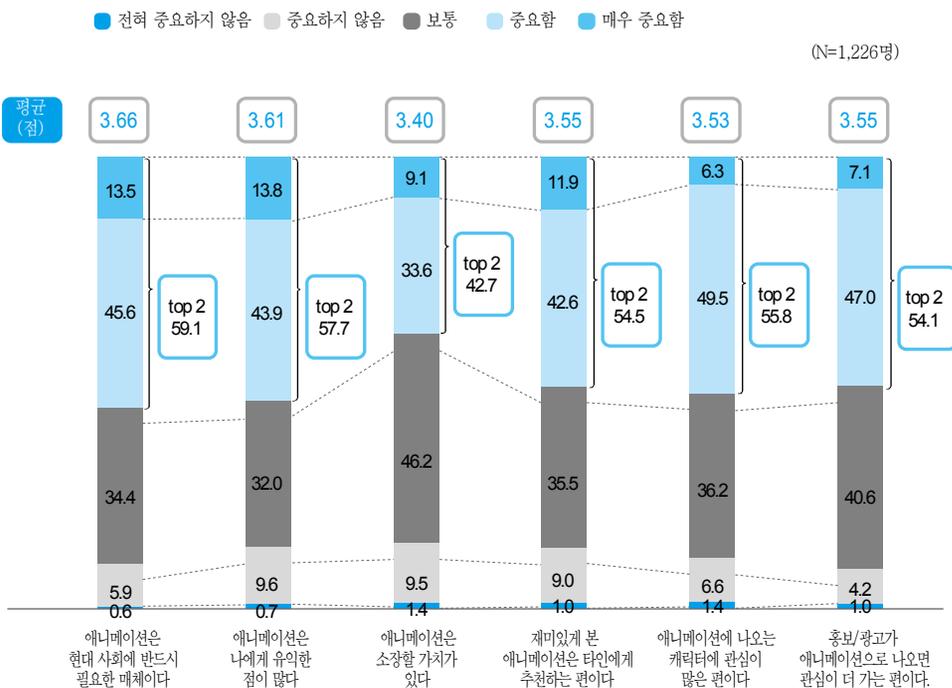
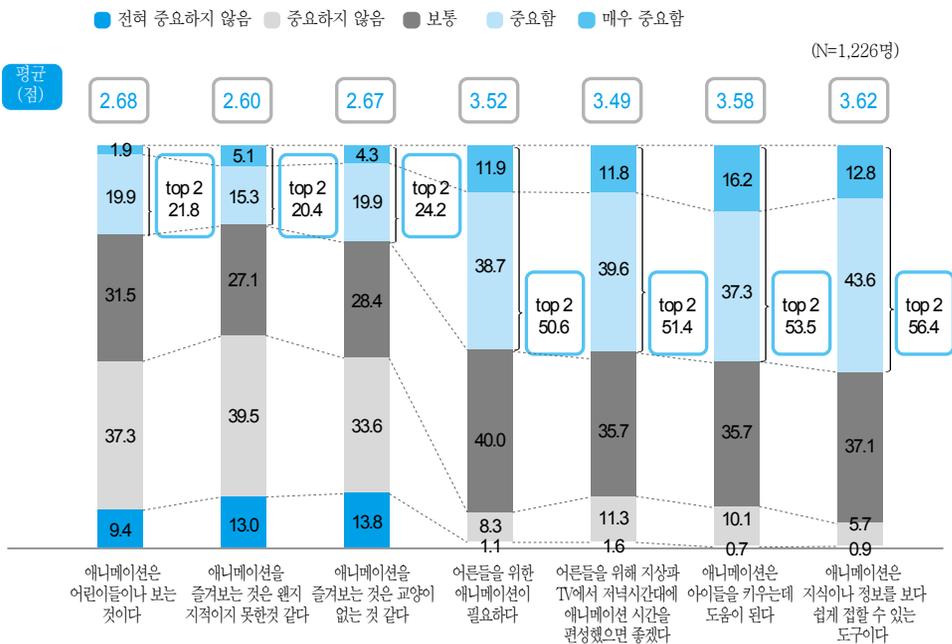
평소 애니메이션에 대해 가지고 있는 인식을 살펴보면, ‘애니메이션은 현대 사회에 반드시 필요한 매체이다’에 ‘그런 편임(그런 편임+정말 그런 편임)’이라는 응답이 59.1%으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 ‘애니메이션은 나에게 유익한 점이 많다’ 57.7%, ‘애니메이션은 지식이나 정보를 보다 쉽게 접할 수 있는 도구이다’ 56.4% 등의 순으로 긍정적으로 생각하는 비중이 높게 조사되었다.

<표 4-1-106> 평소 애니메이션에 대한 인식

구 분	평균	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	그런 편	매우 그런 편임
애니메이션은 어린이들이나 보는 것이다	2.68	9.4	37.3	31.5	19.9	1.9
애니메이션을 즐겨보는 것은 왠지 지적이 못한 것 같다	2.60	13.0	39.5	27.1	15.3	5.1
애니메이션을 즐겨보는 것은 교양이 없는 것 같다	2.67	13.8	33.6	28.4	19.9	4.3
어른들을 위한 애니메이션이 필요하다	3.52	1.1	8.3	40.0	38.7	11.9
어른들을 위해 지상파TV에서 저녁시간대에 애니메이션 시간을 편성했으면 좋겠다	3.49	1.6	11.3	35.7	39.6	11.8
애니메이션은 아이들을 키우는 데 도움이 된다	3.58	0.7	10.1	35.7	37.3	16.2
애니메이션은 지식이나 정보를 보다 쉽게 접할 수 있는 도구이다	3.62	0.9	5.7	37.1	43.6	12.8
애니메이션은 현대 사회에 반드시 필요한 매체이다	3.66	0.6	5.9	34.4	45.6	13.5
애니메이션은 나에게 유익한 점이 많다	3.61	0.7	9.6	32.0	43.9	13.8
애니메이션은 소장할 가치가 있다	3.40	1.4	9.5	46.2	33.6	9.1
재미있게 본 애니메이션은 타인에게 추천하 는 편이다	3.55	1.0	9.0	35.5	42.6	11.9
애니메이션에 나오는 캐릭터에 관심이 많은 편이다	3.53	1.4	6.6	36.2	49.5	6.3
홍보/광고가 애니메이션으로 나오면 관심이 더 가는 편이다	3.55	1.0	4.2	40.6	47.0	7.1

<그림 4-1-55> 평소 애니메이션에 대한 인식

(단위: %)



애니메이션
관심차이가
남은 이유

제2장 콘텐츠 교육기관 현황조사 결과

제1절 _

| 콘텐츠 교육기관 현황조사 개요 |

1. 조사 개요

2010년 애니메이션 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 수집하고자 하는 것이다. 또한 2008년에 확정된 모집단 정보의 업데이트와 신규로 추가된 학교 및 학과 정보를 수집하여 콘텐츠 관련 학과의 현황 파악 및 시계열 분석에 그 목적이 있다. 조사는 2010년 12월부터 2011년 3월까지 실시되었으며, 조사원에 의한 실사 등의 검토를 거쳐 최종 모집단으로 확정된 정규 교육기관은 1,736개, 비정규 교육기관은 121개이다.

<표 4-2-1> 조사 개요

조사 대상	2010년 4월 기준 교육통계시스템 원자료에 속한 콘텐츠 관련 학과를 대상으로 키워드 매칭결과 1,736개의 학과 + 121개 비정규 교육기관 선정
조사 방법	전화조사 및 FAX, E-mail을 통한 서면조사
조사 내용	- 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 「문화산업진흥기본법³⁾」과 「2009 문화산업통계조사」에서 활용하고 있는 문화산업의 정의를 적용하여 ‘콘텐츠 교육기관’으로 정리하였다.

1) 정규 교육기관

본 조사는 2008년 콘텐츠 교육기관 현황조사의 기본 7개 장르를 그대로 유지하였다. 또한 모집단 정리 시 2008년 조사와 마찬가지로 한국교육개발원의 교육통계시스템 원자료(2010년 4월 기준)를 기준으로 하였으며, 4월인 모집단의 자료 수집 기준시점과 12월인 설문조사 기준시점의 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

3) 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 일컫음.

<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

콘텐츠 관련 교육기관으로 2008년에 이어 공공기관 산하, 민간 아카데미, 직업전문학교 및 평생 교육기관을 비정규 교육기관의 범위로 선정하여 1차적으로 총 191개의 기관으로 모집단 정리하였으며, 조사원에 의한 실사 진행 등의 검토를 거쳐 121개 기관을 최종 모집단으로 확정하였다.

<표 4-2-5> 비정규 교육기관 모집단 선정 과정

(단위: 개)

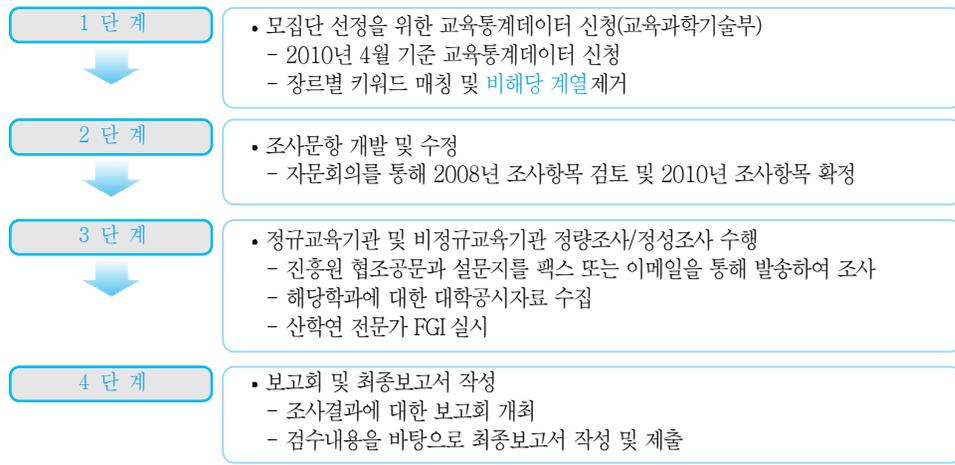
구분	공공기관 산하	민간 아카데미	직업전문학교	평생교육기관	소계
검토대상 리스트 확보	51	45	29	66	191
최종 모집단	39	24	19	39	121

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 수는 모든 학교별·학과별 자료가 제공되고 있으므로, 해당 자료는 전수로 파악하였다. 항목무응답의 경우, 대학공시자료를 통해 자료를 얻을 수 있는 항목 외에 대해서는 1차적으로 재조사를 실시하였으며, 그 이후에도 무응답이 보정되지 않은 경우, 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 2008년 1,325개에 비해 153개 학과가 증가하였다. 방송 장르에 속한 학과 수가 662개로 가장 많으며, 캐릭터 장르 관련 학과는 2008년 대비 61개 증가하여 증가폭이 가장 큰 것으로 나타났다.

애니메이션 장르의 경우, 2008년 240개에서 2010년에는 202개로 38개가 감소하였다. 학제별로 살펴보면, 2/3년제 대학의 경우 2008년 52개에서 2010년 38개, 4년제 대학교의 경우 140개에서 105개, 대학원의 경우 2008년 48개에서 2010년 59개로, 대학원에서만 학과 수가 증가하였다.

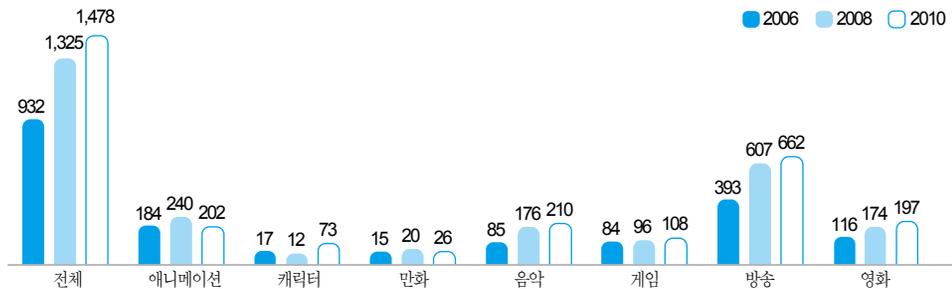
<표 4-2-7> 대학 콘텐츠 관련 학과 분포

(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 1

(단위: 개)



콘텐츠 관련 학과를 보유한 전체 학교 수는 2008년의 370개에서 2010년 372개로 2개 증가하였다. 4년제 대학교는 증가한 반면 대학원은 감소했고, 2/3년제 대학에서는 학교 수에 증감이 없었다. 2010년 애니메이션 관련 학과를 보유한 학교는 2008년 173개에서 28개가 감소한 145개다. 학제별로 살펴보면, 2/3년제 대학은 2008년 42개에서 2010년 31개로 9개 감소했고, 4년제 대학교는 2008년 98개에서 2010년 77개로 21개 감소했다. 대학원은 33개에서 37개로 4개 증가했다.

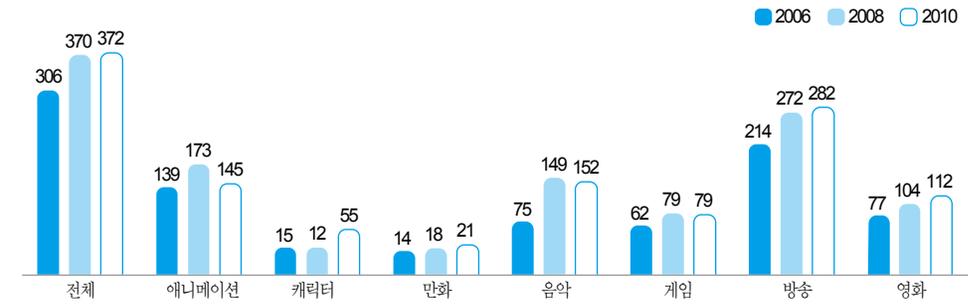
<표 4-2-8> 대학 콘텐츠 관련 학과 보유 학교 장르별 분포

(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 2008년 9,214명보다 2,476명 증가하였다. 애니메이션, 만화, 게임, 영화 장르에서는 전임교원의 구성비가 증가하였으며 캐릭터, 음악, 방송 장르의 전임교원의 비율은 2008년 대비 감소한 것으로 나타났다.

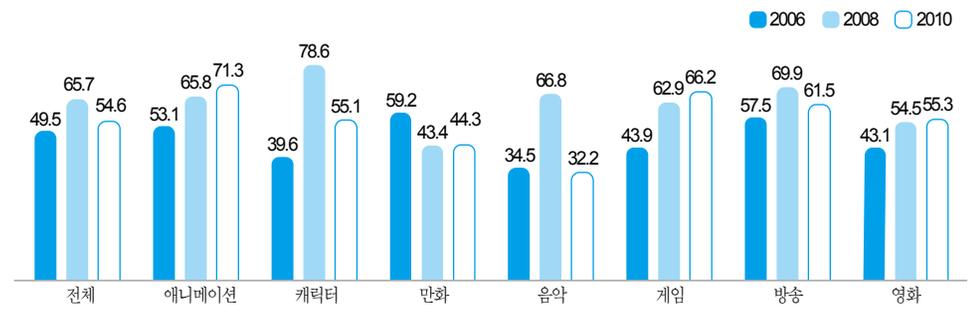
애니메이션 학과의 경우, 총 교원 수는 1,266명이고 전임교원의 비율은 71.3%이다. 이는 2008년의 1,457명에서 191명 감소한 것이다.

<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



2. 학생 현황

1) 학생 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 입학생 수는 41,002명으로 2008년 36,930명보다 4,072명 증가하였다. 졸업생 수는 35,710명으로 2008년에 비해 11,750명 증가한 것으로 나타났다. 2008년 대비 캐릭터 장르의 입학생 수가 1,893명 증가하여 증가폭이 방송 장르 다음으로 컸으며, 이는 입학생 수가 2,039명 감소한 애니메이션 장르의 축소와 관련이 있는 것으로 보인다.

애니메이션의 경우 입학생 수는 2008년 6,808명에서 2010년 4,769명으로 2,039명 감소하였다. 졸업생 수는 2008년 5,186명에서 2010년 5,103명으로 83명 감소하였다.

<표 4-2-10> 대학 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황

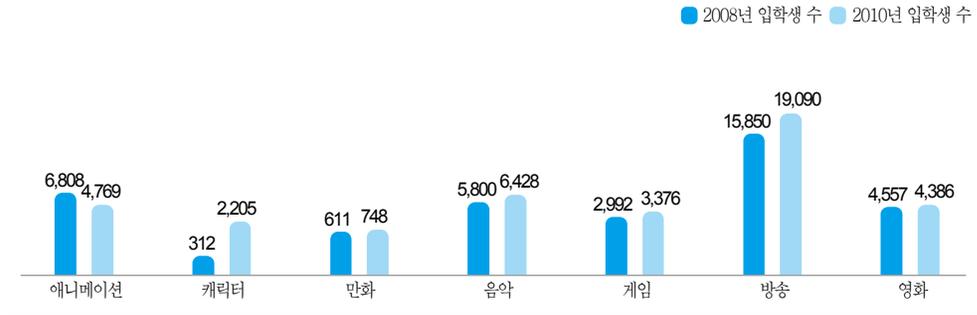
(단위: 명)

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 조사기준 시점이 2010년 12월이고 모집단의 조사수집 시기는 2010년 4월로 대학공시자료와 실제 조사 데이터 간에 학생 수 차이가 발생하였음.

<그림 4-2-5> 장르별 입학생 수

(단위: 명)



2) 졸업생 진로 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 졸업생의 취업비율은 63.4%로 2008년 취업비율 69.5%보다 6.1%p 감소하였다. 진학비율은 7.8%로 2008년에 비해 0.5%p 감소하였고, 군대나 기타 이유로 취업을 하지 못한 경우가 28.8%로 2008년에 비해 5.6%p 증가하였다. 장르별로는 게임의 취업률이 72.3%로 가장 높았으며 콘텐츠 분야로의 취업률도 48.6%로 게임이 가장 높았다.

애니메이션의 취업률은 2010년 65.3%로 2008년의 69.6%보다 4.3%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 분야를 살펴보면, 각 장르별로 자기 전공분야로 진출한 비율은 2008년 대비 다소 감소하였으나, 애니메이션, 만화, 영화 관련 학과의 경우에는 증가하였다. 2010년 자기 전공분야로 진출한 비율은 음악 84.1%, 만화 71.4%, 게임 67.1% 등의 순으로 나타났다.

애니메이션의 경우 자기 전공분야로의 진출 비율은 2008년의 52.0%에서 1.8%p 증가한 53.8%이다.

<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			
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 유통 비관련 분야에 취업한 경우가 대부분임.

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

애니메이션의 경우, 2008년 대비 진출 비율이 가장 증가한 분야는 기획/개발 분야로 10.7%p 증가한 40.7%를 나타냈으며, 2010년 애니메이션 전공자의 진출 비중 중 가장 높은 분야는 제작 분야로 45.0%로 나타났다. 그 다음으로는 기타 11.8%, 유통 2.5% 등의 순이다.

<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 중 제작실습실의 보유율이 20.7%로 가장 높으며, 다음으로 디지털 편집실 14.9%, 스튜디오 14.2% 등의 순으로 나타났다. 장르별로 살펴보면, 음악을 제외한 나머지 장르에서 제작실습실을 보유하고 있는 경우가 가장 많으며, 이 경우 캐릭터, 게임, 애니메이션, 만화 관련 장르에서 보유하고 있는 비율이 타 장르에 비해 높았다.

애니메이션의 경우, 제작 실습실 보유율이 27.2%로 가장 많았고, 그 외 디지털 편집실(17.4%), 스튜디오(14.2%) 등을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2-14> 2010년 장르별 보유 시설 현황

(단위: %)

구분	아날로그 편집실	디지털 편집실	녹음실	제작 실습실	스튜디오	VR 스튜디오	미디어실/ 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 활용정도가 낮아졌으며 장르별로는 게임 관련 학과의 보유 시설 활용도가 가장 낮았다. 캐릭터, 만화 관련 학과에서는 보유 시설에 대한 활용도가 증가하였다.

특히 애니메이션 관련 학과에서는 2010년 활용도는 '높음'이 69.4%로 가장 높게 나타났으며, 이는 2008년 대비 0.5%p 감소한 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 촬영장비이며, 그 외 편집장비(19.3%), 녹음장비(18.0%) 등을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

애니메이션 학과의 보유 기자재 현황을 살펴보면, 촬영장비가 22.3%로 보유율이 가장 높은 기자재였으며, 편집장비(18.3%), 2D제작장비(16.3%) 등이 다음의 순으로 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 2008년에 비해 다소 낮아져 '높음'이 2008년 79.2%에서 2010년 66.2%로 나타났다. 모든 장르에서 보유하고 있는 기자재의 활용도는 낮아졌다.

애니메이션 학과의 보유 기자재 활용도를 보면 '높음'의 경우 2008년 76.1%에서 2010년 60.2%로 감소하였으며, '보통'의 경우 20.1%에서 29.8%로, '낮음'의 경우는 3.8%에서 10.0%로 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 정부의 지원사업 수혜 경험률은 21.8%이며, 게임 관련 학과에서 정부지원사업 수혜율이 41.5%로 가장 높았다. 향후 정부지원사업을 희망할 경우 가장 필요로 하는 사업은 '기자재 구입 지원'으로 나타났다. 캐릭터, 영화, 애니메이션 관련 학과에서 '기자재 구입 지원'에 대한 선호도가 가장 높았다.

애니메이션의 경우, 최근 3년간 정부지원사업을 경험한 비율은 21.6%로 나타났다. 향후 가장 필요로 하는 정부지원사업은 기자재 구입 지원으로 50.3%였으며, 다음으로는 산학연 프로그램 지원(33.3%)과 연구·개발비 지원(31.4%) 순으로 나타났다.

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

(단위: %)

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	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 나타났다. 장르별로는 애니메이션 학과의 만족도가 95.3%로 가장 높았으며 이어 영화(94.9%), 캐릭터(91.7%) 학과에서도 지원사업에 대한 만족도가 90% 이상으로 높게 나타났다.

<표 4-2-19> 장르별 지원사업 만족도 (지원사업 수혜 경험 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 수혜 경험 학과만을 대상으로 분석하여 표본 수가 매우 작으므로 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 부서에서 얻는 것으로 나타났다. 그 외 취업 포털 사이트(41.4%), 관련 기업의 채용정보(32.7%) 등을 이용하는 것으로 나타났다. 장르별로는 만화와 영화를 제외한 나머지 장르에서 60% 이상이 학교의 취업관련 부서를 통해 정보를 얻고 있으며, 캐릭터 장르가 71.1%로 학교의 관련 부서를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

애니메이션 학과의 취업 관련 정보 획득 경로를 보면, 취업 학교의 취업 관련 부서가 66.0%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 취업 포털 사이트 45.8%, 관련 기업 34.0% 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%보다 3.3%p 증가하였다. 장르별로는 캐릭터 장르의 이용률이 15.8%로 가장 높았으며, 처음 들어본다는 응답은 음악 장르에서 73.7%로 가장 높게 나타났다.

애니메이션 관련 학과의 콘텐츠산업정보포털 이용 현황을 보면, 이용하고 있다는 응답은 7.8%로 나타났으며, 알고 있으나 이용하지 않는다는 응답이 30.7%, 처음 들어본다는 응답이 61.4%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	10.4	34.6	55.0	3.3	25.9	70.9	6.6	27.5	65.9
애니메이션	9.1	43.6	47.3	5.0	27.9	67.1	7.8	30.7	61.4
캐릭터	-	50.0	50.0	-	16.7	83.3	15.8	34.2	50.0
만화	33.3	66.7	-	20.0	5.0	75.0	-	29.4	70.6
음악	6.1	27.3	66.7	0.6	20.5	79.0	2.2	24.1	73.7
게임	13.5	48.6	37.8	5.2	27.1	67.7	1.5	30.8	67.7
방송	6.5	29.0	64.5	3.0	28.9	68.1	7.2	25.1	67.7
영화	12.6	26.3	61.1	1.7	20.1	78.2	8.8	32.0	59.2

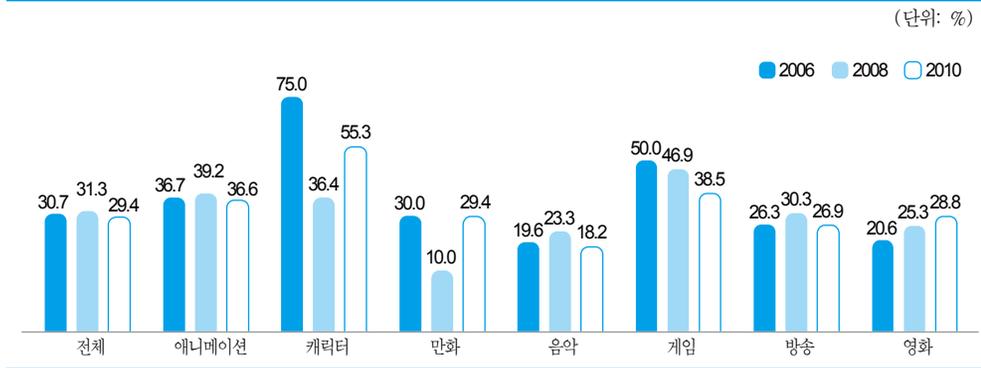
6. 산학연계 현황

1) 산학연계 경험률

산학연계 경험률은 29.4%로 2008년과 비슷한 수준인 것으로 나타났다. 장르별로는 캐릭터 관련 학과에서 55.3%로 산학연계 경험률이 가장 높았으며, 음악 관련 학과의 산학연계 경험률이 18.2%로 가장 낮았다.

애니메이션의 경우 산학연계 경험률은 36.6%로, 2008년의 39.2%보다 2.6%p 감소한 것으로 나타났다.

<그림 4-2-6> 장르별 산학연계 경험률 비교



취업과 관련하여 54.2%의 학과에서 산학연계 제도를 활용하는 것으로 나타났다. 장르별로는 캐릭터 및 만화, 음악 장르의 학과에서 취업과 관련한 산학연계 활용도가 가장 높았다.

애니메이션의 경우 산학연계 활용도는 50.0%이며 활용하지 않는다는 응답은 14.3%로 나타났다.

<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	-	100.0	-	-	60.0	40.0	-
음악	33.3	46.7	20	62.5	34.4	3.1	64.0	28.0	8.0
게임	44.0	56	-	75.8	24.2	-	44.0	44.0	12.0
방송	51.7	35	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%로 2008년 55.8%에서 14.1%p 하락한 것으로 나타났으며, 장르별로 보면 게임 장르의 만족도가 56.0%로 가장 높았다. 영화의 경우 27.8%로 만족도가 가장 낮았다.

애니메이션 학과의 산학연계 채널의 만족도는 51.8%이며 보통이라고 한 경우도 41.1%, 불만족은 7.1%로 나타났다.

<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	-

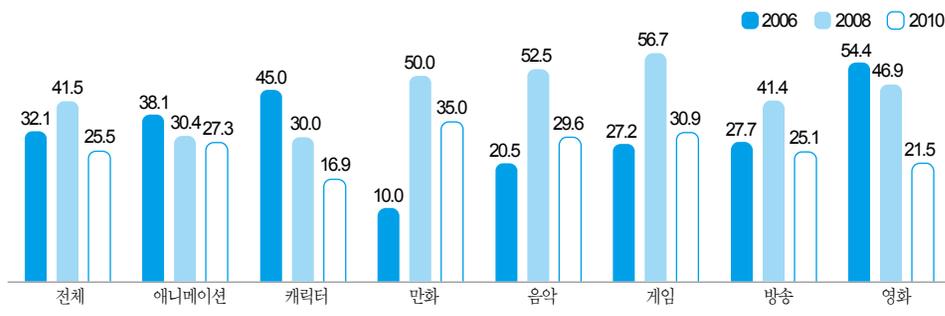
2) 산학연계 인턴십 제도를 통한 취업률

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

애니메이션의 경우 인턴십 제도를 통한 취업률은 27.3%이며 이는 2008년의 30.4%보다 2.7%p 감소한 것이다.

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

(단위: %)



3) 산학연계 진행방식

산학연계 방식으로는 인턴십 제도 28.7%, 산학 협동 교육 19.1%, 프로젝트 공동진행 18.8% 등의 순으로 이루어지고 있으며, 각 장르별로도 인턴십 제도가 가장 많이 운영되는 산학연계 방식으로 나타났다.

애니메이션의 경우 산학연계 진행방식으로 인턴십 제도가 27.2%로 가장 많이 운영되고 있으며, 그 다음으로는 프로젝트 공동진행이 21.4%로 나타났다.

<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

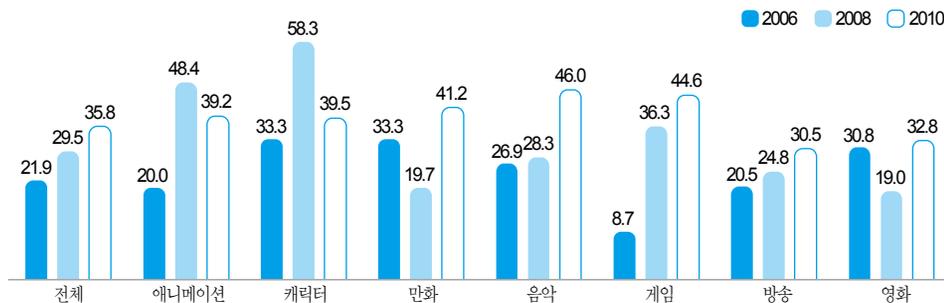
7. 해외교류 현황

35.8%의 학과가 현재 해외교류를 진행하고 있거나 과거에 진행한 경험이 있는 것으로 나타났다. 장르별로는 만화, 음악, 게임 관련 학과에서 해외교류를 경험한 비율이 40% 이상인 것으로 나타났다.

애니메이션의 경우 해외교류 경험률이 39.2%로 2008년의 48.4%보다 9.2%p 낮아졌다.

<그림 4-2-8> 장르별 해외교류 경험률 비교

(단위: %)



해외교류 경험 학과의 62.7%가 학생교류의 방식을 활용하는 것으로 나타났다. 장르별로는 애니메이션, 음악, 게임, 방송, 영화 학과에서 학생교류 방식을 이용하는 경우가 가장 많으며, 캐릭터 학과에서는 해외연수/견학 진행 비율이 높았다.

애니메이션의 경우, 학생교류가 73.3%, 공동세미나 및 작품전 진행이 35.6%였으며, 이 외 교수/강사 교환수업 28.9%, 교수 간/기업 공동 프로젝트 진행과 해외연수 및 견학 각각 17.8%로 나타났다.

<표 4-2-25> 장르별 해외교류 진행방식 (복수응답, 해외교류 진행 학과)

(단위: %)

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 2008년 234개보다 24개 증가하였다. 전문계 고등학교의 258개 학과 중 36.8%가 방송 관련 학과였으며, 2008년에 비해 6.8%p 감소한 것으로 나타났다.

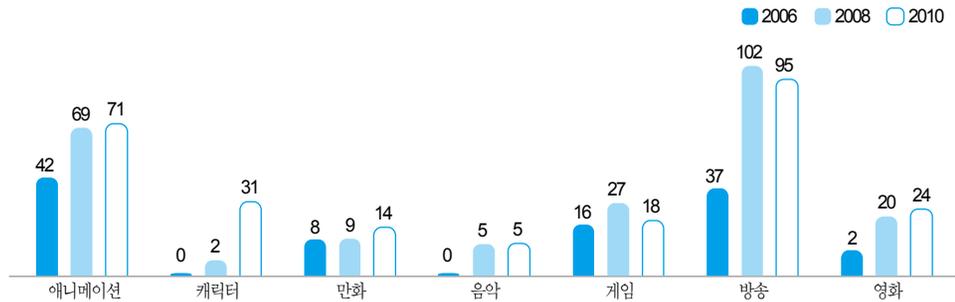
애니메이션 관련 학과 수는 71개로 2008년의 69개보다 2개 증가하였다.

<표 4-2-26> 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 현황

구분	2006		2008		2010	
	학과 수(개)	비율(%)	학과 수(개)	비율(%)	학과 수(개)	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

<그림 4-2-9> 전문계 고등학교의 콘텐츠 관련 학과 현황

(단위: 개)



전국 전문계 고등학교 중 콘텐츠 관련 학과를 보유하고 있는 학교는 174개로 2008년 175개에 비해 1개 감소하였다. 장르별로는 캐릭터 장르가 15배 이상 증가하였으며, 게임과 방송 관련 학과는 감소하였다.

애니메이션 관련 학과를 보유하고 있는 전문계 고등학교는 66개이며, 이는 2008년 64개에서 2개 증가한 것이다.

<표 4-2-27> 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학교 현황

구분	2006		2008		2010	
	학교 수(개)	비율(%)	학교 수(개)	비율(%)	학교 수(개)	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 2008년 670명보다 약 1.9배 정도 증가하였다. 음악과 게임, 방송 장르를 제외한 전 장르에서 전임교원의 구성비가 증가하였으며, 캐릭터 학과의 전임 교원 수는 30.8배 증가한 것으로 나타났다.

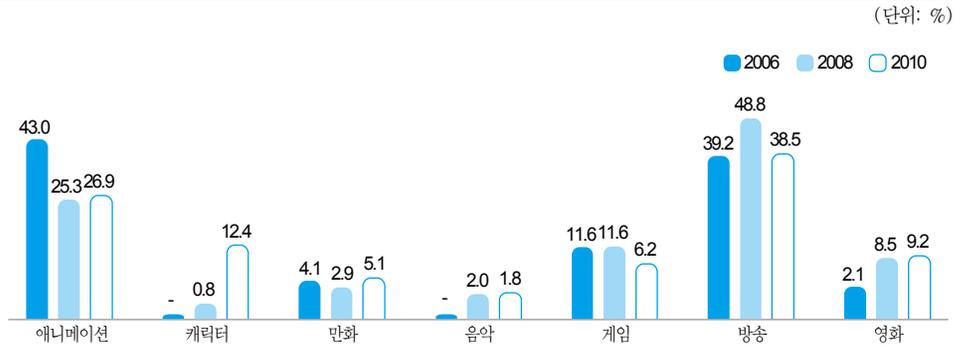
애니메이션 학과의 교원은 총 340명으로 2008년 171명보다 169명 증가하였다.

<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



2. 학생 현황

1) 학생 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과의 입학생 수는 12,874명으로 2008년 14,286명에 비해 1,412명 감소하였다. 장르별로는 방송 관련 학과의 입학생 수가 5,559명으로 가장 많았으며, 다음으로 애니메이션 2,926명, 캐릭터 1,705명, 영화 1,034명 등의 순이었다. 장르별 입학생 수가 줄어드는 경향을

보인 가운데, 캐릭터와 만화 학과는 2008년 대비 증가한 것으로 나타났다. 졸업생의 경우 16,260명으로 2008년 13,370명에 비해 2,890명 증가하였으며, 장르별로는 방송 관련 학과의 졸업생 수가 5,978명으로 가장 많았다.

애니메이션 학과의 학생 수를 살펴보면, 입학생 수는 2,956명으로 2008년의 4,084명에서 1,128명 감소하였고, 졸업생 수는 4,880명으로 2008년에 비해 1,095명 증가하였다.

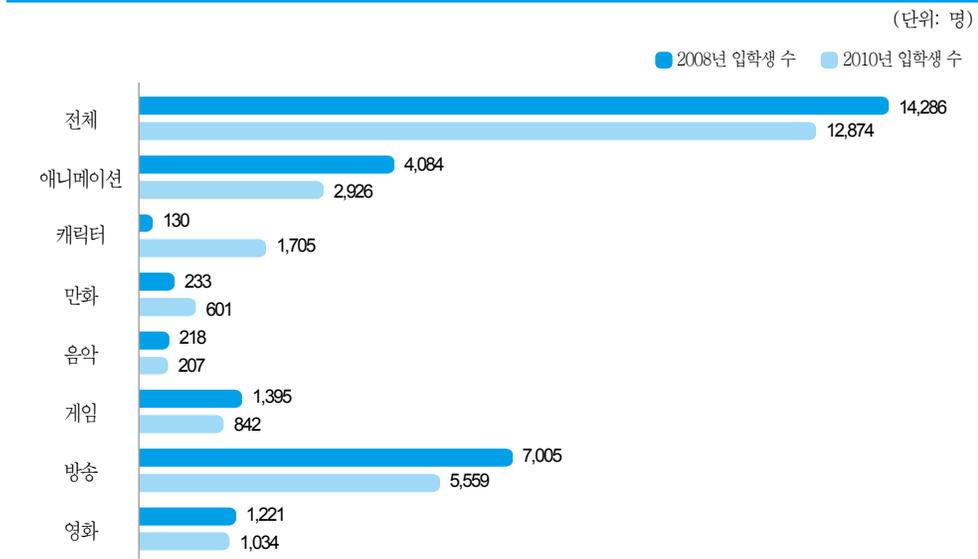
<표 4-2-29> 전문계 고등학교 콘텐츠 관련 학과 장르별 학생 현황

(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



2) 졸업생 진로 현황

2010년 콘텐츠 관련 학과 졸업생의 취업비율은 24.5%로 2008년 8.3%보다 크게 증가하였다.

전문계 고등학교 졸업생의 66.8%가 상급학교로 진학하였으며, 취업자의 경우 콘텐츠 분야보다는 타 분야 취업비율이 높은 것으로 나타났다. 장르별 취업비율을 보면, 방송 관련 학과 졸업생의 취업률이 27.3%로 가장 높았고, 나머지 모든 장르 학과 졸업생의 취업률이 20%를 넘었다.

애니메이션 학과 졸업생의 진로를 보면, 취업비율은 24.5%이고, 진학률은 66.8%로 나타났다.

<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 진출분야를 살펴보면, 영화와 음악을 제외하고 2008년에 비해 해당 장르로 진출한 비율이 증가한 것으로 나타났다. 장르별 학과 졸업생들의 동일 분야 진출 비율을 보면, 만화, 음악, 게임의 경우 100.0%, 캐릭터 83.3%, 애니메이션 78.8% 등의 순으로 나타났다.

애니메이션 관련 학과 졸업생이 해당 장르로 진출한 비율은 78.8%이며, 이는 2008년의 69.2%보다 9.6%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, 제작 실습실의 보유율이 22.3%로 가장 많고, 디지털 편집실 21.0%, 스튜디오 15.7% 등을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 장르별 보유 시설 현황을 보면 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임 장르는 제작 실습실, 음악 장르는 합주실 및 개인연습실, 방송과 영화 장르는 디지털 편집실을 가장 많이 보유하고 있었다.

애니메이션 학과의 경우, 제작 실습실을 보유하고 있는 경우가 28.6%로 가장 많았으며, 디지털 편집실 20.0%, 스튜디오 14.3% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-2-32> 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	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 시설에 대한 활용도는 증가한 반면, 그 외 학과의 보유 시설에 대한 활용도는 낮아졌다.

애니메이션 학과의 경우 보유 시설 활용도는 '높음'이 68.6%로 2008년 71.1%보다 2.5%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.

애니메이션 학과의 경우 촬영장비 보유의 경우가 25.7%로 가장 많았고, 편집장비가 22.9%, 2D 제작장비가 15.3% 등의 순으로 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 높아진 반면, 그 외 학과들에서 보유하고 있는 기자재들은 활용도가 다소 낮아진 것으로 나타났다.

애니메이션 학과의 경우, 보유 기자재 활용도 중에서 '높음'이 75.0%로, 2008년의 67.1%보다 7.9%p 높아졌다.

<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 정부의 지원사업 수혜 경험률은 30.7%로 2008년에 비해 4.6%p 증가하였다. 장르별로는 애니메이션, 음악, 게임, 방송 관련 학과의 수혜 경험률은 증가하였으며, 캐릭터, 만화, 영화 관련 학과의 수혜 경험률은 감소한 것으로 나타났다.

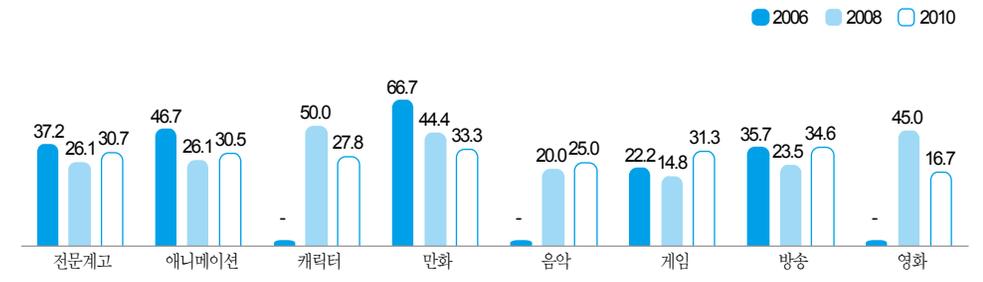
애니메이션 학과의 정부지원사업 수혜 경험률은 30.5%였으며, 향후 필요로 하는 정부지원사업으로는 기자재 구입 지원이 49.2%, 교육 프로그램 운영 지원이 40.7%였고 다음으로 산학연 프로그램 지원 35.6%, 해외교육 프로그램 지원 25.4% 등의 순으로 나타났다.

<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 있었으며 게임 학과의 만족도가 60.0%로 가장 낮았다.

애니메이션의 경우 장르별 지원사업 만족도는 ‘만족’이 77.3%, ‘불만족’ 4.5%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 작으므로 해석상 주의 요망.

5. 취업 관련 지원 활동

1) 취업 관련 정보 획득 경로

79.0%의 학과에서 졸업생 취업 관련 정보를 학교의 취업 관련 부서에서 얻는 것으로 나타났으며, 그 외 관련 기업, 취업 포털 사이트의 채용 정보 등을 이용하였다. 장르별로 보면, 게임 학과의 학교 취업관련 부서 이용률이 93.8%로 가장 높았다.

애니메이션 학과는 79.7%가 학교의 취업 관련 부서에서 취업 관련 정보를 얻는 것으로 나타났으며, 그 외 관련 기업(37.3%), 취업 포털 사이트(28.8%) 등을 이용하는 것으로 나타났다.

<표 4-2-38> 2010년 장르별 취업 관련 활동 (복수응답)

(단위: %)

구분	학교의 취업 관련 부서	관련 기업	취업 포털 사이트	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 2008년 3.0%보다 6.8%p 증가하였다.

애니메이션 학과의 경우 이용하고 있다는 비율은 10.2%로 2008년 0.0%에서 10.2%p 증가했고, 처음 들어봄은 2008년 62.3에서 2010년 50.2%로 12.1%p 감소했다.

<표 4-2-39> 전문계 고등학교 콘텐츠산업정보포털 이용 경험 여부

(단위: %)

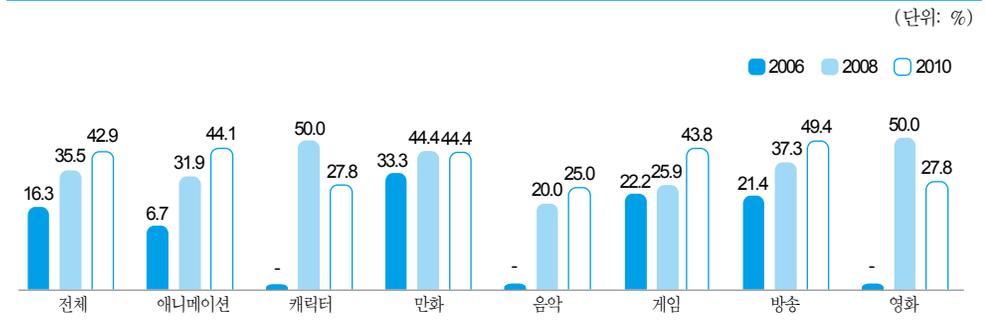
구분	2006			2008			2010		
	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄	이용하고 있음	알고 있으나 이용하지 않음	처음 들어봄
전체	4.8	40.5	54.8	3.0	32.9	64.1	9.8	40.0	50.2
애니메이션	-	57.1	42.9	-	37.7	62.3	10.2	45.8	44.1
캐릭터	-	-	-	50.0	50.0	-	16.7	22.2	61.1
만화	-	33.3	66.7	11.1	33.3	55.6	11.1	44.4	44.4
음악	-	-	-	-	60.0	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 2008년 보다 7.4%p 증가하였다. 장르별로는 애니메이션, 게임, 방송 관련 학과에서의 산학연계 경험률이 크게 증가한 것으로 나타났다.

애니메이션 학과의 경우 산학연계 경험률은 44.1%로 2008년에 비해 12.2%p 증가했다.

<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 2008년 대비 활용도가 감소하였다. 애니메이션 학과의 경우, 산학연계 활용도는 46.2%로 2008년 55.0%보다 8.8%p 감소하였다.

<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 만족도는 산학연계 경험 학과의 수가 작으므로 해석상 주의가 필요함.

취업과 관련한 산학연계 활동에 대해 만족하는 비율이 캐릭터, 만화, 방송 관련 학과에서 2008년보다 다소 높아졌다. 애니메이션 학과의 경우, 산학연계 채널에 대한 만족도는 ‘만족’이 26.9% ‘불만족’이 11.5%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 만족도는 산학연계 경험 학과의 수가 작으므로 해석상 주의가 필요함.(절적기)

산학연계 방식으로는 산학 협동 교육(27.4%), 인턴십 제도(21.8%), 기술지도 및 기술이전(15.3%) 등의 순으로 이루어지고 있다. 장르별로는 캐릭터, 만화, 영화 관련 학과에서 인턴십 제도를 가장 많이 활용하였고, 애니메이션, 음악, 방송 관련 학과에서는 산학 협동 교육을 가장 많이

활용하였다.

애니메이션의 경우, 산학 협동 교육이 34.1%, 인턴십 제도가 18.8%, 프로젝트 공동진행과 장비 및 시설 공유가 각각 11.8%로 나타났다.

<표 4-2-42> 장르별 산학연계 진행방식 (산학연계 경험학과)

(단위: %)

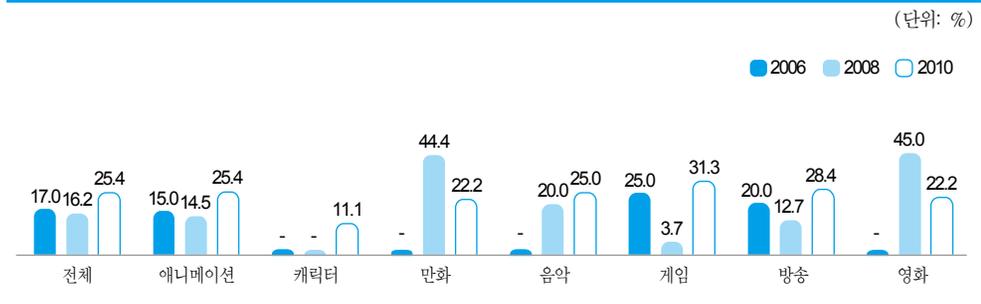
구분	프로젝트 공동진행	산학 협동 교육	장비 및 시설 공유	기술지도 및 기술이전	인턴십 제도	창업보육
전체	12.1	27.4	12.5	15.3	21.8	9.0
애니메이션	11.8	34.1	11.8	14.1	18.8	7.1
캐릭터	25.0	16.7	8.3	8.3	33.3	-
만화	7.7	30.8	7.7	15.4	30.8	7.7
음악	-	50.0	50.0	-	-	-
게임	13.0	21.7	13.0	17.4	26.1	8.7
방송	11.1	25.1	14.0	16.4	19.9	11.7
영화	20.0	26.7	-	13.3	40.0	-

7. 해외교류 현황

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

애니메이션 학과의 경우는 25.4%로 2008년의 14.5%에 비해 10.9%p 증가하였다.

<그림 4-2-14> 장르별 해외교류 경험률



해외교류 경험 학과의 60% 이상이 학생교류 방식을 활용하는 것으로 나타났으며, 이 외 해외 연수/견학, 교수/강사 교환 수업 등의 순으로 활용하고 있었다.

애니메이션 학과의 경우는 학생교류 38.5%, 교사/강사 교환 수업 15.4% 순으로 나타났다.

<표 4-2-43> 장르별 해외교류 진행방식 (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

2010년에 처음으로 비정규 교육기관의 범위를 공공부문과 민간부문으로 선정하여 전수조사를 수행하였다. 비정규 교육기관은 공공기관 산하 39개, 민간 아카데미 24개, 직업전문학교 19개, 평생교육기관 39개의 총 121개이며, 전체 470개의 과목이 개설되었다. 여기에서 방송 장르에 속한 과목이 189개로 가장 많았다.

애니메이션 과목은 총 23개로, 공공기관 산하 9개, 직업전문학교 8개, 민간 아카데미 4개, 평생교육기관 2개로, 공공부문⁴⁾ 교육기관에서의 비율이 민간부문 교육기관에 비해 상대적으로 높았다.

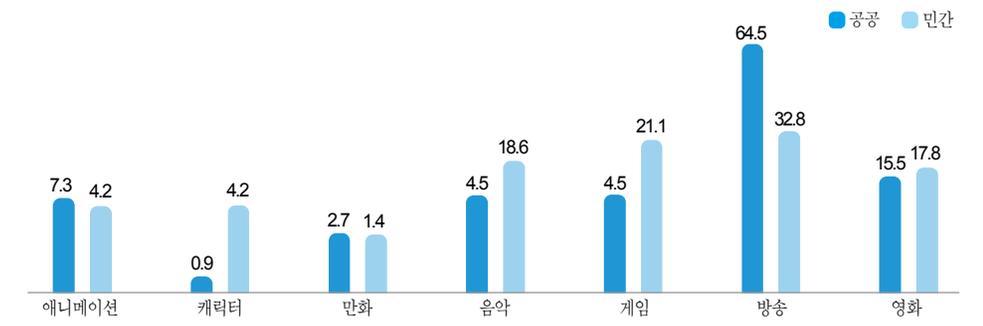
4) 공공부문은 공공기관 산하, 민간부문은 민간 아카데미, 직업전문학교, 평생교육기관을 포함함.

<표 4-2-44> 비정규교육기관 구분별 장르 분포

구분	전체		공공기관 산하		민간 아카데미		직업전문학교		평생교육기관	
	과목 수(개)	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

<그림 4-2-15> 비정규교육기관 구분별 장르 분포

(단위: %)



과목별 개설강좌 수는 1개가 34.7%로 가장 많은 것으로 나타났다. 애니메이션의 경우 역시 1개와 3~5개 강좌가 개설된 경우가 각각 30.4%로 가장 많았으며, 다음으로 2개인 경우가 21.7%로 나타났다.

<표 4-2-45> 비정규교육기관 개설강좌 수

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 높고, 다음으로 1~3개월 미만(20.0%), 6개월~1년 미만(18.1%) 등의 순으로 나타났다. 방송의 경우 3개월 미만의 교육기간이 42.9%이다.

애니메이션의 경우, 3~6개월 미만이 34.8%로 가장 높게 나타났으며, 1~3개월 미만이 28.3%, 1개월 미만과 6개월~1년 미만이 각각 17.4%로 나타났다.

<표 4-2-46> 비정규교육기관 교육기간

구분	전체 (명,%)	1개월 미만 (명,%)	1~3개월 미만 (명,%)	3~6개월 미만 (명,%)	6개월~1년 미만 (명,%)	1년 이상 (명,%)
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

비정규 교육기관의 총 교수 수는 3,761명, 총 학생 수는 35,519명으로 교수 1인당 학생 수는 9.4명으로 나타났다. 1강좌 당 연평균 학생 수는 10~30인 이하의 비중이 68.1%로 가장 높고, 10인 미만(18.1%), 50인 이상(7.7%), 30~50인 미만(6.2%)의 순이었다.

애니메이션 과목의 경우 1강좌 당 연평균 학생 수는 46명이고, 10~30인의 비중이 69.6%로 가장 높게 나타났다.

<표 4-2-47> 비정규교육기관 1강좌 당 연평균 학생 수

구분	전체 (명,%)	10인 미만 (명,%)	10~30인 (명,%)	30~50인 (명,%)	50인 이상 (명,%)
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 학생수	총 교수수	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