

콘텐츠 이용 동기와 선호 장르

Content Industry Trend Brief 24-2호



목 차

- I. 서 론
- II. 이용 동기와 선호 장르
- III. 결 론

요 약

- **(목적)** 콘텐츠 및 매체 이용정보 제공을 위한 콘텐츠 이용 동기와 선호 장르 파악
- **(이용 동기)** 재미·즐거움이 41.0%로 가장 크며, 휴식/시간 보내기 28.4%, 정보탐색 6.3%, 습관 5.7%, 새로운 경험/체험과 자기계발이 각 4.5%, 학습/교육/배움 3.5%, 팬덤/팬십 2.9%, 사회관계 2.7% 순
 - 콘텐츠는 개인의 휴식 외에도 사회관계 동기로, 일상적 소비뿐 아니라 새로운 경험과 자기계발 및 학습 동기로도 소비됨
 - 뮤지컬과 대중음악 콘서트는 새로운 경험/체험, 팬덤/팬십 동기로, 도서와 유튜브 동영상은 자기계발과 학습/교육/배움 동기로, 극장영화와 뮤지컬은 사회관계 등을 이유로 주로 이용됨
- **(선호 장르)** 온라인 영상 콘텐츠 매체별 선호 장르 상이, 온라인에서 선호되는 음악 장르 오프라인에서도 선호, 극장용 콘텐츠 선호 장르 유사, 소비층(성별·연령)별 주 선호 장르 차별화
 - OTT 동영상에서는 영화, 드라마를, TV 시청에서는 예능·연예, 뉴스를, 유튜브 동영상에서는 정보 콘텐츠를 선호함
 - 남성은 영화, 뉴스, 지식정보를, 여성은 드라마, 예능·연예, 생활정보를, 청년층은 예능·연예와 요약·리뷰를 장년층은 영화, 뉴스, 지식정보를 선호하는 경향이 나타남
 - 온·오프라인 상관없이 음악 장르 중 남성은 팝과 록/메탈, 여성은 아이돌/댄스를, 청년층은 아이돌/댄스, 장년층은 트로트와 포크를 선호함
 - 주로 혼자 즐기는 콘텐츠인 게임은 롤플레이팅, 퍼즐을, 웹툰·웹소설은 로맨스, 판타지, 코믹을, 도서는 소설, 자기계발 장르를 선호함
 - 주로 함께 즐기는 콘텐츠인 극장영화, 뮤지컬 선호 장르 유사, 남성은 액션·누와르, 스릴러, 공상과학을 여성은 드라마, 코미디를, 청년층은 범죄, 스릴러를, 장년층은 멜로를 선호함

작성자

이승희

콘텐츠연구본부 한류경제연구팀 연구원

ashlee@kcti.re.kr / Tel : 02-2669-4889

이용관

콘텐츠연구본부 한류경제연구팀 연구위원

lucasie@kcti.re.kr / Tel : 02-2669-2669

I. 서 론

□ 매체 및 사회 환경 변화에 따른 이용자의 콘텐츠 소비 행태 변화를 고려하여 콘텐츠를 구분·조사하고, 한국인의 콘텐츠별 이용 동기와 선호 장르 분석

- OTT, TV, 유튜브, 음악, 게임, 웹툰·웹소설, 도서, 극장 영화, 대중음악 콘서트, 뮤지컬로 구분함¹⁾
 - 콘텐츠 세부 장르는 OTT와 TV는 방송편성 구분을 따랐으며, 뮤지컬은 극장영화 세부 장르를 참고하여 문항 개발, 그 외 콘텐츠는 이용 관련 선행연구 및 조사를 참조하여 문항을 구성함²⁾
- 콘텐츠 소비자 정책 수립에 필요한 정보와 콘텐츠 유통 및 소비 전략 도출에 필요한 산업적 시사점을 제공하고자함

□ 2023년 한국문화관광연구원에서 실시한 「콘텐츠 소비 현황과 전망 조사」 자료에서 제공하는 개인의 콘텐츠별 이용 동기와 선호 세부 장르 정보를 활용하여 분석³⁾

- 자료는 성별·연령·지역을 인구비례 할당한 전국 만20세~만64세 성인 남녀 2,000명을 대상으로 2023년 12월 8일~2023년 12월 12일에 걸쳐 구조화된 웹 설문지를 통해 수집함
 - 이용 동기는 콘텐츠별로 이용목적과 동기를 기타 포함 12개 선택지를 통한 응답으로 확인
 - 선호 장르는 콘텐츠별 선호하는 장르에 대한 세부 선택지를 통한 응답으로 확인
- 분석에는 각 콘텐츠별 이용하는 동기와 선호하는 장르에 대한 1순위 응답 결과를 활용함
 - 이용 동기를 10개 항목(사회관계는 사회생활+대인관계 교류 동기, 경제적 수익은 상업적 목적으로 이용할 콘텐츠를 찾는 동기 등)으로 구분하고, 이용 동기별 주요 소비 콘텐츠를 제시
 - 선호 장르는 콘텐츠별 선택지가 상이하기 때문에 주요 장르(비중이 1% 이상) 중심으로 표시하여 전반적인 내용을 확인하고, 성별·연령을 동시 고려한 소비층별 주 선호 장르를 제시
 - 이용 동기 및 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 항목까지, 미만인 경우는 비중이 가장 큰 항목만 나열

1) 콘텐츠는 여가소비 관련 이용자 조사 자료와 콘텐츠산업 조사를 활용해 소비자 관점에서 구분하였으며, 구체적인 내용은 한국문화관광연구원에서 발간한 콘텐츠산업 동향 브리프 23-3호 <2024 콘텐츠 소비 전망>을 참조하기 바람

2) 극장영화 장르는 IMDB(인터넷영화데이터베이스)·KMDB(한국영화데이터베이스)의 장르 분류 기준을 준용하여 대표 장르를 선정하여 응답 문항을 개발함. 세부적인 설문 문항 및 선택지는 <부록>을 참조하기 바람

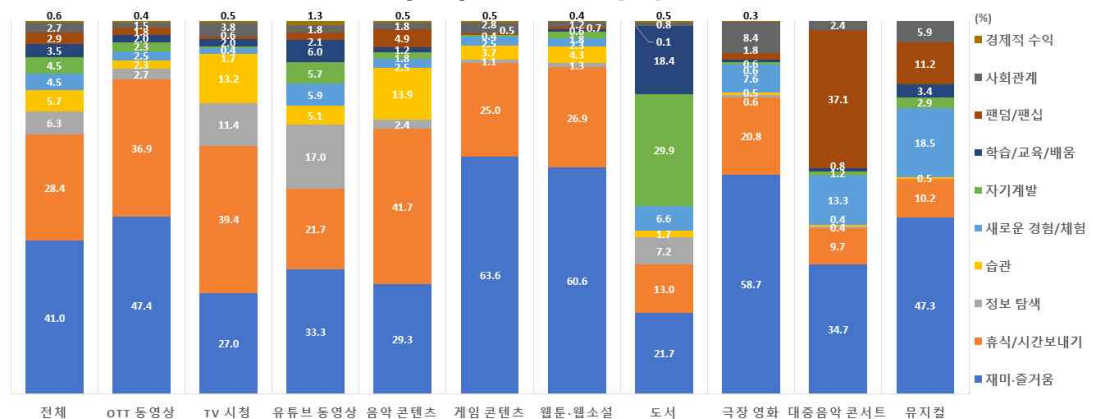
3) 본 조사는 비승인 통계로 콘텐츠 소비 이슈 분석을 위해 일회적으로 실시한 것임

Ⅱ. 이용 동기와 선호 장르

1. 이용 동기

- 한국인의 콘텐츠 이용 동기를 보면, 재미·즐거움이 41.0%로 가장 크며, 휴식/시간 보내기 28.4%, 정보탐색 6.3%, 습관 5.7%, 새로운 경험/체험과 자기계발이 각 4.5% 순으로 나타남
- 게임 콘텐츠, 웹툰·웹소설, 극장영화, 뮤지컬, OTT 동영상, 유튜브 동영상은 재미·즐거움이, 음악 콘텐츠와 TV 시청은 휴식/시간 보내기와 습관이, 도서는 자기계발이, 대중음악 콘서트는 팬덤/팬십이 가장 큰 이용 동기로 나타남

[그림] 콘텐츠별 이용 동기



- 콘텐츠는 개인의 휴식 외에도 사회관계로서, 일상적 소비뿐 아니라 새로운 경험으로서도 소비됨
- 이용 동기별 비중이 큰 콘텐츠를 보면, 새로운 경험/체험, 팬덤/팬십은 뮤지컬과 대중음악 콘서트, 자기계발과 학습/교육/배움은 도서와 유튜브 동영상, 사회관계는 극장영화와 뮤지컬, 경제적 수익은 유튜브 동영상으로 나타남

〈표〉 이용 동기별 주요 소비 콘텐츠

재미·즐거움	휴식/시간 보내기	정보 탐색	습관	새로운 경험/체험	자기계발	학습/교육/배움	팬덤/팬십	사회관계	경제적 수익
게임 콘텐츠	음악 콘텐츠	유튜브 동영상	음악 콘텐츠	뮤지컬	도서	도서	대중음악 콘서트	극장영화	유튜브 동영상
웹툰·웹소설	TV 시청	TV 시청	TV 시청	대중음악 콘서트	유튜브 동영상	유튜브 동영상	뮤지컬	뮤지컬	

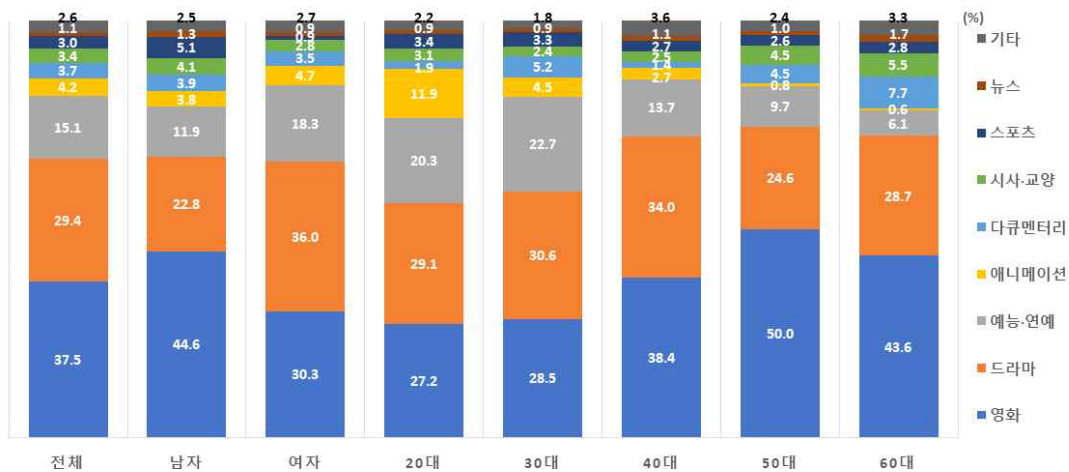
주: 이용 동기별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 콘텐츠를 나열한 것임. 경제적 수익은 비중이 매우 작아 하나만 기입

2. 선호 장르

□ OTT 동영상

- OTT 동영상에서 가장 선호되는 장르는 영화(37.5%)이며, 드라마 29.4%, 예능·연예 15.1%, 애니메이션 4.2%, 다큐멘터리 3.7%, 시사·교양 3.4%, 스포츠 3.0% 순으로 나타남
 - 남성은 여성에 비해 OTT 동영상에서 영화, 시사·교양, 스포츠를, 여성은 남성에 비해 드라마, 예능·연예, 애니메이션을 더 선호하는 것으로 나타남
 - 연령별로 비교하면 상대적으로 20대는 예능·연예와 애니메이션을, 30대는 예능·연예와 다큐멘터리를, 40대는 드라마를, 50대는 영화와 시사·교양을, 60대는 영화와 시사·교양과 다큐멘터리를 선호하는 것으로 나타남

[그림] OTT 동영상 선호 장르



- 여성은 전반적으로 선호 장르가 자녀의 생애주기를 따르는 경향이 있으며, 청년층은 남성은 스포츠, 여성은 예능 프로그램으로 선호가 나뉨다 장년층에서는 남녀 공통적으로 다큐멘터리를 선호함
 - 20대 남성은 애니메이션과 스포츠, 여성은 예능·연예와 애니메이션이, 30대 남성은 스포츠, 여성은 드라마, 예능·연예가, 40대 남성은 스포츠, 여성은 드라마와 어린이가, 50대 남성은 영화, 시사·교양, 액션, 여성은 교육이, 60대 남성은 영화, 다큐멘터리, 시사·교양, 기능성 영상, 여성은 다큐멘터리, 뉴스, 공연이 OTT에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 OTT 동영상 주 선호 장르

20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
애니메이션 스포츠	예능·연예 애니메이션	스포츠	드라마 예능·연예	스포츠	드라마 어린이	영화 시사·교양	교육	영화 다큐멘터리 시사·교양 기능성 영상	다큐멘터리 뉴스 공연

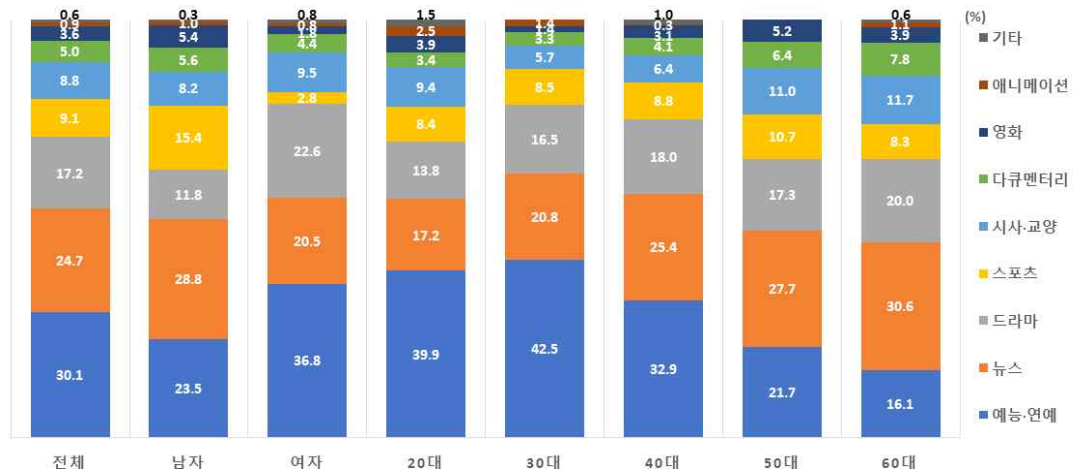
주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ TV 시청

○ TV 시청에서 가장 선호되는 장르는 예능·연예(30.1%)이며, 뉴스 24.7%, 드라마 17.2%, 스포츠 9.1%, 시사·교양 8.8%, 다큐멘터리 5.0%, 영화 3.6% 순으로 나타남

- 남성은 여성에 비해 TV 시청에서 뉴스와 스포츠, 다큐멘터리, 영화를, 여성은 남성에 비해 예능·연예, 드라마, 시사·교양을 더 선호하는 것으로 나타남
- 연령별로 비교하면 40대 이상부터 예능·연예 선호는 감소하고 뉴스와 시사·교양, 다큐멘터리 선호는 증가하는 경향을 보이며, 상대적으로 20~30대는 예능·연예와 애니메이션을, 60대는 뉴스, 드라마, 시사·교양, 다큐멘터리를 선호하는 것으로 나타남

[그림] TV 시청 선호 장르



○ 청년층에서는 TV 애니메이션이 인기를 얻고 있으며, TV를 통해 청년층 여성은 예능·연예를, 중년층 남성은 뉴스를 보고 있음

- 20대 남성은 영화와 애니메이션, 여성은 예능·연예와 음악이, 30대 남성은 애니메이션, 여성은 예능·연예가, 40대 남성은 뉴스, 영화, 교육, 여성은 드라마와 어린이가, 50대 남성은 뉴스, 스포츠, 여성은 시사·교양이, 60대 남성은 스포츠, 시사·교양, 다큐멘터리, 여성은 드라마, 다큐멘터리, 경제가 TV 시청에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 TV시청 주 선호 장르

20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
영화 애니메이션	예능·연예 음악	애니메이션	예능·연예	뉴스 영화 교육	드라마 어린이	뉴스 스포츠	시사·교양	스포츠 시사·교양 다큐멘터리	드라마 다큐멘터리 경제

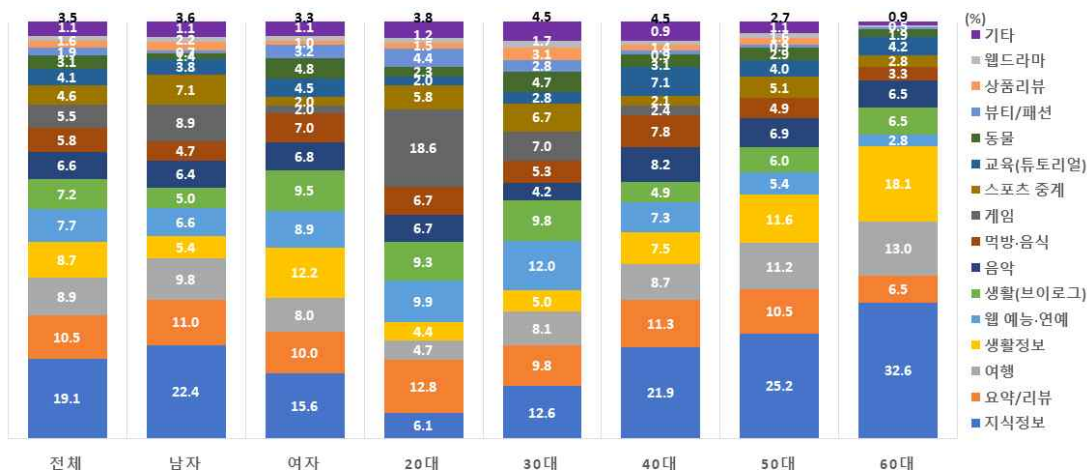
주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 유튜브 동영상

○ 유튜브 동영상에서 가장 선호되는 장르는 지식정보(19.1%)이며, 요약/리뷰 10.5%, 여행 8.9%, 생활정보 8.7%, 웹 예능·연예 7.7%, 생활(브이로그) 7.2%, 음악 6.6%, 먹방·음식 5.8%, 게임 5.5%, 스포츠 중계 4.6%, 교육 4.1%, 동물 3.1% 순으로 나타남

- 남성은 여성에 비해 유튜브 동영상에서 지식정보, 여행, 게임, 스포츠 중계를, 여성은 남성에 비해 생활정보, 웹 예능·연예, 생활(브이로그), 먹방·음식을 더 선호하는 것으로 나타남
- 연령이 증가할수록 지식정보, 여행, 생활정보 선호가 증가하는 반면, 요약/리뷰, 웹 예능·연예, 게임 선호는 감소하는 경향이 보이며, 상대적으로 20대는 게임과 요약/리뷰를, 30대는 웹 예능·연예와 생활(브이로그)를, 40대는 먹방·음식과 교육을 선호하는 것으로 나타남

[그림] 유튜브 동영상 선호 장르



○ 연령이 증가할수록 유튜브 동영상에서 남성은 지식정보 여행, 여성은 생활정보를 선호함

- 20대 남성은 요약/리뷰, 게임, 여성은 요약/리뷰, 웹 예능·연예, 생활이, 30대 남성은 게임, 스포츠 중계, 상품리뷰, 웹드라마, 여성은 웹 예능·연예, 생활, 동물이, 40대 남성은 리액션, 퍼포먼스, 여성은 먹방·음식, 교육, 동물이, 50대 남성은 지식정보, 여행, 스포츠 중계, 여성은 생활정보, 음악, 교육, 어린이가, 60대 남성은 지식정보, 여행, 음악, 여성은 생활정보가 유튜브 동영상 시청에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 유튜브 동영상 주 선호 장르

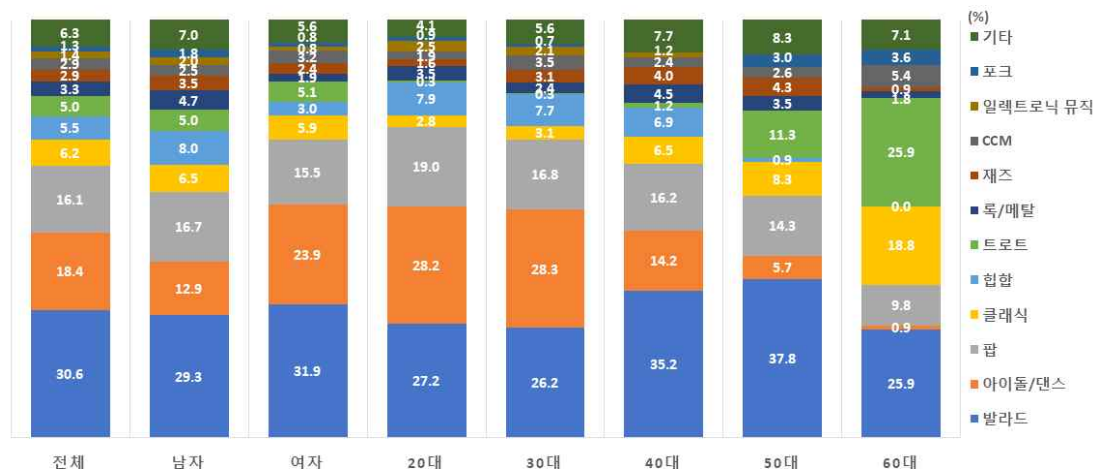
20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
요약/리뷰 게임 웹드라마 상담	요약/리뷰 예능·연예 생활 먹방·음식 뷰티/패션	게임 스포츠중계 상품리뷰 웹드라마 리액션 퍼포먼스 애니메이션	예능·연예 생활 동물 뷰티/패션 상품리뷰 운동	리액션 퍼포먼스 어린이	먹방·음식 교육 동물 종교 캠핑	지식정보 여행 스포츠중계	생활정보 음악 교육 어린이	지식정보 여행 음악	생활정보

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 음악 콘텐츠

- 음악 콘텐츠에서 가장 선호되는 장르는 발라드(30.6%)이며, 아이돌/댄스 18.4%, 팝 16.1%, 클래식 6.2%, 힙합 5.5%, 트로트 5.0%, 록/메탈 5.0%, 재즈 3.3% 순으로 나타남
 - 남성은 여성에 비해 팝, 힙합, 록/메탈을, 여성은 남성에 비해 발라드, 아이돌/댄스를 더 선호하는 것으로 나타남
 - 연령이 증가할수록 클래식, 트로트 선호는 증가하는 반면, 아이돌/댄스, 팝, 힙합 선호는 감소하는 경향이 보이며, 상대적으로 20~30대는 아이돌/댄스, 팝, 힙합을, 50~60대는 트로트와 클래식, 포크를 선호하는 것으로 나타남

[그림] 음악 콘텐츠 선호 장르



- 청년층 남성은 힙합, 여성은 아이돌/댄스, 중장년층 남성은 록/메탈과 재즈, 여성은 발라드로 선호가 나뉨다 장년층에서는 남녀 모두 클래식, 트로트를 공통적으로 선호함. 40대 여성층에게 팝페라가 새로운 인기 장르로 부각되고 있으며 60대 여성은 손주 등을 위한 동요가 선호되기도 함
 - 20대 남성은 힙합, 일렉트로닉, 여성은 아이돌/댄스, 팝이, 30대 남성은 힙합, CCM, 일렉트로닉, 여성은 아이돌/댄스가, 40대 남성은 록/메탈, 재즈, 로큰롤, 여성은 발라드, 오페라·팝페라가, 50대 남성은 팝, 록/메탈, 재즈, 여성은 발라드, 디스코가, 60대 남성은 클래식, 트로트, 포크, 여성은 클래식, 트로트, CCM이 음악 콘텐츠에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 음악 콘텐츠 주 선호 장르

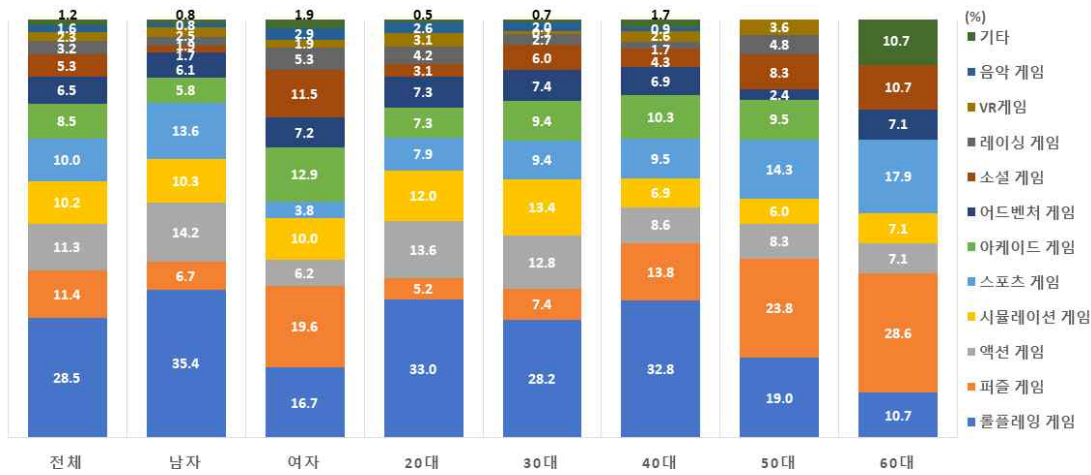
20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
힙합 일렉트로닉 디스코 레게	아이돌/댄스 팝 로큰롤 하우스	힙합 CCM 일렉트로닉	아이돌/댄스	록/메탈 재즈 로큰롤	발라드 오페라· 팝페라	팝 록/메탈 재즈 포크 블루스	발라드 디스코	클래식 트로트 포크 컨트리뮤직	클래식 트로트 CCM 컨트리뮤직 동요/태교

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 게임 콘텐츠

- 게임 콘텐츠에서 가장 선호되는 장르는 롤플레이(28.5%)이며, 퍼즐 11.4%, 액션 11.3%, 시뮬레이션 10.2%, 스포츠 10.0%, 아케이드 8.5%, 어드벤처 6.5%, 소셜 5.3% 순으로 나타남
 - 남성은 여성에 비해 롤플레이, 액션, 스포츠를, 여성은 남성에 비해 퍼즐, 아케이드, 소셜, 레이싱을 더 선호하는 것으로 나타남
 - 연령이 증가할수록 퍼즐과 스포츠 선호는 증가하는 반면, 액션, 시뮬레이션 선호는 감소하는 경향이 보이며, 상대적으로 20~30대는 액션과 시뮬레이션을, 50~60대는 퍼즐과 스포츠, 소셜을 선호하는 것으로 나타남

[그림] 게임 콘텐츠 선호 장르



- 청년·중년층에서는 남성은 롤플레이와 액션을 선호하는 반면 여성은 상대적으로 다양한 장르를 선호함. 장년층에서는 남성은 스포츠, 여성은 퍼즐이나 소셜 게임을 선호하는 것으로 나타남
 - 20대 남성은 롤플레이와 액션, 여성은 시뮬레이션과 레이싱, VR, 음악, 타이쿤이, 30대 남성은 액션, 여성은 시뮬레이션, 아케이드, 방탈출이, 40대 남성은 롤플레이와 보드, 여성은 아케이드, 어드벤처, 레이싱, 음악, 내려티브가, 50대 남성은 스포츠, VR, 여성은 퍼즐, 소셜이, 60대 남성은 스포츠와 바둑, 여성은 퍼즐, 어드벤처, 소셜, 카드가 게임에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 게임 콘텐츠 주 선호 장르

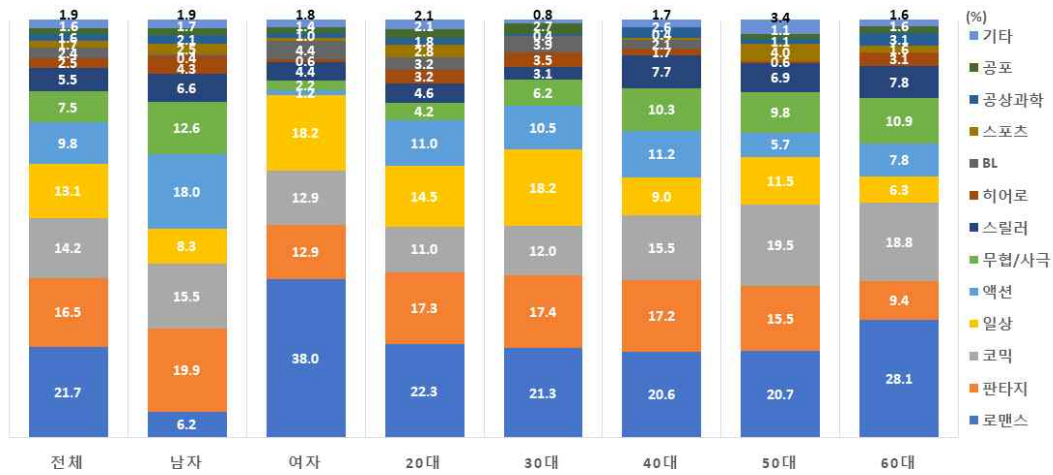
20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
롤플레이 액션	시뮬레이션 레이싱 VR 음악 타이쿤	액션	시뮬레이션 아케이드 방탈출	롤플레이 보드	아케이드 어드벤처 레이싱 음악 내러티브	스포츠 VR	퍼즐 소셜	스포츠 바둑	퍼즐 어드벤처 소셜 카드

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 웹툰·웹소설

- 웹툰·웹소설에서 가장 선호되는 장르는 로맨스(21.7%)이며, 판타지 16.5%, 코믹 14.2%, 일상 13.1%, 액션 9.8%, 무협/사극 7.5%, 스릴러 5.5%, 히어로 2.5%, BL 2.4% 순으로 나타남
 - 남성은 여성에 비해 판타지, 코믹, 액션, 무협/사극, 스릴러, 히어로를, 여성은 남성에 비해 로맨스, 일상, BL(Boy's Love)을 더 선호하는 것으로 나타남
 - 연령이 증가할수록 코믹과 무협/사극, 스릴러 선호는 증가하는 반면, 판타지, 액션 선호는 감소하는 경향이 보이며, 상대적으로 20~30대는 판타지와 일상, 히어로를, 40~60대는 코믹, 무협/사극, 스릴러를 선호하는 것으로 나타남

[그림] 웹툰·웹소설 선호 장르



- 남성은 청년층에서 판타지, 액션, 히어로를 선호하다 중장년층에서는 무협/사극, 스릴러 장르를 선호하며, 여성은 청년층은 일상과 BL, 중년층은 로맨스를 선호하다 장년층으로 갈수록 코믹, 메디컬, 공상과학 등 선호 장르가 다양해짐
 - 20~30대 남성은 판타지, 액션, 히어로, 여성은 일상과 BL이, 40대 남성은 무협/사극, 공상과학, 성인, 여성은 로맨스가, 50대 남성은 스릴러, 스포츠, 여성은 코믹, 요리, 메디컬이, 60대 남성은 무협/사극, 스릴러, 공포, 요리, 여성은 로맨스, 코믹, 공상과학이 웹툰·웹소설에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 웹툰·웹소설 콘텐츠 주 선호 장르

20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
판타지	일상	판타지	일상	무협/사극	로맨스	스릴러	코믹	무협/사극	로맨스
액션	BL	액션	BL	공상과학		스포츠	요리	스릴러	코믹
히어로		히어로		성인			메디컬	공포	공상과학
추리		공포						요리	

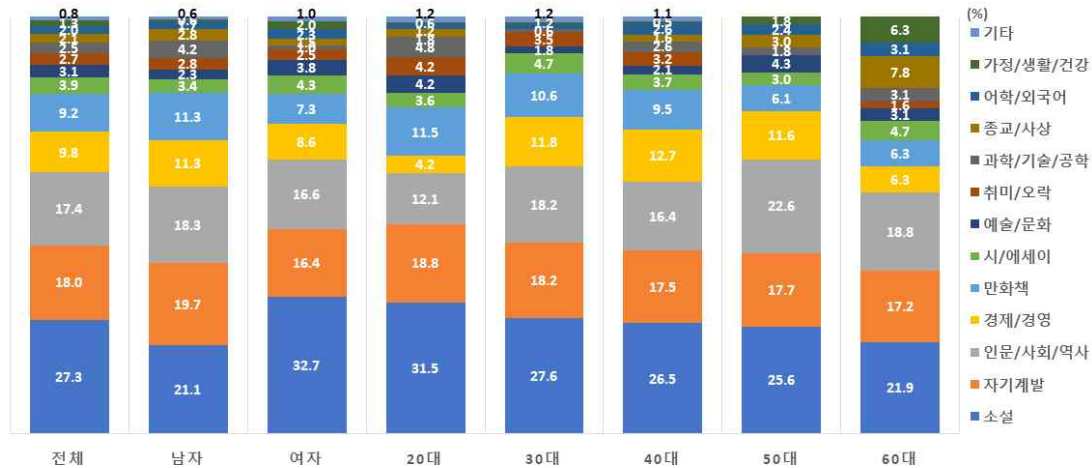
주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 도서

○ 도서에서 가장 선호되는 장르는 소설(27.3%)이며, 자기계발 18.0%, 인문/사회/역사 17.4%, 경제/경영 9.8%, 만화책 9.2%, 시/에세이 3.9%, 예술/문화 3.1%, 취미/오락 2.7%, 과학/기술/공학 2.5% 순으로 나타남

- 남성은 여성에 비해 자기계발, 인문/사회/역사, 경제/경영을, 여성은 남성에 비해 소설, 시/에세이, 예술/문화를 더 선호하는 것으로 나타남
- 연령이 증가할수록 소설, 자기계발, 만화책 선호가 감소하는 경향이 보이며, 상대적으로 20~30대는 소설과 자기계발, 만화책을, 30~50대는 경제/경영을, 50~60대는 인문/사회/역사, 종교/사상, 가정/생활/건강을 선호하는 것으로 나타남

[그림] 도서 선호 장르



○ 남성은 사회진출/재진출하는 20대와 60대 자기계발 도서를, 여성은 중장년층에서 아동/청소년, 가정/생활/건강 등의 도서를 선호하는 등, 도서 선호 장르는 생애주기를 따르는 경향임

- 20대 남성은 자기계발, 만화책, 취미/오락, 과학/공학, 여성은 소설과 예술/문학이, 30대 남성은 경제/경영, 시/에세이, 취미/오락, 여성은 소설, 학습서가, 40대 남성은 경제/경영, 만화책, 어학/외국어, 여성은 시/에세이, 아동/청소년이, 50대 남성은 인문/사회/역사, 종교/사상, 여성은 가정/생활/건강이, 60대 남성은 자기계발, 과학/공학, 종교/사상, 여성은 인문/사회/역사, 예술/문화, 가정/생활/건강이 도서에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 도서 주 선호 장르

20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
자기계발 만화책 취미/오락 과학/공학	소설 예술/문학	경제/경영 시/에세이 취미/오락	소설 학습서	경제/경영 만화책 어학/외국어	시/에세이 아동/청소년	인문/사회/ 역사 종교/사상	가정/생활/ 건강	자기계발 과학/공학 종교/사상	인문/사회/ 역사 예술/문학 어학/외국어 가정/생활/ 건강

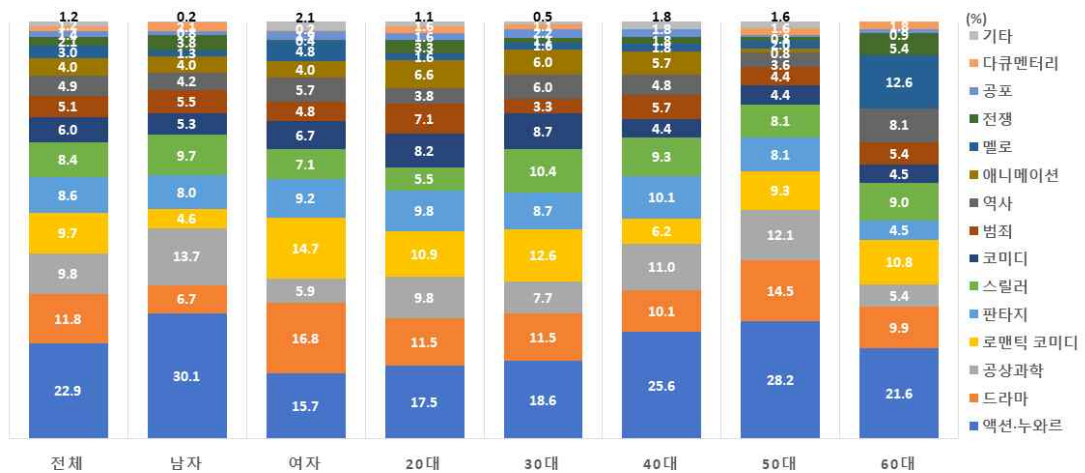
주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 극장영화

○ 극장영화에서 가장 선호하는 장르는 액션·누와르(22.9%)이며, 드라마 11.8%, 공상과학 9.8%, 로맨틱 코미디 9.7%, 판타지 8.6%, 스릴러 8.4%, 코미디 6.0%, 범죄 5.1%, 역사 4.9%, 애니메이션 4.0%, 멜로 3.0% 순으로 나타남

- 남성은 여성에 비해 액션·누와르, 공상과학, 스릴러를, 여성은 드라마, 로맨틱 코미디, 코미디를 더 선호하는 것으로 나타남
- 연령별로 비교하면 상대적으로 20대는 범죄와 애니메이션을, 30대는 로맨틱 코미디와 스릴러, 코미디를, 40대는 판타지를, 50대는 액션·누와르와 드라마, 공상과학을, 60대는 역사와 멜로, 전쟁을 선호하는 것으로 나타남

[그림] 극장영화 선호 장르



○ 전반적으로 남성은 공상과학, 범죄, 액션·누와르를, 여성은 로맨틱 코미디, 드라마를 선호하는 한편, 40대 여성은 자녀 등을 위한 어린이 장르도 선호하는 것으로 나타남

- 20대 남성은 공상과학, 애니메이션, 전쟁, 다큐멘터리, 여성은 코미디와 공포가, 30대 남성은 스릴러, 코미디, 스포츠, 여성은 드라마, 로맨틱 코미디, 판타지, 공포가, 40대 남성은 공상과학, 범죄, 여성은 판타지, 역사, 애니메이션, 어린이가, 50대 남성은 액션·누와르, 스릴러, 여성은 드라마 탐정, 60대 남성은 액션·누와르, 범죄, 멜로, 전쟁, 다큐멘터리, 여성은 로맨틱 코미디, 역사, 멜로가 극장영화에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 극장영화 주 선호 장르

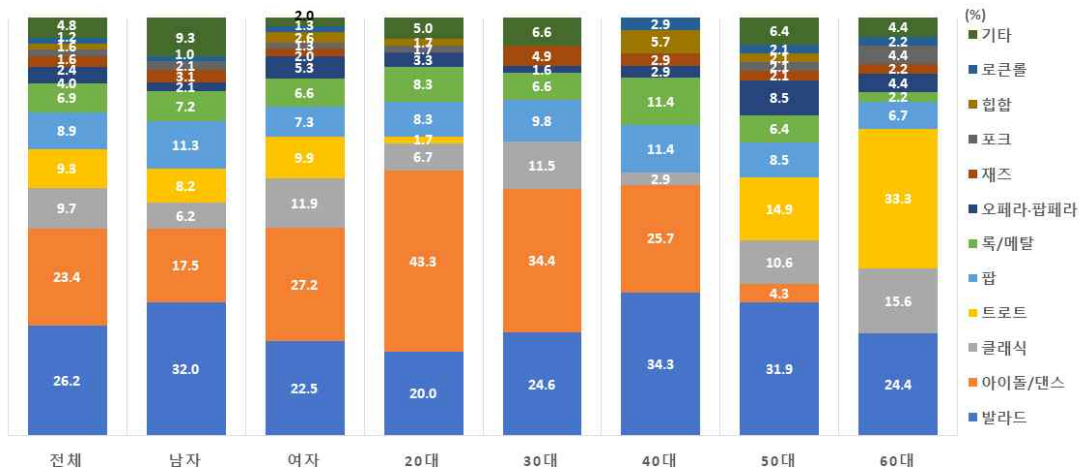
20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
공상과학 애니메이션 전쟁 다큐멘터리	코미디 공포	스릴러 로맨틱 코미디 스포츠	드라마 로맨틱 코미디 판타지 공포	공상과학 범죄	판타지 역사 애니메이션 어린이	액션·누와르 스릴러	드라마 탐정	액션·누와르 범죄 멜로 전쟁 다큐멘터리	로맨틱 코미디 역사 멜로

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 대중음악 콘서트

- 대중음악 콘서트에서 가장 선호되는 장르는 발라드(26.2%)이며, 아이돌/댄스 23.4%, 클래식 9.7%, 트로트 9.3%, 팝 8.9%, 록/메탈 6.9%, 오페라·팝페라 4.0, 재즈 2.4% 순으로 나타남
 - 남성은 여성에 비해 발라드, 팝, 록/메탈을, 여성은 남성에 비해 아이돌/댄스, 클래식, 트로트, 오페라·팝페라를 더 선호하는 것으로 나타남
 - 연령별로 비교하면 상대적으로 20~30대는 아이돌/댄스를, 40대는 발라드와 팝, 힙합, 로큰롤을, 50대는 트로트와 오페라·팝페라를, 60대는 트로트와 클래식, 포크를 선호하는 것으로 나타남

[그림] 대중음악 콘서트 선호 장르



- 대중음악 콘서트에서 아이돌/댄스는 청년층 여성이, 발라드는 중장년층 남성이, 트로트는 장년층이 주 소비층이며, 오페라, 팝페라, 클래식은 중장년층 여성이 주 소비층으로 나타남
 - 20대 남성은 팝, 록/메탈, 일렉트로닉, 여성은 아이돌/댄스가, 30대 남성은 재즈, 일렉트로닉, 하우스, 컨트리뮤직, 여성은 아이돌/댄스가, 40대 남성은 발라드, 록/메탈, 로큰롤, 여성은 팝, 힙합이, 50대 남성은 발라드, 재즈, 포크, 블루스, 디스코, 여성은 클래식, 오페라·팝페라, 힙합이, 60대 남성은 트로트, 포크, 레게, 여성은 클래식, 트로트, 오페라·팝페라, 로큰롤이 대중음악 콘서트에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 대중음악 콘서트 주 선호 장르

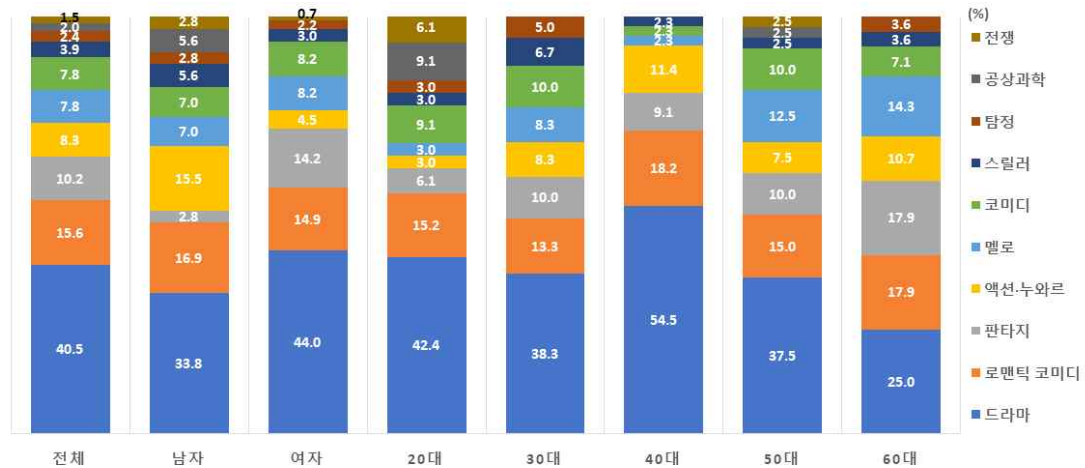
20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
팝 록/메탈 일렉트로닉	아이돌/댄스	재즈 일렉트로닉 하우스 컨트리뮤직	아이돌/댄스	발라드 록/메탈 로큰롤	팝 힙합	발라드 재즈 포크 블루스 디스코	클래식 오페라·팝페라 힙합	트로트 포크 레게	클래식 트로트 오페라·팝페라 로큰롤

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

□ 뮤지컬

- 뮤지컬에서 가장 선호되는 장르는 드라마(40.5%)이며, 로맨틱 코미디 15.6%, 판타지 10.2%, 액션·누와르 8.2%, 멜로·코미디 7.8%, 스릴러 3.9% 순으로 나타남
- 남성은 여성에 비해 로맨틱 코미디, 액션·누와르, 스릴러, 공상과학, 전쟁을, 여성은 남성에 비해 드라마, 판타지, 멜로, 코미디를 더 선호하는 것으로 나타남
- 연령별로 비교하면 상대적으로 20대는 공상과학과 전쟁을, 30대는 스릴러와 탐정을, 40대는 드라마를, 50~60대는 판타지와 멜로를 더 선호하는 것으로 나타남

[그림] 뮤지컬 선호 장르



- 남성의 선호 장르는 연령에 따라 변하는 한편, 40대 이하 여성은 드라마를, 50대 이상의 여성은 판타지를 선호하는 것으로 나타남
- 20대 남성은 로맨틱 코미디, 탐정, 공상과학, 전쟁, 여성은 드라마, 코미디가, 30대 남성은 스릴러, 여성은 탐정이, 40대 남성은 로맨틱 코미디, 액션·누와르, 스릴러, 여성은 드라마가, 50대 남성은 코미디, 공상과학, 전쟁, 여성은 판타지가, 60대 남성은 액션·누와르, 멜로, 여성은 판타지, 멜로가 뮤지컬에서 주로 선호되는 장르인 것으로 나타남

〈표〉 소비층별 뮤지컬 주 선호 장르

20대		30대		40대		50대		60대	
남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
로맨틱코미디	드라마	스릴러	탐정	로맨틱코미디	드라마	코미디	판타지	액션·누와르	판타지
탐정	코미디			액션·누와르		공상과학		멜로	멜로
공상과학				스릴러		전쟁			
전쟁									

주: 소비층별 비중이 첫 번째, 두 번째로 큰 선호 장르를 나열한 것임. 선호 장르 비중이 1% 이상인 경우는 비중이 두 번째로 큰 소비층까지, 1% 미만인 경우는 비중이 가장 큰 소비층만 기입

III. 결 론

□ 한국인의 콘텐츠 이용 동기는 재미·즐거움, 휴식/시간 보내기, 정보탐색, 습관, 새로운 경험/체험과 자기계발 순으로 나타남

- 게임 콘텐츠, 웹툰·웹소설, 극장영화, 뮤지컬, OTT 동영상, 유튜브 동영상은 재미·즐거움이, 음악 콘텐츠와 TV 시청은 휴식/시간 보내기와 습관이, 도서는 자기계발이, 대중음악 콘서트는 팬덤/팬십이 가장 큰 이용 동기로 나타남
- 콘텐츠는 개인의 휴식 외에도 사회관계 동기로, 일상적 소비뿐 아니라 새로운 경험과 자기계발 및 학습 동기로도 소비됨
 - 뮤지컬과 대중음악 콘서트는 새로운 경험/체험, 팬덤/팬십 동기로, 도서와 유튜브 동영상은 자기계발과 학습/교육/배움 동기로, 극장영화와 뮤지컬은 사회관계 동기로 주로 이용됨

□ 온라인 영상 콘텐츠 매체별 선호 장르 상이, OTT 동영상에서는 영화, 드라마를, TV 시청에서는 예능·연예, 뉴스를, 유튜브 동영상에서는 정보 콘텐츠를 선호함

- 모든 영상 매체에서 남성은 영화, 뉴스, 지식정보를, 여성은 드라마, 예능·연예, 생활정보를, 청년층은 예능·연예와 요약·리뷰를 장년층은 영화, 뉴스, 지식정보를 선호하는 경향이 나타남

구 분	선호 장르	남성	여성	청년층	장년층
OTT 동영상	영화, 드라마, 예능·연예, 애니메이션, 다큐멘터리 순	영화 시사·교양 스포츠	드라마 예능·연예 애니메이션	예능·연예 애니메이션	영화 시사·교양
TV 시청	예능·연예, 뉴스, 드라마 스포츠, 시사·교양 순	뉴스 스포츠 다큐멘터리	예능·연예 드라마 시사·교양	예능·연예 애니메이션	뉴스 시사·교양 다큐멘터리
유튜브 동영상	지식정보, 요약/리뷰, 여행, 생활정보 순	지식정보 여행, 게임 스포츠 중계	생활정보 웹 예능·연예 먹방·음식	요약/리뷰 웹 예능·연예 게임	지식정보 여행 생활정보

□ 온라인에서 선호하는 음악 장르 오프라인에서도 선호함

- 온오프라인 상관없이 남성은 팝과 록/메탈, 여성은 아이돌/댄스를, 청년층은 아이돌/댄스, 장년

층은 트로트와 포크를 선호함

구 분	선호 장르	남성	여성	청년층	장년층
음악 콘텐츠	발라드, 아이돌/댄스 팝, 클래식, 힙합 순	팝 힙합 록/메탈	발라드, 아이돌/댄스	아이돌/댄스, 팝, 힙합	트로트, 클래식, 포크
대중음악 콘서트	발라드, 아이돌/댄스 클래식, 트로트, 팝 순	발라드 팝 록/메탈	아이돌/댄스, 클래식, 트로트, 오페라·팝페라	아이돌/댄스	트로트, 오페라·팝페라 포크

□ 주로 혼자 즐기는 콘텐츠인 게임은 롤플레이, 퍼즐을, 웹툰·웹소설은 로맨스, 판타지, 코믹을, 도서는 소설, 자기계발 장르를 선호함

○ 게임 콘텐츠에서 남성과 청년층은 롤플레이와 액션을 여성과 장년층은 퍼즐과 소설을 선호함

○ 웹툰·웹소설에서 남성은 판타지, 코믹, 액션을, 여성은 로맨스, 일상 BL을 선호함

○ 도서에서 남성은 자기계발, 여성은 소설, 시/에세이를, 장년층은 인문 및 건강을 선호함

구 분	선호 장르	남성	여성	청년층	장년층
게임콘텐츠	롤플레이, 퍼즐 액션, 시뮬레이션 스포츠 순	롤플레이 액션, 스포츠	퍼즐, 아케이드, 소설	액션, 시뮬레이션	퍼즐, 스포츠, 소설
웹툰·웹소설	로맨스, 판타지, 코믹 일상, 액션 순	판타지, 코믹, 액션, 무협/사극,	로맨스, 일상, BL	판타지, 일상, 히어로	코믹, 무협/사극, 스릴러
도서	소설, 자기계발 인문/사회/역사 경제/경영, 만화책 순	자기계발, 인문/사회/역사, 경제/경영	소설, 시/에세이, 예술/문화	소설, 자기계발, 만화책	인문/사회/역사, 종교/사상, 가정/생활/건강

□ 주로 함께 즐기는 콘텐츠인 극장영화, 뮤지컬 등 극장용 콘텐츠의 선호 장르는 유사한 경향이 보임

○ 남성은 액션·누와르, 스릴러, 공상과학을 여성은 드라마, 코미디를, 청년층은 범죄, 스릴러를, 장년층은 멜로를 선호함

구 분	선호 장르	남성	여성	청년층	장년층
극장영화	액션·누와르, 드라마 공상과학 로맨틱코미디, 판타지 순	액션·누와르, 공상과학, 스릴러	드라마, 로맨틱 코미디, 코미디	범죄, 로맨틱 코미디, 스릴러	액션·누와르, 드라마, 멜로
뮤지컬	드라마, 로맨틱코미디 판타지, 액션·누와르 멜로·코미디 순	로맨틱코미디, 액션·누와르, 스릴러, 공상과학	드라마, 판타지, 멜로, 코미디	공상과학 스릴러, 탐정	판타지, 멜로

[부록] 조사지 (관련문항 발췌)

1. 귀하께서 각 콘텐츠 별로 이용하시는 목적/동기가 무엇입니까? 가장 주된 이유부터 순서대로 2개만 선택해주세요. [최소 1개, 최대 2순위 선택]

- | | | |
|----------------------------|----------------|----------------|
| (1) 재미·즐거움 | (2) 휴식(시간 보내기) | (3) 정보 탐색 |
| (4) 학습/교육/배움 | (5) 경제적 수익 | (6) 사회생활 |
| (7) 팬덤/팬십(좋아하는 배우/가수/작가 등) | (8) 습관 | (9) 자기계발 |
| (10) 대인관계·교류 | (11) 새로운 경험/체험 | (12) 기타(_____) |

2. 다음의 각 콘텐츠 별로 귀하께서 선호하시는 장르는 무엇입니까? 가장 선호하시는 장르를 순서대로 최대 2개까지 선택해주세요. [최소 1개, 최대 2순위 선택]

□ OTT 동영상 콘텐츠

- | | | |
|-----------------|---------------------|--------------|
| (1) 예능·연예 | (2) 드라마 | (3) 뉴스 |
| (4) 스포츠 | (5) 시사·교양 | (6) 영화 |
| (7) 다큐멘터리 | (8) 애니메이션 | (9) 공연 |
| (10) 교육 | (11) 운동·명상 등 기능성 영상 | (12) 어린이(키즈) |
| (13) 기타 (_____) | | |

□ TV 시청(지상파, 케이블, 위성TV, IPTV 등)

- | | | |
|--------------|-----------------|--------|
| (1) 예능·연예 | (2) 드라마 | (3) 뉴스 |
| (4) 스포츠 | (5) 시사·교양 | (6) 영화 |
| (7) 다큐멘터리 | (8) 애니메이션 | (9) 교육 |
| (10) 어린이(키즈) | (11) 기타 (_____) | |

□ 유튜브 동영상 콘텐츠

- | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------------|
| (1) 웹 예능·연예 | (2) 웹드라마 | (3) 중계(스포츠, e스포츠) |
| (4) 상담(라이브 방송 등) | (5) 리액션 콘텐츠 | (6) 생활(브이로그 등) |
| (7) 게임 | (8) 음악 | (9) 먹방·음식 |
| (10) 생활정보 | (11) 뷰티/패션 | (12) 어린이(키즈) |
| (13) 여행 | (14) 교육(튜토리얼) | (15) 퍼포먼스(댄스 등) |
| (16) 지식정보(시사·정치·경제) | (17) 상품리뷰 | (18) 동물 |
| (19) 드라마·영화·예능 요약/리뷰 콘텐츠 | (20) 기타 (_____) | |

□ 음악 콘텐츠(라디오 포함)

- | | | |
|------------------|-----------------|------------|
| (1) 아이돌/댄스 | (2) 팝 | (3) 발라드 |
| (4) 트로트 | (5) 힙합 | (6) 록/메탈 |
| (7) 하우스 | (8) 블루스 | (9) 컨트리 뮤직 |
| (10) 포크 | (11) 레게 | (12) 디스코 |
| (13) 전자/일렉트로닉 뮤직 | (14) 로큰롤 | (15) 클래식 |
| (16) 재즈 | (17) 오페라·팝페라 | (18) CCM |
| (19) 어린이 동요/태교 | (20) 기타 (_____) | |

□ 게임 콘텐츠(PC, 모바일, 콘솔)

- | | | |
|--|-------------|--------------|
| (1) 액션 게임(격투 게임, 스텔스 게임, 슈팅 게임 등) | | |
| (2) 컴퓨터 롤플레이팅 게임(MORPG, MMORPG, 액션/시뮬레이션 롤플레이팅 게임 등) | | |
| (3) 퍼즐 게임 | (4) 어드벤처 게임 | (5) 시뮬레이션 게임 |
| (6) 음악 게임 | (7) 스포츠 게임 | (8) 레이싱 게임 |

(9) 아케이드 게임
(12) VR게임(액션)

(10) 소셜게임(애니팡 등) (11)내러티브/인터랙티브 무비 게임
(13) VR게임(오픈월드) (14) 기타 (_____)

□ 웹툰/웹소설

(1) 로맨스	(2) 일상	(3) 코믹
(4) 공포	(5) 액션	(6) 판타지
(7) 요리	(8) 히어로	(9) 스포츠
(10) 스릴러	(11) 무협/사극	(12) BL
(13) 공상과학	(14) 기타 (_____)	

□ 도서

(1) 소설	(2) 시/에세이	(3) 경제/경영
(4) 자기계발	(5) 인문/사회/역사	(6) 예술/문화
(7) 취미/오락	(8) 가정/생활/건강	(9) 과학/기술/공학
(10) 종교/사상	(11) 유아/어린이/청소년	(12) 여학/외국어
(13) 만화책	(14) 기타 (_____)	

□ 극장 영화

(1) 멜로	(2) 코미디	(3) 로맨틱 코미디
(4) 드라마	(5) 액션·누와르	(6) 스릴러
(7) 공포	(8) 전쟁	(9) 탐정
(10) 판타지	(11) 애니메이션	(12) 다큐멘터리
(13) 범죄	(14) 스포츠	(15) 역사
(16) 공상과학	(17) 기타 (_____)	

□ 대중음악 콘서트

(1) 아이돌/댄스	(2) 팝	(3) 발라드
(4) 트로트	(5) 힙합	(6) 록/메탈
(7) 하우스	(8) 블루스	(9) 컨트리 뮤직
(10) 포크	(11) 레게	(12) 디스코
(13) 전자/일렉트로닉 뮤직	(14) 로큰롤	(15) 클래식
(16) 재즈	(17) 오페라·팝페라	(18) CCM
(19) 기타 (_____)		

□ 뮤지컬

(1) 멜로	(2) 코미디	(3) 로맨틱 코미디
(4) 드라마	(5) 액션·누와르	(6) 스릴러
(7) 공포	(8) 전쟁	(9) 탐정
(10) 판타지	(11) 공상과학	(12) 기타 (_____)

콘텐츠산업 동향 브리프 발간 현황

23-1호(창간호)	23-2호	23-3호
 엔데믹 시대, 콘텐츠 소비 격차와 전망 Content Industry Trend Brief 23-1 한국문화관광연구원 Korea Culture & Tourism Research Institute	 문화상품으로 살펴본 한국 콘텐츠 국제경쟁력 Content Industry Trend Brief 23-2 한국문화관광연구원 Korea Culture & Tourism Research Institute	 2024 콘텐츠 소비 전망 Content Industry Trend Brief 23-3 한국문화관광연구원 Korea Culture & Tourism Research Institute
24-1호	24-2호	
 한국인의 시간과 돈, 어느 콘텐츠에? Content Industry Trend Brief 24-1 한국문화관광연구원 Korea Culture & Tourism Research Institute	 콘텐츠 이용 동기와 선호 장르 Content Industry Trend Brief 24-2 한국문화관광연구원 Korea Culture & Tourism Research Institute	