

# 10대 · 20대 문화콘텐츠 소비자 특성

2003. 4. 20

한국문화콘텐츠진흥원

정책개발팀

# < 문화콘텐츠산업 소비자조사 결과1) >

## I. 문화콘텐츠 활동

### 1. 문화콘텐츠 전체 유료 이용률

	구매율(%)			전체 기준 월평균 지출액(원)			이용자 기준 월평균 지출액(원)		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
전체	89.8	97.0	98.4	27,028	28,278	43,731	30,107	29,144	44,438
음악감상(음반구입, 유료 온라인 서비스 등)	71.8	66.7	83.3	6,614	5,052	9,364	9,123	7,477	11,152
애니메이션 관람(영화관, 비디오 등 구입 대여 등)	34.4	47.2	48.3	1,745	1,891	2,369	5,024	3,967	4,835
만화보기(만화책 대여/구입, 유료 만화사이트 이용 등)	30.5	72.0	44.9	2,157	4,426	3,905	6,980	5,989	8,397
캐릭터 제품 구입(펜시용품 등)	12.8	21.2	18.1	1,228	1,603	1,731	9,344	7,391	9,322
게임(오라실 게임기 구입, 온라인 게임 게임CD 구입 등)	23.4	46.2	38.2	4,638	6,320	9,181	19,313	13,499	23,430
영화관람(극장영화, 유료 온라인 영화, 비디오/DVD 대여 등)	69.0	72.6	87.5	9,706	8,570	15,722	13,879	11,608	17,830
대중음악 live 콘서트 관람(유료 관람)	19.9	17.9	29.8	1,327	889	2,111	6,646	4,971	

### 2. 선호 문화콘텐츠(중복응답)

	종합순위(%)			1순위(%)			2순위(%)		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
영화/비디오/DVD 감상	47.1	35.6	48.9	57.5	42.2	60.2	23.5	21.1	24.1
음악감상	25.7	20.5	23.3	18.0	15.8	16.9	43.3	30.7	37.2
게임	7.7	20.2	7.9	6.8	22.4	5.6	9.7	15.4	13.0
애니메이션 감상	3.5	5.2	4.2	1.9	3.6	2.2	7.1	8.6	8.5
만화책 보기	2.7	9.0	2.0	1.4	6.6	0.4	5.7	14.3	5.4
캐릭터 상품 구입	2.5	5.9	2.5	1.9	5.3	2.0	3.9	7.1	3.5
기타	10.1	3.6	11.1	11.5	4.0	12.3	6.8	2.9	8.3
무응답	0.7	0.0	0.3	1.0	0.0	0.4	-	-	-
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

### 3. 선호 문화콘텐츠 장르(중복응답)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
코믹	27.1	29.6	30.5
순정	16.7	13.3	16.9
환타지	9.3	12.5	10.7
추리	8.8	9.4	6.9
무협	7.9	4.9	6.5
폭력	7.5	6.9	7.0
애로	4.8	0.7	2.6
호로	4.3	6.6	5.6
기타	2.6	1.7	3.0
없음/무응답	1.3	0.0	1.1
전체	100.0	100.0	100.0

1) 한국문화콘텐츠진흥원, "문화콘텐츠산업소비자조사", 2003

#### 4. 문화콘텐츠 관련 모바일 서비스(중복응답)

	현재 이용중인 모바일 서비스(%)			향후 이용하고 싶은 모바일 서비스(%)		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대
벨소리 서비스	20.9	23.3	28.5	7.8	7.5	8.1
휴대폰 컬러링	12.1	16.6	19.4	6.5	11.1	8.5
게임	5.7	8.0	9.2	5.9	10.0	8.4
음악	4.6	6.3	5.1	19.0	19.2	19.8
캐릭터	3.6	4.3	7.1	2.4	4.3	3.5
만화	1.2	2.2	1.4	2.9	6.6	3.0
영화	1.1	1.7	0.8	16.6	16.3	20.5
애니메이션	0.6	0.4	0.8	3.6	6.8	4.9
기타	1.5	0.4	1.7	1.0	0.2	1.2
없음	48.7	36.7	26.0	34.3	18.1	22.2
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

#### 5. 저작권 침해 정도

	전체	10대	20대
① 매우 심각하다	31.8	49.2	41.9
② 심각한 편이다	68.2	50.8	58.1
①+② 심각하다	83.3	79.2	83.7
③ 심각하지 않다	15.8	19.8	15.5
④ 모름	1.4	1.0	0.8
계	100.0	100.0	100.0

## II. 대중음악산업분야

### 1. 음악일반

#### ① 이용매체(중복응답)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
TV	23.9	22.9	18.3
mp3, 인터넷	23.3	41.9	38.5
CD	20.0	16.4	22.7
라디오	17.0	6.1	9.2
카세트테이프	10.2	4.9	5.0
케이블방송	5.2	7.1	5.6
기타	0.4	0.6	0.7
전 체	100.0	100.0	100.0

2 음악관련 정보원(중복응답)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
TV에서 얻는다	33.4	28.6	25.6
라디오	20.4	6.3	14.7
인터넷/e-mail	20.0	35.9	32.3
친구/판매점 소개	8.3	14.0	9.6
케이블방송	5.8	6.1	8.2
본인이 직접	5.2	4.9	5.0
신문	3.7	2.2	1.8
음악잡지	2.3	1.6	2.6
기타	0.8	0.2	0.2
없음/무응답	0.2	0.2	0.0
전체	99.9	100.0	100.0

3 구입경로

		사례수	①음악관련 판매점	②인터넷 사이트	①,② 상관없이	구입한 경험없음	계
전체		2005	67.8	4.0	6.4	21.7	100.0
연령	19세 이하	303	65.3	3.6	5.6	25.4	100.0
	20대	503	72.6	7.6	9.7	10.1	100.0

2. 대중음악 구매 결정요인

	①전혀 영향이 없음			②영향이 없음			①+② 영향없음			③다소 영향이 있음			④많은 영향이 있음			③+④ 영향있음			잘 모름		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
장미여부	6.7	10.6	6.4	19.0	20.5	16.1	25.7	31.0	22.5	36.5	36.6	36.0	37.3	32.0	41.6	73.8	68.6	77.5	0.5	0.3	0.0
인기도	10.2	8.3	11.1	26.5	27.1	25.4	36.8	35.3	36.6	34.0	29.4	30.8	28.8	35.0	32.6	62.7	64.4	63.4	0.4	0.3	0.0
가격	8.7	7.9	10.1	24.8	25.1	25.8	33.5	33.0	36.0	44.9	45.5	43.3	21.1	21.1	20.7	66.0	66.7	64.0	0.5	0.3	0.0
케이스 디자인	28.3	27.7	28.6	37.4	36.6	36.0	65.7	64.4	64.6	27.0	29.4	26.0	6.8	5.9	9.3	33.8	35.3	35.4	0.5	0.3	0.0

3. 음악청취 후, 음반을 구매한 경험여부

		사례수	①자주 있다	②간혹 있다	①+② 있다	없다	잘 모름	계
전체		2005	8.8	56.0	64.8	34.4	0.8	100.0
연령	19세 이하	303	12.9	43.2	56.1	42.2	1.7	100.0
	20대	503	15.3	58.6	73.9	24.9	1.2	100.0

#### 4. 뮤직비디오 감상 후, 음반을 구매한 경험

		사례수	①자주 있다	②간혹 있다	①+② 있다	없다	잘모름	계
전체		2005	3.2	28.6	31.8	37.2	1.0	100.0
연령	19세 이하	303	5.3	29.4	34.7	63.4	2.0	100.0
	20대	503	5.6	37.8	43.4	56.1	0.6	100.0

#### 5. 음반 판매점을 통한 음반구입 현황(20대)

기준		구입량(개)			구입비용(원)			구매율(%)		
		전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
음악 CD	전체	4.3	3.2	6.2	47,000	33,000	67,000	59.2	55.1	73.5
	구매자	7.0	5.6	8.0	76,000	58,000	87,000			
카세트 테이프	전체	2.7	2.3	2.5	15,000	14,000	16,000	39.7	33.0	35.2
	구매자	6.3	6.4	6.0	35,000	40,000	39,000			
DVD	전체	0.3	0.1	0.2	7,000	1,000	6,000	4.2	2.6	5.2
	구매자	6.5	3.1	3.7	134,000	42,000	87,000			

#### 6. 인터넷을 통한 음반구입 현황

기준		구입량(개)			구입비용(원)			구매율(%)		
		전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
음악 CD	전체	0.5	0.4	1.0	5,000	5,000	11,000	8.4	9.9	14.3
	구매자	5.7	4.1	6.8	61,000	47,000	76,000			
카세트 테이프	전체	0.1	0.1	0.1	.	1,000	.	1.6	2.6	1.2
	구매자	4.1	5.4	4.3	28,000	34,000	26,000			
DVD	전체	0.1	.	0.2	2,000	1,000	5,000	1.2	1.0	2.2
	구매자	5.2	2.7	7.1	125,000	53,000	200,000			

#### 7. mp3와 스트리밍 서비스 경험여부

	전체	연령				
		10대	20대	30대	40대	50대
사례수(명)	2005	303	503	504	436	259
있다(%)	50.7	76.6	77.9	52.2	24.3	9.3
없다(%)	49.3	23.4	22.1	47.8	75.7	90.7
계(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

#### 8. 온라인 서비스 이용 후 음반구매 변화(N=1,017명)

		사례수	①많이 감소하였다	②약간 감소하였다	①+② 감소함	변함없다	오히려 늘어났다	계
전체		1017	26.9	21.1	48.0	45.0	6.9	100.0
연령	19세 이하	232	26.7	20.3	47.0	45.7	7.3	100.0
	20대	392	31.9	21.4	53.3	39.3	7.4	100.0

### 9. 유료 mp3 이용현황

	이용경험(%)		월 이용비용(원)		향후 이용 의향(%)		MP3 곡당 저장 가격(원)	
	있다	없다	전체 기준	구입자 기준	있다	없다	전체 기준	구입자 기준
전체	4.2	95.8	358.6	9418.6	32.6	67.4	386.1	395.8
10대	6.3	93.7	466.9	9306.7	31.7	68.3	410.2	413.0
20대	5.4	94.6	424.7	8200.4	38.6	61.4	412.9	416.3

### 10. 유료 스트리밍 이용현황

	이용의향(%)		'월정액' 저장 가격 (원)	
	있다	없다	전체 기준	구입자 기준
전체	24.0	76.0	6218.2	6369.8
10대	23.1	76.9	6370.0	6391.8
20대	28.6	71.4	6721.2	6803.7

### 11. 이용료 지불기준

		사례수	월정액제	곡당 정액	어느방법이든 상관없다	잘모름	계
전체		2005	32.7	38.6	27.7	1.0	100.0
연령	19세 이하	303	42.6	33.7	23.1	0.7	100.0
	20대	503	33.6	47.5	18.9	0.0	100.0

### 12. 음악파일 공유에 대한 인식

		사례수	다운로드 받을수 있다	다운로드 받아서는 안된다	기타	잘모름	계
전체		2005	67.5	27.0	1.1	4.4	100.0
연령	19세 이하	303	82.5	16.2	0.3	1.0	100.0
	20대	503	73.2	22.5	1.4	3.0	100.0

### 13. 음반과 mp3 중 선호도

		사례수	①CD/카세트 테이프/DVD등 음반구입	②인터넷을 통한 파일 다운로드 서비스	①,② 상관없음	계
전체		2005	50.0	34.2	15.8	100.0
연령	19세 이하	303	31.7	56.1	12.2	100.0
	20대	503	42.3	46.1	11.5	100.0

## 14. 대중음악 Live 콘서트

	경험 여부(%)		1년간 관람회수(회)		1년간 관람비용(원)		관람후 음반구입 경험				
	있다	없다	전체 기준	관람자 기준	전체 기준	관람자 기준	있다	없다			
전체	20.5	79.5	0.4	2.1	16,000	83,000	41.5	56.8			
10대	18.5	81.5	0.3	1.9	11,000	60,000	48.2	50.0			
20대	30.6	69.4	0.7	2.3	26,000	88,000	42.2	56.5			
정보출처											
	TV	라디오	케이블 방송	음악 잡지	일간/스포츠 신문	인터넷/E-mail	동호회/팬클럽	길거리 광고	친구의 소개/판매점의 추천	기타	없음/무응답
전체	21.8	7.9	4.0	4.2	6.9	23.3	4.6	13.0	13.0	0.4	0.9
10대	22.3	5.8	4.9	6.8	1.0	30.1	6.8	7.8	13.6	0.0	1.0
20대	15.4	7.1	4.3	3.6	2.8	31.6	5.1	17.8	11.5	0.0	0.8

## III. 만화산업분야

### 1. 유료 만화독서 경험

		사례수	유료독서 경험 있음	유료독서 경험 없음	계
전체		2005	32.0	68.0	100.0
연령1	19세 이하	303	74.6	25.4	100.0
	20대	503	48.3	51.7	100.0

### 2. 만화 독서 방법(N=639명)

		사례수	만화책대여해서독서	만화책구입해서 독서	인터넷	기타	계
전체		2005	88.7	4.9	5.9	0.5	100.0
연령	19세 이하	225	89.3	4.9	5.3	0.4	100.0
	20대	243	91.8	2.5	5.8	0.0	100.0

### 3. 만화관련 정보원(N=639명)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
만화방	29.6	22.4	35.7
친구/동료	27.0	36.3	27.0
인터넷/e-mail	18.9	21.8	18.5
TV/케이블방송	7.7	7.6	5.0
일간/스포츠 신문	6.7	0.6	5.3
만화잡지	5.8	7.4	3.7
동호회	1.6	2.5	1.6
기타	1.7	0.8	1.3
무응답	1.0	0.6	1.9
전 체	99.0	100.0	100.0

#### 4. 만화 독서량

	전체	연령				
		10대	20대	30대	40대	50대
사례수(명)	2005	303	503	504	436	259
전체기준(권)	5.8	14.1	10.7	2.7	1.1	0.2
사례수(명)	641	226	243	121	45	6
구독자(권)	18.0	18.9	22.1	11.4	10.5	9.0

#### 5. 만화책 구입경험

	전체	10대	20대
있다	6.2	18.2	7.2
없다	93.8	81.8	92.8

#### 6. 구입권수

	전체	연령				
		10대	20대	30대	40대	50대
사례수(명)	2005	303	503	504	436	259
전체기준(권)	0.7	2.0	0.9	0.5	0.4	·
사례수(명)	124	55	36	19	14	0
구매자(권)	12	11.1	13.1	13.2	11.5	·

#### 7. 만화선택시 고려요인(중복응답: N=639명)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
스토리	35.8	35.5	36.6
캐릭터 등 그림수준	22.3	28.1	21.6
장르	20.7	20.2	20.5
작가	12.6	9.0	14.0
연출력	4.1	2.8	5.3
교육성 정도	2.4	1.3	0.9
가격	1.1	1.8	0.5
구입용이성	0.3	0.0	0.2
기타	0.5	0.5	0.5
무응답	0.4	0.8	0.0
전 체	100.0	100.0	100.0

#### 8. 만화책 구입 장소(N=124명)

		사례수	동네서점	대형서점	만화 전문매장	인터넷 서점	기타	계
전체		124	51.6	28.2	12.1	4.8	3.2	100.0
연령	10대	55	61.8	23.6	10.9	3.6	0.0	100.0
	20대	36	41.7	22.2	22.2	8.3	5.6	100.0



### 9. 만화책 구입 난이도(N=124명)

		사례수	①매우 어렵다	②어려운 편이다	①+② 어렵다	어려움이 없다	계
전체		124	4.0	22.6	26.6	73.4	100.0
연령	19세 이하	55	5.5	21.8	27.3	72.7	100.0
	20대	36	2.8	25.0	27.8	72.2	100.0

### 10. 만화잡지 독서율

		사례수	만화잡지구독함	만화잡지구독 안함	계
전체		2005	3.1	96.9	100.0
연령	19세 이하	303	7.6	92.4	100.0
	20대	503	3.6	96.4	100.0

### 11. 선호장르(중복응답: N=639명)

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
순정	21.6	23.0	22.5
무협	15.6	12.9	16.2
명랑	13.6	15.2	12.9
추리	12.4	12.7	10.1
환타지	11.2	12.7	10.6
스포츠	8.7	7.2	12.0
학원	4.9	7.2	4.9
호리/공포	2.8	2.6	3.5
예로	1.9	0.5	1.2
학습/교육	1.7	1.0	0.7
기타	4.8	4.1	4.2
무응답	0.9	0.8	1.2
전체	100.0	100.0	100.0

### 12. 국적별 만화 선호도

	한국작가(%)		일본작가(%)		기타 서구작가(%)		
	전체 기준	구독자 기준	전체 기준	구독자 기준	전체 기준	구독자 기준	
전체	15.5	49.5	14.5	46.4	1.3	4.5	
연령	19세 이하	33.9	47.5	36.1	53.9	3.5	16.2
	20대	21.1	46.9	25.3	56.6	1.5	13.1

### 13. 인터넷 만화

	전체	10대	20대
있다	25.4	41.9	40.2
없다	74.6	58.1	59.8

## 14. 모바일 만화 서비스 이용경험

	전체	10대	20대
있다	3.7	6.6	5.0
없다	96.3	93.4	95.0

## 15. 신문연재만화 관심도

		사례수	항상 관심을 가지고 본다	어느정도 관심을 가지고 본다	①+② 관심있다	관심없다	계
전체		2005	8.6	28.2	36.8	63.2	100.0
연령	19세 이하	303	6.9	34.3	41.2	58.7	100.0
	20대	503	8.9	30.8	39.7	60.2	100.0

## 16. 일본만화가 우리사회에 미치는 영향

		사례수	①매우 부정적인 영향을 미침	②대체로 부정적인 영향을 미침	①+② 부정적 영향	별 영향 없음	③대체로 긍정적인 영향을 미침	④매우 긍정적인 영향을 미침	③+④ 긍정적 영향	잘모름	계	평균
전체		2005	13.9	41.6	55.5	28.3	12.3	2.3	14.8	1.3	100.0	2.5
연령	19세 이하	303	8.3	31.0	39.3	39.6	15.8	4.0	19.8	1.3	100.0	2.8
	20대	503	6.2	37.4	43.5	34.4	18.7	3.0	21.7	0.4	100.0	2.7

# IV. 애니메이션산업분야

## 1. 애니메이션 관심도

		사례수	①매우 많은 관심을 가지고있다	②어느정도 관심을 가지고있다	①+② 관심있다	관심없다	잘모름	계
전체		2005	8.2	32.5	40.7	58.2	1.1	100.0
연령	19세 이하	303	14.2	46.5	60.7	38.6	0.7	100.0
	20대	503	12.1	42.1	64.3	44.5	1.2	100.0

## 2. 애니메이션 관람 매체

	종합순위(%)		
	전체	10대	20대
TV	19.2	26.6	16.7
영화관	14.6	15.1	19.2
비디오	12.9	13.0	14.4
인터넷	11.9	17.2	17.8
케이블 방송	11.5	13.7	11.3
위성방송	2.9	4.2	2.7
DVD	1.7	1.1	3.1
없음	25.0	9.0	14.9
전체	100.0	100.0	100.0

## 3. 애니메이션 관람 매체

		전체 기준(편)			관람자 기준					
		전체	10대	20대	사례수			편		
					전체	10대	20대	전체	10대	20대
TV	주평균	1.0	2.4	0.8	587	163	147	32	41	25
케이블방송		0.7	1.6	0.9	378	86	110	37	53	40
위성방송		0.1	0.4	0.1	88	28	21	2.9	3.9	2.7
비디오/DVD	월평균	0.7	1.1	0.9	533	120	184	2.6	2.6	2.3
영화관	연평균	0.6	1.0	0.8	520	102	201	2.2	2.8	2.0

## 4. 애니메이션관련 비디오/DVD 구매경험

	전체	10대	20대
있다	8.3	8.3	8.5
없다	91.7	91.7	91.5

## 5. 애니메이션관련 비디오/DVD 구매량

	전체	연령				
		10대	20대	30대	40대	50대
사례수(명)	2005	303	503	504	436	259
전체기준(개)	0.4	0.3	0.3	0.6	0.4	-
사례수(명)	167	25	43	70	25	4
구입자(개)	4.3	4.2	3.3	4.2	6.7	2.3

## 6. 인터넷 애니메이션 서비스

	관람 경험(%)		1년간 관람편수(편수)		유료 인터넷관람비율(%)	
	있다	없다	전체 기준	관람자 기준	전체 기준	관람자 기준
전체	22.0	78.0	6.1	27.7	2.7	97.3
10대	40.6	59.4	8.8	21.6	3.0	97.0
20대	39.2	60.8	13.2	33.9	4.4	95.6

### 7. 애니메이션 관람시 요소별 기대감

	①기대감이 매우 낮다			②기대감이 낮은편이다			①+② 기대감이 낮다			③기대감이 높은편이다			④기대감이 매우 높다			③+④ 기대감이 높다		
	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대	전체	10대	20대
재미, 즐거움 측면	2.9	2.5	4.1	15.6	16.7	10.8	18.5	19.2	14.9	49.5	41.8	52.3	32.0	38.9	32.7	81.5	80.8	85.1
교육적인 측면	10.2	13.8	16.4	39.4	51.0	46.8	49.6	64.9	63.2	35.0	30.5	28.4	15.4	4.6	8.5	50.4	35.1	36.8
예술적인 측면	7.7	10.0	9.1	34.0	36.8	30.1	41.7	46.9	39.2	41.9	38.9	41.8	16.4	14.2	19.0	58.3	53.1	60.8
첨단 특수효과 측면	7.0	9.6	7.0	26.4	31.4	23.4	33.4	41.0	30.4	43.4	36.4	43.9	23.2	22.6	25.7	66.6	59.0	69.6

### 8. 국산 애니메이션에 대한 관심도

		사례수	①매우 많은 관심을 가지고 있다	②어느정도 관심을 가지고 있다	①+② 관심있음	관심없다	계
전체		2005	13.8	47.8	61.6	38.4	100.0
연령	19세 이하	239	9.6	39.3	48.9	51.0	100.0
	20대	341	12.0	49.0	61.0	39.0	100.0

### 9. TV에서의 애니메이션 방영 분량(N=1,081명)

		사례수	현재보다 늘려야 한다	현재가 적당하다	줄여야 한다	잘 모름	계
전체		1081	19.7	67.0	11.1	2.2	100.0
연령	19세 이하	239	19.7	67.4	13.0	0.0	100.0
	20대	342	22.8	70.8	4.4	2.0	100.0

### 10. TV에서의 국산 애니메이션 방영 분량(N=1,081명)

		사례수	현재보다 늘려야 한다	현재가 적당하다	줄여야 한다	국산인지 여부는 중요하지 않다	잘 모름	계
전체		1081	51.8	32.0	3.1	11.4	1.7	100.0
연령	19세 이하	239	43.9	36.8	7.1	11.7	0.4	100.0
	20대	342	55.6	26.6	1.5	14.9	1.5	100.0

## 11. 국산 애니메이션 발전 수준(N=1,081명)

		사례수	①매우 낮다	②낮은 편이다	①+②	비슷한 수준이다	③높은 편이다	④매우 높다	③+④	잘모름	계	평균
시나리오, 기획, 소재 부분의 발전 수준	전체	1081	10.0	40.8	50.8	37.0	9.8	1.8	11.6	0.6	100.0	2.5
	19세 이하	239	15.1	33.9	49.0	41.0	7.5	2.1	9.6	0.4	100.0	2.5
	20대	342	12.9	45.3	58.2	32.7	7.9	0.9	8.8	0.3	100.0	2.4
그림, 동작, 동영상 부분의 발전 수준	전체	1081	8.5	39.7	48.2	33.7	15.0	2.4	17.4	0.7	100.0	2.6
	19세 이하	239	8.8	41.0	31.4	49.8	15.1	2.9	18.0	0.8	100.0	2.6
	20대	342	14.6	43.3	27.2	57.9	12.3	2.3	14.6	0.3	100.0	2.4
사운드, 더빙, 음악효과 부분의 발전수준	전체	1081	7.7	35.5	43.2	41.1	11.8	2.9	14.7	0.7	100.0	2.7
	19세 이하	239	10.9	33.5	44.4	37.7	13.4	3.8	17.2	0.8	100.0	2.7
	20대	342	9.9	40.9	50.9	36.3	9.4	3.2	12.6	0.3	100.0	2.5

## 12. 애니메이션 관람 기준(N=1,080명)

		사례수	스토리	캐릭터/그림 디자인	장르	첨단 기술	TV/신문 등의 평	주변 사람들의 권유	교육적 효과	제작 국가	기타	없음/무응답
전체		1080	29.5	21.6	14.8	6.7	5.5	8.6	9.1	2.9	0.9	0.3
연령	19세 이하	239	29.3	25.9	16.5	6.4	3.4	12.6	2.3	2.7	0.5	0.4
	20대	342	31.9	22.6	14.8	8.1	5.9	9.3	2.9	3.3	1.2	0.1

## V. 캐릭터산업 분야<sup>2)</sup>

### 1. 연령대별 캐릭터 구매액과 시장 규모

	1인당 평균 구매액	인구수	시장규모
유아	370,000원	약 500만명	약 1조 8,500억원
초등 학생 1-3학년	210,000원	약 190만명	약 3,990억원
초등 학생 4-6학년	130,000원	약 190만명	약 2,470억원
중학생	72,400원	약 183만명	약 1,326억원
고등학생	70,000원	약 199만명	약 1,393억원
대학생	66,000원	약 173만명	약 1,142억원
20대	60,000원	약 647만명	약 3,882억원
30대	100,000원	약 850만명	약 8,500억원
계		약 2932만명	약 4조 1,203억원

2) 한국문화콘텐츠진흥원, "2002 캐릭터동향", 2002

2. 캐릭터상품의 주 구매장소 \* 캐릭터상품을 사는 주목적 \* 소속 분석표

소속			캐릭터상품을 사는 주목적					Total
			본인이 사용하려고	가족이 사용하려고	가족이나 친척에게 선물하려고	친구에게 선물하려고	기타	
중학생	캐릭터상품을 주구매장소	백화점	27	1	1	3	1	33
		할인점	27	3	4	6	2	42
		편의점	4	2		12		18
		팬시전문점	177	8	8	73	9	275
		일반문구점	59	3	3	19	4	88
		가판대	7			1		8
		기타	28			2	6	36
		Total	329	17	16	116	22	500
고등 학생	캐릭터상품을 주구매장소	백화점	9	1		2		12
		할인점	27	2		15	3	47
		편의점	2	4		13	1	20
		팬시전문점	205	5	16	107	9	342
		일반문구점	30	1		5	5	41
		가판대	2		1	2		5
		기타	13			3	8	24
		Total	288	13	17	147	26	491
대학생	캐릭터상품을 주구매장소	백화점	10		1	6		17
		할인점	18	4	1	7	2	32
		편의점	6			6		12
		팬시전문점	124	5	15	102	5	251
		일반문구점	23		6	6		35
		가판대	17		1	17	1	36
		기타	6		1	1	1	9
		Total	204	9	25	145	9	392

3. 주구매장소 위치 \* 캐릭터상품의 주구매장소 \* 소속 분석표

소속			캐릭터상품을 주구매장소						Total	
			백화점	할인점	편의점	팬시전문점	일반문구점	가판대		기타
중학생	주구매 장소 위치	학교근처	3	5	3	74	20		105	
		집근처	9	17	8	57	44	1	139	
		길가나 아무 곳에서	7	10	7	83	21	7	140	
		특별히 찾아가는곳이 있다	15	9		62	3		26	115
		Total	34	41	18	276	88	8	34	499
고등학생	주구매 장소 위치	학교근처	3	5	4	122	13		2	149
		집근처	4	23	9	74	13		6	129
		길가나 아무 곳에서	2	7	6	113	12	5	4	149
		특별히 찾아가는곳이 있다	4	12	1	37	3		12	69
		Total	13	47	20	346	41	5	24	496
대학생	주구매 장소 위치	학교근처	6	6	3	100	21	9		145
		집근처	6	12	6	40	2		1	67
		길가나 아무 곳에서	1	9	1	88	11	25	4	139
		특별히 찾아가는곳이 있다	4	5	2	22	1	1	4	39
		Total	17	32	12	250	35	35	9	390

4. 1회 상품구매액수 \* 캐릭터상품의 주구매장소 \* 소속 분석표

		캐릭터상품을 주구매장소							Total	
소속		백화점	할인점	편의점	팬시전문점	일반문구점	가판대	기타		
중학생	1회 상품구 매액수	5천원 미만	2	11	4	108	49	6	7	187
		5천원 이상-1만원 미만	10	15	12	131	30	1	16	215
		1만원 이상 -1만5천원 미만	5	12	2	26	6		4	55
		1만5천원 이상	16	4		9	4	1	7	41
	Total	33	42	18	274	89	8	34	498	
고등학생	1회 상품구 매액수	5천원 미만	1	9	1	135	32	4	10	192
		5천원 이상-1만원 미만	5	21	11	159	7		2	205
		1만원 이상 -1만5천원 미만	4	12	8	43	1	1	4	73
		1만5천원 이상	3	4		12	1		7	27
	Total	13	46	20	349	41	5	23	497	
대학생	1회 상품구 매액수	5천원 미만		3	4	74	21	21	3	126
		5천원 이상-1만원 미만	9	15	5	127	10	11	3	180
		1만원 이상 -1만5천원 미만	7	10	3	45	4	2		71
		1만5천원 이상	1	4		6		1	3	15
	Total	17	32	12	252	35	35	9	392	

5. 평균 구매 횟수 \* 캐릭터상품의 주구매장소 \* 소속 분석표

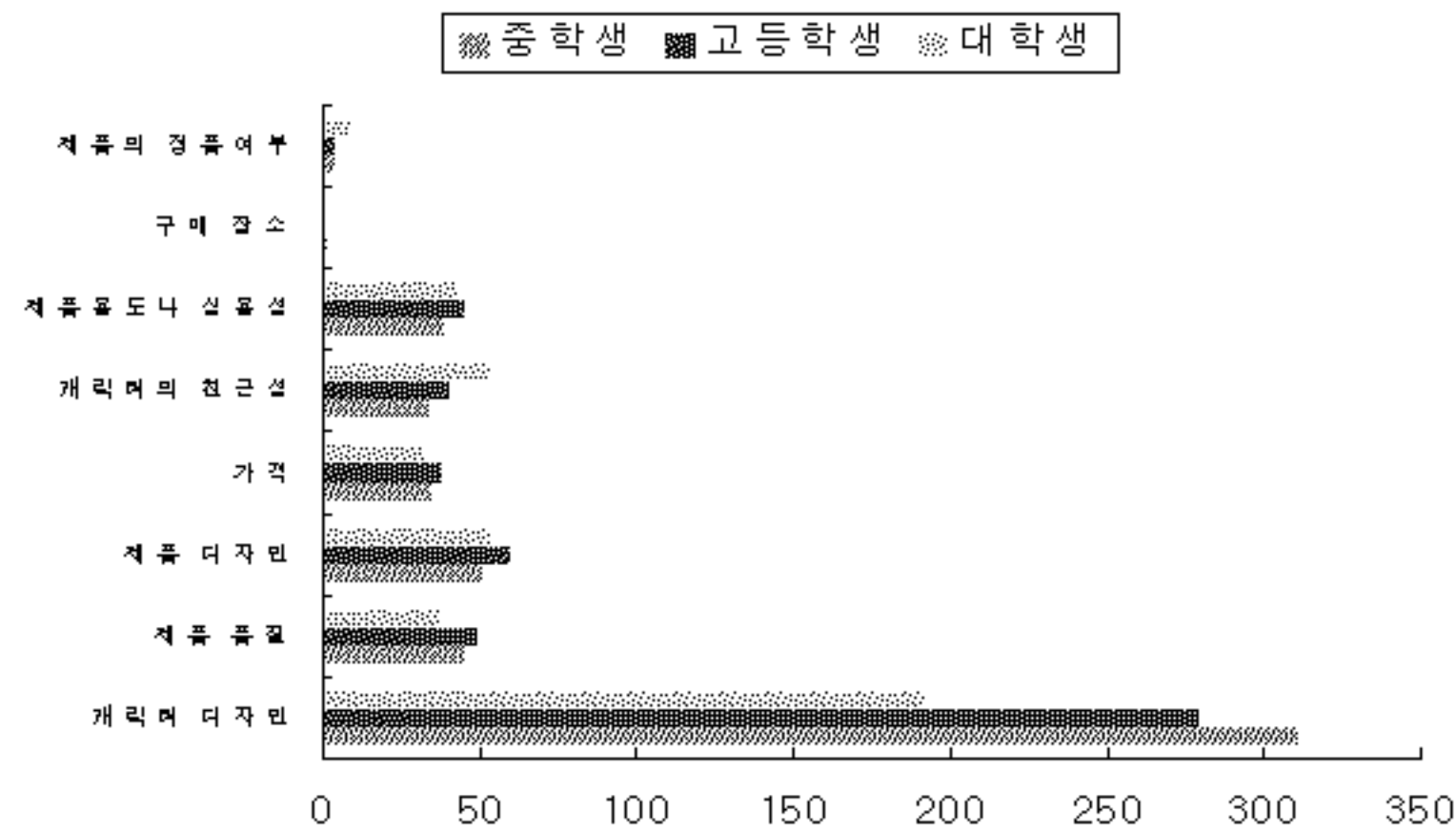
소속		캐릭터상품을 주구매장소							Total	
		백화점	할인점	편의점	팬시전문점	일반문구점	가판대	기타		
중학생	평균 구매 횟수	월 4회 이상	2	1		35	9	1	1	49
		월 3회	1	5	3	27	10		3	49
		월 2회	6	3	2	50	16	2	7	86
		월 1회	4	10	1	51	14		7	87
		2개월에 한 번	4	4	1	32	6		2	49
		3개월에 한 번	2	2		16	2	3	1	26
		4개월에 한 번	2	4	5	13	3		2	29
		5개월에 한 번	2	3	1	6	3	1		16
		6개월에 한 번	3	6	2	16	10			37
		기타	7	4	3	34	15	1	13	77
Total		33	42	18	280	88	8	36	505	
고등학생	평균 구매 횟수	월 4회 이상		2		22	6		1	31
		월 3회	1	5	2	29	2		1	40
		월 2회	4	3	2	58	10		2	79
		월 1회	1	10	1	76	8		3	99
		2개월에 한 번		7	1	27	2		4	41
		3개월에 한 번	2	4	1	35	1	2	2	47
		4개월에 한 번	1	3	6	14				24
		5개월에 한 번	2	4	3	3		2		14
		6개월에 한 번	2	6	3	41	6		1	59
		기타		2	1	46	6	1	10	66
Total		13	46	20	351	41	5	24	500	
대학생	평균 구매 횟수	월 4회 이상			2	5	2		1	10
		월 3회	1	2	3	9		1		16
		월 2회	5	4	1	32	3	6		51
		월 1회	3	5		54	4	7	3	76
		2개월에 한 번	2	6	2	40	5	3		58
		3개월에 한 번	1	6		21	4	6	1	39
		4개월에 한 번		1	1	15	4	1		22
		5개월에 한 번		2	2	8				12
		6개월에 한 번	4	5	1	45	5	6		66
		기타	1	1		27	8	5	4	46
Total		17	32	12	256	35	35	9	396	



## 6. 구매품목 \* 소속

	중학생	고등학생	대학생	Total
인형/완구	227	233	169	629
문구/책시	346	363	287	996
의류	48	58	35	141
스포츠용품	27	28	28	83
악세사리/장신구	136	160	139	435
가정생활잡화	26	30	33	89
자동차 관련용품	3	11	10	24
식품식음	22	21	7	50
영상물Video	74	70	46	190
게임/오락	119	94	55	268
유아용품	11	16	14	41
출판물	19	32	13	64
건강/미용	15	5	8	28
신발류	25	13	15	53
가방류	44	27	22	93
가전상품	1	3	4	8
음악CD/카세트	70	75	37	182
컴퓨터전산용품	31	29	26	86
서비스 상품	10	15	16	41
기타	32	30	15	77
Total	1286	1313	979	

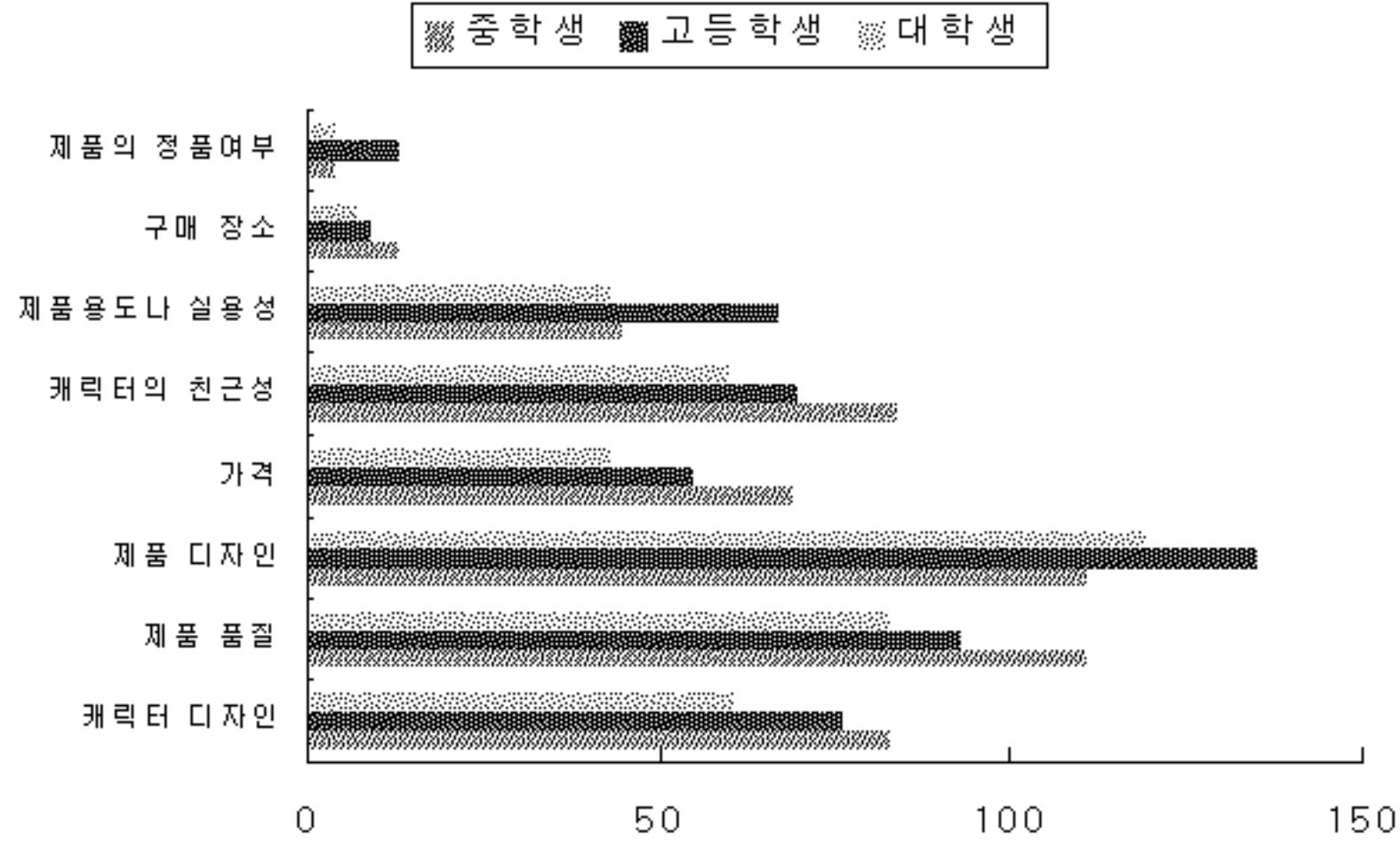
## 7. 캐릭터상품 구매 시 고려 1순위



8. 캐릭터제품구매 중요도 1순위 \* 소속 \* 성별 분석표

성별			소속			Total
			중학생	고등학생	대학생	
남	캐릭터제품구매 중요도1순위	캐릭터 디자인	147	122	90	359
		제품 품질	19	22	18	59
		제품 디자인	22	18	31	71
		가격	22	18	17	57
		캐릭터의 친근성	18	23	36	77
		제품용도나 실용성	18	16	23	57
		구매 장소		1	1	2
		제품의 정품여부	2	1	8	11
Total			248	221	224	693
여	캐릭터제품구매 중요도1순위	캐릭터 디자인	158	160	98	416
		제품 품질	26	27	19	72
		제품 디자인	29	42	22	93
		가격	12	20	14	46
		캐릭터의 친근성	16	18	18	52
		제품용도나 실용성	21	30	18	69
		구매 장소	2			2
		제품의 정품여부	2	3	1	6
Total			266	300	190	756

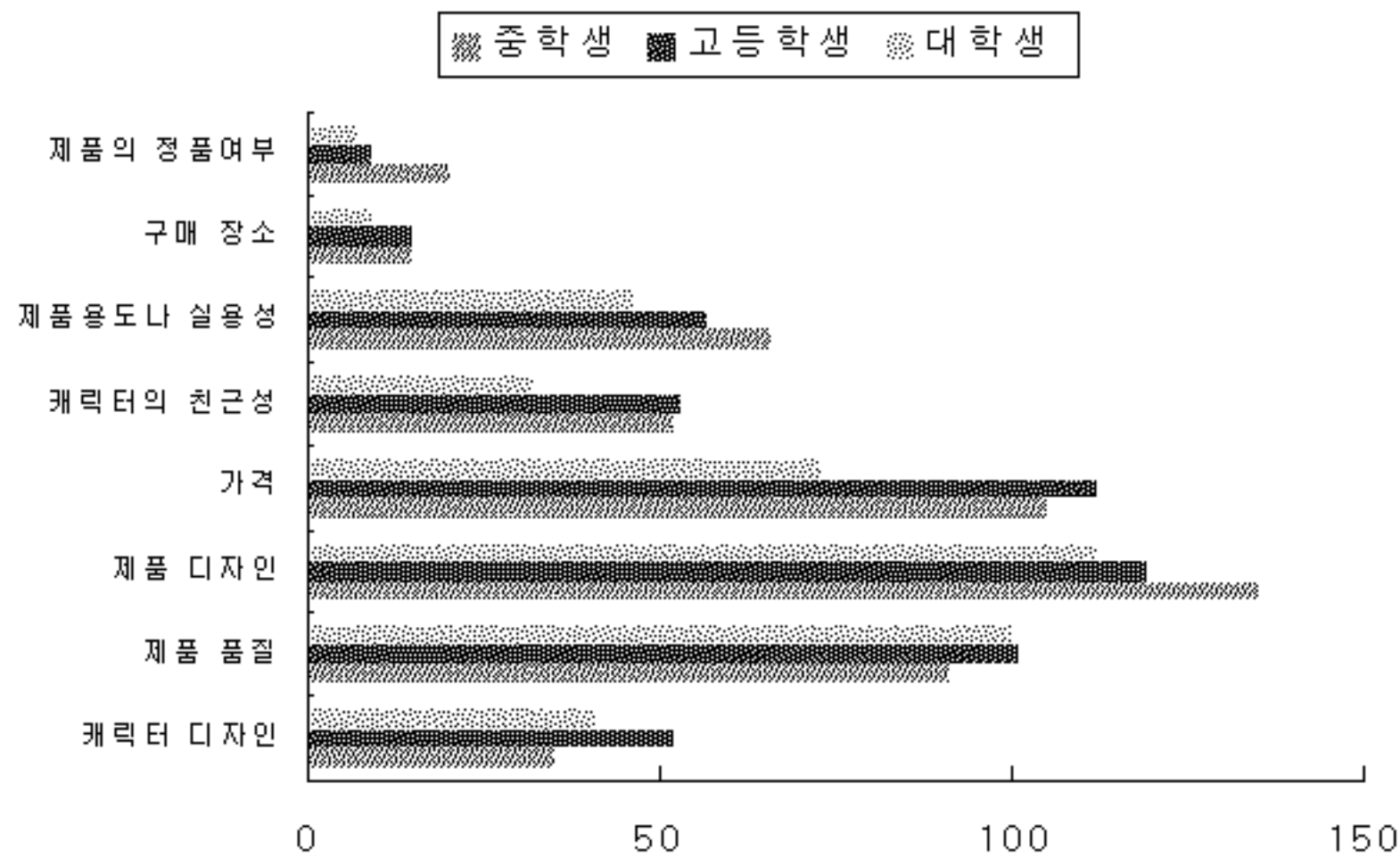
9. 캐릭터상품 구매 시 고려 2순위



10. 캐릭터제품구매 중요도 2순위 \* 소속 \* 성별 분석표

성별			소속			Total
			중학생	고등학생	대학생	
남	캐릭터제품구매 중요도2순위	캐릭터 디자인	40	30	34	104
		제품 품질	65	43	42	150
		제품 디자인	49	55	63	167
		가격	35	21	26	82
		캐릭터의 친근성	40	36	37	113
		제품용도나 실용성	10	26	16	52
		구매 장소	5	4	4	13
		제품의 정품여부	4	6	2	12
	Total	248	221	224	693	
여	캐릭터제품구매 중요도2순위	캐릭터 디자인	42	46	27	115
		제품 품질	43	51	42	136
		제품 디자인	62	81	50	193
		가격	32	34	18	84
		캐릭터의 친근성	42	34	22	98
		제품용도나 실용성	35	41	27	103
		구매 장소	8	5	2	15
		제품의 정품여부		7	2	9
	Total	264	299	190	753	

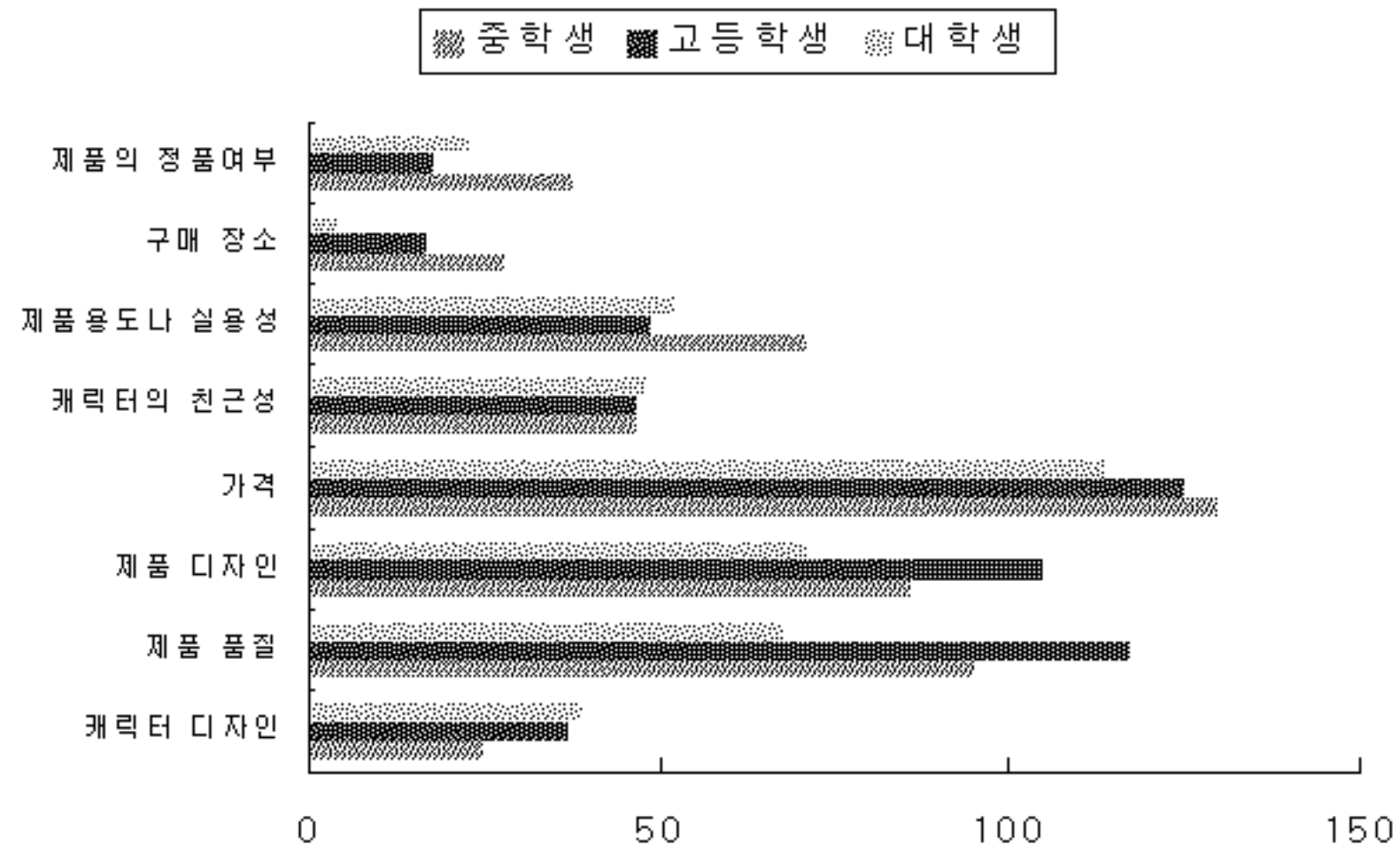
11. 캐릭터상품 구매 시 고려 3순위



12. 캐릭터제품구매 중요도 3순위 \* 소속 \* 성별 분석표

성별			소속			Total
			중학생	고등학생	대학생	
남	캐릭터제품구매 중요도3순위	캐릭터 디자인	20	17	23	60
		제품 품질	43	41	54	138
		제품 디자인	66	58	61	185
		가격	50	49	42	141
		캐릭터의 친근성	23	23	19	65
		제품용도나 실용성	27	26	19	72
		구매 장소	10	6	6	22
		제품의 정품여부	9	1		10
	Total		248	221	224	693
여	캐릭터제품구매 중요도3순위	캐릭터 디자인	15	35	18	68
		제품 품질	47	62	41	150
		제품 디자인	67	62	51	180
		가격	53	62	30	145
		캐릭터의 친근성	29	30	13	72
		제품용도나 실용성	39	31	27	97
		구매 장소	5	9	3	17
		제품의 정품여부	9	8	7	24
	Total		264	299	190	753

13. 캐릭터상품 구매 시 고려 4순위



14. 캐릭터제품구매 중요도 4순위 \* 소속 \* 성별 분석표

성별			소속			Total
			중학생	고등학생	대학생	
남	캐릭터제품구매 중요도4순위	캐릭터 디자인	11	17	20	48
		제품 품질	44	50	42	136
		제품 디자인	44	40	32	116
		가격	60	55	57	172
		캐릭터의 친근성	25	23	30	78
		제품용도나 실용성	33	17	27	77
		구매 장소	10	7	3	20
		제품의 정품여부	21	10	13	44
Total			248	219	224	691
여	캐릭터제품구매 중요도4순위	캐릭터 디자인	14	20	18	52
		제품 품질	50	66	27	143
		제품 디자인	41	65	39	145
		가격	69	70	54	193
		캐릭터의 친근성	22	26	16	64
		제품용도나 실용성	37	32	24	93
		구매 장소	17	10	1	28
		제품의 정품여부	15	9	10	34
Total			265	298	189	752

15. 구매순위 중요도

		고려 1순위	고려 2순위	고려 3순위	고려 4순위	
인구통계학적 변수	남	중학생	캐릭터 디자인	제품 품질	제품 디자인	제품 가격
		고등학생	캐릭터 디자인	제품 디자인	제품 디자인	제품 가격
		대학생	캐릭터 디자인	제품 디자인	제품 디자인	제품 가격
	여	중학생	캐릭터 디자인	제품 디자인	제품 디자인	제품 가격
		고등학생	캐릭터 디자인	제품 디자인	제품 품질 제품 디자인 제품 가격	제품 품질 제품 디자인 제품 가격
		대학생	캐릭터 디자인	제품 품질	제품 디자인	제품 가격

vi 게임 분야<sup>3)</sup>

1. 하루평균 여가시간

	전체	9세-14세	15세-19세	20세-24세
30분 미만	3.3%	1.3%	1.8%	3.2%
30분~1시간미만	12.0%	9.4%	7.4%	8.6%
1~2시간미만	24.9%	27.7%	19.6%	21.4%
2~3시간미만	30.7%	22.6%	34.4%	33.7%
3~5시간미만	16.0%	17.6%	18.4%	17.6%
5시간이상	13.2%	21.4%	18.4%	15.5%
잘모름/무응답	0.0%			

3) 한국게임산업개발원, 게임산업백서, 2002

## 2. 한달 여가비용 (유흥/오락/레저 비용)

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
3만원미만	21.0	74.8	27.0	7.0%
3만원~7만원미만	16.8	15.7	28.8	19.8%
7만원~10만원미만	13.1	4.4	19.6	15.5%
10만원~15만원미만	14.6	3.8	11.7	15.0%
15만원~20만원미만	8.6	0.6	4.3	11.2%
20만원~30만원미만	13.0	0.6	6.7	15.0%
30만원~40만원미만	5.1		1.2	8.0%
40만원~50만원미만	3.8		0.6	5.9%
50만원~70만원미만	2.4			1.6%
70만원~100만원미만	0.8			1.1%
100만원이상	0.9			

## 3. 여가생활에 대한 만족도

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
매우 불만족	4.0		6.7	1.1
다소 불만족	20.0	6.9	19.6	23.0
보통	48.7	47.2	47.2	50.8
다소 만족	22.1	32.1	21.5	20.5
매우 만족	4.7	13.8	4.3	2.7
잘 모름/무응답	0.5		0.6	

## 4. 친구(동료)들과 어울려서 주로 가는 장소

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
기타	4.3	11.9	0.6	2.1
당구장/탁구장/볼링장	12.7		5.5	15.5
집	21.2	56.6	18.4	4.3
커피숍,호프집	43.5		17.8	57.8
아르바이트	0.5		0.6	2.1
쇼핑	15.7	8.2	5.5	15.5
도서관/학원 등	12.2	38.4	20.2	5.9
비디오방/노래방/만화방	21.5	11.9	45.4	15.0
영화관/연극	23.0	5.0	21.5	34.2
PC방/오락실	33.3	53.5	52.1	35.3
무응답	12.6	12.6	12.3	12.3

## 5. 컴퓨터 이용시 주로 하는 일

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
기타	1.1	1.9	1.2	0.5
컴퓨터그래픽	0.3		0.6	
사무/문서처리	4.2		1.2	3.7
이메일	23.1	16.4	27.6	31.0
상품구매	0.9			0.5
증권구매	1.3			1.1
음악/영화/만화감상	6.9	8.8	8.0	7.0
채팅	4.5	6.9	9.2	3.7
정보검색	19.2	1.9	5.5	18.2
게임	37.6	63.5	46.6	34.2
무응답	1.0	0.6		

## 6. 인터넷 이용 장소

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
이용안함	1.8	1.9		
기타	0.2	1.8		
학교/사무실	15.0	1.3	2.5	12.8
PC방	15.0	10.7	12.3	20.9
집	67.6	84.3	85.3	66.3
무응답	0.4	0.6		

## 7. 한달 평균 PC방 이용 횟수

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
이용안함	42.3	38.4	27.0	25.1
거의 매일	8.2	5.0	10.4	11.2
11~15회	6.7	3.8	9.2	7.5
6~10회	8.5	10.7	8.0	12.8
1~5회	34.2	41.5	45.4	43.3
무응답	1.0	0.6		

## 8. PC방 이용 목적

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
기타	0.9	1.0	0.8	1.4
상품매매	0.5		0.8	
증권매매	0.7			
문서작성	1.0	1.0	0.8	1.4
이메일	15.8	14.3	15.1	17.1
채팅	4.5	6.1	7.6	3.6
정보검색	10.5	1.0	4.2	14.6
게임	66.2	76.5	70.6	

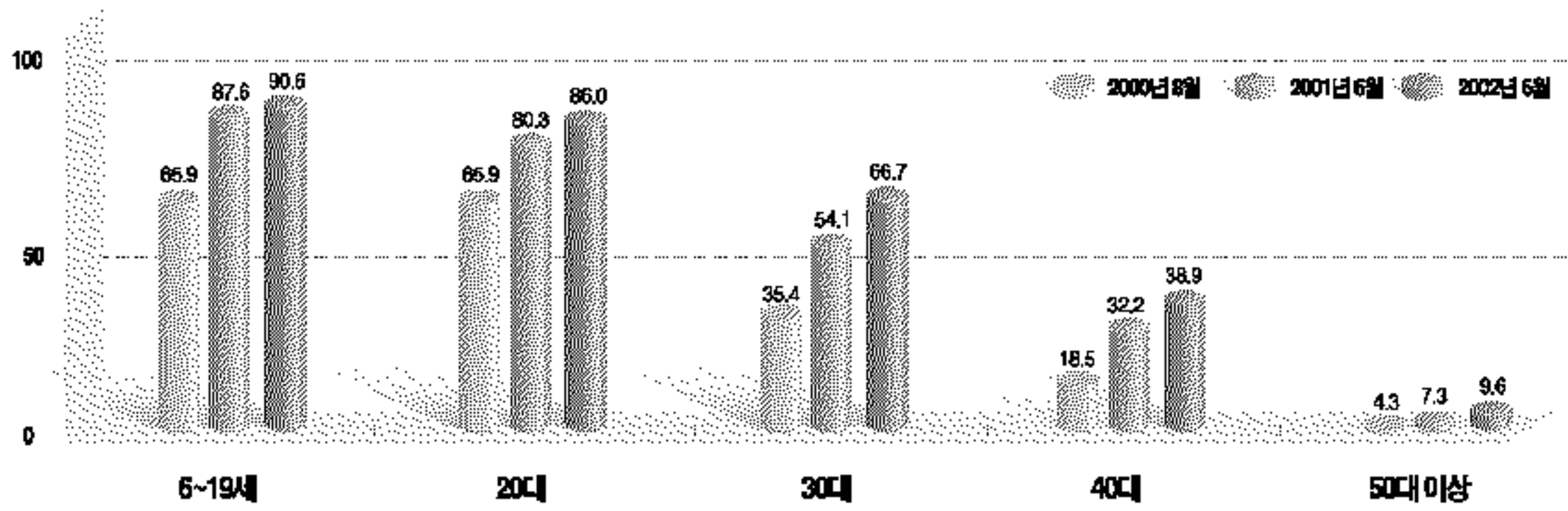
## 9. 게임 경험 여부

	전체(%)	9세-14세(%)	15세-19세(%)	20세-24세(%)
게임경험 없음	12.5	5.0	3.1	8.6
게임경험 있음	87.5	95.0	96.9	91.4

## vii 인터넷산업 분야<sup>4)</sup>

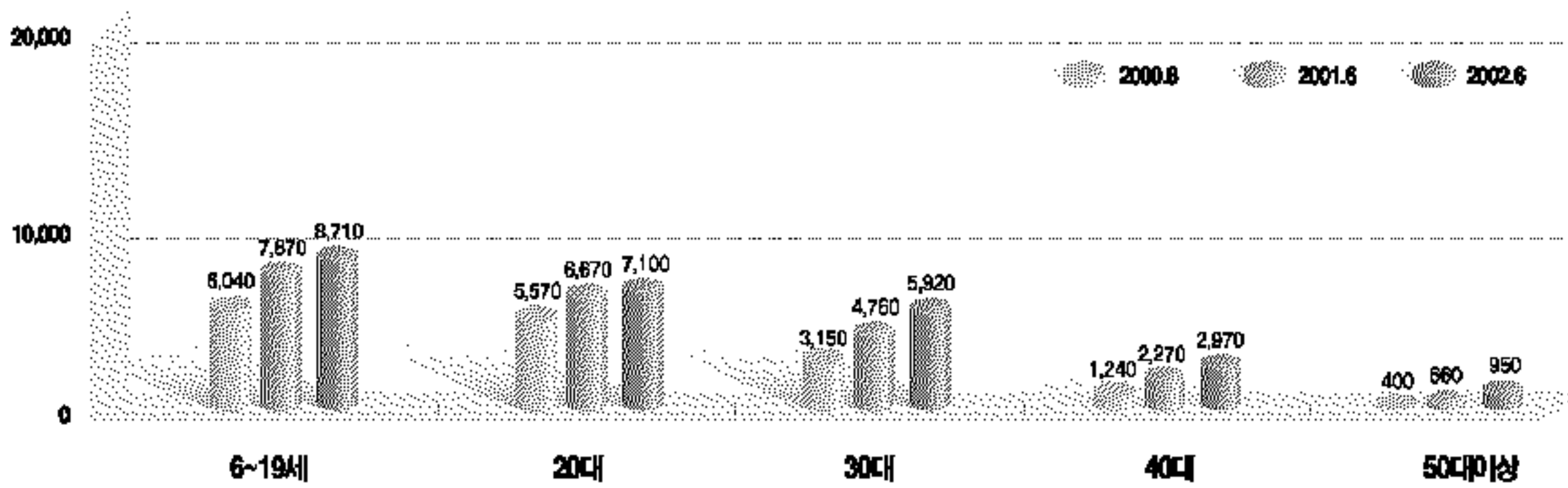
[ <그림 2-08> 연령별 인터넷 이용률 ]

(단위 : %)



[ <그림 2-09> 연령별 인터넷 이용자 수 ]

(단위 : 천 명)



4) 한국인터넷정보센터, “인터넷이용자수 및 이용행태조사”, 2002



[ (표 2-08) 인터넷 이용 기간(성별·연령별·학력별) ]

(단위 : %, 인터넷 이용자)

		3개월 미만	3~6개월	6개월 ~ 1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3년 이상	평균 (개월)
전 체		1.1	3.5	4.6	24.8	25.7	40.3	33.9
성 별	남성	0.9	2.9	3.6	23.3	24.6	44.8	36.4
	여성	1.4	4.3	5.9	26.6	27.0	34.8	31.0
연령별	6~19세	1.0	4.0	4.1	30.1	30.3	30.5	29.4
	20대	0.2	1.5	2.0	15.5	22.2	58.5	41.3
	30대	1.8	4.0	6.1	26.4	23.4	38.3	34.0
	40대 이상	1.9	5.3	8.3	27.4	25.1	31.9	30.6
학력별	초/중학생	0.8	2.9	4.8	37.0	32.5	22.1	26.6
	고등학생	0.0	0.2	0.6	12.9	29.4	56.9	40.2
	대학생	0.2	0.8	0.8	10.0	25.8	62.5	42.8
	고졸 이하	2.5	5.7	8.5	31.9	23.8	27.6	27.4
	대졸 이상	1.9	1.9	3.1	17.2	22.7	54.8	41.6

[ (표 2-12) 성별·연령별 인터넷 이용 목적<sup>※</sup> ]

(단위 : %, 인터넷 이용자)

		자료 정보 검색	메일 사용	게임	쇼핑 예약	오락 (영화 음악)	신문 뉴스 잡지	채팅	인터넷 뱅킹	동호회	학습	인터넷 폰	기타
전 체		82.1	65.7	44.9	10.0	13.1	11.6	8.6	5.1	4.5	8.0	0.1	2.0
성 별	남성	83.8	64.3	53.3	5.2	11.0	15.4	6.0	5.5	3.8	6.2	0.1	1.5
	여성	80.1	67.5	34.6	15.7	15.8	6.9	10.7	4.6	5.4	10.3	0.2	2.6
연령별	6~19세	70.6	63.3	70.0	2.3	14.2	1.1	18.3	0.3	4.4	14.4	0.2	1.5
	20대	88.6	79.4	38.8	13.6	15.3	10.0	7.7	3.3	6.1	4.9	0.1	2.0
	30대	88.8	62.2	27.0	15.5	12.2	21.1	2.9	10.4	3.6	5.6	0.2	1.9
	40대 이상	86.0	51.7	27.2	12.1	8.4	23.2	1.8	10.7	3.1	3.3	0.1	3.0

[ <표 2-14> 인터넷 이용에 따른 일상 생활의 활동 시간 변화(성별·연령별) ]

(15살 적도, 인터넷 이용자)

		TV 시청 시간 변화	종이 신문 보는 시간 변화	라디오 청취 시간 변화	가족간 대화 시간 변화	수면 시간 변화	취미 활동 시간 변화	오프라인 교제 및 모임 참석 시간 변화
전 체		2.62	2.79	2.88	2.88	2.76	2.95	2.98
성 별	남성	2.59	2.77	2.88	2.88	2.73	2.93	2.98
	여성	2.65	2.82	2.88	2.89	2.78	2.95	2.98
연령별	6~19세	2.58	2.87	2.81	2.88	2.75	2.96	2.98
	20대	2.56	2.69	2.81	2.84	2.67	2.93	2.97
	30대	2.68	2.78	2.90	2.91	2.81	2.96	2.98
	40대 이상	2.73	2.83	2.93	2.92	2.85	2.95	2.99

[ <표 2-15> 성·연령별 유료 콘텐츠 이용 경험률 ]

(단위 : %)

		이용 경험 없음	이용 경험 있으나 6개월전	6개월내 이용 경험 있음
전 체		87.8	2.6	9.6
성 별	남성	85.5	3.2	11.3
	여성	90.6	1.9	7.5
연령별	6~19세	93.9	1.3	4.8
	20대	81.7	4.0	14.3
	30대	85.1	3.1	11.8
	40대 이상	89.5	2.1	8.4

【 <표 2-16> 성·연령별 이용 유료 콘텐츠 종류 】

(단위 : %, 중복 응답, 유료 콘텐츠 이용 경험자)

		온라인 게임	성인용 영화	교육용 콘텐츠	뉴스, 신문	증권 정보	패일 용량 추가 사이버 저장 공간	업무/연구 목적 자료	커뮤니티, 동호회	음악	기타
전 체		28.5	30.2	21.7	2.7	5.6	2.6	9.2	7.8	7.4	10.1
성 별	남성	35.3	32.3	13.2	3.0	6.9	3.6	11.0	5.6	6.9	9.4
	여성	16.1	26.4	37.1	2.1	2.1	0.8	5.9	11.8	8.2	11.3
연 령 별	6~19세	46.1	20.7	27.3	1.5	0.0	0.9	0.0	11.4	1.4	12.0
	20대	27.6	35.1	14.5	2.0	4.6	4.3	11.4	10.8	10.9	9.2
	30대	21.3	30.3	28.7	3.7	8.0	2.3	9.4	3.8	8.5	9.5
	40대 이상	24.6	26.9	21.9	4.1	10.6	0.0	13.5	2.3	1.3	12.0

【 <표 2-17> 성별·연령별 유료콘텐츠 이용비용 】

(단위 : %, 유료 콘텐츠 이용 경험자)

		1,000원 이하	1,000~3,000원	3,000~5,000원	5,000~10,000원	10,000~20,000원	20,000~30,000원	30,000원 이상	이용자 평균 (천 원)
전 체		9.8	21.6	2.9	17.9	24.2	9.2	14.2	13.9
성 별	남성	9.3	20.0	2.9	16.7	25.6	8.4	17.1	15.8
	여성	10.8	24.5	3.0	20.3	21.7	10.7	9.6	10.6
연 령 별	6~19세	16.4	25.4	3.9	17.4	18.2	5.0	13.7	10.8
	20대	9.4	23.8	1.7	21.6	23.5	7.8	12.9	13.5
	30대	8.2	16.1	3.9	15.6	27.3	11.0	17.8	17.1
	40대 이상	6.4	21.7	3.4	14.1	27.6	15.1	11.7	12.6

[ <표 2-18> 성별·연령별 유료 콘텐츠 선호 결제 방식 ]

(단위 : %, 유료 콘텐츠 이용 경험자)

		신용카드 결제	온라인 송금, 무통장 입금	인터넷 전용화폐	직립 포인트 카드	휴대폰 소액결제	기타	잘모름
전 체		41.1	16.0	2.0	1.2	35.7	3.1	0.9
성 별	남성	43.5	15.4	1.7	1.6	34.5	2.8	0.5
	여성	36.8	17.0	2.5	0.5	38.0	3.8	1.4
연령별	6~19세	17.2	27.3	2.5	1.1	38.7	11.6	1.6
	20대	43.9	10.9	1.2	2.1	40.2	1.1	0.6
	30대	51.5	14.4	3.1	0.0	29.1	0.7	1.3
	40대 이상	40.7	20.4	1.5	1.2	32.1	4.1	0.0

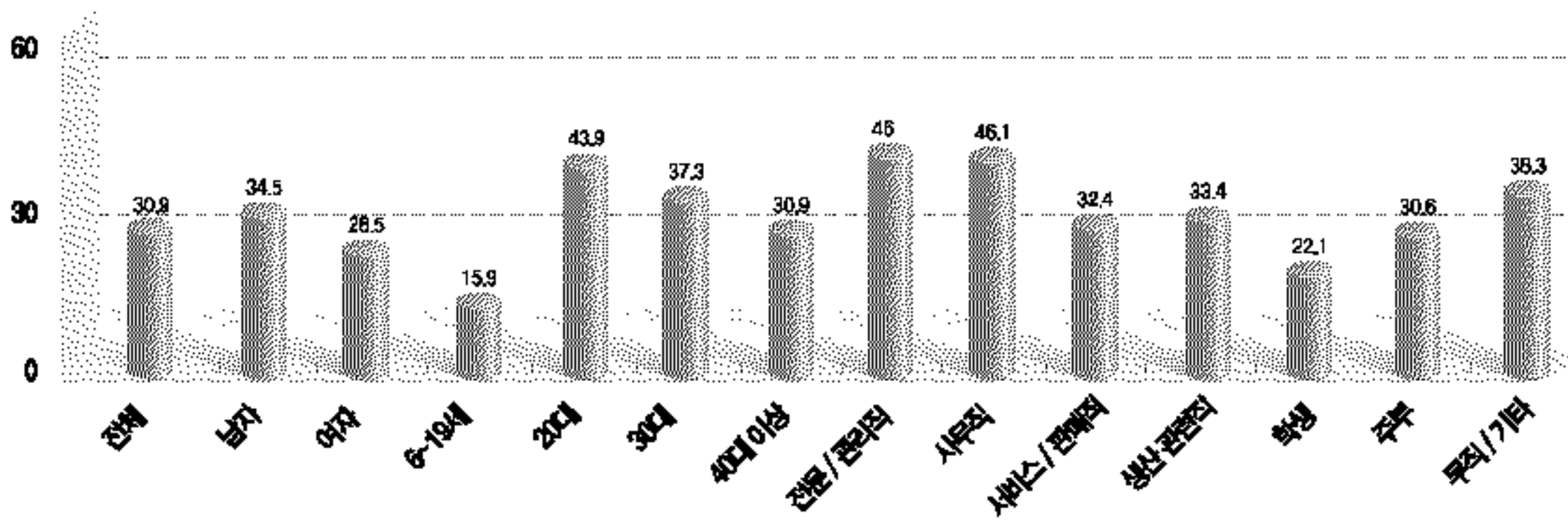
[ <표 2-19> 성별·연령별·직업별 콘텐츠 유료화에 대한 의견 ]

(단위 : %, 인터넷 이용자)

		부정적임	아직 유료화는 시기상조	점차적인 유료화는 바람직	당연히 유료화 되어야함	잘모름
전 체		52.3	20.0	19.8	3.2	4.7
성 별	남성	49.0	20.3	22.3	3.8	4.6
	여성	56.4	19.6	16.6	2.5	4.9
연령별	6~19세	68.8	12.3	8.5	1.4	9.0
	20대	39.8	25.6	28.2	4.0	2.3
	30대	44.4	23.9	24.5	4.4	2.8
	40대 이상	50.2	21.1	22.5	3.8	2.5
직업별	전문/관리직	38.8	23.0	31.2	4.4	2.5
	사무직	36.8	27.2	28.0	6.1	1.9
	서비스/판매직	44.5	20.8	26.4	4.6	3.6
	생산/관련직	52.4	20.1	23.6	2.5	1.5
	학생	63.6	15.3	12.8	1.7	6.6
	주부	51.0	23.6	19.4	3.2	2.8
	무직/기타	42.4	25.7	24.4	3.4	4.1

[ <그림 2-37> 향후 유료 콘텐츠 이용 의향(성별·연령별·직업별)]

(단위 : %)



[ <표 2-20> 연령별·직업별 인터넷 비이용 이유 ]

(단위 : %, 인터넷 비이용자)

		필요성 못 느낌	이용 방법 모름	이용 비용 부담	장비 미비	시간 없음	기타
전 체		47.8	22.9	0.6	11.6	16.7	0.2
연령별	6~19세	11.9	47.6	2.3	32.1	6.1	0.0
	20대	15.7	15.0	2.1	37.2	29.4	0.6
	30대	32.2	18.1	1.9	19.7	27.6	0.1
	40대	34.1	28.1	0.5	5.8	31.3	0.2
	50대	54.5	27.5	0.2	6.1	11.5	0.1
	60대 이상	71.3	15.5	0.0	9.7	2.9	0.3
직업별	전문/관리직	43.8	30.5	0.0	3.1	22.5	0.0
	사무직	37.7	27.5	0.5	8.1	26.1	0.0
	서비스/판매직	38.9	21.7	0.8	9.8	28.3	0.3
	생산 관련직	46.1	21.9	0.2	12.7	18.8	0.2
	학생	8.9	38.9	2.4	37.8	11.9	0.0
	주부	51.0	22.6	0.0	11.6	13.5	0.2
	무직/기타	68.6	17.2	0.0	9.2	4.7	0.3

[ <표 2-21> 연령별 향후 인터넷 이용 의향 ]

(단위 : %, 인터넷 이용자)

		이용 경험 없음	6개월 내 이용 경험 있음
전 체		32.1	27.4
연령별	6~19세	72.1	76.3
	20대	78.5	68.5
	30대	57.1	61.8
	40대	39.1	36.2
	50대	24.9	14.0
	60대 이상	4.5	3.2

[ <표 3-03> 성별·연령별 이메일 보유율 및 이용 개수 ]

(2002년 6월 기준)

		전체 인터넷 이용자 기준	이메일 보유 인터넷 이용자 기준					평균 보유 개수
			보유(%)	이용개수				
				개	1개	2개	3개	
전 체		81.4	100.0	51.3	30.7	12.1	5.8	1.83
성 별	남성	81.6	100.0	49.9	30.9	12.1	7.1	1.89
	여성	81.1	100.0	52.9	30.5	12.2	4.3	1.75
연령별	6~19세	79.1	100.0	55.2	27.1	11.8	5.9	1.79
	20대	94.0	100.0	38.8	38.8	14.6	7.7	2.06
	30대	79.8	100.0	54.6	29.0	11.6	4.8	1.75
	40대 이상	68.3	100.0	66.5	22.8	7.7	3.0	1.53

[ <표 3-04> 성별·연령별 이메일 송수신량 ]

(단위 : %, 이메일 보유자)

		10통 이하	11~30통	31~50통	51~70통	71~90통	91통 이상	평균 (통/1주)
전 체		25.2	25.3	19.7	14.4	1.2	14.1	49.2
성 별	남성	24.9	24.2	18.2	14.1	1.2	17.4	55.4
	여성	25.6	26.6	21.5	14.9	1.3	10.2	41.7
연령별	6~19세	28.4	28.9	20.1	12.7	0.9	9.0	38.1
	20대	15.8	21.7	22.9	18.0	1.5	20.1	64.1
	30대	28.1	24.1	17.1	13.2	1.6	15.9	50.8
	40대 이상	35.6	27.1	15.5	12.0	0.5	9.4	37.4

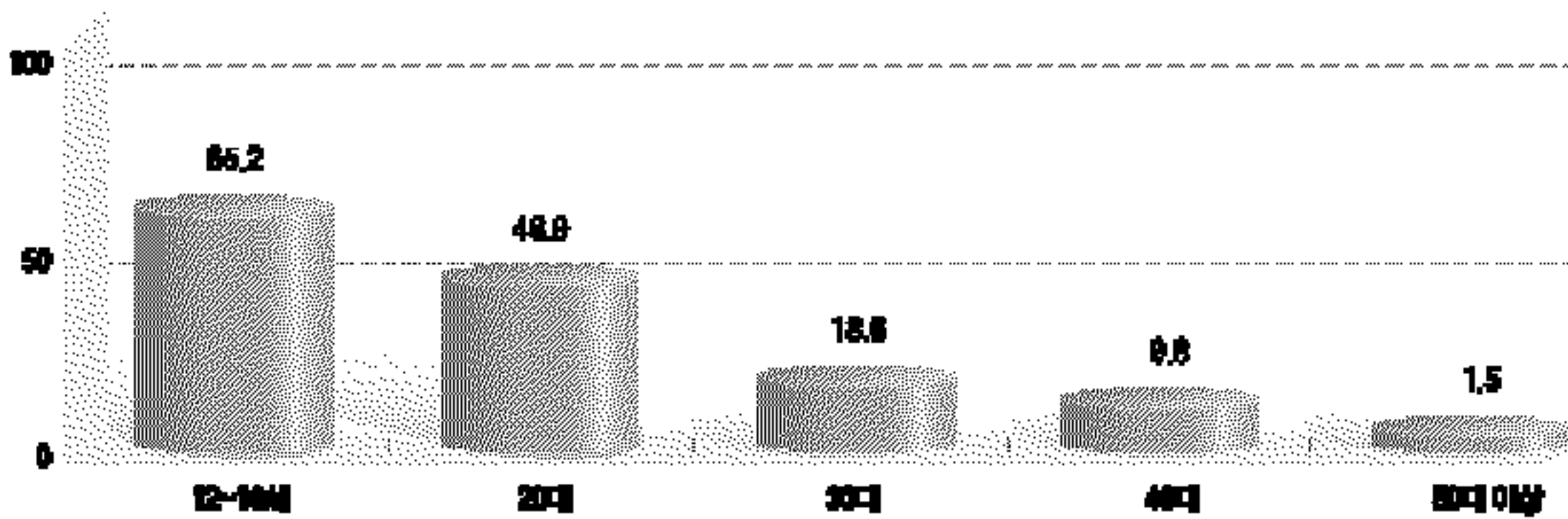
[ <표 3-07> 무선 인터넷 인지도 · 이용률(성별 · 연령별) ]

(단위 : %)

		무선 인터넷 인지도	비인지도	계
전 체		92.0	8.0	100.0
성 별	남성	91.9	8.1	100.0
	여성	92.2	7.8	100.0
연령별	12~19세	100.0	0.0	100.0
	20대	98.9	1.1	100.0
	30대	95.0	5.0	100.0
	40대	88.2	11.8	100.0
	50대 이상	70.7	29.3	100.0

[ <그림 3-15> 연령별 무선 인터넷 이용률 ]

(단위 : %)



[ <표 3-12> 무선 인터넷 이용 요금(성별 · 연령별) ]

(무선 인터넷 이용자)

		1천원 미만	1천~2천원 미만	2천~5천원 미만	5천~1만원 미만	1만~3만원 미만	3만원 이상	계	평균(백 원)
전체		4.8	11.6	35.1	21.7	16.0	11.0	100.0	69.4
성별	남성	4.1	11.1	34.3	21.6	18.3	10.7	100.0	76.5
	여성	5.7	12.3	36.2	21.9	12.6	11.4	100.0	58.9
연령	12~19세	4.7	6.8	34.0	26.2	15.2	13.1	100.0	65.2
	20대	4.4	12.0	36.3	19.5	18.7	8.3	100.0	65.0
	30대	6.5	14.2	31.0	20.0	12.3	16.1	100.0	77.7
	40대 이상	3.1	11.0	40.7	26.8	9.4	9.3	100.0	84.3

[ <표 3-13> 무선 인터넷 주 이용 장소(성별·연령별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)

		주택	이동중	직장, 학교	커피숍/레스토랑
성 별	전체	44.1	59.0	58.8	23.8
	남성	40.5	61.0	62.8	23.6
	여성	49.4	56.0	53.0	24.0
연 령	12~19세	60.2	55.5	58.1	23.0
	20대	42.3	62.8	58.4	27.3
	30대	34.8	52.9	59.4	17.4
	40대 이상	29.7	59.4	62.5	18.7

[ <표 3-14> 주 이용 무선 인터넷 콘텐츠(성별·직업별) ]

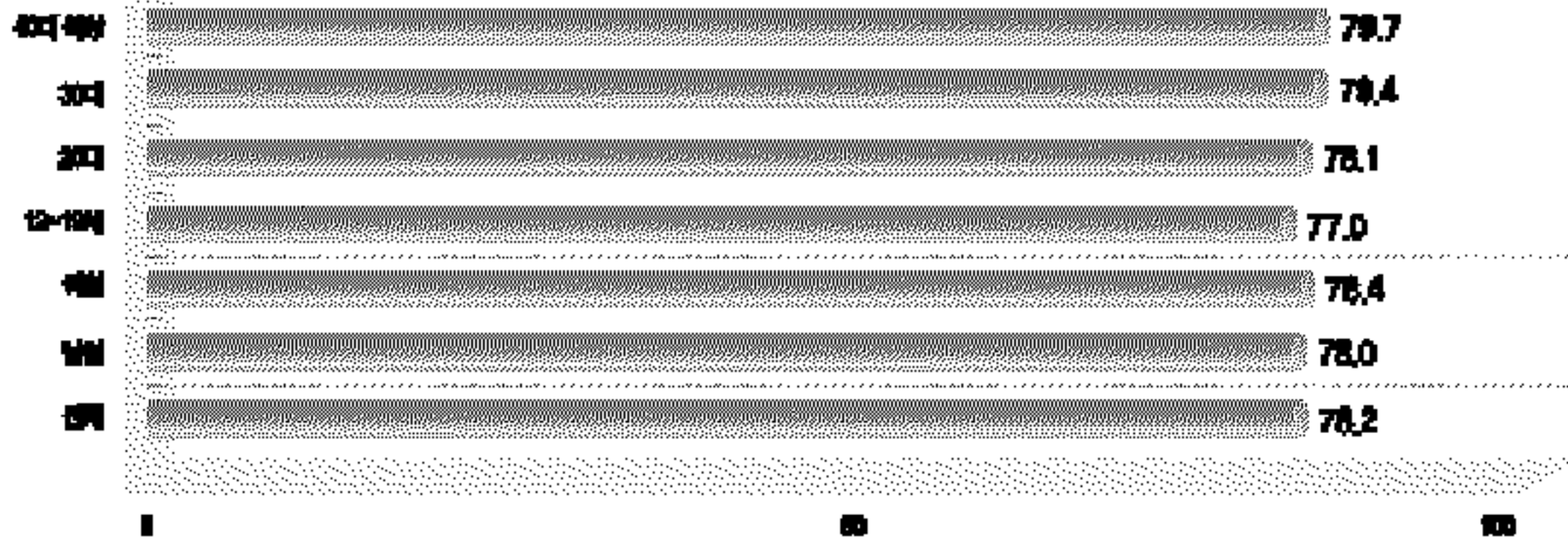
(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)

		이메일	게릴라 블로그	게임	동권 쿠폰	증권 금융 재테크	쇼핑 예약	채팅 커뮤니티	방송 연예 스포츠	위치 고등 여행	뉴스	인터넷 포털	성인 오락	학습 전자책	기타	계
성 별	전체	14.8	40.5	19.4	1.9	4.5	2.3	3.7	3.1	4.2	2.2	1.5	0.9	0.8	0.3	100.0
	남성	14.6	38.1	21.1	2.1	5.0	1.3	3.7	2.7	5.0	2.8	1.8	0.9	0.4	0.3	100.0
	여성	14.9	43.9	16.8	1.6	3.8	3.7	3.8	3.7	3.0	1.3	1.1	1.0	0.9	0.4	100.0
직업	전문/관리직	16.5	33.5	14.7	2.5	7.6	4.7	2.2	2.9	4.0	4.3	4.7	0.4	1.4	0.7	100.0
	사무직	17.3	36.9	15.9	2.4	8.4	3.0	2.8	2.1	5.8	2.5	1.5	1.1	0.7	0.5	100.0
	서비스/판매직	14.1	35.4	19.0	2.8	6.7	1.7	4.3	3.4	6.2	3.1	1.4	1.6	0.1	0.3	100.0
	생산/판매직	13.1	31.7	19.7	2.7	6.0	1.1	8.7	2.2	3.8	7.7	1.6	1.6	0.0	0.0	100.0
	중학생	15.8	55.1	23.0	0.0	0.0	0.0	2.0	1.5	0.5	0.0	0.0	0.5	1.0	0.5	100.0
	고등학생	9.2	50.1	27.5	0.4	0.0	0.4	5.6	4.1	0.2	0.2	0.9	0.4	0.9	0.0	100.0
	대학(원)생	16.1	44.9	19.3	1.3	1.5	2.5	3.0	3.5	3.2	1.3	1.7	0.5	0.8	0.3	100.0
	주부	10.3	41.9	15.4	2.2	4.4	5.9	2.9	5.1	8.1	2.2	0.0	1.5	0.0	0.0	100.0
	무직/기타	9.2	42.9	31.6	1.0	0.0	1.0	6.1	3.1	3.1	0.0	1.0	1.0	0.0	0.0	100.0



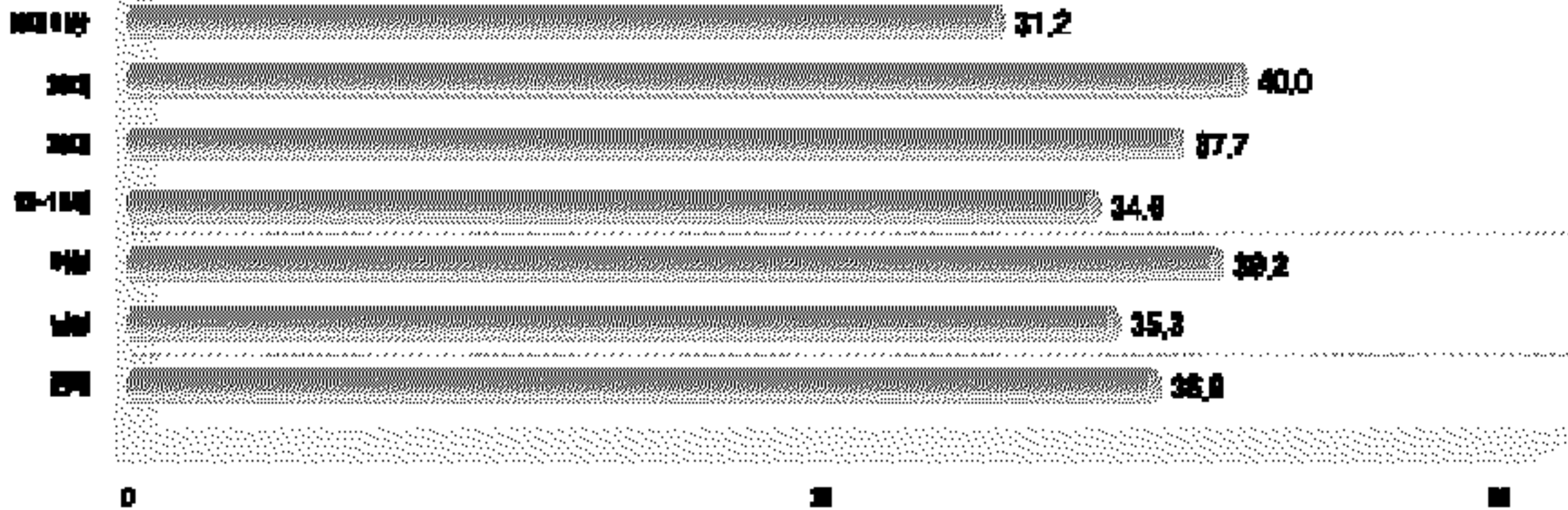
[ <그림 3-29> 무선 인터넷 유료 사이트 이용 경험(성별·연령별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)



[ <그림 3-31> 최근 6개월간 무선 인터넷을 통한 구매 경험(성·연령별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)



[ <표 3-19> 향후 이용 의향 있는 무선 인터넷 콘텐츠(직업별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)

직업	직업														
	에이셜	캐릭터 멀미디어	게임	복권 쿠폰	증권 금융 게임	쇼핑 네에	채팅 커뮤니티	방송 연예 스포츠	위치 교통 여행	뉴스	인터넷 포털	성인 오락	학습 전자책	기타/ 없음	계
전체	16.2	24.7	12.9	3.9	5.8	7.1	5.0	4.6	7.5	3.7	3.2	1.9	2.9	0.6	100
전문/관리직	17.9	16.5	12.4	1.0	6.9	10.3	3.8	0.3	7.9	7.2	6.2	3.4	4.5	1.7	100
사무직	16.4	22.2	9.5	5.2	9.1	7.7	3.9	3.8	9.2	5.9	3.3	1.2	2.3	0.1	100
서비스/판매직	17.3	23.7	13.1	4.2	8.6	6.0	3.9	4.1	7.6	3.7	3.5	2.4	1.0	0.9	100
생산 관련직	8.2	20.1	13.0	3.8	12.0	7.1	5.4	5.4	12.5	3.3	3.8	3.3	2.2	0.0	100
중학생	15.9	34.1	18.1	3.1	0.0	5.8	8.4	6.6	4.0	0.4	0.9	0.4	2.2	0.0	100
고등학생	18.4	29.7	16.9	3.1	0.0	2.7	7.2	7.6	1.4	2.1	3.3	1.6	4.7	1.2	100
대학(원)생	15.1	27.2	13.3	3.7	3.4	8.0	5.4	4.6	7.5	2.8	2.7	1.5	4.2	0.5	100
주부	22.6	21.9	7.5	6.2	4.1	14.4	2.7	1.4	13.7	1.4	0.7	1.4	0.0	2.1	100
무직/기타	8.9	21.8	10.8	0.0	3.0	4.0	8.9	13.9	7.9	2.0	5.0	5.0	1.0	0.0	100

[ <표 3-20> 향후 제공 희망 서비스(직업별) ]

(단위 : %, 중핵 응답, 무선 인터넷 이용자)

	직업										
	전체	전문/ 관리직	사무직	서비스/ 판매직	생산 관련직	중학생	고등 학생	대학 (원)생	주부	무직 /기타	
음악 듣기	57.1	54.9	48.6	50.0	41.2	73.2	67.4	65.9	56.0	64.7	
사진 찍기	41.7	39.2	37.7	33.7	35.3	68.3	54.7	41.3	52.0	47.1	
TV 보기	38.5	27.5	36.0	41.3	38.2	48.8	35.4	38.9	32.0	47.1	
동화상 보기	34.0	19.6	32.6	35.9	26.5	46.3	34.9	36.5	28.0	29.4	
화상 전화 사용	33.6	27.5	31.4	33.7	38.2	46.3	31.4	37.5	16.0	23.5	
신분증 기능	32.4	33.3	34.9	30.4	44.1	29.3	25.6	32.2	32.0	47.1	
지신 상대방 위치 정보	32.3	25.5	37.7	29.3	35.3	31.7	26.7	32.7	44.0	29.4	
목적지 지리 정보	28.9	31.4	34.9	34.2	26.5	12.2	15.1	26.4	36.0	35.3	
지차할 고속 도로 동행료 결제	27.6	31.4	35.4	22.8	29.4	22.0	19.8	29.3	20.0	29.4	
주변 장소 각종 이벤트 정보	16.7	13.7	14.9	17.9	14.7	17.1	16.3	16.3	20.0	35.3	
프린터 연결해 인쇄	15.3	21.6	18.9	17.9	2.9	12.2	10.5	14.9	8.0	5.9	
S/W 다운로드 휴대폰 upgrade	15.1	23.5	13.1	13.6	17.6	12.2	19.8	15.4	0.0	23.5	
가전 제품 무선 접속 조작	13.9	17.6	13.1	10.9	14.7	14.6	12.6	15.4	12.0	29.4	
국제 로밍	12.3	33.3	13.7	13.6	2.9	7.3	5.6	10.1	8.0	17.6	
방법 서비스 기능	11.4	11.8	10.9	15.2	11.8	4.9	8.1	8.2	24.0	29.4	
음성 기반 무선 인터넷 접속	7.2	9.8	6.9	8.2	5.9	7.3	11.6	4.8	4.0	5.9	

【 <표 3-22> 향후 지속적 무선 인터넷 이용 의향(성별·연령별) 】

(단위 : %, 무선 인터넷 이용자)

		이용의향 없다	이용의향 있다	계
성 별	전체	13.0	87.0	100
	남성	13.6	86.4	100
	여성	12.3	87.7	100
연 령	12~19세	13.1	86.9	100
	20대	12.9	87.1	100
	30대	13.5	86.5	100
	40대 이상	12.5	87.5	100

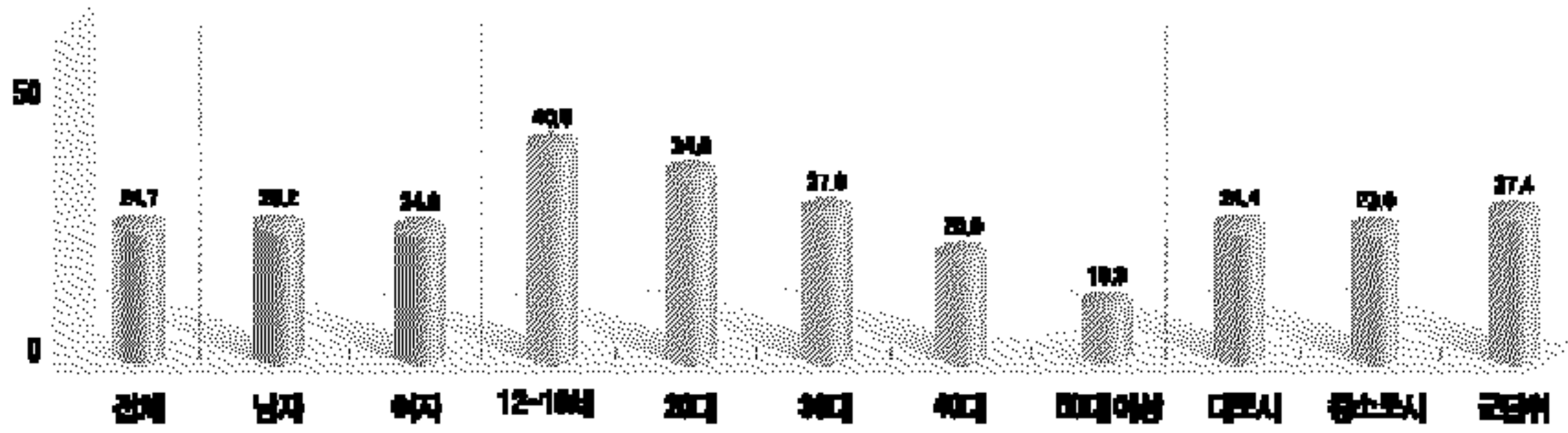
【 <표 3-23> 무선 인터넷 비이용 사유(성별·연령별) 】

(단위 : %, 무선 인터넷 비이용자)

		무선 인터넷이 무엇인지 몰라서	무선 인터넷 지원 단말기가 없어서	단말기 화면 작고 조작 불편	통신속도 느려서	비싼 이용료를 때문에	무선 인터넷을 이용할 줄 몰라서	콘텐츠가 다양하지 못해서	무선 인터넷으로 증분해서	필요없어서	기타	계	
성 별	전체	8.1	4.6	3.3	7.3	3.7	16.9	13.6	1.9	9.7	30.7	0.1	100.0
	남성	8.3	4.6	3.6	7.4	3.7	16.4	13.2	2.0	9.5	31.2	0.1	100.0
	여성	7.9	4.7	2.7	7.2	3.8	17.8	14.2	1.5	9.9	30.0	0.2	100.0
연 령	12~19세	1.5	4.8	2.6	8.1	6.0	30.2	2.7	4.2	16.1	23.8	0.0	100.0
	20대	3.6	4.5	4.0	8.3	6.3	23.3	7.7	2.1	12.3	27.7	0.2	100.0
	30대	6.0	5.3	4.1	7.8	4.0	17.1	11.2	2.3	11.7	30.5	0.0	100.0
	40대	9.8	4.8	2.4	6.7	2.2	14.2	17.2	1.4	7.9	33.2	0.2	100.0
	50대 이상	16.2	3.5	2.3	6.0	1.7	10.0	22.1	1.0	4.0	32.9	0.2	100.0

[ <그림 3-41> 향후 무선 인터넷 이용 의향(성별·연령별·지역 규모별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 비이용자)



[ <표 3-24> 향후 무선 인터넷 예상 이용 시기(성별·연령별) ]

(단위 : %, 무선 인터넷 비이용자)

		3개월 이내	3~6개월 이내	6개월 ~1년 이내	1년 이후	계
성별	전체	7.6	12.2	27.3	52.9	100.0
	남성	6.5	12.1	27.6	53.9	100.0
	여성	9.5	12.4	26.9	51.2	100.0
연령	12~19세	26.3	23.7	5.3	44.7	100.0
	20대	9.3	13.2	29.1	48.3	100.0
	30대	5.9	10.8	28.5	54.8	100.0
	40대	1.9	12.3	28.3	57.5	100.0
	50대 이상	7.0	4.7	32.6	55.8	100.0

## 〈 문화생활 및 문화활동실태조사<sup>5)</sup> 〉

### 1. 연간 박물관 관람 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	관람률	관람한적 없음	1회	2회	3회	4회 이상	계	전체평균	관람자평균
전체	7000	20.6	73.4	11.4	8.6	3.8	2.8	100.0	.63	2.36
10대	718	41.9	58.1	17.6	13.5	7.1	3.7	100.0	.86	2.06
20대	1627	21.4	78.6	9.4	6.9	2.8	2.2	100.0	.58	2.71

### 2. 연간 도서관 이용 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	이용률	이용한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	이용자평균
전체	7000	22.1	77.9	2.9	4.0	2.6	12.6	100.0	3.38	15.30
10대	718	41.3	58.7	5.3	8.5	5.6	21.8	100.0	4.80	11.64
20대	1627	33.2	66.8	2.3	4.4	4.0	22.5	100.0	6.59	19.86

### 3. 연간 공연예술행사 관람 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	관람률	관람한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	관람자평균
전체	7000	20.2	79.8	8.8	5.1	2.9	3.5	100.0	.54	2.70
10대	718	31.1	68.9	15.8	6.7	3.4	5.2	100.0	.69	2.24
20대	1627	24.2	75.8	9.1	5.9	4.0	5.1	100.0	.77	3.19

### 4. 연간 조형예술전시회 관람 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	관람률	관람한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	관람자평균
전체	7000	19.7	80.3	8.4	6.2	1.7	3.4	100.0	.59	3.01
10대	718	27.3	72.7	13.8	8.1	2.4	3.0	100.0	.60	2.19
20대	1627	20.1	79.9	7.8	6.8	2.0	3.4	100.0	.55	2.74

### 5. 6개월 간 영화 관람 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	관람률	관람한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	관람자평균
전체	7000	51.0	49.0	8.9	11.3	8.2	22.6	100.0	2.60	5.10
10대	718	80.3	19.7	9.4	16.8	13.2	40.9	100.0	3.55	4.42
20대	1627	81.2	18.8	7.0	12.0	10.6	51.6	100.0	6.02	7.41

5) 한국문화정책개발원, “국민문화지수개발연구”, 2002

6. 월간 비디오테이프 대여 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	대여율	대여한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	대여자평균
전체	7000	41.1	58.9	5.9	9.1	7.1	18.9	100.0	2.26	5.50
10대	718	57.4	42.6	8.8	11.3	8.9	28.3	100.0	3.16	5.51
20대	1627	62.0	38.0	7.1	12.3	11.3	31.2	100.0	3.79	6.12

7. 연간 대중음악공연 관람 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	관람률	관람한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	관람자평균
전체	7000	14.4	85.6	6.8	3.9	1.7	2.0	100.0	.36	2.49
10대	718	25.0	75.0	10.4	8.9	1.5	4.2	100.0	.58	2.31
20대	1627	24.3	75.7	11.2	5.8	3.1	4.2	100.0	.66	2.74

8. 6개월간 대중음악 음반 구입 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	구입률	구입한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	구입자평균
전체	7000	45.4	54.6	4.3	9.1	8.5	23.6	100.0	2.81	6.19
10대	718	65.5	34.5	7.6	12.9	11.3	33.7	100.0	3.93	6.01
20대	1627	63.3	36.7	3.5	10.1	10.8	38.9	100.0	4.52	7.14

9. 월간 만화책 독서 : 7개 대도시

단위: %, 회

	사례수	독서율	독서한적 없음	1회	2회	3회	4회이상	계	전체평균	독서자평균
전체	7000	16.2	83.8	.4	.6	.8	14.4	100.0	4.79	29.58
10대	718	55.8	44.2	.3	1.5	3.0	51.0	100.0	15.86	28.41
20대	1627	29.1	70.9	.7	.5	1.4	26.5	100.0	9.52	32.67

10. 월간 PC/인터넷 게임 경험 : 7개 대도시

단위: %, 시간

	사례수	이용률	하지 않음	1시간 이하	1시간초과~2시간 이하	2시간초과~3시간 이하	3시간초과~4시간 이하	4시간초과~5시간 이하	5시간 초과	무응답	계	전체 평균 (시간)	이용자 평균 (시간)
전체	7000	33.6	66.4	1.0	.8	.8	1.2	1.6	28.2	.0	100.0	14.77	44.00
10대	718	79.2	20.8	.2	1.1	1.6	1.2	1.3	73.9	.0	100.0	50.79	64.14
20대	1627	57.0	43.0	1.8	1.2	1.0	1.7	2.2	49.1	.0	100.0	28.02	49.16

11. 연간 문화교육 참여 : 7개 대도시

단위: %, 일

	사례수	참여율	참여한적 없음	1일	2일	3일	4일이상	계	전체평균	참여자평균
전체	7000	4.9	95.1	.1	.1	.1	4.6	100.0	4.28	87.19
10대	718	6.4	93.6	.0	.0	.1	6.3	100.0	9.24	144.27
20대	1627	4.3	95.7	.0	.0	.1	4.1	100.0	4.15	97.34

12. 연간 자원봉사활동 참여 : 7개 대도시

단위: %, 일

	사례수	참여율	참여한적 없음	1일	2일	3일	4일이상	무응답	계	전체평균	참여자평균
전체	7000	20.4	79.6	1.9	1.9	2.3	14.3	.0	100.0	4.42	21.67
10대	718	67.2	32.8	6.7	7.0	10.2	43.1	.1	100.0	5.53	8.24
20대	1627	13.7	86.3	2.0	1.6	1.3	8.8	.0	100.0	2.45	17.95

13. 월평균 문화활동 시간 : 7개 대도시

단위: %, 시간

	사례수	참여율	하지 않음	1시간이하	1시간초과~2시간이하	2시간초과~3시간이하	3시간초과~4시간이하	4시간초과~5시간이하	5시간초과	무응답	계	전체평균(시간)	참여자평균(시간)
전체	7000	85.2	14.6	.4	1.6	.8	1.4	1.4	79.6	.2	100.0	65.32	76.47
10대	718	99.3	.7	.0	.3	.1	.3	.1	98.6	.0	100.0	131.71	132.58
20대	1627	97.4	2.1	.1	.3	.3	.8	1.0	94.9	.5	100.0	104.29	106.51

14. 월평균 문화활동비 지출액 : 7개 대도시

단위: %, 백원

	사례수	지출률	없음	5만원이하	6~10만원	11~15만원	16~20만원	21~30만원	31만원이상	무응답	계	전체평균(백원)	지출자평균(백원)
전체	7000	65.7	34.0	48.9	10.7	3.5	1.2	.8	.6	.3	100.0	286.18	434.07
10대	718	93.0	6.4	71.0	14.4	4.8	1.7	.5	.6	.6	100.0	373.71	399.30
20대	1627	90.2	9.6	59.8	18.9	6.5	2.6	1.4	.8	.2	100.0	464.40	513.99

15. 월평균 여가시간 : 7개 대도시

단위: %, 시간

	사례수	참여율	하지 않음	2시간초과~3시간이하	4시간초과~5시간이하	5시간초과	무응답	계	전체평균(시간)	여가자평균(시간)
전체	7000	95.4	4.6	.0	.1	91.7	3.6	100.0	115.80	121.60
10대	718	98.5	1.5	.0	.0	98.1	.4	100.0	139.34	141.44
20대	1627	98.2	1.8	.0	.0	95.5	2.7	100.0	129.70	132.13

16. 월평균 여가비 지출액 : 7개 대도시

단위: %, 백원

	사례수	지출률	없음	5만원이하	6~10만원	11~15만원	16~20만원	21~30만원	31만원이상	무응답	계	전체평균(백원)	지출자평균(백원)
전체	7000	83.8	16.2	40.8	22.3	4.9	7.5	4.9	3.0	.2	100.0	883.72	1055.30
10대	718	92.5	7.5	72.2	14.4	1.5	2.1	1.9	.3	.1	100.0	462.06	499.30
20대	1627	93.6	6.4	36.8	28.5	7.6	9.8	7.0	3.7	.1	100.0	1101.03	1176.46