



2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

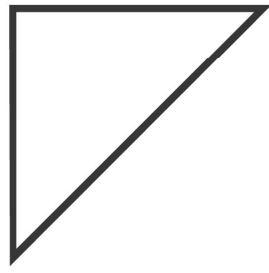
20
24

2024
온라인동영상서비스
이용행태 조사

— KOCCA24-27

20

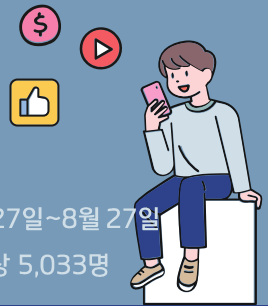
24



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.
본 통계는 국가승인통계가 아닙니다.

2024 온라인 동영상 서비스 이용행태 조사

🕒 조사기간 2024년 6월 27일~8월 27일
👤 조사대상 전국 10세 이상 5,033명



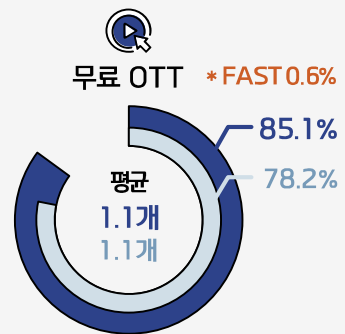
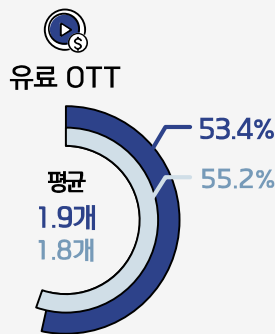
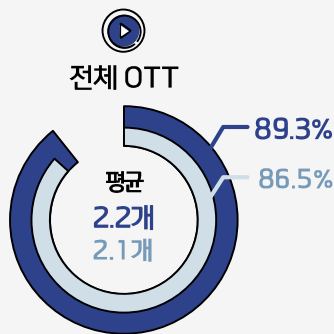
온라인 동영상 서비스(OTT) 이용 현황

(BASE : 전체 5,033명, 단위 : %)

2023년 2024년

01 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용률

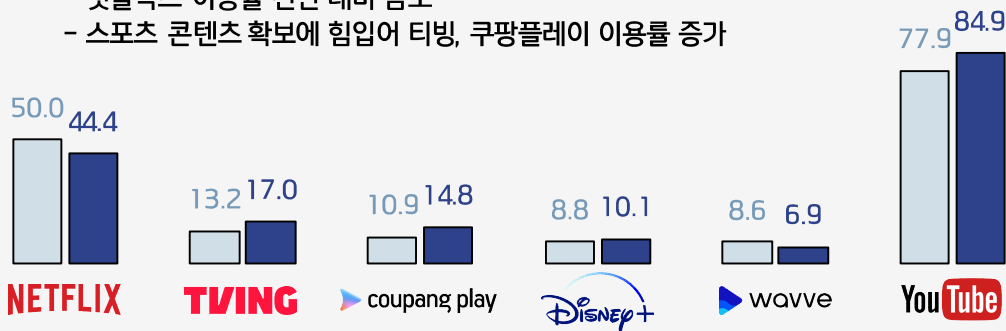
- 2024년 전체 OTT 이용률 89.3%, 전년 대비 2.7%p 증가
- 유료 OTT 이용률 감소, 무료 OTT 이용률 증가



* 유튜브(프리미엄 포함)는 무료 OTT에 포함

02 주요 플랫폼 이용률

- 가장 많이 이용하는 플랫폼은 유튜브
- 넷플릭스 이용률 전년 대비 감소
- 스포츠 콘텐츠 확보에 힘입어 티빙, 쿠팡플레이 이용률 증가



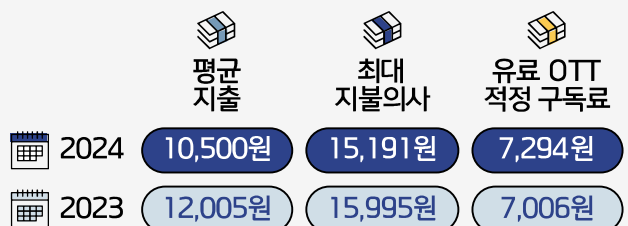
03 이용 시간



(BASE : 전체 OTT 이용자 4,495명/유료 OTT 이용자 2,687명)

04 OTT 구독 지출 현황 (월평균)

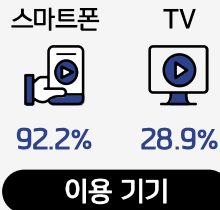
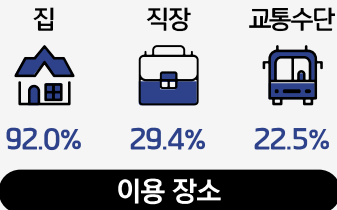
- 2024년 유료 OTT 월 평균 지출 전년 대비 감소



(BASE : 유료 OTT 이용자 2023년 2,784명/2024년 2,687명)

01 이용 장소 및 이용 기기

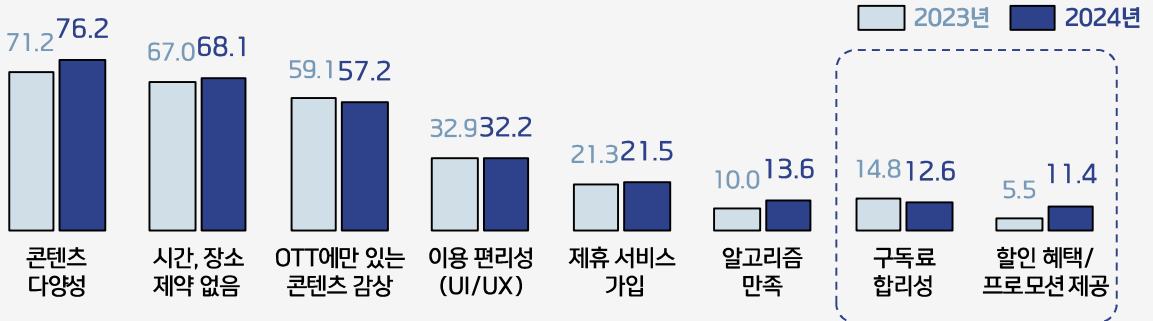
- OTT는 주로 집에서 스마트폰을 통해 이용
 - 젊은 연령층의 이동 중 시청, 큰 화면(TV)로 보는 이용행태도 주목



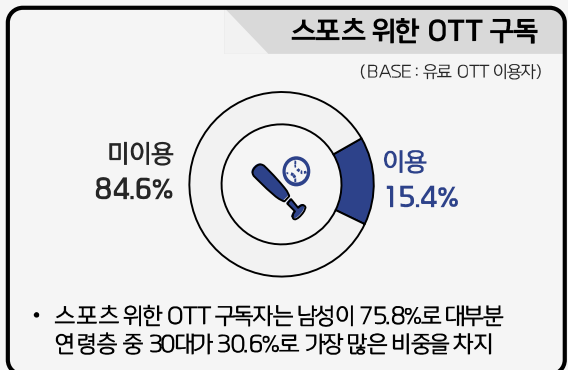
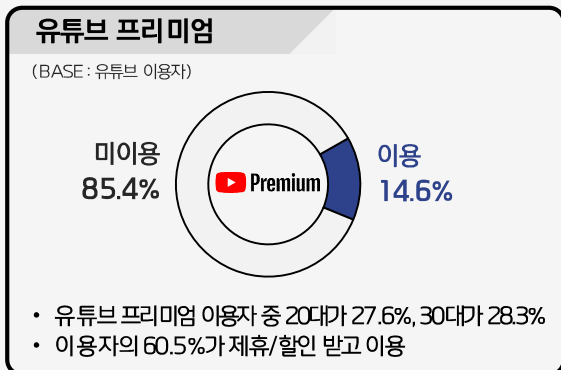
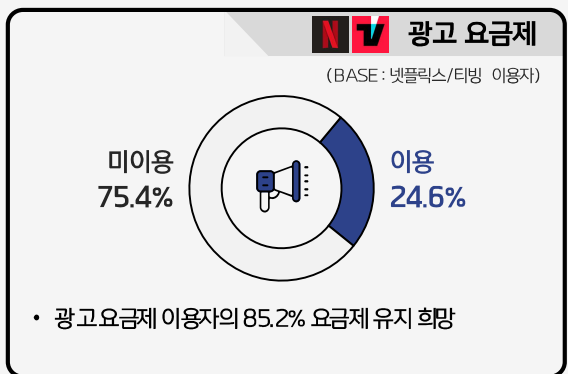
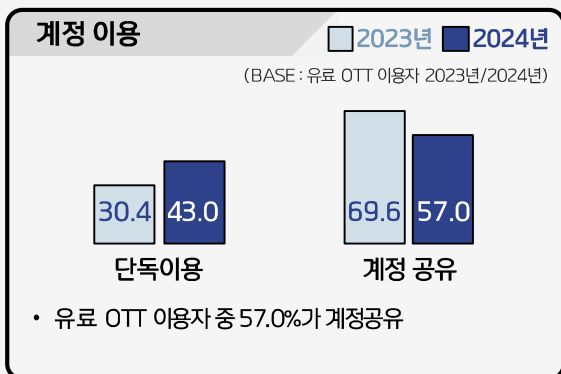
02 OTT 구독 이유

(BASE : 2023년 유료 OTT 이용자 2,784명/2024년 유료 OTT 및 유튜브 프리미엄 이용자 2,774명)

- 주요 플랫폼 구독료 상승 영향으로 '제휴 할인/프로모션' 통한 이용 증가

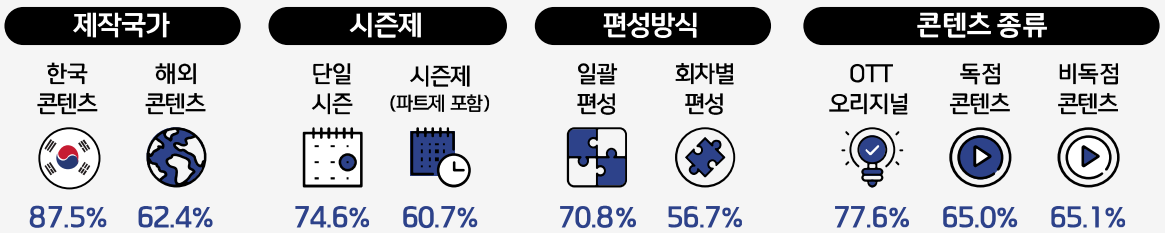


03 OTT 구독 행태



01 유료 OTT 콘텐츠 형식별 선호도

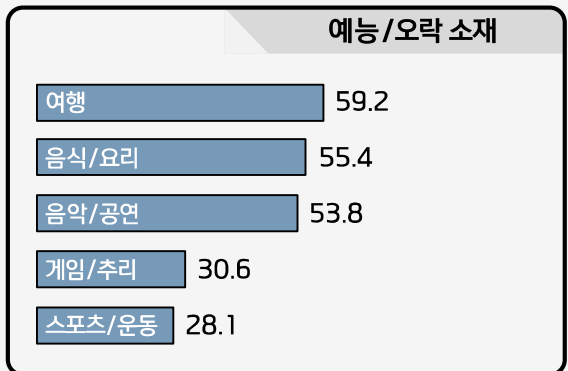
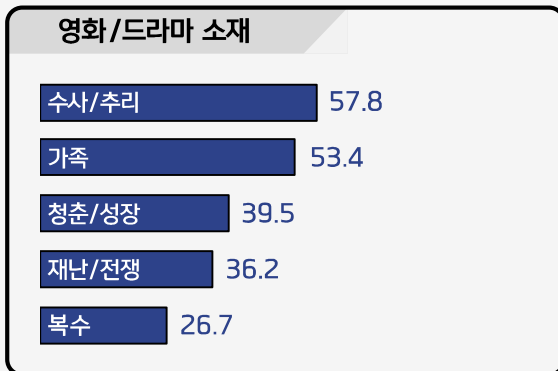
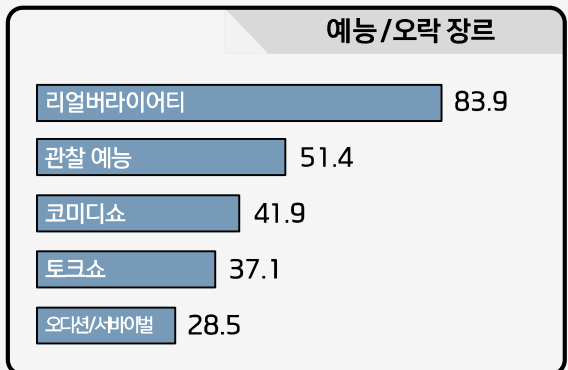
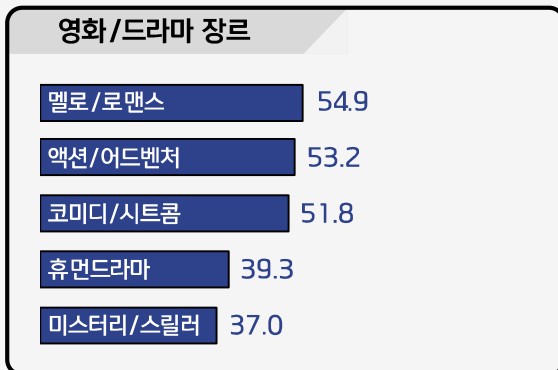
▫ OTT 오리지널 콘텐츠를 그 외(독점, 비독점) 콘텐츠보다 선호



02 유료 OTT 선호 콘텐츠

(BASE: 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호 2,476명)

(BASE: 유료 OTT 예능/오락 시청 선호 1,547명)



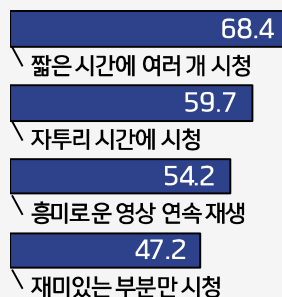
03 숏폼 콘텐츠 이용

▫ 연령이 낮을수록 숏폼을 많이 시청



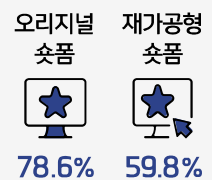
(BASE: 무료 OTT 이용자 4,283명)

숏폼 콘텐츠 시청 이유



(BASE: 숏폼 이용자 2,979명)

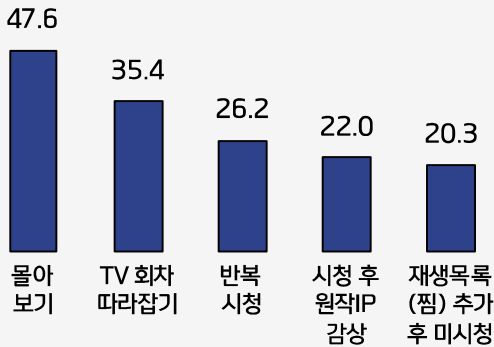
숏폼 유형별 선호도



• 오리지널 숏폼: 처음부터 숏폼으로 제작된 콘텐츠 (챌린지, 1분뉴스, 숏폼드라마 등)
 • 재가공형 숏폼: 기존 콘텐츠를 숏폼으로 편집 (영화/드라마/예능 편집본 등)

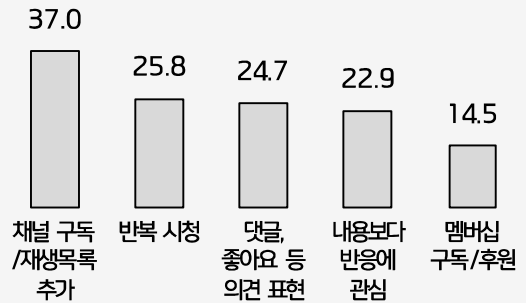
04 유료 OTT 서비스 시청 습관

(BASE : 유료 OTT 이용자 2,687명)



05 무료 OTT 서비스 시청 습관

(BASE : 무료 OTT 이용자 4,283명)

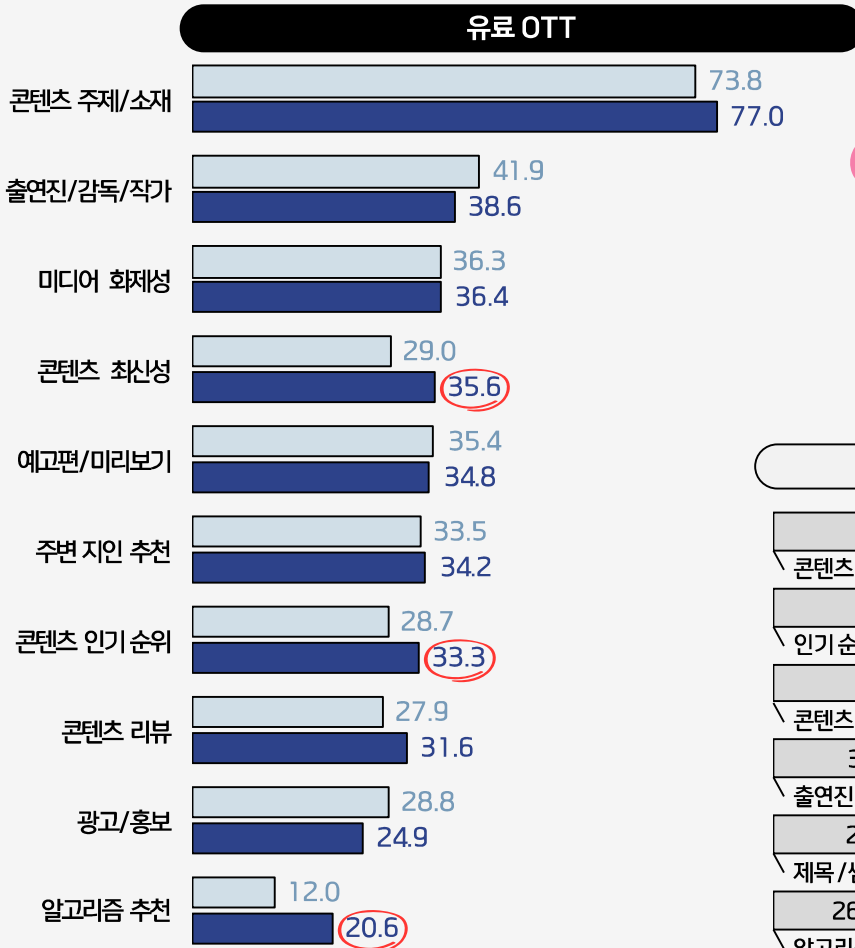


*시청 습관은 긍정 응답(Top2) 비율 제시

06 시청 콘텐츠 선택 기준

2023년 2024년

- 콘텐츠 주제, 출연진 외에 최신 콘텐츠, 인기순위의 영향력이 증가
- 알고리즘 추천도 중요 요인



목 차

제 1장. 조사 개요	1
1. 조사 목적	3
2. 조사 설계	3
3. 조사 내용	4
가. 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용	4
나. 주요 개념 정의	5
1) 온라인동영상서비스(OTT) 정의 및 구분	5
2) OTT 관련 지출	7
3) OTT 콘텐츠 유형	7
4) OTT 이용행태	8
4. 표본 구성	8
가. 조사 개요	8
1) 조사 지역 및 대상 지역	8
2) 조사 방법	8
3) 표본설계 개요	9
나. 표본설계	9
1) 모집단 분석	9
2) 층화	10
3) 표본크기 결정 및 표본배분	12
4) 표본 집계구 및 표본 가구 추출	14
5) 가중치 산정	15
6) 모수 추정 및 추정량의 분산	18
5. 조사 설계와 진행 일정	20
가. 조사표 설계	20
1) 자문회의	20
2) 인지면접	20
나. 표본 설계 및 조사 일정	21
6. 응답자 특성	22
7. 조사 결과 해석 시 유의 사항	23

제 2장. 결과 요약	25
1. 온라인동영상서비스(OTT) 이용	27
가. 온라인동영상서비스(OTT) 이용률	27
1) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률 추이	27
2) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률 분석	28
나. 온라인동영상서비스 이용 현황	31
1) OTT 이용 플랫폼	31
2) OTT 서비스 이용행태	32
3) 온라인동영상서비스 이용 성향	35
4) 온라인동영상서비스 미이용 현황	38
다. 온라인동영상서비스 지출 현황	39
1) 온라인동영상서비스 지출 현황	39
2) 온라인동영상서비스 지불 의사	42
3) OTT 지불 관련 행태	43
2. OTT 콘텐츠 이용	45
가. 콘텐츠 선택 기준	45
나. 콘텐츠 형식	46
다. 콘텐츠 장르	47
1) 선호 영상 콘텐츠 장르	47
2) 선호 영화/드라마 장르 및 소재	48
3) 선호 예능/오락 장르 및 소재	49
라. 스포츠 콘텐츠	50
제 3장. 조사 결과	53
1. 온라인동영상서비스(OTT) 이용 현황	55
가. 온라인동영상서비스(OTT) 이용 경험	55
1) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률	55
2) OTT 서비스 이용 개수	56
3) 이용하는 온라인동영상서비스(OTT) 종류	58
나. 유료 OTT 서비스 이용 경험	61
1) 유료 OTT 서비스 이용 경험	61
2) 유료 OTT 서비스 이용 개수	62
3) 유료 OTT 서비스 이용 빈도	64
다. 무료 OTT 서비스 이용 경험	65
1) 무료 OTT 서비스 이용 경험	65
2) 무료 OTT 서비스 이용 개수	66
3) 무료 OTT 서비스 이용 빈도	68
2. 온라인동영상서비스(OTT) 이용행태	69
가. OTT 서비스 이용행태	69
1) OTT 이용 시간	69
2) OTT 이용 시간대	71
3) OTT 이용 장소	73

4) OTT 이용 기기	74
5) OTT 동반시청 행태	76
6) OTT 계정 이용 방식	77
7) OTT 서비스 이용 방식	79
8) OTT 서비스 구독 이유	81
나. OTT 서비스 지출 현황	82
1) 한 달 평균 OTT 구독 지출 금액	82
2) 한 달 기준 최대 지불 의사 금액	85
3) 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 구독료	86
4) 건별 결제(TVOD) 이용 경험	87
5) 광고형 요금제 이용	88
6) 유튜브 프리미엄 이용	90
3. 유료 OTT 이용 현황	92
가. 유료 OTT 콘텐츠 이용 현황	92
1) 유료 OTT 시청 콘텐츠 선택 기준	92
2) 유료 OTT 선호 콘텐츠 유형	94
3) 선호하는 콘텐츠 장르 및 소재	103
나. 유료 OTT 서비스 시청 습관	110
1) 유료 OTT 서비스 시청 습관	110
4. 무료 OTT 이용 현황	111
가. 무료 OTT 콘텐츠 이용 현황	111
1) 무료 OTT 시청 콘텐츠 선택 기준	111
나. 무료 OTT 서비스 시청 습관	113
1) 무료 OTT 서비스 시청 습관	113
다. 샷폼 콘텐츠 이용 현황	114
1) 샷폼 콘텐츠 이용 경험	114
2) 샷폼 콘텐츠 시청 이유	115
3) 샷폼 콘텐츠 유형별 선호도	116
5. OTT 서비스 미이용 현황	118
가. OTT 서비스 미이용 현황	118
1) 최근 1년 OTT 서비스 미이용 이유	118
2) 향후 OTT 서비스 이용 의향	119
나. OTT 서비스 이탈 현황	120
1) 최근 1개월 OTT 서비스 이탈 이유	120

부록

부록 1. 설 문 지	121
부록 2. 통 계 표	139

표 목 차

〈표 1-1〉 조사 설계	3
〈표 1-2〉 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용 (1)	4
〈표 1-3〉 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용 (2)	5
〈표 1-4〉 서비스 유형에 따른 구분	6
〈표 1-5〉 OTT 플랫폼별 서비스 유형 구분	6
〈표 1-6〉 모집단 현황(2022년 인구주택총조사 결과)	10
〈표 1-7〉 서울시와 경기도의 권역별 구분 현황	11
〈표 1-8〉 층화 방법	11
〈표 1-9〉 세부 층별 모집단 집계구 현황	12
〈표 1-10〉 각 시도별 표본배분 현황	13
〈표 1-11〉 세부 층별 표본 집계구 현황	14
〈표 1-12〉 각 시도 및 성별 인구 현황	17
〈표 1-13〉 시도 및 연령대별 인구 현황	18
〈표 1-14〉 조사표 설계 일정	20
〈표 1-15〉 인지면접 진행 개요	21
〈표 1-16〉 응답자 특성	22
〈표 3-1〉 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부	55
〈표 3-2〉 최근 1년 OTT 서비스 이용 개수	56
〈표 3-3〉 최근 1개월 OTT 서비스 이용 개수	57
〈표 3-4〉 최근 1년 이용 OTT 서비스(복수응답) (1)	59
〈표 3-5〉 최근 1년 이용 OTT 서비스(복수응답) (2)	59
〈표 3-6〉 최근 1개월 이용 OTT 서비스(복수응답) (1)	60
〈표 3-7〉 최근 1개월 이용 OTT 서비스(복수응답) (2)	60
〈표 3-8〉 유료 OTT 이용 여부	61
〈표 3-9〉 최근 1년 유료 OTT 서비스 이용 개수	62
〈표 3-10〉 최근 1개월 유료 OTT 서비스 이용 개수	63
〈표 3-11〉 최근 1년 유료 OTT 이용 빈도	64
〈표 3-12〉 무료 OTT 이용 여부	65
〈표 3-13〉 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 개수	66
〈표 3-14〉 최근 1개월 무료 OTT 서비스 이용 개수	67
〈표 3-15〉 최근 1년 무료 OTT 이용 빈도	68
〈표 3-16〉 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간 - 주중(평일)	70
〈표 3-17〉 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간 - 주말(토/일)	70
〈표 3-18〉 최근 1년 OTT 주이용 시간대(복수응답) - 주중(평일)	72

<표 3-19> 최근 1년 OTT 주이용 시간대(복수응답) - 주말(토/일)	72
<표 3-20> 최근 1년 OTT 주이용 장소(1순위)	73
<표 3-21> 최근 1년 OTT 주이용 장소(1+2순위)	74
<표 3-22> 최근 1년 OTT 주이용 기기(1순위)	75
<표 3-23> 최근 1년 OTT 주이용 기기(1+2순위)	75
<표 3-24> 최근 1년 OTT 주로 함께 시청한 사람	76
<표 3-25> OTT 계정 공유 여부	77
<표 3-26> OTT 계정 공유 여부	78
<표 3-27> OTT 서비스 이용 방식(Top2) (1)	80
<표 3-28> OTT 서비스 이용 방식(Top2) (2)	80
<표 3-29> OTT 서비스 구독 이유(복수응답)	81
<표 3-30> 최근 1년 월평균 전체 OTT 서비스 구독 지출 금액	82
<표 3-31> 최근 1년 월평균 유료 OTT 서비스 구독 지출 금액	83
<표 3-32> 최근 1년 월평균 무료 OTT 서비스 구독 지출 금액	83
<표 3-33> 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액 적정성	84
<표 3-34> 한 달 기준 OTT 서비스 유료 구독 최대 지불 의사 금액	85
<표 3-35> 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 유료 구독료	86
<표 3-36> 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험	87
<표 3-37> 유료 OTT 광고형 요금제 유지 의향	89
<표 3-38> 제휴/할인을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부	91
<표 3-39> 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (1)	93
<표 3-40> 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (2)	93
<표 3-41> 제작 국가별 선호도 - 한국 콘텐츠	95
<표 3-42> 제작 국가별 선호도 - 해외 콘텐츠	95
<표 3-43> 시리즈물/드라마 시즌제 선호도 - 단일시즌	96
<표 3-44> 시리즈물/드라마 시즌제 선호도 - 시즌제	97
<표 3-45> 콘텐츠 편성 방식 선호도 - 일괄 편성	98
<표 3-46> 콘텐츠 편성 방식 선호도 - 회차별 편성	98
<표 3-47> 콘텐츠 종류별 선호도 - 오리지널 콘텐츠	100
<표 3-48> 콘텐츠 종류별 선호도 - 독점 콘텐츠	100
<표 3-49> 콘텐츠 종류별 선호도 - 비독점 콘텐츠	101
<표 3-50> 선호하는 유료 OTT 시리즈물/드라마 콘텐츠 길이	102
<표 3-51> 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠(복수응답)	103
<표 3-52> 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 장르(복수응답)	104
<표 3-53> 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답) (1)	106
<표 3-54> 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답) (2)	106
<표 3-55> 유료 OTT 선호 예능/오락 - 장르(복수응답)	107
<표 3-56> 유료 OTT 선호 예능/오락 - 소재(복수응답)	108
<표 3-57> 유료 OTT 시청 습관(Top2)	110
<표 3-58> 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (1)	112
<표 3-59> 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (2)	112
<표 3-60> 무료 OTT 시청 습관(Top2)	113

〈표 3-61〉 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용 경험	114
〈표 3-62〉 숏폼 콘텐츠 시청 이유(복수응답)	115
〈표 3-63〉 숏폼 콘텐츠 유형별 선호도 - 오리지널 숏폼	117
〈표 3-64〉 숏폼 콘텐츠 유형별 선호도 - 재가공형 숏폼	117
〈표 3-65〉 최근 1년 OTT 미이용 이유(복수응답)	118
〈표 3-66〉 향후 OTT 서비스 이용 의향	119
〈표 3-67〉 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(복수응답)	120

그림 목 차

[그림 2-1] OTT 서비스 이용률 추이	27
[그림 2-2] OTT 서비스 이용률	28
[그림 2-3] OTT 서비스 이용자 구성비	28
[그림 2-4] 유료 OTT 서비스 이용률	29
[그림 2-5] 유료 OTT 서비스 이용자 구성비	29
[그림 2-6] 무료 OTT 서비스 이용률	30
[그림 2-7] 무료 OTT 서비스 이용자 구성비	30
[그림 2-8] 주요 OTT 서비스별 이용률	31
[그림 2-9] OTT 서비스 이용 빈도	32
[그림 2-10] OTT 서비스 이용 시간	33
[그림 2-11] OTT 서비스 주이용 장소 및 기기	33
[그림 2-12] OTT 서비스 계정 이용 방식	34
[그림 2-13] OTT 서비스 구독 이유	35
[그림 2-14] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 구독	35
[그림 2-15] OTT 서비스 이용 방식(Top2)	36
[그림 2-16] 유료 OTT 시청 습관(Top2)	36
[그림 2-17] 무료 OTT 시청 습관(Top2)	37
[그림 2-18] OTT 서비스 미이용 이유	38
[그림 2-19] OTT 서비스 향후 이용 의향	38
[그림 2-20] OTT 서비스 월평균 지출금액	39
[그림 2-21] 전체 OTT 서비스 월평균 지출금액	39
[그림 2-22] 유료 OTT 서비스 월평균 지출금액	40
[그림 2-23] 월평균 OTT 서비스 지출 부담정도	41
[그림 2-24] OTT 서비스 지불 의사	42
[그림 2-25] 광고형 요금제 이용	43
[그림 2-26] 유튜브 프리미엄 이용	44
[그림 2-27] 유료 OTT 콘텐츠 선택 기준	45
[그림 2-28] 무료 OTT 콘텐츠 선택 기준	45
[그림 2-29] 유료 OTT 콘텐츠 형식별 선호도(Top2)	46
[그림 2-30] 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠 유형	47
[그림 2-31] 유료 OTT 선호 영화/드라마 장르 및 소재	48
[그림 2-32] 유료 OTT 선호 예능/오락 장르 및 소재	49
[그림 2-33] 스포츠 콘텐츠 이용률	50
[그림 2-34] 스포츠 콘텐츠 시청 이유	50
[그림 2-35] 스포츠 콘텐츠 유형별 선호도(Top2)	51

[그림 3-1] 온라인동영상서비스(OTT) 이용률	55
[그림 3-2] OTT 서비스 이용 개수	56
[그림 3-3] 이용하는 OTT 서비스(복수응답)	58
[그림 3-4] 유료 OTT 이용률	61
[그림 3-5] 유료 OTT 서비스 이용 개수	62
[그림 3-6] 최근 1년 이용 유료 OTT 이용 빈도	64
[그림 3-7] 무료 OTT 이용률	65
[그림 3-8] 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 개수	66
[그림 3-9] 최근 1년 무료 OTT 이용 빈도	68
[그림 3-10] 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간	69
[그림 3-11] 최근 1년 OTT 이용 시간대(복수응답)	71
[그림 3-12] 최근 1년 OTT 주이용 장소	73
[그림 3-13] 최근 1년 OTT 서비스 주이용 기기	74
[그림 3-14] 최근 1년 OTT 주로 함께 시청한 사람	76
[그림 3-15] OTT 계정 공유 여부	77
[그림 3-16] OTT 계정 공유 여부	78
[그림 3-17] OTT 서비스 이용 방식	79
[그림 3-18] OTT 서비스 구독 이유(복수응답)	81
[그림 3-19] 최근 1년 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액	82
[그림 3-20] 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액 적정성	84
[그림 3-21] 한 달 기준 OTT 서비스 유료 구독 최대 지불 의사 금액	85
[그림 3-22] 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 유료 구독료	86
[그림 3-23] 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험	87
[그림 3-24] 유료 OTT 광고형 요금제 이용률	88
[그림 3-25] 광고형 요금제 이용자 구성비	88
[그림 3-26] 유료 OTT 광고형 요금제 유지 의향	89
[그림 3-27] 유튜브 프리미엄 이용 여부	90
[그림 3-28] 유튜브 프리미엄 이용자 구성비	90
[그림 3-29] 제휴/할인을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부	91
[그림 3-30] 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답)	92
[그림 3-31] 콘텐츠 유형별 선호도 - 제작 국가	94
[그림 3-32] 콘텐츠 유형별 선호도 - 시리즈물/드라마 시즌제	96
[그림 3-33] 콘텐츠 유형별 선호도 - 콘텐츠 편성 방식	97
[그림 3-34] 콘텐츠 유형별 선호도 - 콘텐츠 종류	99
[그림 3-35] 선호하는 유료 OTT 시리즈물/드라마 콘텐츠 길이	102
[그림 3-36] 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠(복수응답)	103
[그림 3-37] 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 장르(복수응답)	104
[그림 3-38] 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답)	105
[그림 3-39] 유료 OTT 선호 예능/오락 - 장르(복수응답)	107
[그림 3-40] 유료 OTT 선호 예능/오락 - 소재(복수응답)	108
[그림 3-41] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 서비스 구독 여부	109
[그림 3-42] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 서비스 구독자 구성비	109

[그림 3-43] 유료 OTT 시청 습관	110
[그림 3-44] 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답)	111
[그림 3-45] 무료 OTT 시청 습관	113
[그림 3-46] 최근 1년 스포츠 콘텐츠 이용 경험	114
[그림 3-47] 스포츠 콘텐츠 시청 이유(복수응답)	115
[그림 3-48] 스포츠 콘텐츠 유형별 선호도	116
[그림 3-49] 최근 1년 OTT 미이용 이유(복수응답)	118
[그림 3-50] 향후 OTT 서비스 이용 의향	119
[그림 3-51] 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(복수응답)	120

통계 표 목 차

〈통계표 1〉 응답자 분포표	141
〈통계표 2〉 A1. 최근 1년 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부	142
〈통계표 3〉 A1. 최근 1년 SVOD(유료) 이용 여부	143
〈통계표 4〉 A1. 최근 1년 AVOD(무료) 이용 여부	144
〈통계표 5〉 A1. 최근 1년 FAST 이용 여부	145
〈통계표 6〉 A1. 최근 1년 온라인동영상서비스(OTT) 이용 개수	146
〈통계표 7〉 A1. 최근 1년 SVOD(유료) 이용 개수	147
〈통계표 8〉 A1. 최근 1년 AVOD(무료) 이용 개수	148
〈통계표 9〉 A1. 최근 1년 이용 OTT 서비스(중복응답)(1)	149
〈통계표 10〉 A1. 최근 1년 이용 OTT 서비스(중복응답)(2)	150
〈통계표 11〉 A1-1. 최근 1개월 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부	151
〈통계표 12〉 A1-1. 최근 1개월 SVOD(유료) 이용 여부	152
〈통계표 13〉 A1-1. 최근 1개월 AVOD(무료) 이용 여부	153
〈통계표 14〉 A1-1. 최근 1개월 이용 OTT 서비스(중복응답)(1)	154
〈통계표 15〉 A1-1. 최근 1개월 이용 OTT 서비스(중복응답)(2)	155
〈통계표 16〉 A1-1. 최근 1개월 온라인동영상서비스(OTT) 이용 개수	156
〈통계표 17〉 A1-1. 최근 1개월 SVOD(유료) 이용 개수	157
〈통계표 18〉 A1-1. 최근 1개월 AVOD(무료) 이용 개수	158
〈통계표 19〉 Ba1-1. 최근 1년 유료 OTT 서비스 이용 빈도	159
〈통계표 20〉 Ba1-2. 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 빈도	160
〈통계표 21〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 전체	161
〈통계표 22〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 주중(평일)	162
〈통계표 23〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 주말	163
〈통계표 24〉 Ba3-1. 최근 1년 OTT 서비스 주이용 시간대(중복응답)- 주중(평일)	164
〈통계표 25〉 Ba3-2. 최근 1년 OTT 서비스 주이용 시간대(중복응답)- 주말(토/일)	165
〈통계표 26〉 Ba4. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 장소(1순위)	166
〈통계표 27〉 Ba4. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 장소(1+2순위)	167
〈통계표 28〉 Ba5. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 기기(1순위)	168
〈통계표 29〉 Ba5. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 기기(1+2순위)	169
〈통계표 30〉 Ba6. 최근 1년 OTT 서비스 주로 함께 보는 사람	170
〈통계표 31〉 Bb1. 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험	171
〈통계표 32〉 Bb2. (넷플릭스, 티빙) 유료 OTT의 광고형 요금제 이용 여부	172
〈통계표 33〉 Bb2-1. 유료 OTT 광고형 요금제 계속 유지 의향	173
〈통계표 34〉 Bb3. 유튜브 프리미엄 이용 여부	174

〈통계표 35〉 Bb3-1. 제휴 서비스/할인 혜택을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부	175
〈통계표 36〉 Bb5. 최근 1년 월평균 유료 OTT 서비스 이용 지출 금액	176
〈통계표 37〉 Bb5. 최근 1년 월평균 무료 OTT 서비스 이용 지출 금액	177
〈통계표 38〉 Bb5. 최근 1년 월평균 전체 OTT 서비스 이용 지출 금액	178
〈통계표 39〉 Bb5-1. 최근 1년 월평균 OTT 서비스 이용 지출 금액 적정성	179
〈통계표 40〉 Bb6. 한 달 기준 OTT 서비스 이용 최대 지불 의사 금액	180
〈통계표 41〉 Bb7. 유료 OTT 서비스 1개 적정 이용료(1개월 기준)	181
〈통계표 42〉 Bb8. OTT 서비스 구독 이유(중복응답)(1)	182
〈통계표 43〉 Bb8. OTT 서비스 구독 이유(중복응답)(2)	183
〈통계표 44〉 Bb9. 유료 OTT 서비스 계정 주 이용 방식	184
〈통계표 45〉 Bb10-1. OTT 서비스 이용 방식 - 배속 기능을 사용한다	185
〈통계표 46〉 Bb10-2. OTT 서비스 이용 방식 - 스킵(구간 이동) 기능을 사용한다	186
〈통계표 47〉 Bb10-3. OTT 서비스 이용 방식 - 실시간 스트리밍(live)/퀵VOD로 시청한다	187
〈통계표 48〉 Bb10-4. OTT 서비스 이용 방식 - 국내 콘텐츠를 한글 자막과 함께 시청한다	188
〈통계표 49〉 Bb10-5. OTT 서비스 이용 방식 - 보고 싶은 콘텐츠를 재생목록(짤)에 저장한다	189
〈통계표 50〉 Bb10-6. OTT 서비스 이용 방식 - 오프라인 저장(다운로드) 기능을 이용한다	190
〈통계표 51〉 Bb10-7. OTT 서비스 이용 방식 - 픽처인픽처(PIP, 화면 속 화면) 기능을 이용한다	191
〈통계표 52〉 Bb10-8. OTT 서비스 이용 방식 - 백그라운드 재생 기능을 이용한다	192
〈통계표 53〉 Bb10-9. OTT 서비스 이용 방식 - 실시간 채팅(동시시청) 기능을 이용한다	193
〈통계표 54〉 C1-1. 콘텐츠 제작국가 - 한국 콘텐츠 선호도	194
〈통계표 55〉 C1-2. 콘텐츠 제작국가 - 해외 콘텐츠 선호도	195
〈통계표 56〉 C2-1. 시리즈물/드라마 시즌제 - 단일시즌 선호도	196
〈통계표 57〉 C2-2. 시리즈물/드라마 시즌제 - 시즌제(파트제 포함) 선호도	197
〈통계표 58〉 C3-1. 콘텐츠 편성방식 - 일괄편성 선호도	198
〈통계표 59〉 C3-2. 콘텐츠 편성방식 - 회차별 편성 선호도	199
〈통계표 60〉 C4-1. 콘텐츠 유형 - OTT 오리지널 콘텐츠 선호도	200
〈통계표 61〉 C4-2. 콘텐츠 유형 - 특정 OTT에서만 볼 수 있는 독점 콘텐츠(오리지널 콘텐츠 제외) 선호도	201
〈통계표 62〉 C4-3. 콘텐츠 유형 - 여러 OTT나 TV에서 볼 수 있는 비독점 콘텐츠 선호도	202
〈통계표 63〉 C5. 선호하는 유료 OTT 서비스 시리즈물/드라마 콘텐츠 1편 당 길이	203
〈통계표 64〉 C6. 유료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)(1)	204
〈통계표 65〉 C6. 유료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)(2)	205
〈통계표 66〉 C7. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 시청하는 영상 콘텐츠 장르(중복응답)	206
〈통계표 67〉 C8. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 장르(중복응답)	207
〈통계표 68〉 C8-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 소재(중복응답)(1)	208
〈통계표 69〉 C8-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 소재(중복응답)(2)	209
〈통계표 70〉 C9. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 예능/오락 콘텐츠의 장르(중복응답)	210
〈통계표 71〉 C9-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 예능/오락 콘텐츠의 소재(중복응답)	211
〈통계표 72〉 C10. 스포츠 중계 시청을 위하여 OTT 서비스 구독 여부	212
〈통계표 73〉 C11-1. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - TV 공개 회차를 따라잡기 위해 시청한다	213
〈통계표 74〉 C11-2. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 한꺼번에 몰아서 시청한다	214
〈통계표 75〉 C11-3. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다	215
〈통계표 76〉 C11-4. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 재생목록(짤)에 추가만 하고 시청하지 않는다	216

〈통계표 77〉 C11-5. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 영상 콘텐츠 시청 후 원작 콘텐츠(웹툰, 웹소설 등)를 찾아본다 ...	217
〈통계표 78〉 D1. 무료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)	218
〈통계표 79〉 D2-1. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 채널을 구독하거나 재생목록에 추가한다	219
〈통계표 80〉 D2-2. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 댓글 작성, 좋아요 등 의견을 표현한다	220
〈통계표 81〉 D2-3. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 영상 내용보다 다른 사람들의 반응(댓글, 채팅 등)을 살피는 데 관심이 있다	221
〈통계표 82〉 D2-4. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다	222
〈통계표 83〉 D2-5. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 채널 멤버십(유료)을 구독하거나 후원기능 (슈퍼챗, 별풍선 등)을 이용한다	223
〈통계표 84〉 D3. 최근 1년 숏폼 콘텐츠(1분 내외의 짧은 콘텐츠) 이용 경험	224
〈통계표 85〉 D4. 숏폼 콘텐츠 시청 이유(중복응답)	225
〈통계표 86〉 D5-1. 숏폼 유형 - 오리지널 숏폼 선호도	226
〈통계표 87〉 D5-2. 숏폼 유형 - 재가공형 숏폼 선호도	227
〈통계표 88〉 E1. 최근 1년 OTT 서비스 미이용 이유(중복응답)	228
〈통계표 89〉 E2. 향후 OTT 서비스 이용 의향	229
〈통계표 90〉 E3. 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(중복응답)	230
〈통계표 91〉 E3-1. OTT 서비스를 이용하지 않는 대신 이용한 콘텐츠(중복응답)	231

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

제 1장 조사 개요



1. 조사 목적

- 온라인동영상서비스(이하 OTT) 시장이 지속적으로 성장함에 따라 OTT 이용률은 매년 상승하고 있으며, 이용자 중심(On Demand) 콘텐츠 소비가 증가함에 따라 OTT 이용이 증가하였다.
- OTT 시장의 성장으로 OTT가 콘텐츠 산업에 미치는 영향력이 증대됨에 따라 구독 기반의 유료 OTT를 통해 이용하는 콘텐츠를 중심으로 파악하고자 「2023 OTT 이용행태 조사」를 실시하였다.
- 「2023 OTT 이용행태 조사」는 OTT에 대한 개념 정의 및 유료 OTT 콘텐츠를 분류한 데 의미가 있으나, OTT 시장의 성장에 따라 유·무료 OTT를 포괄하는 OTT 이용행태로의 조사 범위 확장 필요성이 대두되었다.
- 이에 따라 2024년 조사부터는 본 조사에서 분석하는 OTT 개념의 정의를 유료 OTT에 한정하지 않고, 전체 OTT로 확대하여 시행하였다.
- 본 조사를 통해 국민의 OTT 콘텐츠 이용행태를 조사하여 OTT 이용 트렌드를 파악하고, OTT 산업 관련 정책 수립을 위한 기초 자료를 마련하는 데 목적이 있다.

2. 조사 설계

- 본 조사의 대상자는 전국 일반가구에 거주하는 10세 이상 개인이다.
- 자료 수집은 2024년 6월 27일 ~ 2024년 8월 27일까지 진행하였다. 조사는 면접원이 가구 방문을 하여, 태블릿을 이용한 일대일 개별면접(TAPI : Tablet Aided Personal Interview) 방식으로 이루어졌다.
- 조사 주기는 연 1회이며, OTT 이용 조사 내용에 대한 응답 기준은 별도의 언급이 없을 경우 조사 시점 기준 최근 1년(2023년 8월 ~ 2024년 8월)이다.
- 수집된 자료는 전문 검증 과정에 따라 에디팅, 클리닝 과정을 거쳤고, 이 과정에서 자료의 신뢰성이 의심될 경우 응답 자료를 보완하거나 폐기하였다.

〈표 1-1〉 조사 설계

구분	내용
조사 지역	전국 17개 시도
조사 대상	전국 일반가구에 거주하는 10세 이상 개인(가구당 1명)
조사 기간	2024년 6월 27일 ~ 2024년 8월 27일(약 8주)
조사 방법	태블릿을 이용한 일대일 개별면접조사(TAPI)
표본 크기	전국 일반가구에 거주하는 10세 이상 국민 5,033명
표본 추출	2022년 통계지리서비스에 기반한 집계구 선정 방식
가중치 산출	2023년 인구주택총조사에 기반
표본 오차	95% 신뢰수준에서 ±2.8%p

3. 조사 내용

가. 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용

- 영상 콘텐츠 시청 빈도, OTT 서비스 이용 경험, OTT 콘텐츠 이용 현황, 유료 OTT 이용 방식 및 금액 등 전반적인 영상 콘텐츠 및 OTT 이용에 대하여 10세 이상 국민을 대상(가구당 1명)으로 조사하였다.
- 설문 항목 구성
 - 영상 콘텐츠 이용 현황, OTT 서비스 이용 현황, OTT 콘텐츠 이용 현황, 유료 구독형 OTT 서비스 이용 현황, 유료 구독형 OTT 서비스 미이용 현황, 무료 OTT 콘텐츠 이용 현황, 인구통계학적 특성

〈표 1-2〉 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용 (1)

구분		내용
콘텐츠 이용행태		<ul style="list-style-type: none"> ○ 최근 1년 OTT 서비스 이용 경험 ○ 최근 1개월 OTT 서비스 이용 경험
온라인동영상서비스(OTT) 이용행태	이용행태 일반	<ul style="list-style-type: none"> ○ OTT 시청 빈도 <ul style="list-style-type: none"> - 유료 OTT, 무료 OTT ○ 하루 평균 이용 시간 ○ 주이용 시간대 ○ 주이용 장소 ○ 주이용 기기 ○ 동반 시청 인원 ○ 서비스 기능 이용 방식 ○ OTT 구독 이유 ○ 계정 이용 방식
	지불 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 건별 결제 이용 경험 ○ 광고형 요금제 이용 ○ 유튜브 프리미엄 이용 ○ 월 평균 지출금액 ○ 월 평균 지출금액 적정성 ○ 월 최대 지출의향 금액 ○ 1개 서비스 적정 이용료

〈표 1-3〉 온라인동영상서비스 이용행태 조사 내용 (2)

구분	내용									
유료 OTT(구독형) 콘텐츠 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유료 OTT 콘텐츠 유형별 관심 및 이용 정도 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작 국가 (국내/해외) - 시리즈물/드라마 시즌제 여부 (단일시즌/시즌제) - 편성 방식 (일괄편성/회차별 편성) - 콘텐츠 종류 (오리지널 콘텐츠/독점 콘텐츠/비독점 콘텐츠) ○ 선호하는 드라마 콘텐츠 길이 ○ 유료 OTT 콘텐츠 선택 기준 ○ 즐겨보는 유료 OTT 콘텐츠 <ul style="list-style-type: none"> - 영상 콘텐츠 장르 - 영화/드라마 장르 및 소재 - 예능/오락 장르 및 소재 ○ 스포츠 중계 시청 위한 OTT 구독 ○ 유료 OTT 시청 습관 									
무료 OTT(광고기반형) 콘텐츠 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 무료 OTT 콘텐츠 선택 기준 ○ 무료 OTT 시청 습관 ○ 샷폼 콘텐츠 이용 <ul style="list-style-type: none"> - 이용 경험, 이용 이유, 유형별 선호도 									
온라인동영상서비스 미이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 미이용 이유 ○ 향후 이용 의향 ○ 최근 1개월 이탈 이유 및 대신 이용한 콘텐츠 									
인구통계학적 자료	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">○ 성</td> <td style="width: 33%;">○ 주택 유형</td> <td style="width: 33%;">○ 학력</td> </tr> <tr> <td>○ 연령</td> <td>○ 결혼 여부</td> <td>○ 직업</td> </tr> <tr> <td>○ 거주지역</td> <td>○ 가구 구성</td> <td>○ 가구소득</td> </tr> </table>	○ 성	○ 주택 유형	○ 학력	○ 연령	○ 결혼 여부	○ 직업	○ 거주지역	○ 가구 구성	○ 가구소득
○ 성	○ 주택 유형	○ 학력								
○ 연령	○ 결혼 여부	○ 직업								
○ 거주지역	○ 가구 구성	○ 가구소득								

나. 주요 개념 정의

1) 온라인동영상서비스(OTT) 정의 및 구분

- 온라인동영상서비스(OTT): 인터넷을 통해 TV 프로그램, 영화 등 다양한 영상 콘텐츠를 제공하는 서비스
 - 주로 OTT(Over The Top)라고 불리며, 이는 셋톱박스 연결 없이 영상 콘텐츠를 시청한다는 의미임
 - OTT 내에서 제공되는 콘텐츠를 PC, 스마트폰, 태블릿 PC 등 다양한 기기를 통해 언제 어디서나 시청할 수 있는 서비스를 의미

• OTT 서비스 유형에 따른 구분























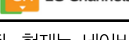
- 콘텐츠 제공 방식에 따라 유료 OTT, 무료 OTT로 구분
- 일부 무료 OTT 서비스는 광고 없이 시청 가능한 유료 요금제를 운영하며, 별풍선, 슈퍼챗, 채널 멤버십 등 후원 기능 이용하여 비용을 지불하는 경우도 있으나 지출여부에 관계없이 서비스 유형 구분에 따라 분류
- FAST는 광고 시청을 기반으로 무료로 제공되는 채널을 시청하는 서비스

〈표 1-4〉 서비스 유형에 따른 구분

구분	내용
유료 OTT(구독형)	- 일정 기간을 단위로 구독료를 지불하고 이용하는 서비스(월간/연간 정액제 등)
무료 OTT (광고 기반형)	- 광고를 시청하면 무료로 제공하는 서비스 - 일부 서비스는 광고 없이 시청 가능한 유료 요금제를 운영
FAST (Free-Ad Streaming TV)	- 광고 시청을 기반으로 무료로 제공되는 채널

• OTT 플랫폼별 서비스 유형 구분

〈표 1-5〉 OTT 플랫폼별 서비스 유형 구분

유형	OTT 플랫폼			
유료 OTT (구독형)	넷플릭스		아마존프라임	
	티빙(Tving)		U+모바일tv	
	웨이브(Wavve)		지니 TV 모바일	
	디즈니플러스		모바일 Btv	
	왓차		스포티비 나우	
	쿠팡플레이		라프텔	
	애플TV+		위버스	
무료 OTT (광고 기반형)	유튜브 (프리미엄 포함)		네이버 시리즈온 (동영상시청에 한 함)	
	아프리카 TV		곰 TV	
	카카오 TV		네이버 치지직	
FAST	네이버 NOW(네이버TV) ¹⁾			
	삼성TV플러스		(삼성스마트모니터/스마트TV)	
	LG 채널		(LG스마트모니터/스마트TV)	

주1) 네이버 NOW는 2024년 9월 서비스 종료됨. 현재는 네이버 TV 앱으로 서비스 제공

- OTT 이용 : 가입 여부에 관계없이 실제 시청(이용) 경험을 중심으로 응답
 - 유튜브/네이버 NOW(네이버 TV) 등을 통해 무료로 짧은 영상을 시청한 경우, 타인의 계정을 공유받아 이용하거나 무료로 체험한 경우 등은 OTT를 이용한 것으로 간주
 - 쿠팡와우에 가입하여 쿠팡플레이를 이용할 수 있지만 실제 이용하지 않은 경우, TV 수상기를 통해 유료방송 VOD 서비스 이용한 경우, 다른 경로로 다운 받은 파일을 카카오투, 곰TV 재생기 등 OTT 서비스 내 재생기로 파일을 재생하는 경우는 OTT 이용에서 제외

2) OTT 관련 지출

- 월 평균 지출 금액 작성 기준 : 구독 서비스 이용을 위해 지출하는 금액만 작성

(1) 유료 OTT

- 본인이 결제하는 월 평균 OTT 총 이용금액을 합산하여 작성
- 연간/분기 요금제를 이용하는 경우, 월평균 금액으로 환산하여 응답
- 네이버플러스, 쿠팡와우, 통신사 제휴 등 제휴 서비스를 통한 유료 OTT 이용 포함
- 계정을 공유하여 비용을 부담하는 경우, 부담액으로 응답
- 타인 계정을 공유 받아 무료로 이용하는 경우, 0원으로 응답

(2) 무료 OTT

- 무료 OTT 이용 시 광고 없이 시청하기 위해 구독료를 지불하는 경우만 해당하는 금액을 작성
(예. 유튜브 프리미엄 이용 요금)
- 별풍선, 슈퍼챗, 채널 멤버십 등 후원 기능 이용을 위하여 지불하는 비용은 제외

- 광고형 요금제 : 유료 구독형 OTT 서비스를 이용할 때, 광고를 시청하는 조건으로 일반 유료 구독형 요금제보다 저렴한 요금으로 서비스를 이용할 수 있는 요금제
(예) 넷플릭스 광고형 베이식 요금제

3) OTT 콘텐츠 유형

- 단일시즌 : 하나의 시즌으로 구성된 시리즈물/드라마
- 시즌제(파트제 포함) : 하나의 시리즈물을 공개할 때, 일정기간을 두고 시즌별로 나누어 공개하는 것
 - 시즌제 계획이 없다가 반응이 좋아서 시즌제로 전환된 콘텐츠도 포함
(예) 낭만닥터 김사부, 모범택시, 수사반장 1958 등
 - 1개 시즌으로 제작된 시리즈를 기간을 두고 회차를 나누어 공개하는 파트제도 포함
(예) 더 글로리, 환혼 등
- 일괄 편성 : 한 시즌의 모든 회차(에피소드)를 한 번에 편성
 - OTT 자체제작 시리즈 혹은 TV 방영 후 전체를 한 번에 공개하는 경우
(예) 스위트홈, 경성크리처, 살인자ㅇ난감, 오징어 게임 등

- 회차별 편성 : 주1회, 주2회 등 주기적으로 회차를 편성(TV 채널 편성과 유사한 방식)
 - 일반적으로 TV에서 동시 방영하는 콘텐츠가 해당
- 오리지널 콘텐츠 : OTT 플랫폼이 기획·투자·제작 등에 직접 참여하여 독점적으로 서비스하는 콘텐츠
- 독점 콘텐츠 : 특정 OTT 플랫폼에서만 볼 수 있는 콘텐츠(오리지널 콘텐츠 제외)
- 비독점 콘텐츠 : 여러 OTT 플랫폼이나 TV 채널에서 볼 수 있는 콘텐츠

4) OTT 이용행태

- 실시간 스트리밍(Live)/퀵VOD 시청 : OTT 서비스의 Live 또는 퀵VOD 기능을 이용하여 TV채널에서 방영하고 있는 프로그램을 동시에 시청하는 것
- 픽처인픽처(PIP) 기능 이용 : 화면 속 화면이라고도 불리며, 화면을 나누어 영상을 시청하면서 다른 기능을 이용할 수 있는 것을 의미함
- 콘텐츠 리뷰 : 전문가의 평점, 유튜브 등 리뷰영상, 블로그 리뷰 등 모두 포함
- 알고리즘 추천 : OTT 서비스 내에서 이용자의 정보·시청기록·평가 등을 기반으로 선호할만한 콘텐츠를 추천해주는 기능

4. 표본 구성

가. 조사 개요

1) 조사 지역 및 대상 지역

- 전국 17개 시·도의 집계구 리스트에서 추출된 500개 표본 집계구 내 표본 가구를 대상으로 한다. 각 표본 집계구별로 10가구를 추출하여 각 표본가구로부터 1명씩 조사하는 것을 목표로 표본 집계구 내 추출 가구 수를 결정한다.

2) 조사 방법

- 해당 가구를 직접 방문함으로써 조사 대상자를 직접 대면하여 면접하며 태블릿을 활용하여 개별방문면접조사(face-to-face interview)하는 것을 원칙으로 한다.
- 추출된 집계구 내의 추출 가구에 대해 접촉현황(contact history)을 기록하여 분석 단계에서 가구 무응답 및 추출률 등을 통해 가중치 산출에 반영하였다. 표본이 전국을 대표할 수 있도록 가중치를 산출하여 통계분석 과정에 적용하였다.
- 한 가구에서 10세 이상 가구원 중 한 명을 대상으로 조사표를 작성하도록 한다. 조사를 완료하기 위해서 4~5회 가구 방문 조사가 이루어진다.

3) 표본설계 개요

- 목표 모집단 : 10세 이상의 개인
- 조사 모집단 : 일반가구에 거주하는 10세 이상의 개인
- 표본크기 : 10세 이상의 5,000명 개인
- 층화
 - 행정구역별 층화: 서울 및 광역시(7개 지역)와 9개 도 지역을 22개 지역으로 구분한 후 동 지역 및 읍면 지역(18개)으로 1차 층화한다.
 - 세부 층화 : 서울 및 광역시(7개 지역)에 대해서는 집계구 특성(아파트, 일반집계구)에 따라 세부 층화하고, 9개 도 지역에 대해서는 동과 읍면 지역으로 층화한 후 집계구 특성(아파트, 일반집계구)에 따라 세부 층화한다.
- 표본배분 방법
 - 1단계 : 각 시도별 조사대상 인구 기준 제곱근비례배분법을 적용하여 500개 표본 집계구를 배분한다.
 - 2단계 : 각 시도에서 세부 층(동지역, 읍면지역)의 조사대상 인구에 비례하는 비례배분법을 적용하여 배분한다.
- 표본추출
 - 1차 추출단위 : 집계구
 - 1차 추출단위 추출 : 각 층에서 집계구 내 가구 수 비례하는 확률비례계통추출법
 - 2차 추출단위 : 가구
 - 2차 추출단위 추출 : 각 표본 집계구에서 정해진 표본크기만큼의 가구를 계통추출법으로 추출한다.
 - 최종적으로 표본가구 내 10세 이상인 가구원 중 한 명을 조사한다.

나. 표본설계

1) 모집단 분석

- 이 조사의 개념상 규정된 목표모집단(target population)은 조사시점 현재 대한민국에 거주하는 모든 가구 내 10세 이상의 가구원이다. 조사모집단(survey population)은 조사의 현실적인 측면을 고려하여 인구주택총조사 상의 집계구 내 일반가구에 거주하는 10세 이상의 가구원이다.
- <표 1-6>은 2022년 인구주택총조사 결과를 정리한 모집단 현황이다. 모집단 내 전체 일반가구는 21,773,507호¹⁾이며, 지역별 현황을 보면 경기도와 서울시는 각각 전체 일반가구의 24.8%와 18.8%를 차지하고, 전체 조사대상(10세 이상의 가구원) 46,453,364명 중 경기와 서울이 각각 26.0%, 18.4%로 가장 높은 구성비를 차지하고 있고, 부산, 경남, 인천 순으로 규모가 큰 것으로 나타났다.
- 2024년도 온라인동영상서비스 이용행태 조사를 위한 표본설계는 2022년²⁾ 기준 인구주택총조사 집계구 리스트를 표본추출에 활용했다.

1) 2022년 인구주택총조사 결과 중 가구형태가 '일반가구'를 대상으로 분석한 결과이며, 가구형태가 '집단지구(비혈연)', '집단시설가구', '외국인가구' 등의 경우는 분석대상에서 제외하였다.

2) 표본설계 시점에서 활용 가능한 최신 집계구 리스트는 2022년 기준 자료임

〈표 1-6〉 모집단 현황(2022년 인구주택총조사 결과)

시도	가구 수	열%	10세 이상 인구	열%
전국	21,773,507	100.0%	46,453,364	100.0%
서울	4,098,818	18.8%	8,528,838	18.4%
부산	1,447,825	6.6%	3,036,319	6.5%
대구	1,010,834	4.6%	2,171,421	4.7%
인천	1,212,731	5.6%	2,673,203	5.8%
광주	623,252	2.9%	1,329,133	2.9%
대전	646,474	3.0%	1,345,899	2.9%
울산	453,998	2.1%	999,188	2.2%
세종	154,019	0.7%	330,052	0.7%
경기	5,406,963	24.8%	12,091,326	26.0%
강원	684,895	3.1%	1,405,216	3.0%
충북	704,864	3.2%	1,454,618	3.1%
충남	931,370	4.3%	1,932,970	4.2%
전북	777,680	3.6%	1,619,461	3.5%
전남	784,645	3.6%	1,607,215	3.5%
경북	1,166,306	5.4%	2,378,147	5.1%
경남	1,392,608	6.4%	2,954,881	6.4%
제주	276,225	1.3%	595,477	1.3%

* 자료 : 2022년 인구주택총조사 결과

2) 총화

- 2024년도 온라인동영상서비스 이용행태 조사 표본설계에서는 7개 특별·광역시와 9개 도 지역으로 1차로 총화했다. 다만, 서울과 경기의 경우는 전체 인구 규모와 지역적 차이를 고려하여 각각 4개 권역(북동, 남동, 남서, 북서)과 3개 권역(북부, 중부, 남부)으로 세부 총화하였고, 9개 도 지역에 대해서는 동부와 읍·면부로 세부 총화했다.
- 행정구역 구분에 따라 구성한 33개의 1차 지역 총 내에서는 아파트 집계구와 일반 집계구로 나누어 세부 총화했다. 결과적으로 표본설계 상의 전체 총의 수는 66개이다.
- 〈표 1-7〉은 서울시와 경기도의 권역별 구분 현황임. 〈표 1-8〉은 표본설계의 총화 방법을 정리한 것이고, 〈표 1-9〉는 각각 총별 집계구 수를 정리한 것이다.

〈표 1-7〉 서울시와 경기도의 권역별 구분 현황

시/도	1차 층화	해당 구 또는 시/군/구
서울	북서부	은평구, 서대문구, 마포구, 용산구, 종로구, 중구
	북동부	노원구, 성북구, 중랑구, 도봉구, 강북구, 동대문구, 성동구, 광진구
	남서부	강서구, 양천구, 금천구, 영등포구, 구로구, 관악구, 동작구
	남동부	서초구, 강남구, 송파구, 강동구
경기	북부	가평군, 의정부시, 남양주시, 양평군, 파주시, 연천군, 포천시, 동두천시, 양주시
	중부	부천시, 고양시, 성남시, 광명시, 의왕시, 안양시, 과천시, 구리시, 군포시, 하남시, 광주시, 김포시, 시흥시, 여주시
	남부	수원시, 오산시, 용인시, 이천시, 안성시, 안산시, 평택시, 화성시

〈표 1-8〉 층화 방법

구분	지역	1차 층화	2차 층화	총 수
인구주택총조사 집계구	서울, 7대 광역시	서울(4) 및 광역시 구분(7)	아파트, 일반집계구	22
	도 지역	11개 시도(동부)	아파트, 일반집계구	22
		11개 시도(읍·면부)	아파트, 일반집계구	22

〈표 1-9〉 세부 층별 모집단 집계구 현황

행정구역	동 지역		읍면 지역		합계
	일반 집계구	아파트 집계구 ¹⁾	일반 집계구	아파트 집계구	
전 국	30,944	53,381	11,093	6,161	101,579
서울_북서	1,775	1,398	0	0	3,173
서울_북동	2,762	2,901	0	0	5,663
서울_남서	2,798	2,742	0	0	5,540
서울_남동	1,470	2,438	0	0	3,908
부산	2,339	4,221	0	0	6,560
대구	1,756	3,086	0	0	4,842
인천	2,132	3,632	0	0	5,764
광주	794	2,148	0	0	2,942
대전	1,079	1,857	0	0	2,936
울산	724	1,503	0	0	2,227
세종	131	642	0	0	773
경기_북부	701	2,090	970	865	4,626
경기_중부	3,770	7,406	327	210	11,713
경기_남부	2,405	5,681	915	804	9,805
강원	637	1,256	867	363	3,123
충북	641	1,246	812	530	3,229
충남	614	1,413	1,444	829	4,300
전북	850	1,730	833	174	3,587
전남	483	1,079	1,565	550	3,677
경북	1,066	1,707	1,643	778	5,194
경남	1,377	2,856	1,339	1,039	6,611
제주	640	349	378	19	1,386

주1) 아파트 집계구는 집계구 내 일반 가구 중 아파트 가구의 비율이 50% 이상인 경우를 말한다.

* 자료 : 2022년 인구주택총조사 집계구 리스트

3) 표본크기 결정 및 표본배분

- 이 조사의 1차 추출단위는 인구주택총조사의 집계구이고, 2차 추출단위는 가구와 가구 내 10세 이상의 가구 원이다.
- 본 조사의 목표 표본크기는 10세 이상의 5,000명을 전국에서 표집 조사하는 것을 목표로 한다. 일반가구 한 가구당 한 명을 조사함에 따라 500개 표본집계구로부터 각각 10가구를 추출하여 전체 5,000가구를 조사한다.
- 시도별 표본 집계구 배분은 시도별 조사대상 인구 기준의 비례배분법, 제곱비례배분법, 우선할당비례배분법 등을 비교하여 결정하였다. 각 표본배분법에 대한 층별 표본배분은 다음 식에 따라 이루어졌다.

- 비례배분법 : $n_h = n \times \frac{N_h}{\sum_{k=1}^H N_k}$, 단, N_h 는 시도 h 의 모집단 조사대상 인구 수

- 제곱근 비례배분법 : $n_h = n \times \frac{\sqrt{N_h}}{\sum_{k=1}^H \sqrt{N_k}}$, 단, N_h 는 시도 h 의 조사대상 인구 수

- 우선할당 비례배분법 : 각 시도에 $n'(10)$ 을 우선 배분한 후, 남은 표본크기($n - n' \times H$)는 층별 조사 대상 인구 수에 비례하여 배분한다.

- 본 표본설계에서는 각 시도별 조사대상 인구 수에 대한 제곱근비례배분법을 최종방안으로 하였다. 이 배분법을 적용하면 지역별 추정에 유리하고, 상대적으로 온라인동영상서비스 이용실태의 변동이 큰 도(道)지역의 추출을 약간 높여 줌으로써 추정결과의 통계적 정확도가 높아질 수 있을 것으로 예상된다.

〈표 1-10〉 각 시도별 표본배분 현황

시도	모집단 현황		표본배분 현황(집계구 수 기준)		
	집계구 수(개)	조사대상 인구 (10세 이상)	비례배분	제곱근비례배분	우선할당(10) 후 비례배분
서울	18,284	8,528,838	93	58	71
부산	6,560	3,036,319	33	34	32
대구	4,842	2,171,421	24	29	25
인천	5,764	2,673,203	28	32	29
광주	2,942	1,329,133	14	23	19
대전	2,936	1,345,899	15	23	20
울산	2,227	999,188	11	20	17
세종	773	330,052	3	11	12
경기	26,144	12,091,326	128	67	96
강원	3,123	1,405,216	15	23	20
충북	3,229	1,454,618	16	24	20
충남	4,300	1,932,970	21	27	24
전북	3,587	1,619,461	18	25	22
전남	3,677	1,607,215	17	25	21
경북	5,194	2,378,147	26	30	27
경남	6,611	2,954,881	32	34	31
제주	1,386	595,477	6	15	14
합계	101,579	46,453,364	500	500	500

- <표 1-10>는 각 시도별 표본배분 현황이다. 조사구 표본 설계를 통해 전국 가구원을 대상으로 조사한 국가승인통계 사례인 2023년도 「방송매체이용행태조사」결과에 의하면, 개인대상 조사의 주요 조사항목 추정에 대한 설계효과 값은 약 2.63 ~ 5.69로 분석되었다. 이를 적용한 본 조사의 목표 허용오차 한계는 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.8\%p$ (설계효과 4.10를 적용한 결과임)이다.
- 각 시도에서 층별 표본배분은 집계구 수(2022년 인구주택총조사 기준)에 비례하는 비례배분법을 적용하였다. <표 1-11>은 세부 층별 표본배분 현황이다.

<표 1-11> 세부 층별 표본 집계구 현황

행정구역	동 지역		읍면 지역		합계
	일반 집계구	아파트 집계구	일반 집계구	아파트 집계구	
전 국	147	255	65	33	500
서울_북서	6	4	0	0	10
서울_북동	9	9	0	0	18
서울_남서	9	9	0	0	18
서울_남동	5	7	0	0	12
부산	12	22	0	0	34
대구	11	18	0	0	29
인천	12	20	0	0	32
광주	6	17	0	0	23
대전	8	15	0	0	23
울산	7	13	0	0	20
세종	2	9	0	0	11
경기_북부	2	5	3	2	12
경기_중부	9	17	2	2	30
경기_남부	6	15	2	2	25
강원	5	9	6	3	23
충북	5	9	6	4	24
충남	4	9	9	5	27
전북	6	12	5	2	25
전남	3	7	11	4	25
경북	6	10	10	4	30
경남	7	15	7	5	34
제주	7	4	4	0	15

4) 표본 집계구 및 표본 가구 추출

- 본 조사의 표본설계에서는 2022년 인구주택총조사 집계구 리스트를 표본추출틀로 활용하여 500개 표본 집계구를 추출했다. 표본추출은 층화2단계집락추출법을 적용하며, 1차 추출단위는 집계구이고, 2차 추출단위는 가구 및 10세 이상 개인이다. 각 층에서 배정된 표본 집계구 수만큼을 집계구 내 가구 수에 비례하는 확률비례계통추출법에 따라 추출했다. 표본가구 내 적격 조사대상자 중 1명을 조사하는 것을 원칙으로 하였다.

- 세부 층 내 표본 집계구 추출에 대한 분류지표(내재적 층화변수)는 아파트 가구 비율, 1인 가구 비율을 고려했다.

1차 기준	• 아파트 가구 비율
2차 기준	• 1인 가구 비율

- 2022년 인구주택총조사 기준의 집계구를 활용할 때 집계구 전체가 철거, 재건축 등의 사유로 조사불능인 경우에는 예비표본에서 대체하도록 하였다.

5) 가중치 산정

- 통계조사에서 가중치 부여는 표본추출에 따른 추출률의 차이와 응답률 및 모집단에 대한 정보 등을 이용하여 모집단의 구조와 표본 구조를 맞추므로써 추정의 정확도를 높이는 것을 목적으로 한다. 만약 통계분석 과정에서 가중치를 무시하고 분석한 추정치는 심각한 편향(bias)이 발생할 수 있다.
- 일반적으로 표본조사의 가중치는 ① 설계가중치, ② 무응답에 대한 조정, ③ 사후층화에 대한 조정 등의 세 가지 요인을 통합하여 산정되었다. 가중치 조정단계에서 이용하는 최신 모집단 정보는 2023년 11월 기준의 인구주택총조사 결과이다.
- 본 조사의 표본설계는 각 시·도 구분과 도 지역 내의 동 및 읍·면 구분을 이용한 세부 층화를 통해서 전체 66개 층을 구성하였다. 표본추출은 층화2단추출법을 적용하였는데, 1차추출단위는 집계구이고, 2차추출단위는 가구 및 10세 이상 가구원이다. 각 층에서 배정된 표본 집계구 수만큼을 집계구 내 가구 수에 비례하는 확률 비례계통추출법에 따라 추출하였다. 각 표본 집계구에서는 10가구의 표본가구를 계통추출법으로 선정하여 표본 가구에서 적격 가구원 1명을 조사하는 것을 원칙으로 하였다.
- 본 연구에서 설계가중치는 표본설계에서 사용된 층화2단확률비례계통추출법에 따라 집계구 내의 가구별 추출 확률이 달라짐에 따라 이를 반영할 수 있도록 하였다. 가중치 작성 과정에서 사용될 기호들을 정리하면 다음과 같다.
 - L : 층의 수
 - N_h : 층 h 의 모집단 집계구 수
 - n_h : 층 h 의 표본 집계구 수
 - S_{hi} : 층 h 의 i 번째 집계구에 대한 크기의 측도(해당 집계구의 총 가구 수)
 - $S_h = \sum_{i=1}^{N_h} S_{hi}$: 층 h 에서 크기의 측도에 대한 총합
 - M_{hi} : 층 h 의 i 번째 집계구 내 가구 수(조사완료+조사미완+조사미착수)
 - m_{hi} : 층 h 의 i 번째 집계구 내 조사착수 가구 수(응답+거절)
 - r_{hi} : 층 h 의 i 번째 표본집계구 내 조사완료 가구 수(응답)

가) 설계가중치

- 본 조사의 설계가중치는 각 표본집계구에 대한 표본추출률의 역수와 각 표본집계구에서 가구조사 완료율의 역수를 곱하여 다음과 같이 산출되었다.

$$\text{설계가중치} = \frac{S_h}{n_h S_{hi}} \times \frac{M_{hi}}{m_{hi}}$$

- 원칙적으로 각 표본 집계구에서는 10가구씩을 표본으로 조사하였기 때문에 $m_{hi} = 10$ 이다. $S_{hi} \approx M_{hi}$ 를 가정할 수 있는 경우(표본추출률 상의 집계구 내 가구 수와 실제 가구 수에 차이가 작은 경우)에 각 층에서 설계가중치는 해당 층 내에서 일정한 값이 되어 설계가중치 = $\frac{S_h}{n_h \times 10}$ 으로 표현할 수 있다. 이때 각 지역 내 층에서 표본 가구들은 모두 동일한 설계가중치를 갖게 되고, 실제 조사과정에서는 표본추출률의 집계구 내 가구 수와 실제 가구 수에 차이가 있어 각 층 내에서 설계가중치는 동일하지는 않지만 비슷한 값을 갖게 된다.

나) 무응답 조정

- 본 연구에서 무응답 조정은 표본 집계구별로 진행됨. 표본 집계구에서 표본으로 추출된 가구 전체에서 응답을 얻는 것이 원칙이지만, 경우에 따라서 표본가구가 응답을 거절하여 무응답이 발생할 수 있다. 무응답 조정계수는 다음 식에 따라 구하였다.

$$\text{무응답조정계수} = \frac{m_{hi}}{r_{hi}}$$

다) 표본 가구 내 적격자 추출률 반영

- 이 조사의 표본가구로 선정된 경우에 적격 가구원이 2명 이상인 경우는 한 명을 조사대상자로 선정하였다. 이에 따라 표본 가구의 적격자 추출률은 다음과 같으며, 앞서 구한 가구 내 추출률의 역수를 설계가중치에 곱하여 가구 내 추출률 차이를 가중치 작성 과정에 반영했다.

$$\text{가구 내 추출률} = \frac{1}{\text{표본가구의 조사대상 가구원수}}$$

라) 모집단 정보를 이용한 사후 조정

- 모집단 정보를 이용한 사후 조정은 모집단에 대한 정보를 이용하여 모집단의 구조와 표본 구조를 유사하게 맞추므로써 추정의 정확도를 높이는 것을 목적으로 한다.
- 본 연구에서는 시도(17)×성(2), 시도(17)×연령대(6) 인구분포 정보를 이용한 레이킹비 방법(Raking ratio method)³⁾에 의해서 모집단 정보와 일치시켜 최종가중치를 산출했다. <표 1-12>과 <표 1-13>은 각각 가중치 조정에 사용된 각 시도별 성별 및 연령대별 인구 현황이다.

〈표 1-12〉 각 시도 및 성별 인구 현황

행정구역	2023 인구주택총조사 결과(10세 이상 인구)		
	남자	여자	계
전 국	23,128,905	23,429,383	46,558,288
서 울	4,104,427	4,419,923	8,524,350
부 산	1,467,114	1,558,038	3,025,152
대 구	1,071,625	1,115,464	2,187,089
인 천	1,348,961	1,356,347	2,705,308
광 주	652,120	669,836	1,321,956
대 전	672,984	672,225	1,345,209
울 산	512,557	484,486	997,043
세 종	167,411	167,963	335,374
경기도	6,114,728	6,074,803	12,189,531
강원도	706,561	698,227	1,404,788
충청북도	745,926	721,686	1,467,612
충청남도	994,934	951,997	1,946,931
전라북도	802,626	811,145	1,613,771
전라남도	807,340	799,621	1,606,961
경상북도	1,183,824	1,163,978	2,347,802
경상남도	1,477,937	1,464,676	2,942,613
제주도	297,830	298,968	596,798

* 자료 : 2023년 인구주택총조사 결과, 통계청

3) 레이킹비 방법은 모집단 자료와 표본조사 자료간의 일치성을 확보하기 위해 다차원 분류표 상의 각 셀 값을 반복적으로 조정해 가면서 모집단 분포 정보와 일치시키는 방법이다. 레이킹비 방법은 설계가중치를 하나의 주변분포(marginal distribution)를 이용하여 조정한 후, 두 번째 주변분포를 재차 이용하여 가중치를 조정한다. 이러한 과정을 특정한 수렴조건을 만족할 때까지 반복적으로 수행하여 가중치 보정 단계에서 고려한 보조정보의 모집단 주변분포와 일치시키는 방법이다.

〈표 1-13〉 시도 및 연령대별 인구 현황

시도	2023 인구주택총조사 결과(10세 이상 인구)						
	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상	합계
전국	4,507,509	6,025,811	6,350,297	7,657,829	8,373,472	13,643,370	46,558,288
서울	696,570	1,318,145	1,363,050	1,349,040	1,424,678	2,372,867	8,524,350
부산	258,005	374,507	378,093	467,617	522,928	1,024,002	3,025,152
대구	210,024	277,815	273,395	349,069	411,138	665,648	2,187,089
인천	262,924	345,830	397,484	465,167	498,578	735,325	2,705,308
광주	145,760	193,477	172,094	226,191	240,722	343,712	1,321,956
대전	140,830	211,887	183,385	216,259	237,146	355,702	1,345,209
울산	105,181	116,141	133,868	173,874	199,724	268,255	997,043
세종	49,639	40,380	57,542	74,692	52,219	60,902	335,374
경기	1,265,251	1,585,969	1,809,499	2,179,723	2,247,253	3,101,836	12,189,531
강원	127,892	166,116	153,744	202,656	252,596	501,784	1,404,788
충북	143,960	189,457	183,542	224,912	262,986	462,755	1,467,612
충남	203,745	230,875	244,603	314,848	336,333	616,527	1,946,931
전북	161,378	192,758	168,226	238,028	289,286	564,095	1,613,771
전남	150,681	161,102	161,599	230,218	293,888	609,473	1,606,961
경북	215,953	249,723	252,854	347,499	428,725	853,048	2,347,802
경남	302,717	303,873	341,759	492,943	561,936	939,385	2,942,613
제주	66,999	67,756	75,560	105,093	113,336	168,054	596,798

* 자료 : 2023년 인구주택총조사 결과, 통계청

6) 모수 추정 및 추정량의 분산

가) 용어 정의

- y_{hijk} : 조사값(각 문항에 대한 응답)
 - h : 층 번호, i : 집계구 번호, j : 가구 번호, k : 가구 내 개인 번호
- w_{hijk} : 표본 가중치로 설계가중치, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 통해서 산출했다.

나) 모평균에 대한 추정

- 전체 및 지역 특성별 구분에서 모평균과 모비율은 가중치를 이용한 추정량을 이용하여 추정했다.
- 조사값 y_{hijk} 가 수치형(numerical) 변수인 경우, 모평균에 대한 추정치는 다음과 같이 표본 가중치를 고려한 가중평균으로 계산되었다.

$$\bar{y} = \frac{\left(\sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} \sum_{k=1}^{l_{hij}} w_{hijk} y_{hijk} \right)}{w_{\dots}} : \text{모평균 추정치}$$

- L : 층 수, n_h : 집계구 수, m_{hi} : 집계구 내 표본가구 수, l_{hij} : 조사 가구 내 응답자 수

$$- w_{\dots} = \sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} \sum_{k=1}^{l_{hij}} w_{hijk} : \text{표본 가중치의 합계}$$

다) 모비율에 대한 추정

- 조사값 y_{hijk} 가 0 또는 1의 값을 갖는 변수인 경우, 모비율에 대한 추정치는 다음과 같이 표본 가중치를 고려한 가중평균 형태로 계산되었다.

$$\hat{p} = \frac{\left(\sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} \sum_{k=1}^{l_{hij}} w_{hijk} y_{hijk} \right)}{w_{\dots}} : \text{모비율 추정치}$$

- L : 층 수, n_h : 집계구 수, m_{hi} : 집계구 내 표본가구 수, l_{hij} : 조사 가구 내 응답자 수

$$- w_{\dots} = \sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} \sum_{k=1}^{l_{hij}} w_{hijk} : \text{표본 가중치의 합계}$$

라) 추정량의 분산

- 모평균(또는 모비율) 추정량에 대해서 층화 및 2단 집락추출 등의 표본설계를 반영한 추정분산은 다음과 같이 계산했다.

$$\text{var}(\bar{y}) = \sum_{h=1}^L \frac{n_h(1-f_h)}{n_h-1} \sum_{i=1}^{n_h} (e_{hi.} - \bar{e}_{h..})^2$$

- 여기서, L 은 층의 수, n_h 는 층 h 에서의 1차추출단위(PSU)인 집계구 수, m_{hi} 는 층 h 내 i 번째 표본 집계구의 가구 수,

$$f_h = n_h/N_h, e_{hi.} = \left(\sum_{j=1}^{m_{hi}} \sum_{k=1}^{l_{hij}} w_{hijk} (y_{hijk} - \bar{y}) \right) / w_{\dots}, \bar{e}_{h..} = \left(\sum_{i=1}^{n_h} e_{hi.} \right) / n_h \text{이다.}$$

- 모평균 및 모비율 추정에 대한 표준오차(standard error), 상대표준오차(relative standard error), 95% 신뢰수준 오차의 한계는 다음과 같다.

$$- \text{표준오차} : s.e(\bar{y}) = \sqrt{\text{var}(\bar{y})},$$

$$- \text{상대표준오차} : rse(\bar{y}) = \frac{s.e(\bar{y})}{\bar{y}} \times 100(\%),$$

$$- \text{오차의 한계} : 1.96 \times \sqrt{\text{var}(\bar{y})}$$

5. 조사 설계와 진행 일정

가. 조사표 설계

- 본 조사표의 조사표 설계는 다음과 같은 일정으로 진행되었다.

〈표 1-14〉 조사표 설계 일정

일정	진행내용	비고
4월 4일	문헌 연구 및 조사표 개선안 작성	기존 유관 조사 및 연구 검토 조사표 개선안 작성
4월 5일	조사표 검토 자문 회의	조사표 개선안 검토
4월 18일-4월 19일	인지면접 시행	신규 문항 이해도 및 응답 편의 점검 10대-60대 각 연령대별 진행
4월 20일-4월 22일	자문 및 인지면접 반영 설문 개선	
4월 23일-5월 20일	통계청 컨설팅 진행	향후 통계승인을 위한 통계청 컨설팅 수용
5월 20일~5월 30일	조사표 최종 검토 및 확정	조사표 확정

1) 자문회의

- 조사표 설계를 위한 자문회의는 4월 5일에 진행하였으며, 총 5명의 자문진이 참여하였다.
- 자문회의의 진행 목적은 이용행태 조사 설문 개선안 검토였으며, 주요 논의 사항은 OTT 장르 구분에 대한 현황 확인 및 트렌드 발굴, 무료 OTT 이용 관련 신규 문항 검토 등이었다.
- 자문회의를 통해 OTT 유형별 구분 명칭을 확정하고, 스포츠 콘텐츠, 스포츠 중계 시청 관련 문항 등을 개발하였다.
- 또한 OTT 콘텐츠 장르 및 소재 분류를 검토하였고, 일부 문항 및 보기 추가하고 의미가 중복되는 문항은 통합하거나 문항 순서를 재배치하는 등 조사표에 대한 의견을 수렴하여 조사표를 개선하였다.

2) 인지면접

- 인지면접은 4월 18일 - 4월 19일 기간 동안 총 2그룹을 실시하였다.
- 인지면접을 통해 신규 문항에 대한 일반 국민의 이해 정도 점검, 문항별 보기항목 검토, 추가 문항을 발굴하며, 조사 대상 연령의 확대에 따라 10-12세 응답자의 설문 응답 가능성을 점검하였다.
- 주요 신규 문항인 무료 OTT 이용 관련 문항에 대한 이해를 확인하고, 10-12세 응답자의 설문 이해도를 점검하여 조사표를 개선하였다.

〈표 1-15〉 인지면접 진행 개요

진행 일정	그룹 구분		
	대상	연령	인원
4월 18일	OTT 이용자	10-60대	6명
4월 19일	OTT 이용자	10-12세	2명

나. 표본 설계 및 조사 일정

- 표본 설계 : 5월 31일 ~ 6월 14일
- 실사
 - TAPI 개발 : 6월 3일 ~ 6월 25일
 - 교육 자료 및 조사 도구 준비 : 6월 3일 ~ 6월 20일
 - 조사 면접원 선발 : 6월 15일 ~ 6월 25일
 - 조사 면접원 교육 : 권역별 집체 교육 실시
 - 수도권(서울/경기/강원) : 6월 27일
 - 대구 : 6월 28일
 - 부산 : 6월 28일
 - 광주 : 7월 1일
 - 대전 : 7월 3일
 - 실사 진행 : 6월 27일 ~ 8월 27일
- 자료 검증 : 8월 1일 ~ 8월 31일
- 데이터 클리닝 및 데이터 처리 : 8월 28일 ~ 9월 15일
- 가중치 작업 : 8월 31일 ~ 9월 15일

6. 응답자 특성

- 2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사는 총 5,033명(목표 표본의 100.7%) 조사하였으며, 응답자 특성은 다음과 같다.

〈표 1-16〉 응답자 특성

구분		사례수(명)	%	구분		사례수(명)	%	
전체		(5,033)	100.0	전체		(5,033)	100.0	
성별	남성	(2,500)	49.7	직업	사무직	(947)	18.8	
	여성	(2,533)	50.3		서비스/판매직	(1,771)	35.2	
연령별	10대	(480)	9.5	학력	생산직	(683)	13.6	
	20대	(541)	10.7		학생	(550)	10.9	
	30대	(709)	14.1		주부	(771)	15.3	
	40대	(855)	17.0		기타	(20)	0.4	
	50대	(934)	18.6		무직	(292)	5.8	
	60대	(1,048)	20.8		중/고등학생	중/고등학생	(396)	7.9
	70세 이상	(467)	9.3			대학생/대학원생	(192)	3.8
독신가구	(291)	5.8	고졸이하	(2,353)		46.7		
가족구성	1세대가구	(1,584)	31.5	가구소득	대졸이상	(2,093)	41.6	
	2세대가구	(3,068)	61.0		100만원 미만	(164)	3.3	
	3세대가구	(88)	1.7		100-199만원	(323)	6.4	
	기타	(3)	0.1		200-299만원	(540)	10.7	
	서울	(921)	18.3		300-399만원	(902)	17.9	
지역	인천/경기	(1,610)	32.0	400-499만원	(1,124)	22.3		
	대전/충청/세종	(551)	10.9	500-599만원	(1,083)	21.5		
	광주/전라/제주	(556)	11.0	600-699만원	(503)	10.0		
	부산/울산/경남	(753)	15.0	700만원 이상	(393)	7.8		
	대구/경북	(490)	9.7	최근 1년 OTT 이용	이용	(4,495)	89.3	
	강원	(152)	3.0		미이용	(538)	10.7	

7. 조사 결과 해석 시 유의 사항

- 표본조사의 경우 일정 수준의 표본오차가 발생하므로 반드시 사례 수의 관찰치(Observed Percentage)에 따른 표본오차(Sampling Error)를 고려해야 한다.
- 본 보고서에 수록된 자료는 단위 미만을 반올림하였기 때문에 합계의 숫자와 각 항목별 합계의 숫자는 일치하지 않을 수 있다.
- 설문 문항 중 복수응답은 보기 항목의 사례 수를 전체 사례 수에 근거하여 백분율을 산출하였으며, 1개 이상(1+2순위 등)에 응답한 결과들을 합산하여 집계한 결과이다. 중복응답에 대한 집계는 통상 100.0%를 초과하지만 간혹 100%에 미치지 못하는 경우도 있다.
- 조사 사례수가 30표본 미만의 과소한 집단은 특성별 분석을 진행하지 않는다.
- 타조사와 비교 시 응답자의 인구통계학적 특성 및 문항 내용에 차이가 있고, 조사 기간 및 시점이 다를 수 있으므로 직접 비교를 할 때는 결과 해석 시 유의해야 한다.
- 본 조사는 2024년 6월 27일 ~ 2024년 8월 27일 시행하였으며, 조사 시점 기준 최근 1년에 대한 이용행태를 조사하였기에 조사 시점의 영향을 받을 수 있으므로 결과 해석 시 유의해야 한다.
- 통계표에 사용된 부호의 뜻은 다음과 같다.
[-] : 해당 숫자 없음 / [0], [0.0], [0.00] : 단위 미만

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

제 2장 결과 요약



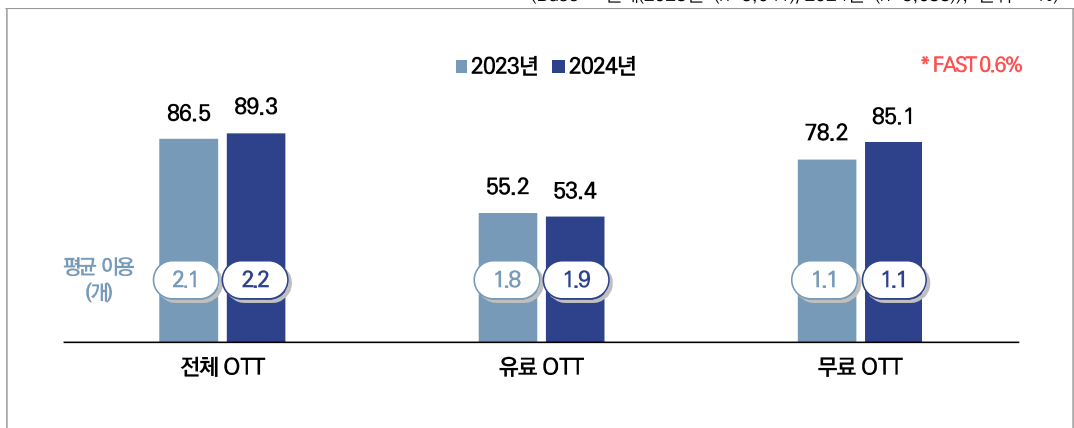
1. 온라인동영상서비스(OTT) 이용

가. 온라인동영상서비스(OTT) 이용률

1) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률 추이

- 최근 1년 OTT 이용률은 2023년 86.5%에서 2024년 89.3%로 2.8%p 증가했으며, 2024년 OTT 평균 이용 개수는 2.2개로 나타났다.
- 한편 유료 OTT 이용률은 53.4%로 전년 대비 1.8%p 감소했으나, 무료 OTT 이용률은 85.1%로 전년 대비 6.9%p 증가했다.

(Base : 전체(2023년 (n=5,041)/2024년 (n=5,033)), 단위 : %)



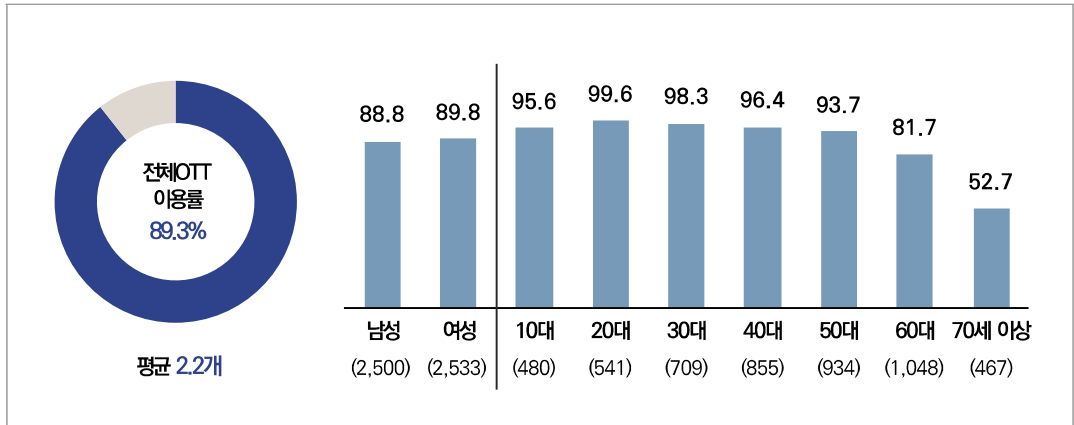
[그림 2-1] OTT 서비스 이용률 추이

2) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률 분석

가) 전체 OTT

- 10세 이상 응답자(n=5,033)의 89.3%가 최근 1년 OTT 서비스를 이용하였으며, 최근 1년 OTT 서비스 이용자(n=4,495)의 OTT 이용 개수는 평균 2.2개이다.
- 50대 이하의 90% 이상이 OTT를 이용하고 있었으며, 60대는 81.7%, 70세 이상은 52.7%였다.

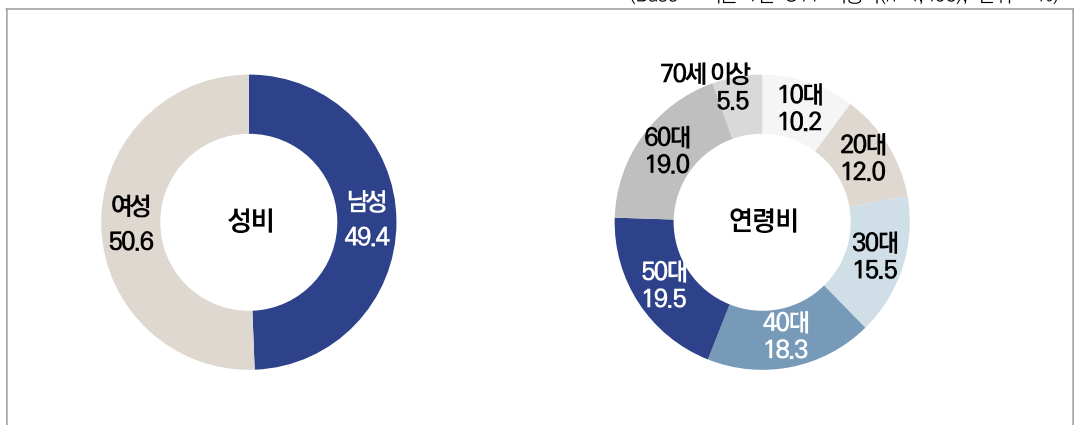
(Base : 전체 (n=5,033), 단위 : %)



[그림 2-2] OTT 서비스 이용률

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)는 성별로는 여성이 남성보다 많았으며, 연령별로는 40~60대가 가장 많고, 다음으로 30대, 20대 순이었다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)

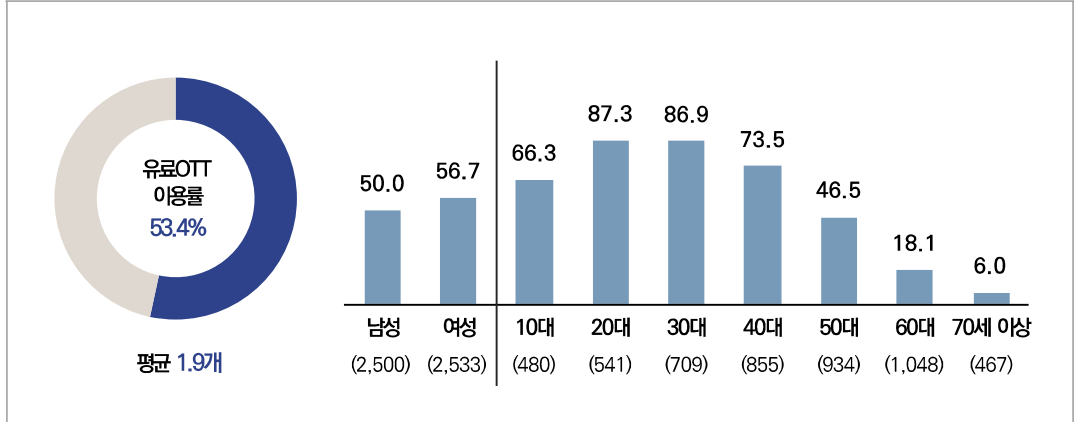


[그림 2-3] OTT 서비스 이용자 구성비

나) 유료 OTT

- 최근 1년 유료 OTT 이용률은 53.4%, 평균 유료 OTT 이용 개수는 1.9개이다.
- 유료 OTT 이용률은 20-30대에서 85% 이상으로 높았으며, 다음으로 40대 73.5%, 10대 66.3% 순이었다.

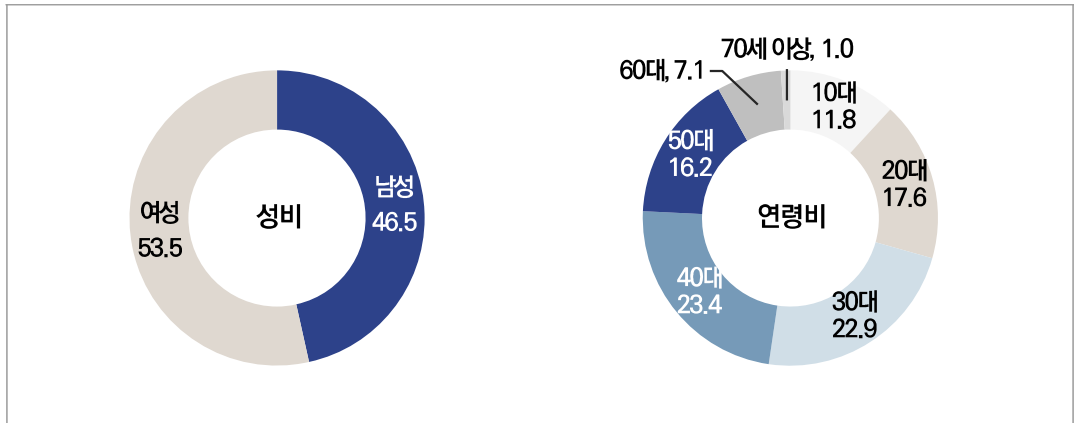
(Base : 전체 (n=5,033), 단위 : %)



[그림 2-4] 유료 OTT 서비스 이용률

- 최근 1년간 유료 OTT 이용자(n=2,687) 구성비는 여성이 남성보다 많았으며, 연령별로는 30-40대가 가장 많고, 다음으로 20대, 50대 순이었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

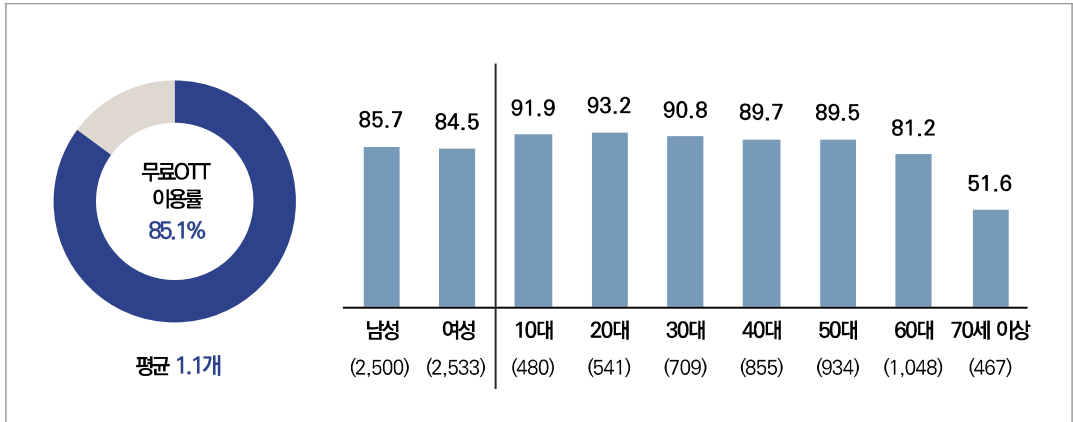


[그림 2-5] 유료 OTT 서비스 이용자 구성비

다) 무료 OTT

- 전체 응답자(n=5,033)의 85.1%가 최근 1년 동안 무료 OTT를 이용하고 있었으며, 평균적으로 1.1개의 서비스를 이용하고 있었다.
- 50대 이하의 약 90%가 무료 OTT를 이용하고 있었으며, 60대는 81.2%, 70세 이상은 51.6%가 이용하고 있었다.

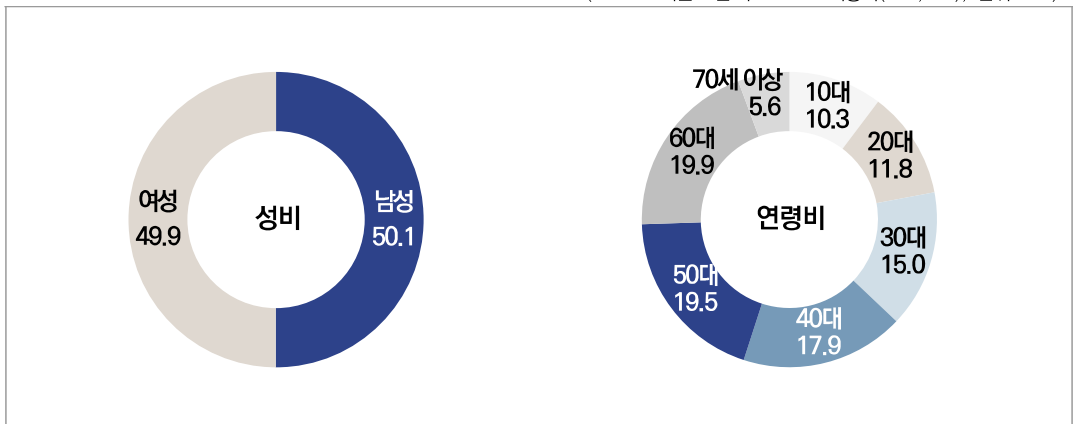
(Base : 전체 (n=5,033), 단위 : %)



[그림 2-6] 무료 OTT 서비스 이용률

- 최근 1년간 무료 OTT 이용자(n=4,283)의 연령 구성비를 살펴보면, 50-60대가 가장 많고, 다음으로 40대, 30대, 20대 순이었다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)



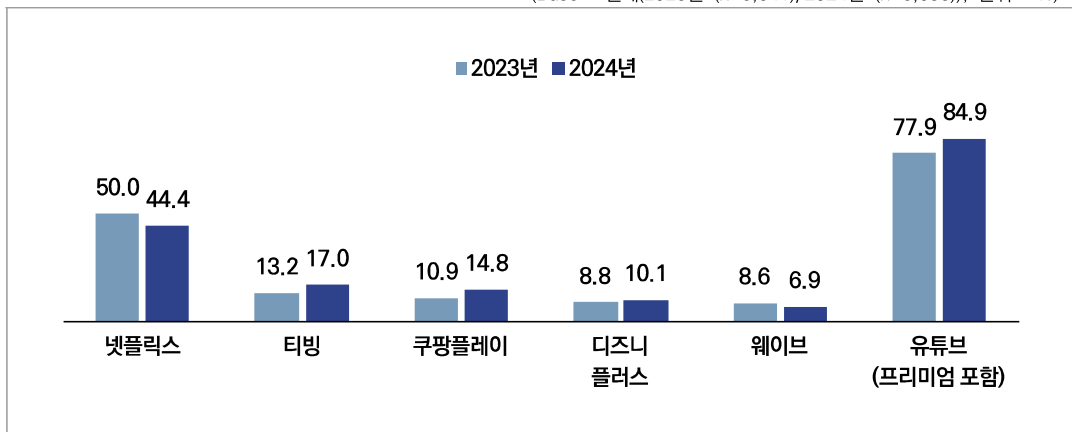
[그림 2-7] 무료 OTT 서비스 이용자 구성비

나. 온라인동영상서비스 이용 현황

1) OTT 이용 플랫폼

- OTT 플랫폼별 이용률을 살펴보면, 전체(n=5,033) 응답자는 유료 OTT 서비스 중 넷플릭스(44.4%)를 가장 많이 이용하고 있으나 전년(50.0%) 대비 이용률이 5.6%p 감소하였다. 반면, 티빙, 쿠팡플레이 등은 스포츠 콘텐츠 제공에 주력한 결과 전년 대비 이용률이 증가하며 시장 경쟁 구도가 심화되었다.
- 한편 유튜브 이용률은 84.9%로 전년 대비 7.0%p 증가하며 유·무료 OTT 서비스를 통틀어 가장 높은 이용률을 유지했다.

(Base : 전체(2023년 (n=5,041)/2024년 (n=5,033)), 단위 : %)



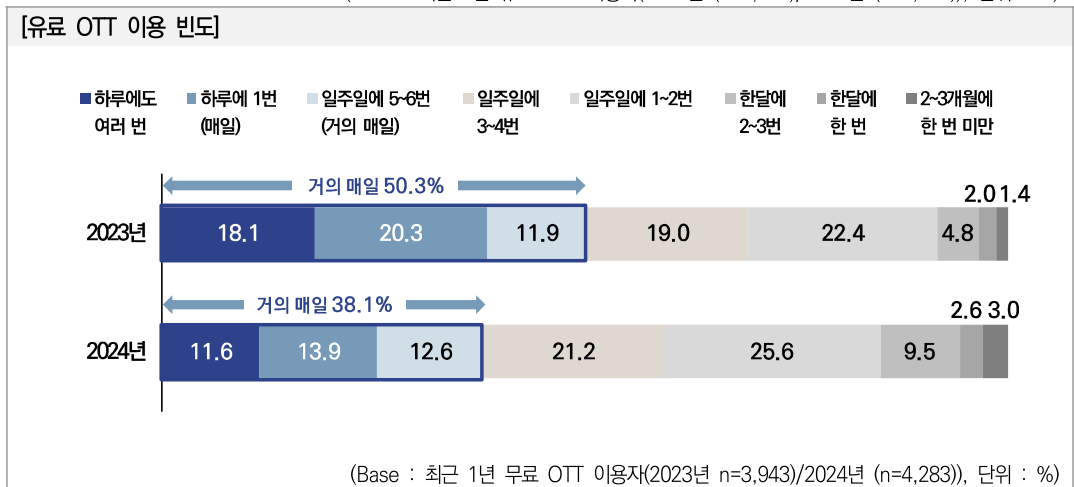
[그림 2-8] 주요 OTT 서비스별 이용률

2) OTT 서비스 이용행태

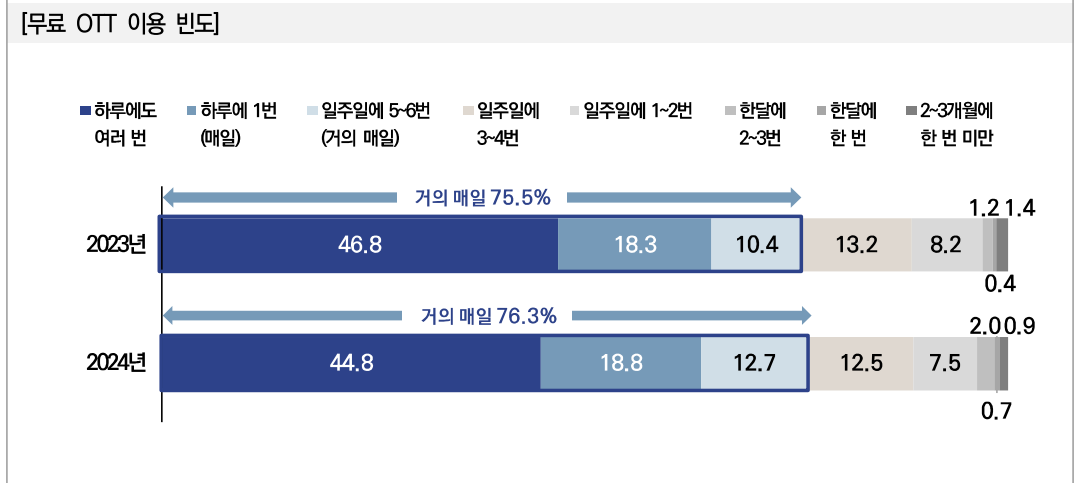
가) OTT 서비스 이용 빈도

- 유료 OTT 이용 빈도는 거의 매일 이용한다는 응답이 38.1%로 전년(50.3%) 대비 감소하였다.(거의 매일: 하루에도 여러 번, 하루에 1번, 일주일에 5-6번)
- 반면, 무료 OTT 이용 빈도는 거의 매일 이용 비율이 76.3%로 전년(75.5%)과 유사한 수준이었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(2023년 (n=2,784)/2024년 (n=2,687)), 단위 : %)



(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(2023년 n=3,943)/2024년 (n=4,283)), 단위 : %)



[그림 2-9] OTT 서비스 이용 빈도

나) OTT 서비스 이용 시간

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 하루 평균 OTT 이용 시간은 주중 98분, 주말 116분이었으며, 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 하루 평균 OTT 이용 시간은 주중 109분, 주말 137분으로 나타났다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

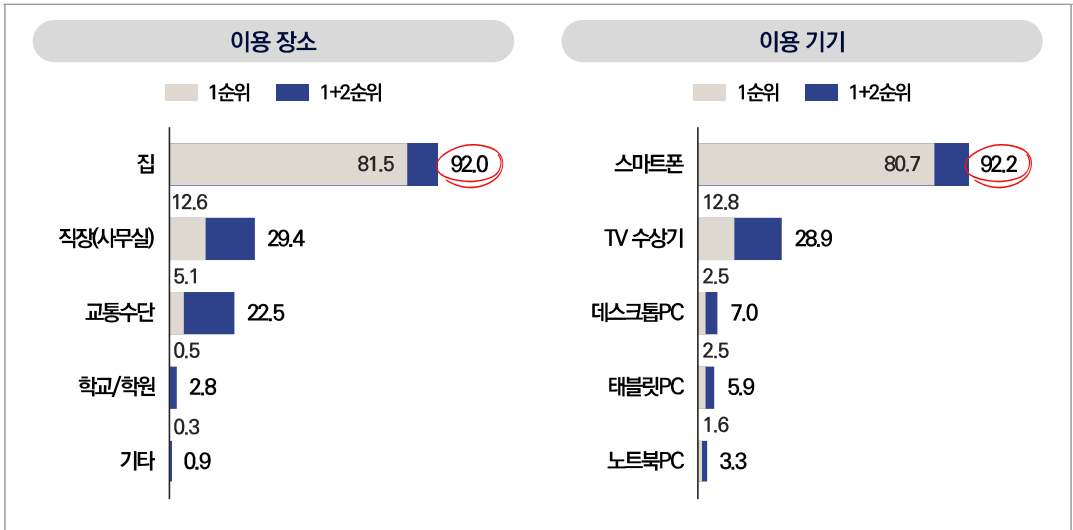


[그림 2-10] OTT 서비스 이용 시간

다) OTT 서비스 주이용 장소 및 기기

- OTT 서비스 주이용 장소는 1+2순위 기준 집이 92.0%으로 가장 높게 나타났으며, 주이용 기기는 스마트폰이 92.2%로 가장 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)

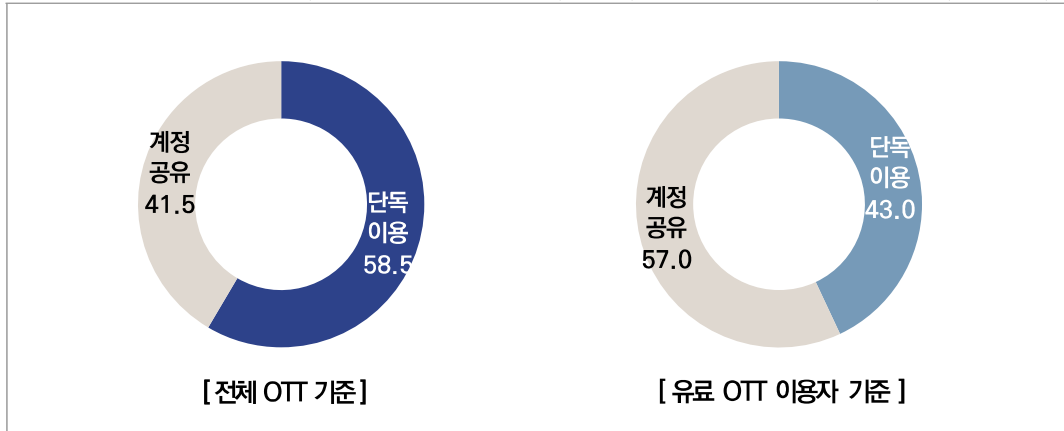


[그림 2-11] OTT 서비스 주이용 장소 및 기기

라) OTT 계정 이용 방식

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)는 OTT 서비스 계정을 단독 이용(58.5%)하는 비율이 계정 공유(41.5%)로 이용하는 것보다 높았다.
- 한편 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687) 기준으로는 계정 공유(57.0%)로 이용하는 비율이 단독 이용(43.0%)보다 높아 유료 OTT 이용 여부에 따라 OTT 이용행태가 다르게 나타났다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 2-12] OTT 서비스 계정 이용 방식

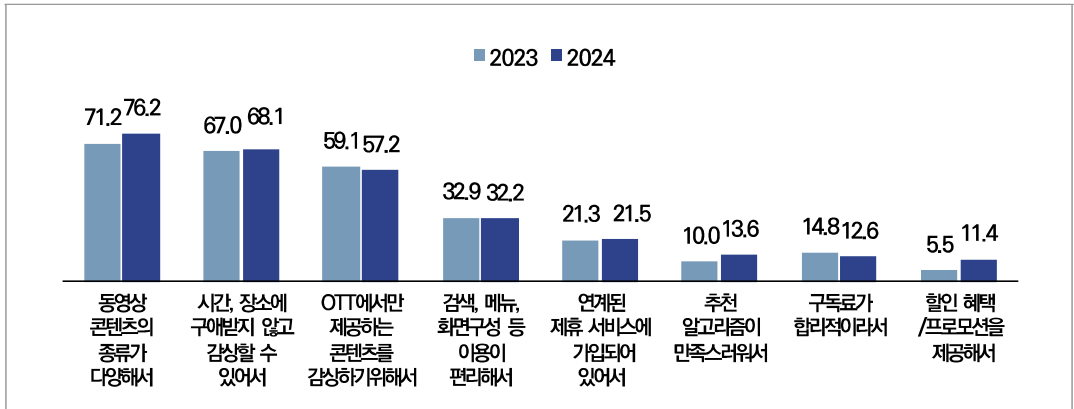
* 여러 개의 유료 구독형 OTT 서비스 이용 시 주로 사용하는 OTT 서비스 기준으로 응답

3) 온라인동영상서비스 이용 성향

가) OTT 서비스 구독 이유

- OTT 서비스를 구독하는 이유로는 '동영상 콘텐츠의 종류가 다양해서', '시간, 장소에 구애받지 않고 감상할 수 있어서', 'OTT에서 제공하는 콘텐츠를 감상하기 위해서'가 주요 이유였다. 한편 주요 OTT 서비스의 구독료 인상의 영향으로 인해 '구독료가 합리적이라서'는 12.6%로 전년(14.8%) 대비 낮았으며, '할인 혜택/프로모션을 제공해서'(11.4%)는 전년(5.5%) 대비 높게 나타났다.

(Base : 2023년 유료 OTT 이용자(n=2,784)/2024년 유료 OTT 및 유튜브 프리미엄 이용자(n=2,774), 단위 : %)

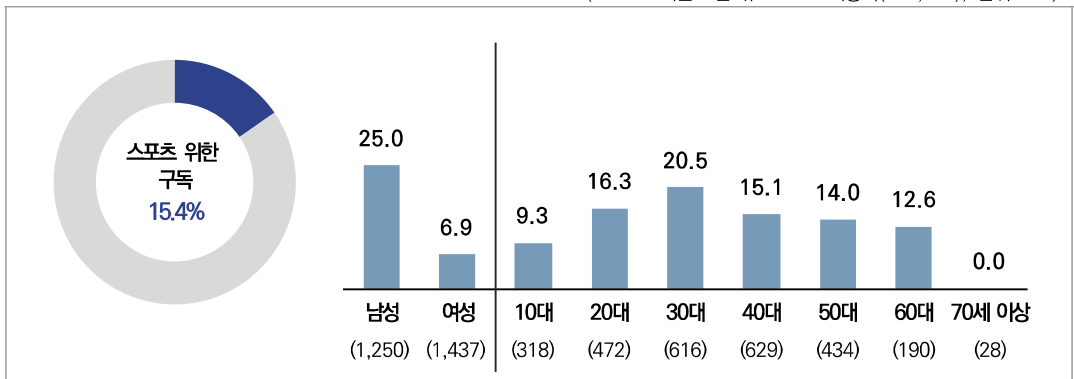


[그림 2-13] OTT 서비스 구독 이유

나) 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 구독

- 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 15.4%가 스포츠 중계 시청을 위해 OTT를 구독하고 있었으며, 여성보다는 남성, 연령별로는 30대의 구독 비율이 높았다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

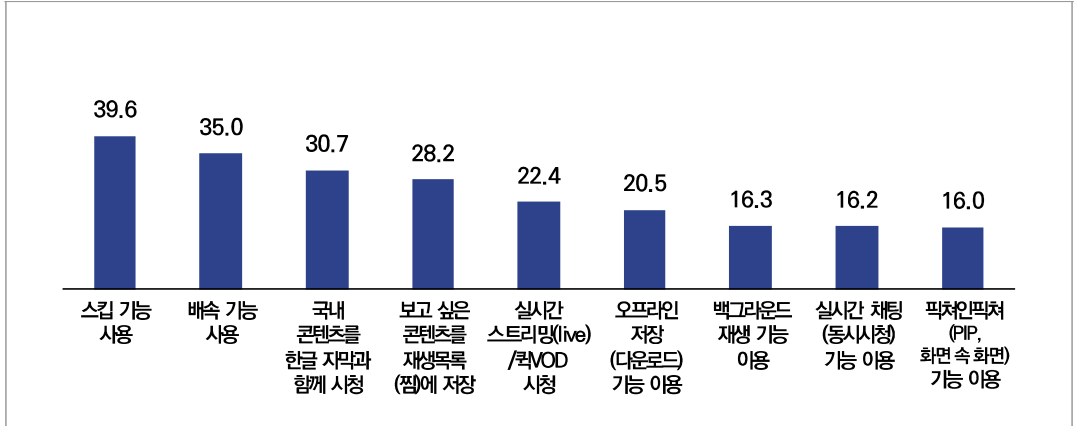


[그림 2-14] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 구독

다) OTT 이용 방식

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495) 중 ‘스킵 기능’(39.6%)을 사용하며 OTT 서비스를 이용하는 비율이 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘배속 기능 사용’(35.0%), ‘국내 콘텐츠를 한글 자막과 함께 시청’(30.7%), ‘보고 싶은 콘텐츠를 재생목록(짤)에 저장’(28.2%) 순이었다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)

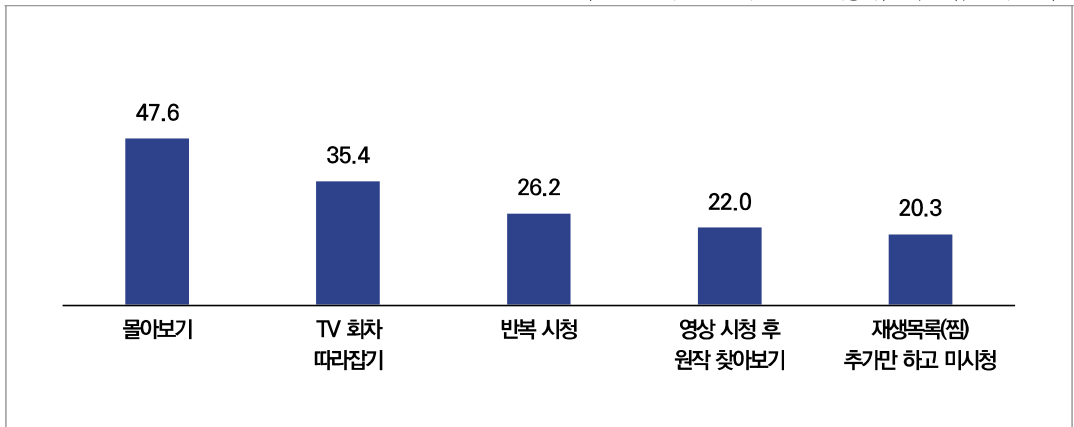


[그림 2-15] OTT 서비스 이용 방식(Top2)

라) OTT 시청 습관

- 유료 OTT 시청 습관으로는 ‘한 번에 몰아보기’(47.6%)가 가장 높았고, 그 다음으로 ‘TV 회차 따라잡기’(35.4%), ‘반복 시청’(26.2%) 순으로 나타났다.

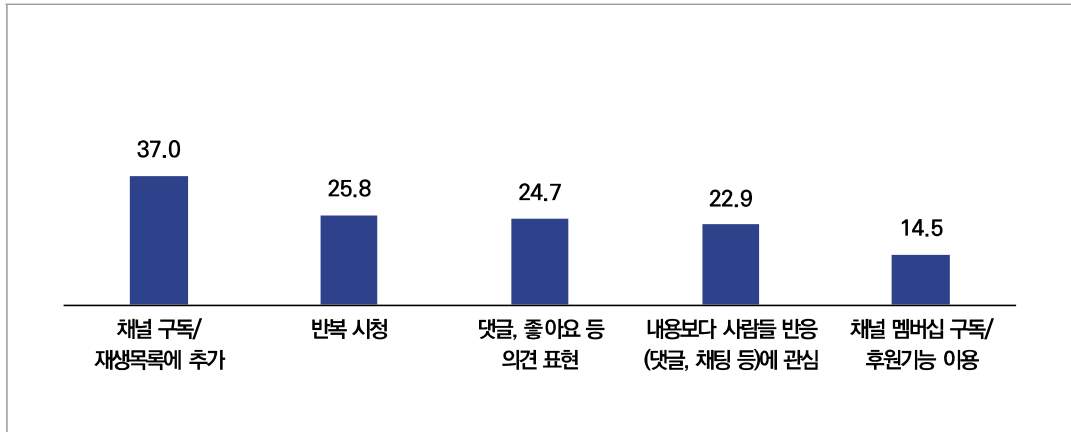
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 2-16] 유료 OTT 시청 습관(Top2)

- 무료 OTT 시청 습관은 '채널을 구독하거나 재생목록에 추가한다'가 무료 OTT 이용자의 37.0%로 높았다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)

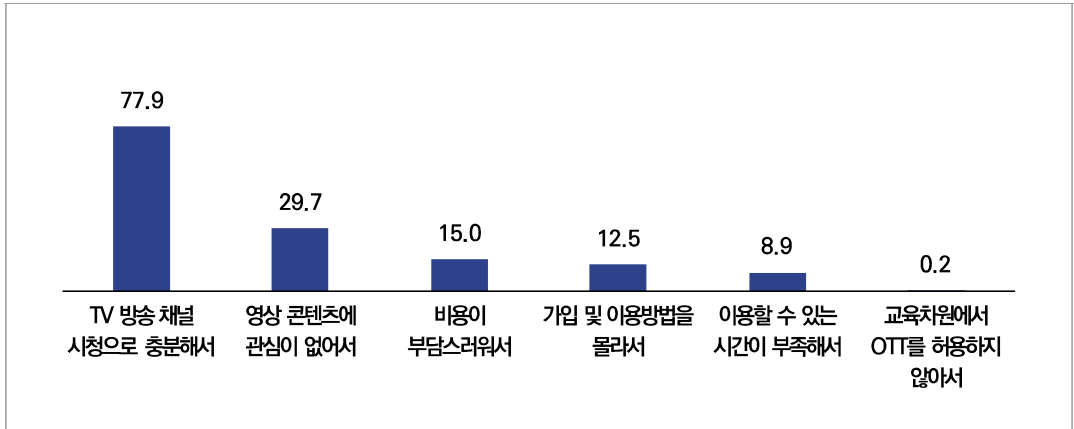


[그림 2-17] 무료 OTT 시청 습관(Top2)

4) 온라인동영상서비스 미이용 현황

- 최근 1년 OTT 미이용자(n=538)는 전체의 10.7%로 대부분 'TV 방송 채널 시청으로 충분해서'(77.9%) OTT 서비스를 이용하지 않고 있었다.

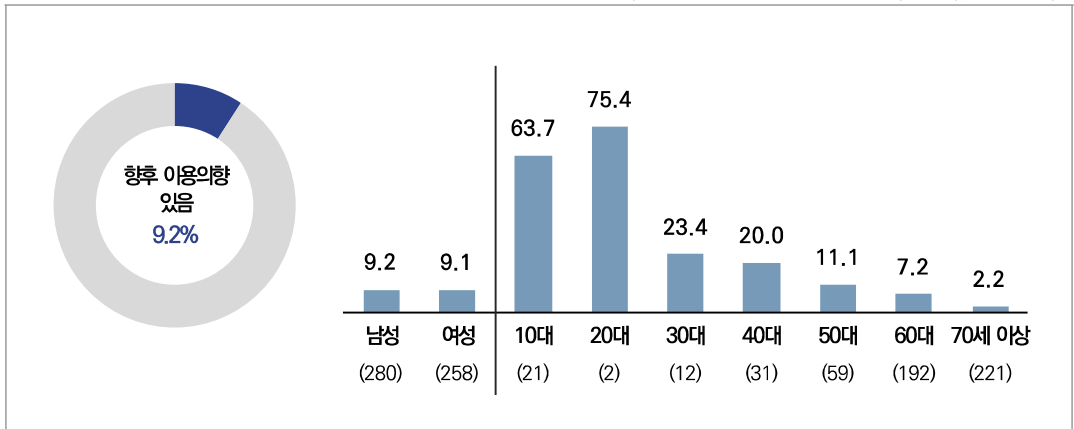
(Base : 최근 1년 OTT 미이용자(n=538), 단위 : %)



[그림 2-18] OTT 서비스 미이용 이유

- 최근 1년 OTT 미이용자의 9.2%는 향후 유료 OTT 서비스를 이용할 의향이 있었다.

(Base : 최근 1년 OTT 미이용자(n=538), 단위 : %)



[그림 2-19] OTT 서비스 향후 이용 의향

다. 온라인동영상서비스 지출 현황

1) 온라인동영상서비스 지출 현황

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 유·무료 OTT 서비스를 포함한 전체 OTT 서비스 지출금액은 한 달 평균 7,440원이었다.
- 유료 OTT 서비스 지출금액은 월 평균 10,500원, 무료 OTT 지출 금액은 월 평균 1,220원으로 나타났다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)/유료 OTT 이용자(n=2,687)/무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : 원)

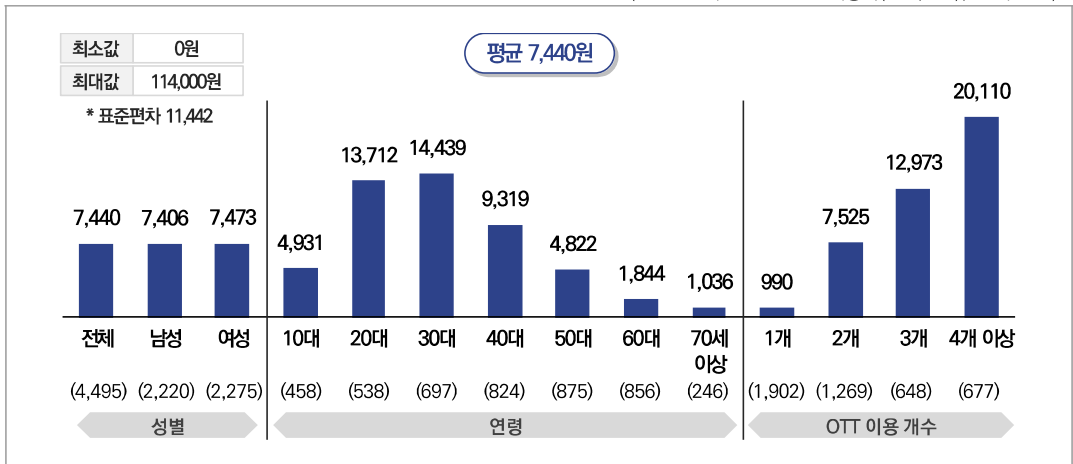


[그림 2-20] OTT 서비스 월평균 지출금액

가) 전체 OTT 서비스 월평균 지출금액

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)는 유·무료 OTT 서비스 1개당 한 달 평균 약 3,381원을 지출하였다.(OTT 평균 2.2개 이용)
- 한 달 평균 지출금액은 20-30대가 상대적으로 높고, OTT 이용개수가 많을수록 높게 나타났다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : 원)

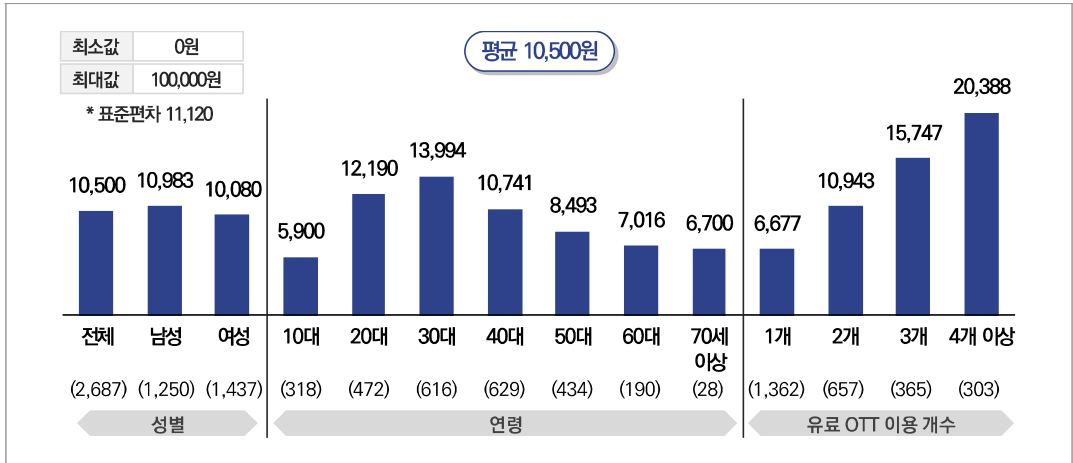


[그림 2-21] 전체 OTT 서비스 월평균 지출금액

나) 유료 OTT 서비스 월평균 지출금액

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)는 한 달 평균 1개 서비스 당 약 5,526원을 지출하였다.(유료 OTT 평균 1.9개 이용)
- 한 달 평균 유료 OTT 지출금액은 남성, 30대에서 상대적으로 높았다. 또한 유료 OTT 이용개수가 많을수록 월평균 유료 OTT 서비스 지출금액이 많았다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : 원)

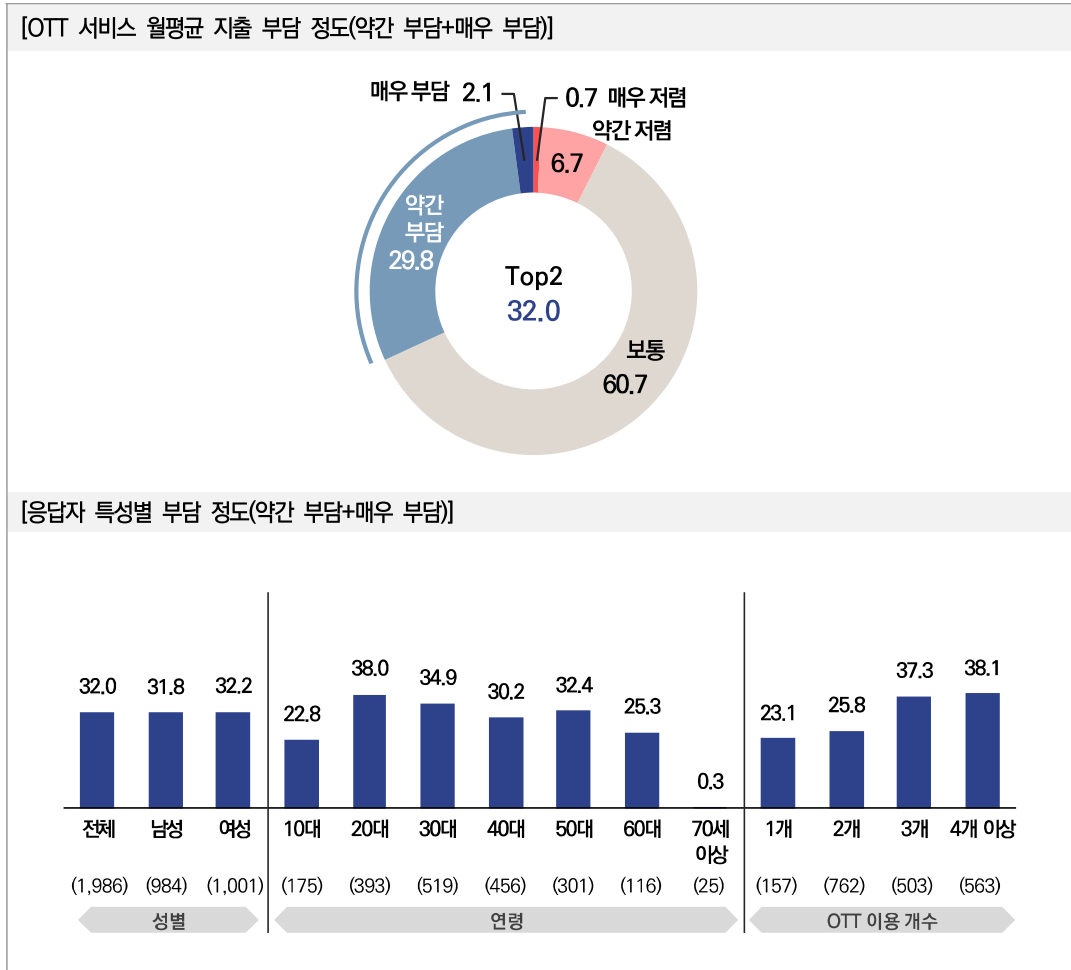


[그림 2-22] 유료 OTT 서비스 월평균 지출금액

다) 월평균 OTT 지출 부담정도

- OTT 서비스에 비용을 지불한 사람(n=1,986)의 32.0%는 OTT 서비스 관련 지출에 부담(매우 부담+약간 부담)을 느끼고 있었다.
- 지출에 대한 부담감은 이용하는 OTT의 개수가 많을수록 높았으며, 20대에서 높은 편이었다.

(Base : 최근 1년 OTT 비용 지불자(n=1,986), 단위 : %)

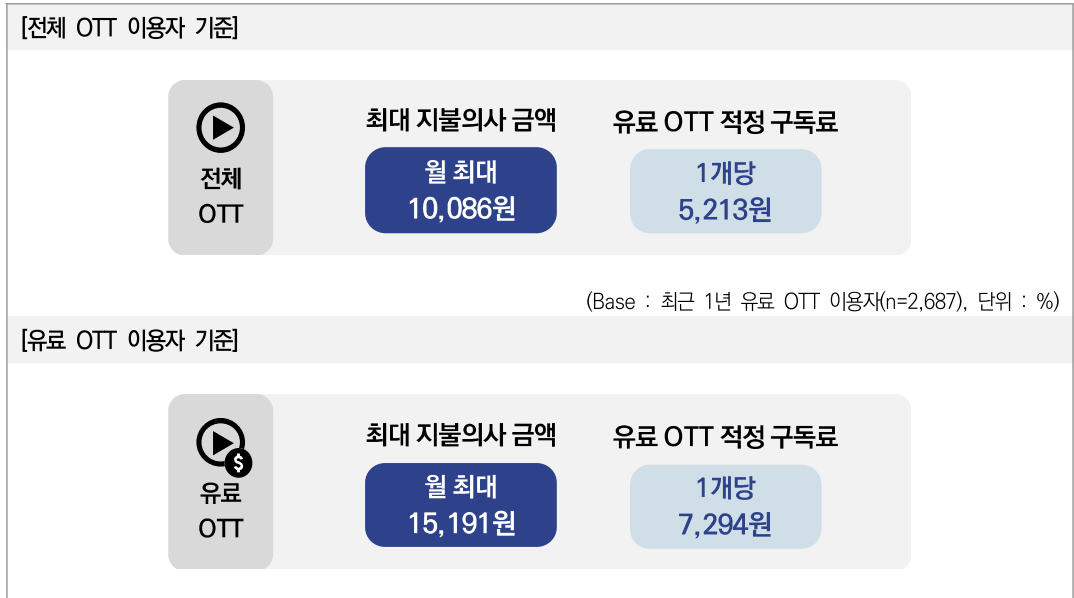


[그림 2-23] 월평균 OTT 서비스 지출 부담정도

2) 온라인동영상서비스 지불 의사

- 한달 기준 OTT 서비스에 지불할 수 있는 금액으로 전체 OTT 이용자(n=4,495)는 10,086원, 유료 OTT 이용자(n=2,687)는 15,191원까지 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다.
- 유료 OTT 서비스 1개의 적정한 구독료로는 전체 OTT 이용자는 월 5,213원, 유료 OTT 이용자는 월 7,294원을 응답했다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



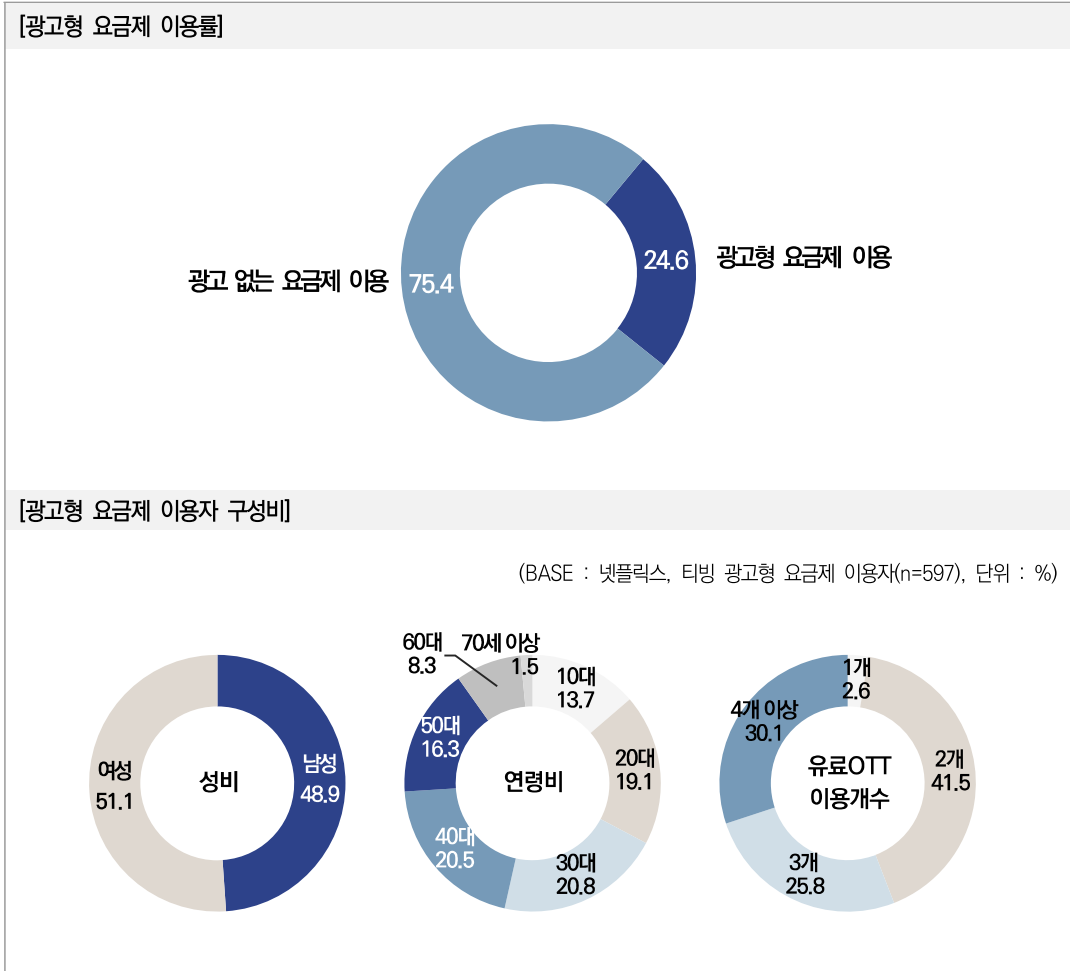
[그림 2-24] OTT 서비스 지불 의사

3) OTT 지불 관련 행태

가) 광고형 요금제 이용

- 넷플릭스, 티빙 이용자(n=2,427) 중 24.6%가 광고형 요금제를 이용하며, 75.4%는 광고가 없는 요금제를 이용하고 있었다.
- 광고형 요금제 이용자(n=597)는 20~40대가 많았다.

(Base : 최근 1년 넷플릭스, 티빙 이용자(n=2,427), 단위 : %)



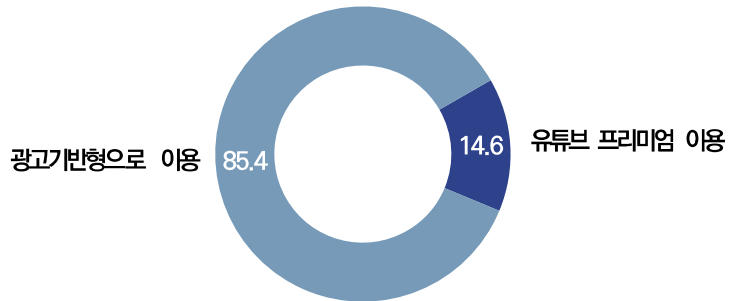
[그림 2-25] 광고형 요금제 이용

나) 유튜브 프리미엄 이용

- 유튜브 이용자(n=4,272) 중 14.6%가 유튜브를 이용할 때 유튜브 프리미엄을 통해 이용하며, 85.4%는 광고 기반형으로 이용하고 있었다.
- 유튜브 프리미엄 이용자(n=625)는 남성, 20~30대, 유료 OTT 4개 이상 이용자가 가장 많았다.

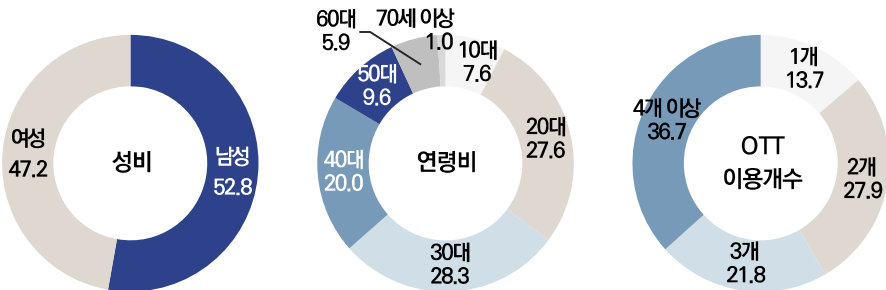
(Base : 최근 1년 유튜브 이용자(n=4,272), 단위 : %)

[유튜브 프리미엄 이용률]



[유튜브 프리미엄 이용자 구성비]

(BASE : 유튜브 프리미엄 이용자(n=625), 단위 : %)



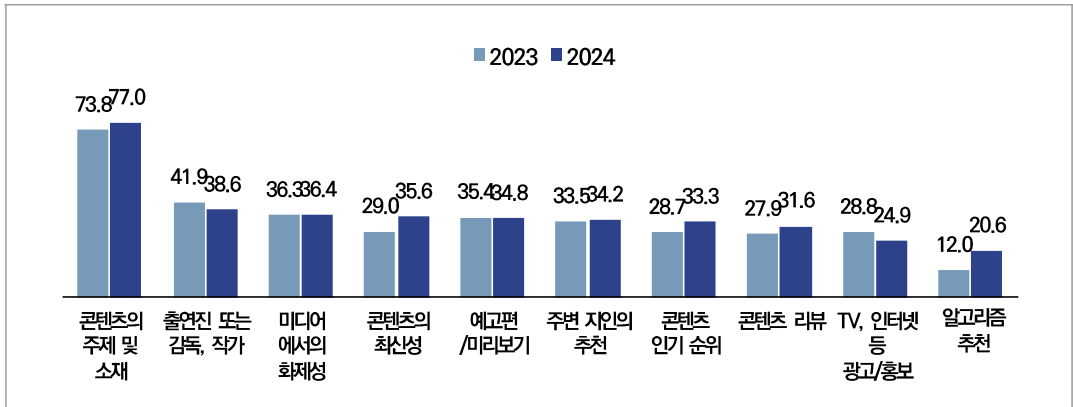
[그림 2-26] 유튜브 프리미엄 이용

2. OTT 콘텐츠 이용

가. 콘텐츠 선택 기준

- 유료 OTT 이용자들(n=2,687)은 유료 OTT 콘텐츠 선택 시, '콘텐츠의 주제 및 소재'(77.0%)를 가장 주요하게 고려하고 있었다. 다음으로 '출연진 또는 감독, 작가'(38.6%), '미디어 화제성'(36.4%), '콘텐츠의 최신성'(35.6%) 등의 순이었다.
- '콘텐츠의 주제 및 소재', '콘텐츠의 최신성', '알고리즘 추천' 등 요소는 전년 대비 높게 나타났으며, 특히 '알고리즘 추천'은 전년 대비 가장 많이 증가했다.

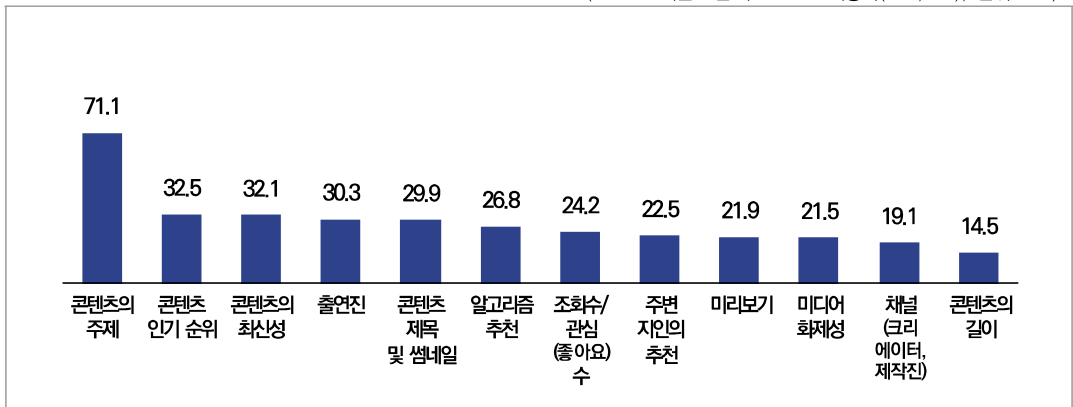
(Base : 2023년 유료 OTT 서비스 이용 경험자(n=2,945)/2024년 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 2-27] 유료 OTT 콘텐츠 선택 기준

- 무료 OTT 이용자들(n=4,283)은 무료 OTT 콘텐츠 시청 시, '콘텐츠의 주제'(71.1%)를 가장 주요하게 고려하며, 그 다음으로 '콘텐츠 인기 순위'(32.5%), '콘텐츠의 최신성'(32.1%), '출연진'(30.3%), '콘텐츠 제목 및 썸네일'(29.9%) 등의 순이었다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)

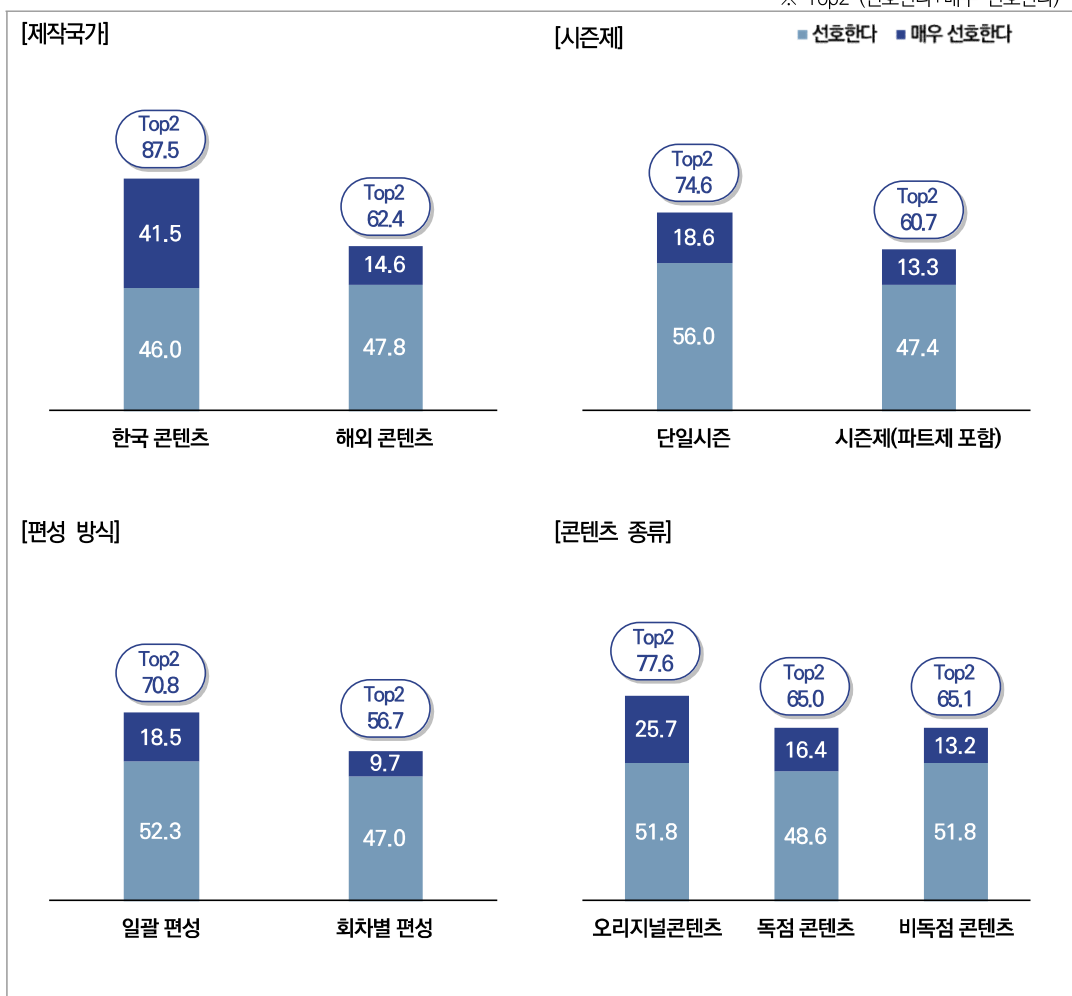


[그림 2-28] 무료 OTT 콘텐츠 선택 기준

나. 콘텐츠 형식

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 콘텐츠 형식에 따른 선호도(Top2)는 제작 국가에 따른 차이가 가장 두드러졌으며, 콘텐츠 종류에 따른 차이는 적은 편이었다.
- 세부적으로 살펴보면, 제작 국가별로는 한국 콘텐츠(87.5%)를 선호도가 해외 콘텐츠(62.4%)보다 높았으며, 시즌제 여부에 따라서는 단일시즌(74.6%)을 시즌제(파트제 포함)(60.7%)보다 선호했다. 편성 방식에 따른 차이는 일괄 편성(70.8%)을 회차별 편성(56.7%)보다 더 많이 이용하고 있었다. 콘텐츠 종류별로는 오리지널 콘텐츠(77.6%)를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 비독점 콘텐츠(65.1%)와 독점 콘텐츠(65.0%) 선호의 차이는 없었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)
 ※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



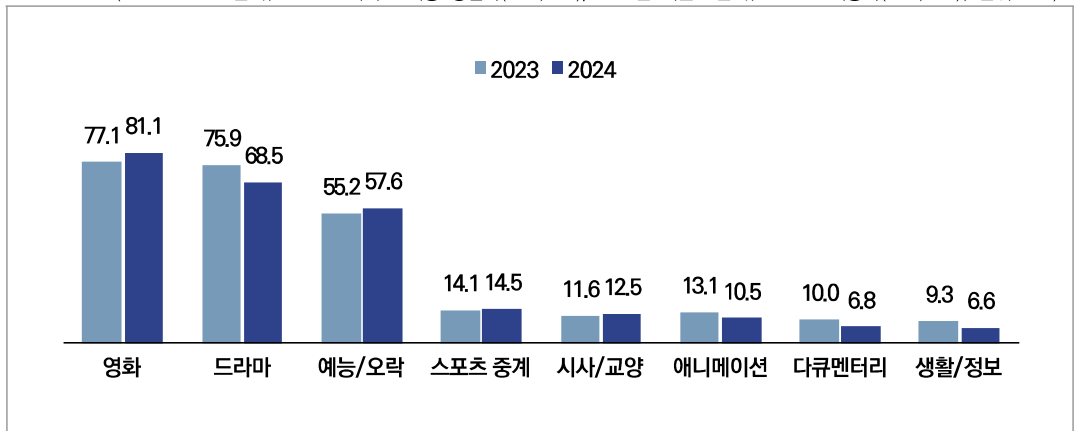
[그림 2-29] 유료 OTT 콘텐츠 형식별 선호도(Top2)

다. 콘텐츠 장르

1) 선호 영상 콘텐츠 장르

- 유료 OTT 이용자(n=2,687)들은 영화(81.1%), 드라마(68.5%), 예능/오락(57.6%)을 선호했다.
- 영화, 예능/오락에 대한 선호도는 전년 대비 증가했으며, 드라마는 감소하였다.

(Base : 2023년 유료 OTT 서비스 이용 경험자(n=2,945)/2024년 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

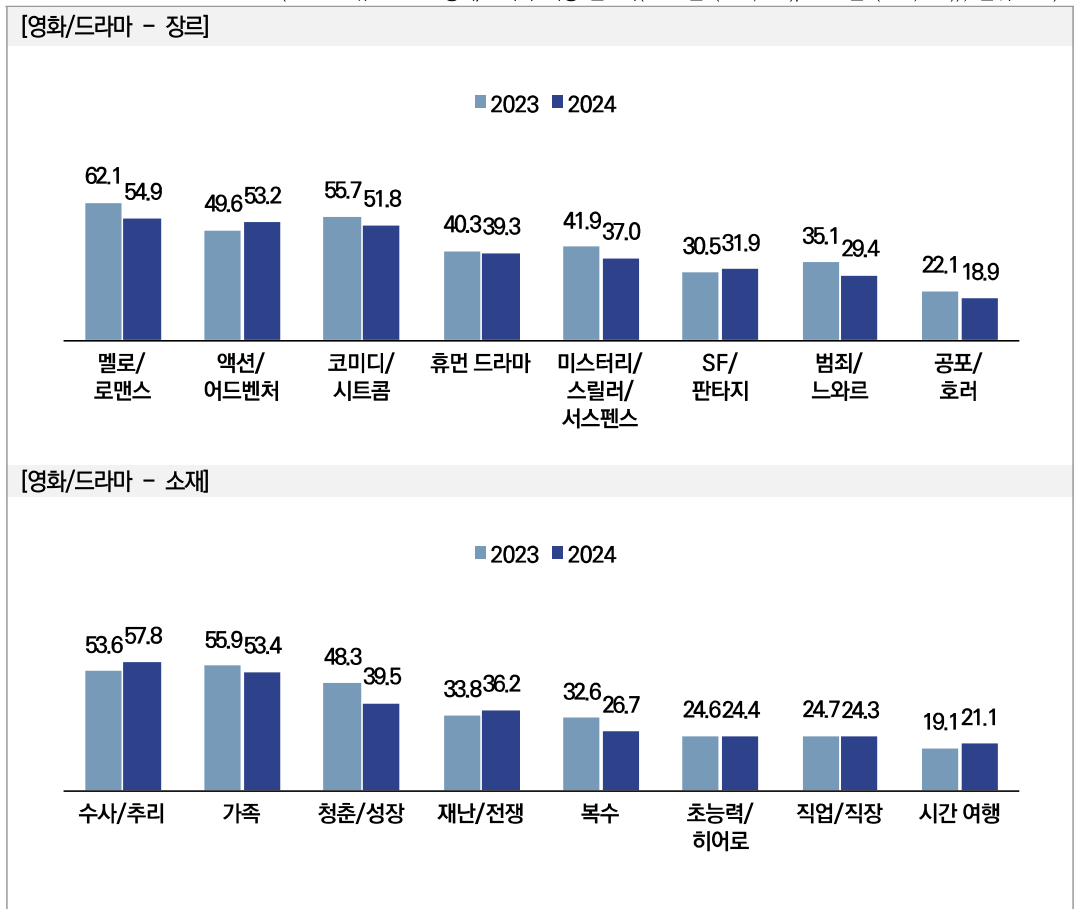


[그림 2-30] 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠 유형

2) 선호 영화/드라마 장르 및 소재

- 유료 OTT 선호 영화/드라마 장르는 멜로/로맨스(54.9%), 액션/어드벤처(53.2%), 코미디/시트콤(51.8%) 장르 순이었다. 전년 대비 멜로/로맨스, 코미디/시트콤 응답은 감소, 액션/어드벤처는 증가하여 액션/어드벤처가 코미디/시트콤을 앞질렀다.
- 영화/드라마 소재로는 수사/추리(57.8%) 선호가 전년 대비 증가하여 가장 선호하는 소재로 나타났으며, 가족(53.4%), 청춘/성장(39.5%)는 작년에 비해 다소 하락한 수치를 기록했다.

(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자(2023년 (n=2,744)/2024년 (n=2,476)), 단위 : %)

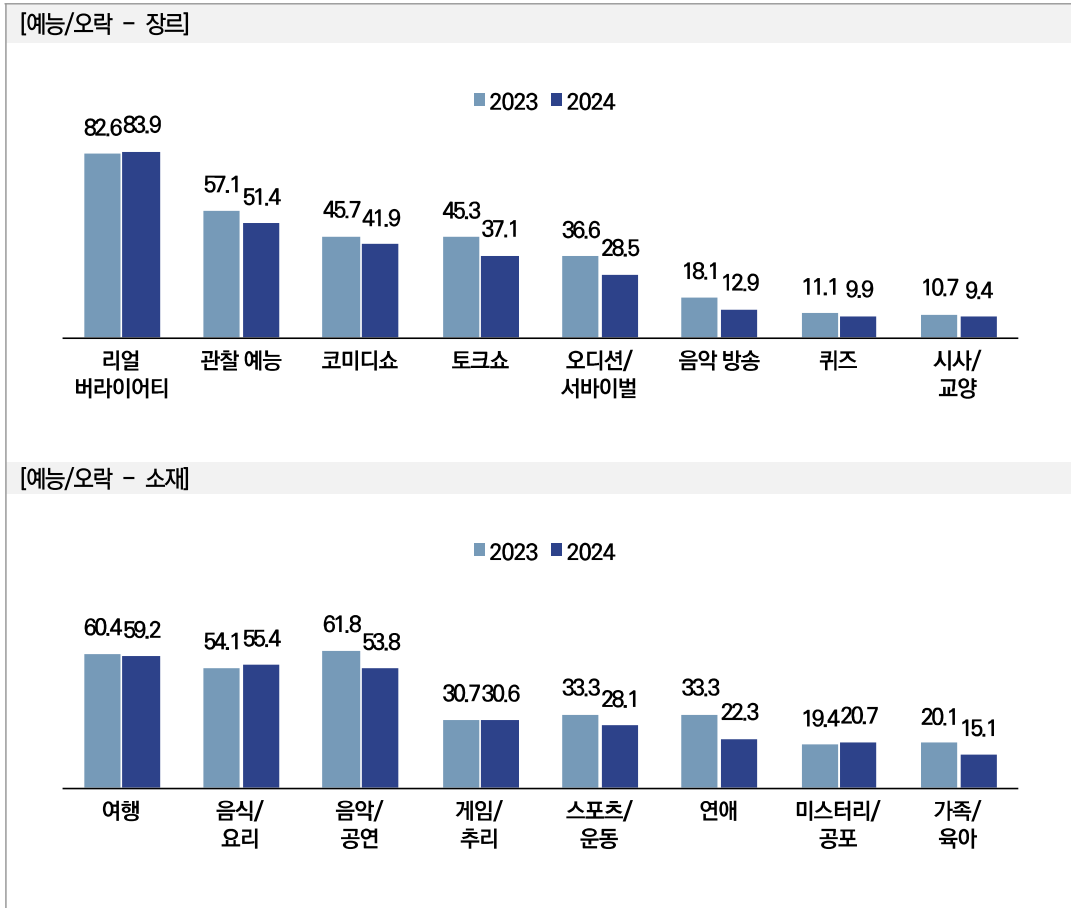


[그림 2-31] 유료 OTT 선호 영화/드라마 장르 및 소재

3) 선호 예능/오락 장르 및 소재

- 유료 OTT에서 시청하는 예능/오락 장르로는 전년과 동일하게 리얼버라이어티(83.9%)가 가장 선호하는 장르로 조사되었다.
- 예능/오락 소재는 여행(59.2%) 소재를 가장 선호하였으며, 음악/공연(53.8%)은 전년(61.8%) 대비 8%p 하락하였다. 한편 스포츠/운동, 연애, 가족/육아 등도 전년 대비 다소 낮은 수치를 기록했다.

(Base : 유료 OTT 예능/오락 시청 선호자(2023년 (n=1,627)/2024년 (n=1,547), 단위 : %)

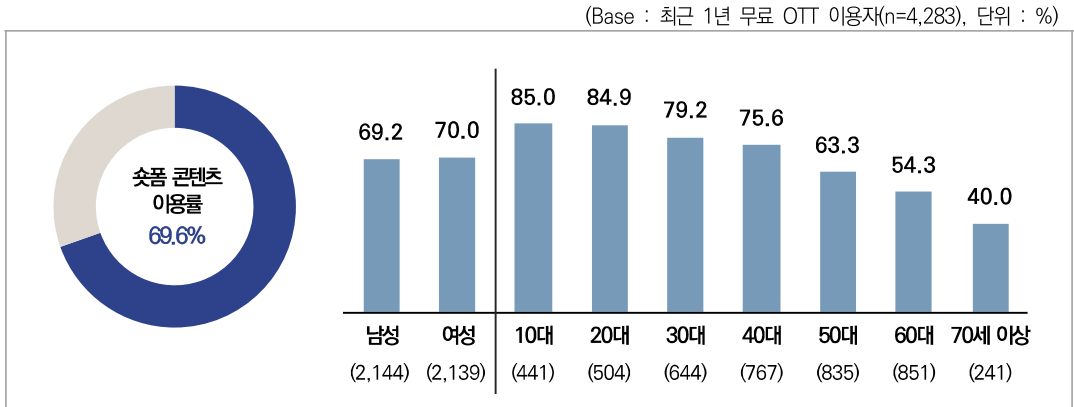


[그림 2-32] 유료 OTT 선호 예능/오락 장르 및 소재

라. 숏폼 콘텐츠

1) 숏폼 콘텐츠 이용률

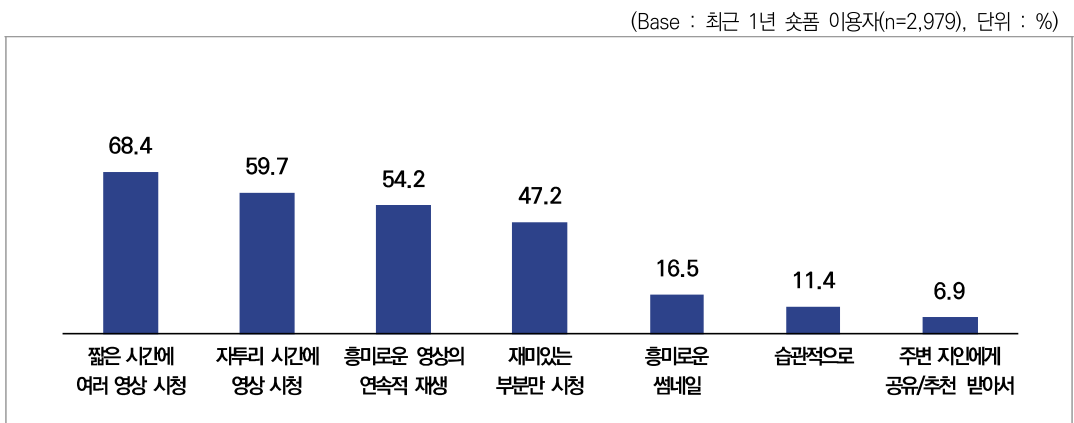
- 무료 OTT 이용자(n=4,283)의 69.6%가 숏폼 콘텐츠 이용 경험이 있다고 응답했다.
- 특히 20대 이하에서는 약 85% 수준으로 높은 이용률을 보였다.



[그림 2-33] 숏폼 콘텐츠 이용률

2) 숏폼 콘텐츠 시청 이유

- 숏폼 콘텐츠 이용자(n=2,979)들은 숏폼 시청 이유로 '짧은 시간 안에 여러 영상을 시청할 수 있어서'(68.4%)를 가장 큰 이유로 꼽았으며, 그 다음으로 '자투리 시간에 영상을 시청할 수 있어서'(59.7%), '흥미로운 영상이 연속적으로 재생되어서'(54.2%) 등의 순으로 응답했다.

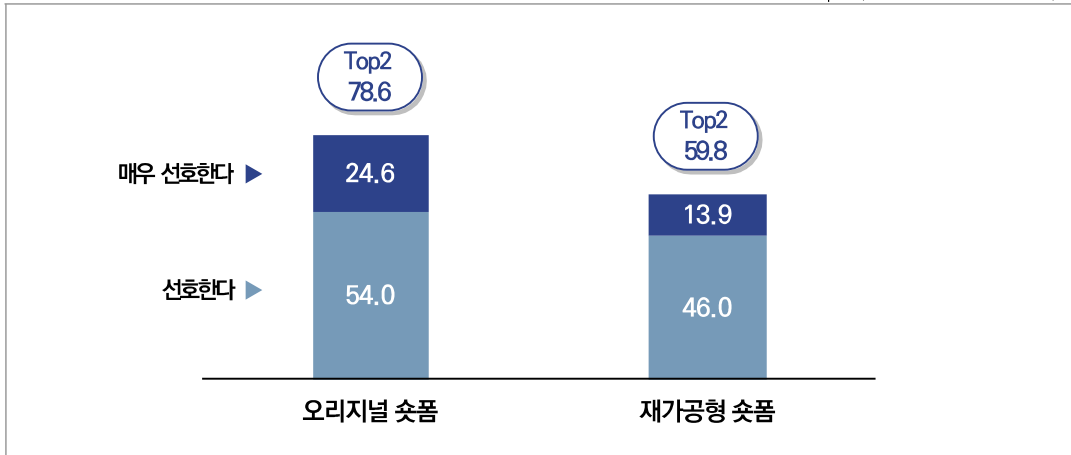


[그림 2-34] 숏폼 콘텐츠 시청 이유

3) 솟품 콘텐츠 유형별 선호도

- 솟품 콘텐츠 유형에 따라서는 처음부터 솟품 콘텐츠로 제작된 '오리지널 솟품'(78.6%)을 기존 콘텐츠를 솟품 형태로 편집한 '재가공형 솟품'(59.8%)보다 선호하고 있었다.

(Base : 최근 1년 솟품 이용자(n=2,979), 단위 : %)
 ※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 2-35] 솟품 콘텐츠 유형별 선호도(Top2)

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

제 3장 조사 결과



1. 온라인동영상서비스(OTT) 이용 현황

가. 온라인동영상서비스(OTT) 이용 경험

1) 온라인동영상서비스(OTT) 이용률

- 10세 이상 응답자(n=5,033)를 대상으로 조사한 결과, 최근 1년 유·무료 OTT를 포괄하는 전체 온라인동영상 서비스(이하 OTT) 이용률은 89.3%로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 50대 미만의 OTT 이용률은 모두 90% 이상으로 대부분이 이용하고 있었으며, 특히 20대의 이용률이 99.6%로 가장 높았다.
- 한편 최근 1개월 OTT 이용률은 88.6%로 최근 1년 이용률과 큰 차이는 없었다.

(Base : 전체(n=5,033), 단위 : %)



[그림 3-1] 온라인동영상서비스(OTT) 이용률

<표 3-1> 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부

(Base : 전체, 단위 : %)

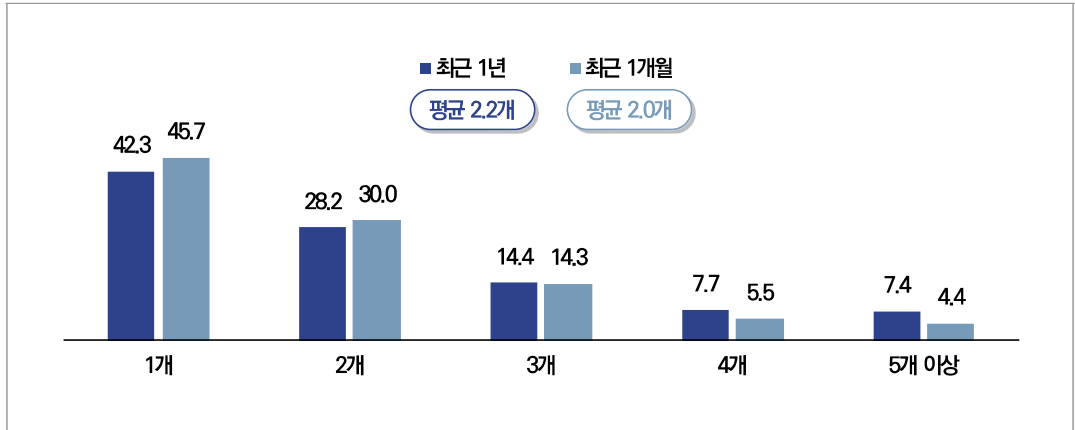
구분		사례수 (명)	최근 1년		최근 1개월	
			이용	미이용	이용	미이용
전체		(5,033)	89.3	10.7	88.6	11.4
성별	남성	(2,500)	88.8	11.2	87.9	12.1
	여성	(2,533)	89.8	10.2	89.2	10.8
연령별	10대	(480)	95.6	4.4	94.5	5.5
	20대	(541)	99.6	0.4	99.3	0.7
	30대	(709)	98.3	1.7	97.7	2.3
	40대	(855)	96.4	3.6	95.6	4.4
	50대	(934)	93.7	6.3	92.8	7.2
	60대	(1,048)	81.7	18.3	80.8	19.2
	70세 이상	(467)	52.7	47.3	52.1	47.9

주1) OTT 이용률은 유·무료 OTT 서비스를 포괄하여 산출하였으며, FAST(삼성TV플러스, LG채널)는 제외함

2) OTT 서비스 이용 개수

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)들은 평균 2.2개의 OTT를 이용하고 있었으며, 1개(42.3%), 2개(28.2%), 3개(14.4%) 순으로 이용하고 있었다.
- OTT 서비스를 1개 이용하는 비율은 70세 이상(90.7%), 60대(77.1%), 50대(51.9%)에서 높았으며, 2개 이용하는 비율은 40대(38.1%)에서 높았다.
- 최근 1개월 OTT 이용 개수는 평균 2.0개로 최근 1년 이용 개수 대비 1-2개 서비스를 이용하는 비율이 증가했다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 최근 1개월 OTT 이용자(n=4,457), 단위 : %)



[그림 3-2] OTT 서비스 이용 개수

<표 3-2> 최근 1년 OTT 서비스 이용 개수

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)
전체		(4,495)	42.3	28.2	14.4	7.7	7.4	2.2
성별	남성	(2,220)	45.0	29.0	11.0	7.7	7.3	2.1
	여성	(2,275)	39.7	27.4	17.7	7.7	7.4	2.2
연령별	10대	(458)	31.8	32.0	16.4	12.0	8.0	2.4
	20대	(538)	15.0	32.1	23.7	12.2	17.1	3.0
	30대	(697)	16.3	29.6	24.7	13.6	15.8	3.0
	40대	(824)	27.3	38.1	16.7	10.4	7.5	2.4
	50대	(875)	51.9	29.6	12.1	3.7	2.8	1.8
	60대	(856)	77.1	17.5	3.4	1.6	0.4	1.3
	70세 이상	(246)	90.7	8.3	0.0	0.0	1.1	1.1

〈표 3-3〉 최근 1개월 OTT 서비스 이용 개수

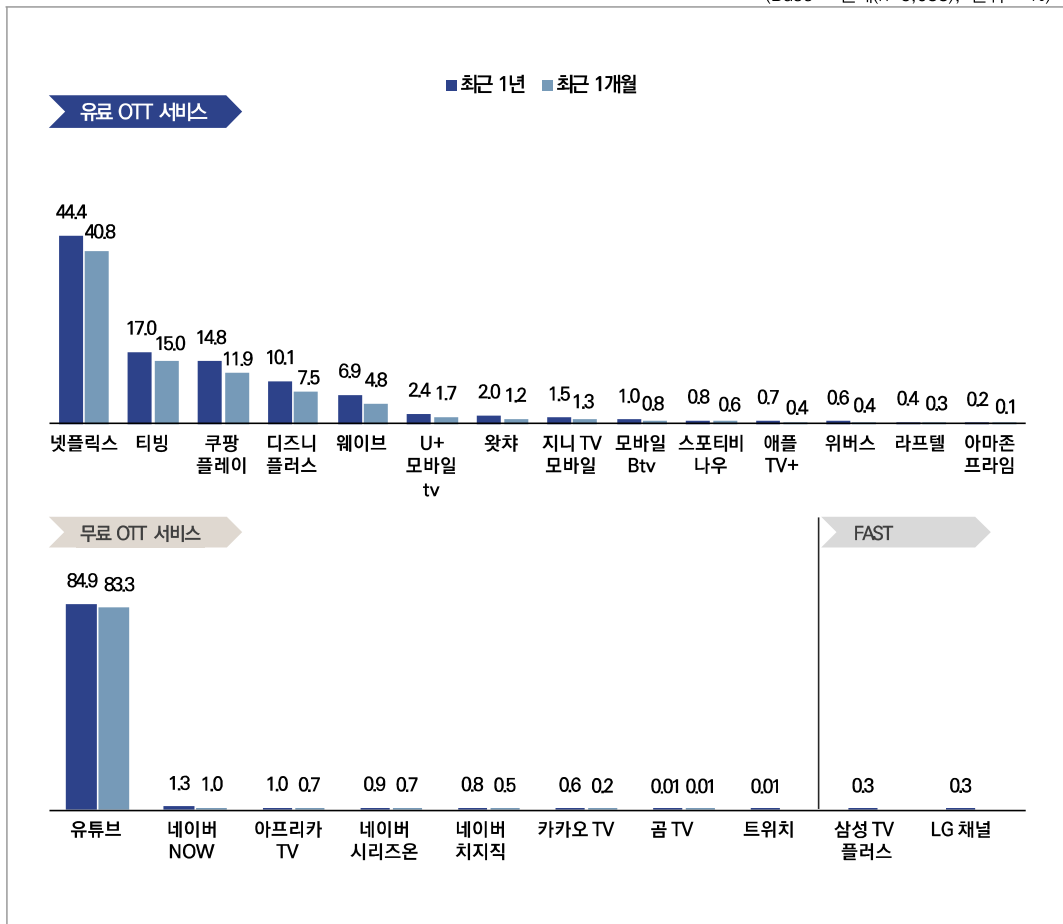
(Base : 최근 1개월 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)
전체		(4,457)	45.7	30.0	14.3	5.5	4.4	2.0
성별	남성	(2,199)	47.9	30.9	12.5	4.7	3.9	1.9
	여성	(2,258)	43.6	29.2	15.9	6.3	4.9	2.0
연령별	10대	(453)	34.5	36.5	15.6	8.7	4.6	2.2
	20대	(537)	18.8	35.4	24.3	10.5	11.0	2.7
	30대	(693)	18.6	33.8	26.8	10.1	10.6	2.7
	40대	(818)	33.5	40.8	15.8	6.4	3.6	2.1
	50대	(866)	56.1	29.4	10.5	2.5	1.4	1.6
	60대	(847)	79.3	16.5	3.0	0.9	0.4	1.3
	70세 이상	(243)	90.6	8.4	1.1	0.0	0.0	1.1

3) 이용하는 온라인동영상서비스(OTT) 종류

- 전체(n=5,033) 응답자 대상으로 최근 1년 이용한 적 있는 OTT 서비스를 조사한 결과, 유료 OTT 서비스 중 넷플릭스의 이용률이 44.4%로 가장 높았으며, 티빙(17.0%), 쿠팡플레이(14.8%), 디즈니플러스(10.1%), 웨이브(6.9%) 순이었다. 전체 유·무료 OTT 서비스 중에서는 유튜브가 84.9%로 가장 높았다.
- 넷플릭스, 티빙, 쿠팡플레이 이용률은 여성이 남성보다 높았으며, 연령별로는 20~30대에서 상대적으로 높게 나타났다. 반면, 대표적인 무료 OTT인 유튜브 이용률은 30대 이하에서 90% 이상으로 대부분이 이용하고 있었으며, 70세 이상에서도 절반 이상이 이용하고 있었다.
- 넷플릭스, 티빙, 쿠팡플레이, 디즈니플러스, 웨이브 등 주요 OTT의 최근 1개월 이용률은 최근 1년 이용률 대비 2.0%p 이상 하락했다.

(Base : 전체(n=5,033), 단위 : %)



[그림 3-3] 이용하는 OTT 서비스(복수응답)

〈표 3-4〉 최근 1년 이용 OTT 서비스(복수응답) (1)

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	유료 OTT													
		넷플릭스	티빙	쿠팡플레이	디즈니플러스	웨이브	U+ 모바일 tv	왓챠	지니 TV 모바일	모바일 Btv	스포티비나우	애플 TV+	위버스	라프텔	
전체	(5,033)	44.4	17.0	14.8	10.1	6.9	2.4	2.0	1.5	1.0	0.8	0.7	0.6	0.4	
성별	남성 (2,500)	41.5	14.2	12.9	10.2	7.1	1.8	2.4	1.2	0.9	1.4	0.9	0.2	0.4	
	여성 (2,533)	47.3	19.7	16.6	10.1	6.6	3.0	1.6	1.9	1.0	0.2	0.5	1.1	0.4	
연령별	10대 (480)	54.9	25.2	14.8	12.5	7.4	1.4	4.2	1.6	0.3	2.0	1.1	2.6	1.5	
	20대 (541)	70.9	36.2	32.9	20.7	12.1	5.0	6.7	3.5	0.3	1.7	1.4	2.4	1.6	
	30대 (709)	75.3	34.1	25.8	24.0	17.4	4.3	2.5	2.1	2.3	2.3	1.9	0.5	0.3	
	40대 (855)	60.7	18.8	21.5	14.0	8.7	3.0	1.4	2.0	2.1	0.6	0.8	0.4	0.4	
	50대 (934)	39.2	11.1	10.6	4.0	3.6	1.8	0.9	1.1	0.8	0.1	0.1	0.0	0.0	
	60대 (1,048)	14.4	3.0	1.9	0.9	1.2	1.0	0.7	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	70세 이상 (467)	4.0	0.0	1.7	0.2	0.0	0.8	0.0	0.2	0.3	0.0	0.6	0.0	0.0	

〈표 3-5〉 최근 1년 이용 OTT 서비스(복수응답) (2)

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	유료 OTT	무료 OTT									FAST		이용 경험 없음
		아마존프라임	유튜브	네이버 NOW	아프리카 TV	네이버 시리즈 온	네이버 치지직	카카오 TV	곰 TV	트위치	삼성 TV 플러스	LG 채널		
전체	(5,033)	0.2	84.9	1.3	1.0	0.9	0.8	0.6	0.0	0.0	0.3	0.3	10.7	
성별	남성 (2,500)	0.3	85.5	1.2	1.8	0.5	1.0	0.4	0.0	0.0	0.3	0.3	11.2	
	여성 (2,533)	0.1	84.3	1.4	0.3	1.3	0.6	0.8	0.1	0.0	0.3	0.2	10.1	
연령별	10대 (480)	0.0	91.6	1.0	3.2	1.1	2.2	0.8	0.0	0.1	0.4	0.4	4.4	
	20대 (541)	0.4	92.9	2.1	1.5	1.5	2.5	1.9	0.0	0.0	0.5	0.5	0.4	
	30대 (709)	0.9	90.7	1.9	1.7	2.9	1.4	0.0	0.0	0.0	0.5	0.2	1.7	
	40대 (855)	0.2	89.4	2.0	1.0	1.0	0.0	1.0	0.1	0.0	0.5	0.2	3.6	
	50대 (934)	0.0	89.4	0.9	0.6	0.3	0.2	0.6	0.1	0.0	0.2	0.4	6.3	
	60대 (1,048)	0.0	80.8	1.1	0.3	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	18.2	
	70세 이상 (467)	0.0	51.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	47.3	

주1) 유튜브 이용은 유튜브 프리미엄 이용 포함

주2) 네이버 시리즈 온 이용은 동영상 시청에 한함

〈표 3-6〉 최근 1개월 이용 OTT 서비스(복수응답) (1)

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	유료 OTT													
		넷플릭스	티빙	쿠팡플레이	디즈니플러스	웨이브	U+ 모바일 tv	지니 TV 모바일	왓차	모바일 Btv	스포티비 나우	위버스	애플 TV+	라프텔	
전체	(5,033)	40.8	15.0	11.9	7.5	4.8	1.7	1.3	1.2	0.8	0.6	0.4	0.4	0.3	
성별	남성 (2,500)	38.5	12.5	9.7	7.4	4.9	1.1	0.8	1.4	0.7	1.1	0.1	0.6	0.2	
	여성 (2,533)	43.1	17.6	14.0	7.7	4.6	2.4	1.7	1.1	0.9	0.1	0.7	0.3	0.4	
연령별	10대 (480)	50.6	22.1	11.5	8.7	5.1	0.9	1.2	2.2	0.2	1.8	2.2	0.6	1.5	
	20대 (541)	66.3	32.8	27.8	16.6	8.6	3.0	3.0	4.5	0.3	0.9	1.3	0.7	1.3	
	30대 (709)	70.2	31.0	21.0	17.8	13.0	3.9	2.1	2.0	2.0	0.2	1.2	0.3	0.3	
	40대 (855)	54.9	15.9	16.3	9.8	5.2	1.9	1.5	0.6	1.6	0.4	0.4	0.8	0.0	
	50대 (934)	35.2	9.9	8.4	3.2	2.3	1.4	1.0	0.4	0.8	0.1	0.0	0.0	0.0	
	60대 (1,048)	13.3	2.4	1.6	0.6	1.0	0.6	0.4	0.4	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	70세 이상 (467)	3.4	0.0	1.7	0.2	0.0	0.8	0.2	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	

〈표 3-7〉 최근 1개월 이용 OTT 서비스(복수응답) (2)

(Base : 전체, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	유료 OTT		무료 OTT								이용 경험 없음
		애플 TV+	라프텔	아마존 프라임	유튜브	네이버 NOW	네이버 시리즈 온	아프리카 TV	네이버 치지직	카카오 TV	곰 TV	
전체	(5,033)	0.4	0.3	0.1	83.3	1.0	0.7	0.7	0.5	0.2	0.01	11.4
성별	남성 (2,500)	0.6	0.2	0.2	83.7	0.9	0.3	1.3	0.6	0.2	0.0	12.1
	여성 (2,533)	0.3	0.4	0.0	82.9	1.1	1.1	0.1	0.4	0.2	0.0	10.8
연령별	10대 (480)	0.6	1.5	0.0	89.4	0.9	0.8	2.4	1.7	0.4	0.0	5.5
	20대 (541)	0.7	1.3	0.2	91.5	1.6	1.4	1.3	1.9	0.2	0.0	0.7
	30대 (709)	1.2	0.3	0.0	89.4	1.4	2.2	1.4	1.0	0.0	0.0	2.3
	40대 (855)	0.8	0.0	0.4	86.3	1.4	0.6	0.5	0.0	0.6	0.1	4.4
	50대 (934)	0.0	0.0	0.0	87.9	0.6	0.3	0.2	0.1	0.0	0.0	7.2
	60대 (1,048)	0.0	0.0	0.0	79.9	1.1	0.2	0.1	0.0	0.2	0.0	19.2
	70세 이상 (467)	0.0	0.0	0.0	51.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.9

주1) 유튜브 이용은 유튜브 프리미엄 이용 포함

주2) 네이버 시리즈 온 이용은 동영상 시청에 한함

나. 유료 OTT 서비스 이용 경험

1) 유료 OTT 서비스 이용 경험

- 전체(n=5,033) 기준 최근 1년 유료 OTT 서비스 이용률은 53.4%였다.
- 여성의 유료 OTT 이용률이 56.7%로 남성(50.0%) 대비 높았다.
- 연령별 이용률은 20대에서 87.3%로 가장 높았으며, 다음으로 30대(86.9%), 40대(73.5%), 10대(66.3%)의 순이었으며, 60대 이상은 타 연령층 대비 상대적으로 이용률이 낮았다.
- 최근 1개월 유료 OTT 이용률은 50.4%로 최근 1년 이용률 대비 3%p 정도 감소했으며, 40대에서 다른 연령층 대비 많이 감소하였다.

(Base : 전체(n=5,033), 단위 : %)



[그림 3-4] 유료 OTT 이용률

<표 3-8> 유료 OTT 이용 여부

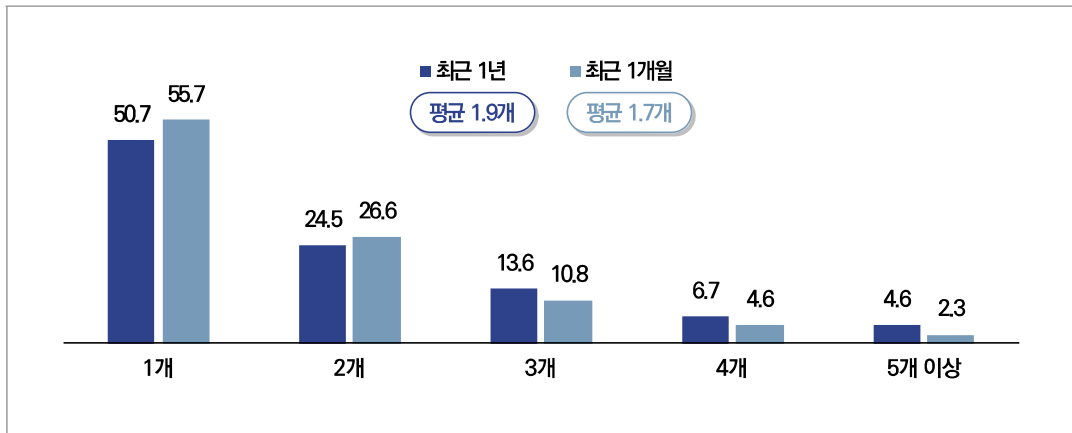
(Base : 전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	최근 1년		최근 1개월	
			이용	미이용	이용	미이용
전체		(5,033)	53.4	46.6	50.4	49.6
성별	남성	(2,500)	50.0	50.0	47.5	52.5
	여성	(2,533)	56.7	43.3	53.2	46.8
연령별	10대	(480)	66.3	33.7	62.8	37.2
	20대	(541)	87.3	12.7	83.8	16.2
	30대	(709)	86.9	13.1	84.4	15.6
	40대	(855)	73.5	26.5	68.3	31.7
	50대	(934)	46.5	53.5	42.8	57.2
	60대	(1,048)	18.1	81.9	16.4	83.6
	70세 이상	(467)	6.0	94.0	6.0	94.0

2) 유료 OTT 서비스 이용 개수

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)들은 평균 1.9개의 유료 구독형 OTT를 이용하고 있으며, 1개(50.7%), 2개(24.5%) 순으로 이용하고 있다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 이용자의 절반 이상(54.0%)이 1개 서비스를 이용하고 있었으며, 여성 이용자는 2개 서비스를 이용하는 비율이 남성보다 높았다. 연령별로는 20~30대에서 평균 2.2개로 많이 이용하는 편이었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 최근 1개월 유료 OTT 이용자(n=2,537), 단위 : %)



[그림 3-5] 유료 OTT 서비스 이용 개수

<표 3-9> 최근 1년 유료 OTT 서비스 이용 개수

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)
전체		(2,687)	50.7	24.5	13.6	6.7	4.6	1.9
성별	남성	(1,250)	<u>54.0</u>	20.7	13.7	6.8	4.7	1.9
	여성	(1,437)	47.7	<u>27.7</u>	13.5	6.6	4.5	1.9
연령별	10대	(318)	47.8	27.0	15.1	4.8	5.2	2.0
	20대	(472)	40.6	26.5	15.4	7.7	9.8	<u>2.2</u>
	30대	(616)	38.0	<u>27.8</u>	17.5	10.1	6.6	<u>2.2</u>
	40대	(629)	53.9	23.1	14.0	6.8	2.2	1.8
	50대	(434)	62.8	23.4	8.5	3.9	1.4	1.6
	60대	(190)	<u>77.0</u>	14.8	6.3	1.8	0.0	1.3
	70세 이상	(28)	90.7	0.0	0.0	9.3	0.0	1.3

〈표 3-10〉 최근 1개월 유료 OTT 서비스 이용 개수

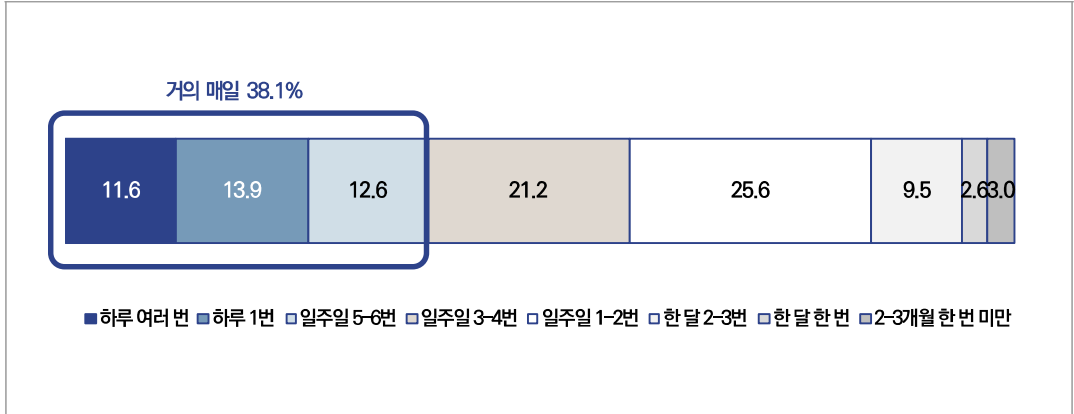
(Base : 최근 1개월 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)
전체		(2,537)	55.7	26.6	10.8	4.6	2.3	1.7
성별	남성	(1,188)	59.6	24.4	9.8	3.7	2.5	1.7
	여성	(1,349)	52.2	28.6	11.6	5.4	2.2	1.8
연령별	10대	(301)	54.2	28.0	12.3	3.1	2.5	1.7
	20대	(453)	44.9	28.9	15.1	5.9	5.2	2.0
	30대	(599)	44.0	31.2	13.8	7.5	3.4	2.0
	40대	(584)	60.0	25.9	9.7	3.6	0.8	1.6
	50대	(400)	66.8	23.9	5.7	2.8	0.7	1.5
	60대	(172)	80.6	14.2	3.4	1.8	0.0	1.3
	70세 이상	(28)	90.7	9.3	0.0	0.0	0.0	1.1

3) 유료 OTT 서비스 이용 빈도

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 38.1%가 유료 OTT를 거의 매일 시청하고 있다.(하루에도 여러 번 11.6%, 하루에 1번 13.9%, 일주일에 5-6번 12.6%)

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 :%)



[그림 3-6] 최근 1년 이용 유료 OTT 이용 빈도

〈표 3-11〉 최근 1년 유료 OTT 이용 빈도

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	하루 여러 번	하루 1번	일주일 5-6번	일주일 3-4번	일주일 1-2번	한 달 2-3번	한 달 한 번	2-3개월 한 번 미만	
전체	(2,687)	11.6	13.9	12.6	21.2	25.6	9.5	2.6	3.0	
성별	남성	(1,250)	10.3	13.0	12.5	22.9	26.8	9.9	1.9	2.7
	여성	(1,437)	12.7	14.7	12.7	19.7	24.5	9.2	3.2	3.2
연령별	10대	(318)	8.2	12.7	13.0	21.3	27.4	11.9	2.1	3.3
	20대	(472)	12.3	16.6	17.9	20.2	24.6	6.1	1.2	1.2
	30대	(616)	16.3	14.5	12.6	24.1	23.3	6.1	1.2	1.9
	40대	(629)	9.3	12.6	9.8	24.4	26.3	10.6	2.8	4.1
	50대	(434)	9.2	12.9	13.5	14.8	28.7	12.2	4.6	4.1
	60대	(190)	12.6	15.0	7.2	15.8	23.6	14.9	6.3	4.5
	70세 이상	(28)	13.5	7.4	4.2	35.0	24.0	13.0	3.0	0.0

다. 무료 OTT 서비스 이용 경험

1) 무료 OTT 서비스 이용 경험

- 전체(n=5,033) 기준 최근 1년 무료 OTT를 이용한 비율은 85.1%로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 50대 이하에서는 약 90% 수준으로 대부분이 무료 OTT를 이용하고 있었다.
- 최근 1개월 무료 OTT 이용률은 83.5%로 최근 1년 이용률 대비 소폭 감소하였다.

(Base : 전체(n=5,033), 단위 : %)



[그림 3-7] 무료 OTT 이용률

<표 3-12> 무료 OTT 이용 여부

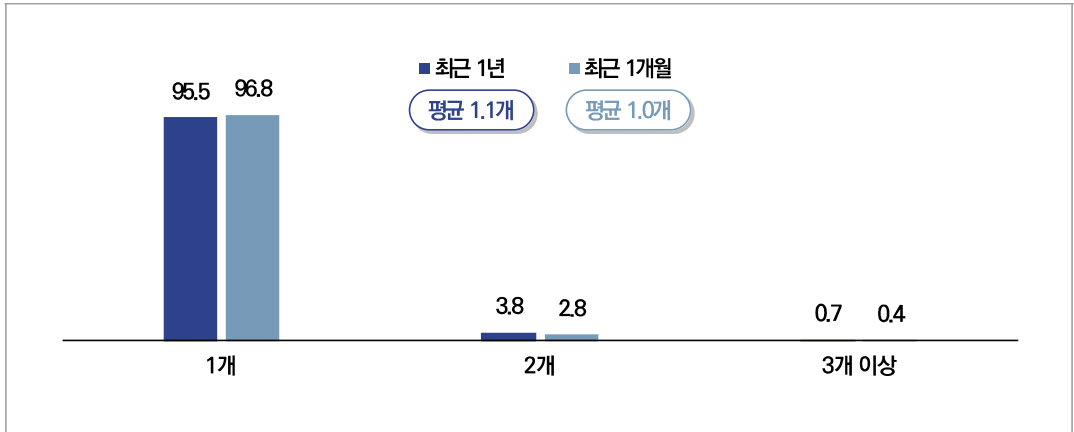
(Base : 전체, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	최근 1년		최근 1개월	
			이용	미이용	이용	미이용
전체		(5,033)	85.1	14.9	83.5	16.5
성별	남성	(2,500)	85.7	14.3	83.8	16.2
	여성	(2,533)	84.5	15.5	83.1	16.9
연령별	10대	(480)	<u>91.9</u>	8.1	89.7	10.3
	20대	(541)	<u>93.2</u>	6.8	91.8	8.2
	30대	(709)	<u>90.8</u>	9.2	89.5	10.5
	40대	(855)	89.7	10.3	86.6	13.4
	50대	(934)	89.5	10.5	87.9	12.1
	60대	(1,048)	81.2	18.8	80.2	19.8
	70세 이상	(467)	51.6	48.4	51.0	49.0

2) 무료 OTT 서비스 이용 개수

- 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283)들은 평균 1.1개의 무료 OTT를 이용하고 있으며, 대부분이 1개 (95.5%) 서비스를 이용하고 있다.
- 최근 1개월 무료 OTT 이용 개수는 평균 1.0개로 최근 1년 이용 개수와 큰 차이는 없었다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 최근 1개월 무료 OTT 이용자(n=4,201), 단위 :%)



[그림 3-8] 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 개수

<표 3-13> 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 개수

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개 이상	평균(개)
전체		(4,283)	95.5	3.8	0.7	1.1
성별	남성	(2,144)	95.4	3.7	0.9	1.1
	여성	(2,139)	95.6	3.8	0.6	1.0
연령별	10대	(441)	92.5	6.3	1.2	1.1
	20대	(504)	91.0	8.1	0.9	1.1
	30대	(644)	92.3	6.7	0.9	1.1
	40대	(767)	95.8	3.0	1.2	1.1
	50대	(835)	97.6	1.9	0.5	1.0
	60대	(851)	98.5	1.2	0.3	1.0
	70세 이상	(241)	100.0	0.0	0.0	1.0

〈표 3-14〉 최근 1개월 무료 OTT 서비스 이용 개수

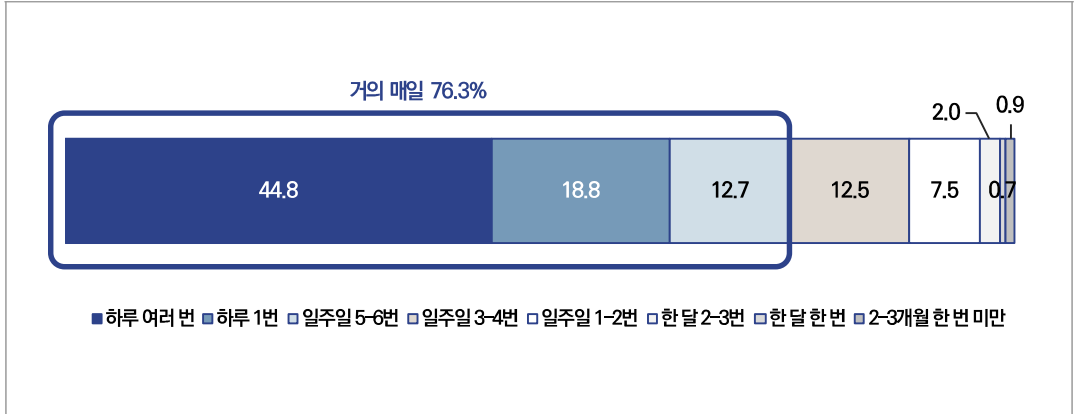
(Base : 최근 1개월 무료 OTT 이용자, 단위 : %, 개)

구분		사례수 (명)	1개	2개	3개 이상	평균(개)
전체		(4,201)	96.8	2.8	0.4	1.0
성별	남성	(2,096)	96.7	2.6	0.6	1.0
	여성	(2,105)	96.8	2.9	0.2	1.0
연령별	10대	(430)	93.7	6.1	0.3	1.1
	20대	(497)	94.2	5.2	0.6	1.1
	30대	(635)	94.0	5.3	0.7	1.1
	40대	(741)	97.3	2.0	0.7	1.0
	50대	(821)	98.8	1.0	0.2	1.0
	60대	(841)	98.6	1.1	0.3	1.0
	70세 이상	(238)	100.0	0.0	0.0	1.0

3) 무료 OTT 서비스 이용 빈도

- 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283)의 대부분이 거의 매일(76.3%)하는 것으로 나타났다.(하루에도 여러 번 44.8%, 하루에 1번 18.8%, 일주일에 5-6번 12.7%)

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 :%)



[그림 3-9] 최근 1년 무료 OTT 이용 빈도

<표 3-15> 최근 1년 무료 OTT 이용 빈도

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	하루 여러 번	하루 1번	일주일 5-6번	일주일 3-4번	일주일 1-2번	한 달 2-3번	한 달 한번	2-3개월 한번 미만	
전체	(4,283)	44.8	18.8	12.7	12.5	7.5	2.0	0.7	0.9	
성별	남성	(2,144)	44.8	19.3	12.2	12.6	7.0	2.1	0.9	0.9
	여성	(2,139)	44.8	18.3	13.2	12.4	7.9	1.9	0.4	1.0
연령별	10대	(441)	45.1	20.0	15.5	11.7	5.9	1.5	0.1	0.2
	20대	(504)	65.0	13.6	10.5	6.4	2.6	1.1	0.5	0.3
	30대	(644)	40.9	20.4	13.0	12.7	8.5	2.4	0.9	1.3
	40대	(767)	43.7	18.8	12.6	13.1	6.3	3.1	0.7	1.7
	50대	(835)	43.3	19.8	13.2	11.5	9.5	1.5	0.6	0.6
	60대	(851)	41.1	18.7	11.8	15.9	9.2	1.8	0.6	0.8
	70세 이상	(241)	35.0	20.7	13.1	16.4	8.2	3.3	1.2	2.1

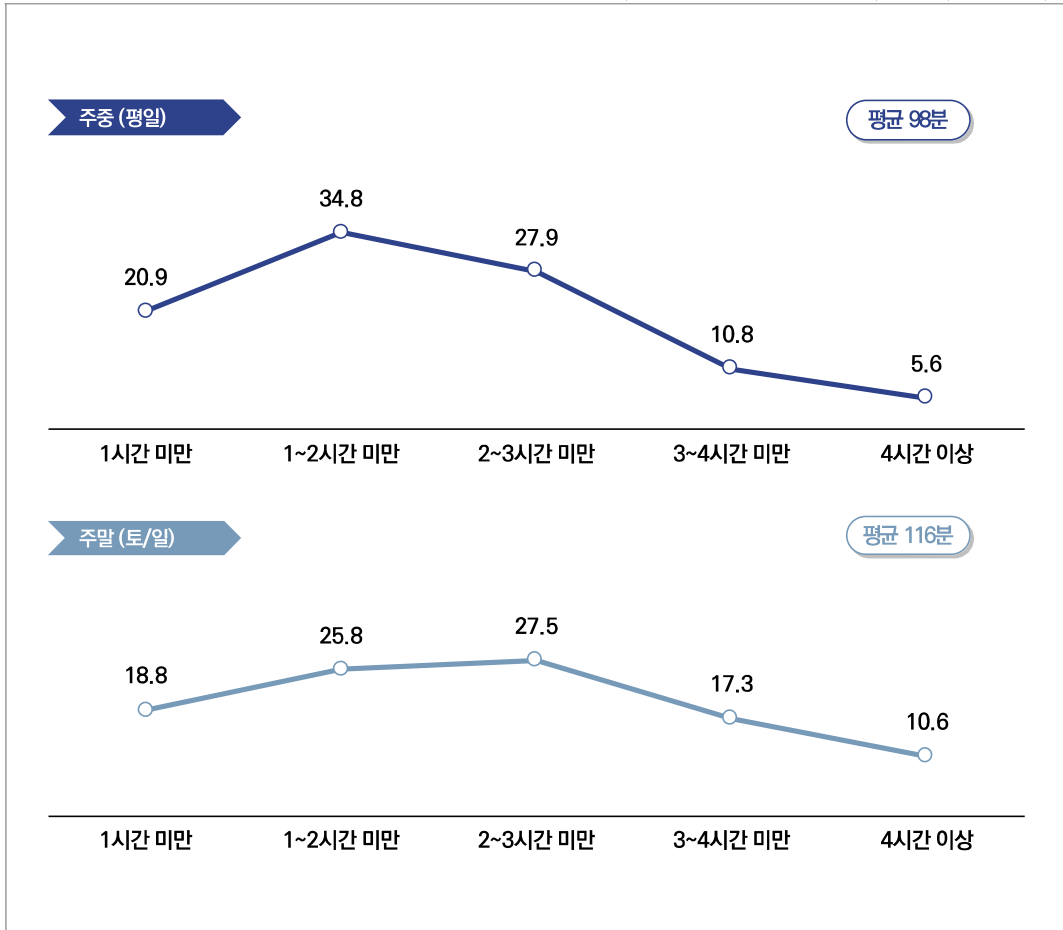
2. 온라인동영상서비스(OTT) 이용행태

가. OTT 서비스 이용행태

1) OTT 이용 시간

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 하루 평균 OTT 이용 시간은 주중 98분, 주말 116분으로 나타났다.
- 연령이 낮을수록 주중 이용 시간보다 주말 이용 시간이 높게 나타났으며, 60대 이상에서는 주중과 주말의 이용 시간에 큰 차이가 없었다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-10] 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간

〈표 3-16〉 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간 - 주중(평일)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4시간 이상	평균
전체		(4,495)	20.9	34.8	27.9	10.8	5.6	97.9
성별	남성	(2,220)	20.6	35.0	28.7	10.5	5.2	97.3
	여성	(2,275)	21.2	34.5	27.2	11.0	6.1	98.4
연령별	10대	(458)	20.7	33.7	23.7	12.9	9.0	<u>106.5</u>
	20대	(538)	6.8	30.4	38.0	18.6	6.2	<u>120.6</u>
	30대	(697)	13.3	34.1	33.6	11.6	7.4	<u>108.9</u>
	40대	(824)	18.7	35.8	32.1	8.9	4.5	96.1
	50대	(875)	22.5	39.0	25.7	7.9	4.9	89.6
	60대	(856)	31.9	36.2	17.8	9.8	4.3	84.4
	70세 이상	(246)	36.9	24.4	27.2	7.4	4.0	82.8

〈표 3-17〉 최근 1년 하루 평균 OTT 이용 시간 - 주말(토/일)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4시간 이상	평균
전체		(4,495)	18.8	25.8	27.5	17.3	10.6	116.2
성별	남성	(2,220)	18.0	24.6	28.3	18.5	10.6	118.4
	여성	(2,275)	19.6	27.0	26.8	16.1	10.5	114.1
연령별	10대	(458)	11.8	24.3	28.0	17.8	18.2	<u>142.2</u>
	20대	(538)	3.0	22.4	28.5	28.5	17.6	<u>154.0</u>
	30대	(697)	12.9	21.5	32.0	19.9	13.7	<u>131.9</u>
	40대	(824)	13.4	25.8	34.1	17.0	9.8	119.8
	50대	(875)	23.2	28.0	27.1	13.4	8.3	102.5
	60대	(856)	31.6	31.5	18.1	14.4	4.5	87.3
	70세 이상	(246)	41.1	21.3	23.4	10.1	4.0	78.7

2) OTT 이용 시간대

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 OTT 시청 시간대는 주중과 주말 모두 '저녁 시간대(오후 8시 ~ 오후 10시 이전(주중 44.2%, 주말 42.1%) 응답 비율이 가장 높게 나타났다.
- 오전 시간대 ~ 오후 시간대(오전 9시~오후 4시) 시청 비율은 60대 이상에서 상대적으로 높았으며, 야간 시간대 ~ 심야 시간대(오후 10시 이후) 시청 비율은 30대 이하에서 상대적으로 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-11] 최근 1년 OTT 이용 시간대(복수응답)

〈표 3-18〉 최근 1년 OTT 주이용 시간대(복수응답) - 주중(평일)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	출근/등교 시간대 (6-9시)	오전 시간대 (9-12시)	점심 시간대 (12-13시)	오후 시간대 (13-16시)	퇴근/하교 시간대 (16-20시)	저녁 시간대 (20-22시)	야간 시간대 (20-24시)	심야 시간대 (24시 이후)	감상하지 않음	
전체	(4,495)	9.0	13.8	21.6	21.8	26.3	44.2	33.5	6.8	1.7	
성별	남성	(2,220)	9.0	10.5	22.3	21.2	26.0	47.5	36.5	7.5	1.5
	여성	(2,275)	9.0	17.0	21.0	22.4	26.6	40.9	30.6	6.1	1.8
연령별	10대	(458)	10.0	5.2	10.3	9.1	38.2	51.0	<u>42.5</u>	<u>13.6</u>	2.0
	20대	(538)	14.0	14.1	15.6	10.6	28.8	50.3	<u>45.5</u>	<u>10.3</u>	1.3
	30대	(697)	7.6	13.2	16.0	13.1	25.9	50.5	<u>41.7</u>	<u>11.8</u>	1.4
	40대	(824)	10.4	12.3	22.2	18.1	22.3	44.7	37.6	6.0	2.5
	50대	(875)	7.2	13.4	26.4	26.4	23.0	42.5	29.9	4.1	2.1
	60대	(856)	7.5	<u>17.9</u>	<u>29.1</u>	<u>35.3</u>	25.1	37.2	19.4	2.3	1.0
	70세 이상	(246)	7.2	22.4	26.8	43.2	29.9	28.3	15.3	0.0	0.5

〈표 3-19〉 최근 1년 OTT 주이용 시간대(복수응답) - 주말(토/일)

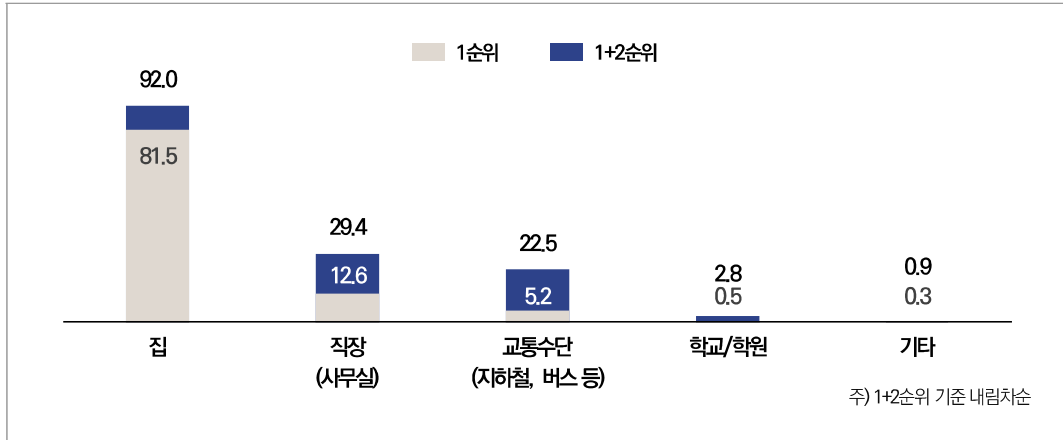
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	출근/등교 시간대 (6-9시)	오전 시간대 (9-12시)	점심 시간대 (12-13시)	오후 시간대 (13-16시)	퇴근/하교 시간대 (16-20시)	저녁 시간대 (20-22시)	야간 시간대 (20-24시)	심야 시간대 (24시 이후)	감상하지 않음	
전체	(4,495)	2.8	15.2	21.7	31.4	26.4	42.1	35.3	9.9	6.9	
성별	남성	(2,220)	3.1	14.8	22.4	33.1	27.0	43.2	36.6	10.3	6.2
	여성	(2,275)	2.4	15.5	21.1	29.8	25.8	41.0	34.0	9.5	7.5
연령별	10대	(458)	4.0	15.6	21.9	33.1	33.0	48.4	37.4	16.3	2.4
	20대	(538)	3.6	20.4	26.1	25.4	29.6	45.5	53.0	15.3	0.8
	30대	(697)	1.2	12.1	19.6	29.3	27.3	45.1	42.2	16.9	6.5
	40대	(824)	2.7	13.5	21.9	27.8	23.6	42.3	43.2	10.2	5.3
	50대	(875)	2.2	13.2	21.0	30.7	23.8	41.5	30.7	6.6	8.2
	60대	(856)	3.6	17.0	20.5	36.8	25.5	38.3	20.7	2.8	11.6
	70세 이상	(246)	2.4	17.6	24.5	42.9	26.5	29.0	14.2	1.4	13.7

3) OTT 이용 장소

- 최근 1년 OTT 주이용 장소로는 집이 92.0%로 가장 높았다.(1+2순위 기준)
- 응답자 특성별로 살펴보면, 직장(사무실)에서 시청하는 비율은 50대에서 높았으며, 지하철, 버스 등 교통수단에서 시청하는 비율은 20대 이하에서, 학교/학원에서 시청하는 비율은 10대에서 다른 연령대 대비 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-12] 최근 1년 OTT 주이용 장소

<표 3-20> 최근 1년 OTT 주이용 장소(1순위)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	집	직장 (사무실)	교통수단 (지하철, 버스 등)	학교/학원	기타
전체		(4,495)	81.5	12.6	5.2	0.5	0.3
성별	남성	(2,220)	78.5	14.7	6.1	0.4	0.3
	여성	(2,275)	84.4	10.5	4.2	0.6	0.3
연령별	10대	(458)	88.1	0.3	8.3	3.2	0.1
	20대	(538)	88.4	3.1	7.9	0.5	0.0
	30대	(697)	85.2	9.7	4.6	0.1	0.4
	40대	(824)	80.6	12.8	6.4	0.2	0.0
	50대	(875)	75.8	18.7	5.4	0.0	0.1
	60대	(856)	76.2	20.8	1.8	0.1	1.1
	70세 이상	(246)	85.5	13.0	1.4	0.0	0.0

〈표 3-21〉 최근 1년 OTT 주이용 장소(1+2순위)

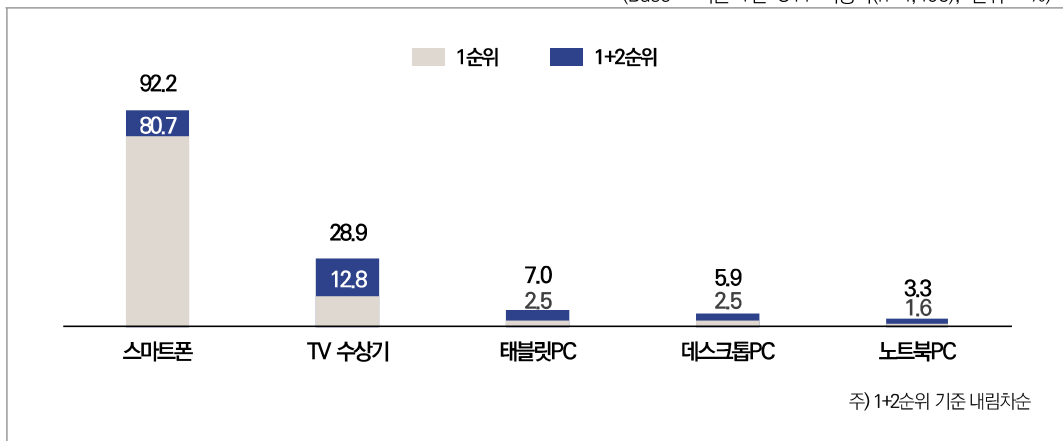
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	집	직장 (사무실)	교통수단 (지하철, 버스 등)	학교/학원	기타
전체		(4,495)	92.0	29.4	22.5	2.8	0.9
성별	남성	(2,220)	90.6	36.0	23.6	3.0	1.1
	여성	(2,275)	93.3	23.0	21.4	2.6	0.7
연령별	10대	(458)	95.5	0.7	33.1	20.3	0.6
	20대	(538)	96.5	19.6	38.8	4.4	0.0
	30대	(697)	93.9	29.3	22.2	0.2	1.6
	40대	(824)	91.9	34.7	26.2	0.3	0.1
	50대	(875)	90.0	42.7	17.7	0.0	0.5
	60대	(856)	87.8	35.4	12.0	0.3	1.6
	70세 이상	(246)	92.7	19.1	8.4	0.0	3.3

4) OTT 이용 기기

- 최근 1년 OTT 주이용 기기를 살펴보면, 스마트폰이 92.2%로 가장 높았으며, 다음으로 TV 수상기가 28.9%로 나타났다.(1+2순위 기준)
- 응답자 특성별로는 TV 수상기를 통한 이용은 30-40대에서 가장 높았으며, 태블릿 PC, 데스크톱 PC를 이용하는 비율은 연령이 낮을수록 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-13] 최근 1년 OTT 서비스 주이용 기기

〈표 3-22〉 최근 1년 OTT 주이용 기기(1순위)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	스마트폰	TV 수상기	데스크톱PC	태블릿PC	노트북PC
전체		(4,495)	80.7	12.8	2.5	2.5	1.6
성별	남성	(2,220)	81.3	11.2	3.6	2.3	1.6
	여성	(2,275)	80.0	14.3	1.4	2.6	1.7
연령별	10대	(458)	79.1	8.1	<u>5.1</u>	<u>6.3</u>	1.4
	20대	(538)	81.3	10.3	3.1	2.2	3.0
	30대	(697)	71.3	<u>20.7</u>	2.0	4.0	2.0
	40대	(824)	77.4	15.3	3.1	2.7	1.5
	50대	(875)	82.7	12.3	1.9	1.4	1.7
	60대	(856)	87.3	9.7	1.6	0.7	0.7
	70세 이상	(246)	89.4	7.9	0.9	0.6	1.1

〈표 3-23〉 최근 1년 OTT 주이용 기기(1+2순위)

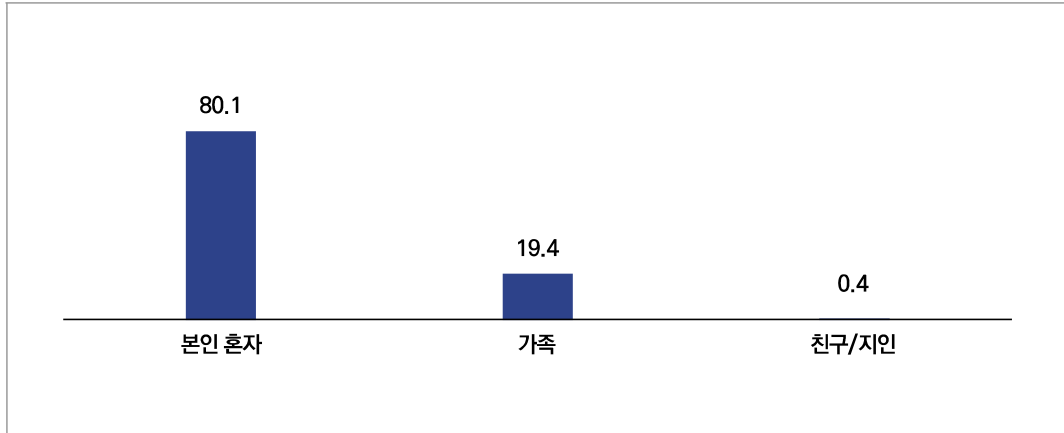
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	스마트폰	TV 수상기	태블릿PC	데스크톱PC	노트북PC
전체		(4,495)	92.2	28.9	7.0	5.9	3.3
성별	남성	(2,220)	92.5	26.8	5.7	7.9	3.6
	여성	(2,275)	91.8	30.9	8.3	3.9	2.9
연령별	10대	(458)	91.4	19.3	<u>14.8</u>	<u>14.2</u>	5.2
	20대	(538)	92.4	31.6	<u>11.6</u>	<u>10.7</u>	7.3
	30대	(697)	88.2	<u>44.1</u>	<u>10.1</u>	5.2	4.3
	40대	(824)	90.9	<u>37.7</u>	7.9	6.0	2.5
	50대	(875)	92.4	27.1	3.6	3.9	2.7
	60대	(856)	94.9	17.4	2.0	2.3	0.8
	70세 이상	(246)	97.4	14.6	0.6	1.5	1.1

5) OTT 동반시청 행태

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)를 대상으로 조사한 결과, OTT 서비스 시청 시 주로 '본인 혼자' 시청하는 경우가 80.1%로 가장 높았고, '가족'과 함께 시청하는 경우는 19.4%였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '본인 혼자' 시청하는 비율은 성별로는 남성이 여성 대비 높았으며, 유료 OTT를 이용하지 않는 사람들이 유료 OTT 이용자들에 비해 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-14] 최근 1년 OTT 주로 함께 시청한 사람

<표 3-24> 최근 1년 OTT 주로 함께 시청한 사람

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

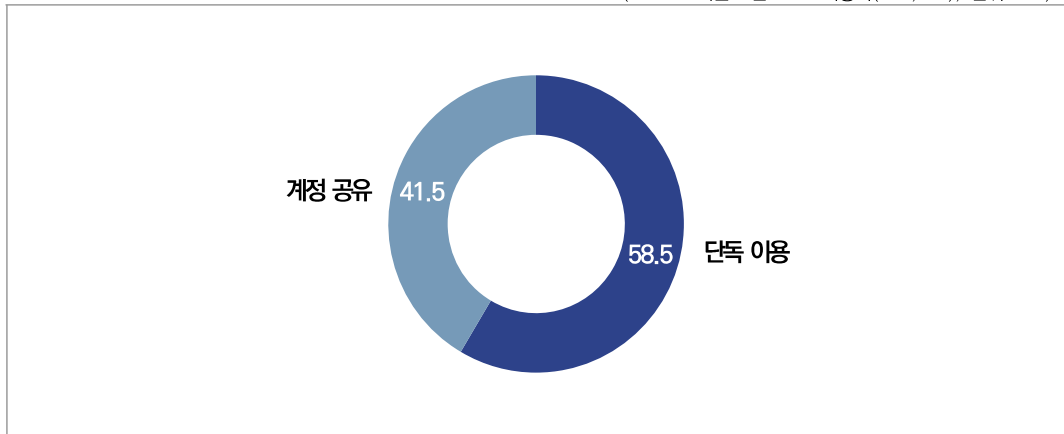
구분		사례수 (명)	본인 혼자	가족	친구/지인
전체		(4,495)	80.1	19.4	0.4
성별	남성	(2,220)	<u>82.5</u>	17.0	0.5
	여성	(2,275)	77.8	<u>21.7</u>	0.4
연령별	10대	(458)	85.2	13.5	1.3
	20대	(538)	77.7	21.5	0.8
	30대	(697)	61.1	<u>38.5</u>	0.3
	40대	(824)	73.5	26.2	0.3
	50대	(875)	86.4	13.4	0.2
	60대	(856)	90.8	8.8	0.4
	70세 이상	(246)	92.6	7.4	0.0
유료 OTT	이용	(2,687)	70.2	<u>29.3</u>	0.6
	미이용	(1,808)	<u>95.0</u>	4.8	0.3

6) OTT 계정 이용 방식

가) 전체 OTT 이용자

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495) 중 OTT 서비스 계정을 단독으로 이용하는 비율은 58.5%로 나타났으며, 공유하여 이용한다고 응답한 비율은 41.5%였다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, '계정 공유'로 이용하는 비율은 성별로는 여성이 남성 대비 높았으며, 연령별로는 10대 및 30대에서 높았다. 반면, '단독 이용' 비율은 성별로는 남성, 연령별로는 50대 이상에서 상대적으로 높게 나타났다. 또한 유료 OTT 이용자의 계정 공유 이용률이 미이용자에 비해 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-15] OTT 계정 공유 여부

〈표 3-25〉 OTT 계정 공유 여부

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

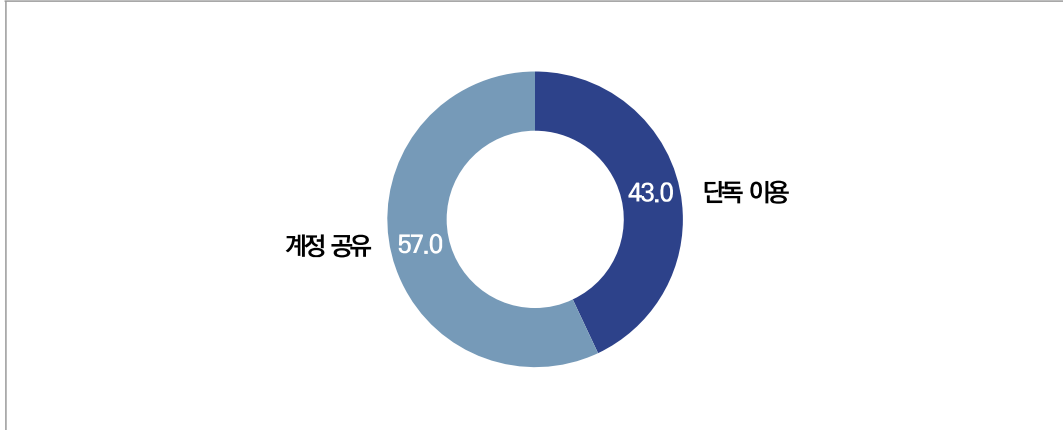
구분		사례수 (명)	단독 이용	계정 공유
전체		(4,495)	58.5	41.5
성별	남성	(2,220)	62.3	37.7
	여성	(2,275)	54.8	45.2
연령별	10대	(458)	40.2	59.8
	20대	(538)	52.9	47.1
	30대	(697)	48.4	51.6
	40대	(824)	53.0	47.0
	50대	(875)	61.2	38.8
	60대	(856)	75.1	24.9
	70세 이상	(246)	84.4	15.6
유료 OTT	이용	(2,687)	43.0	57.0
	미이용	(1,808)	81.5	18.5

* 여러 개의 OTT 서비스 이용 시 주로 사용하는 OTT 서비스 기준으로 응답

나) 유료 OTT 이용자

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687) 중에서는 단독 이용이 43.0%, 계정 공유가 57.0%였다.
- 응답자 특성별로는 '계정 공유'로 이용하는 비율은 여성, 10대에서 높았으며, '단독 이용'은 남성, 20대에서 상대적으로 높았다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 3-16] OTT 계정 공유 여부

<표 3-26> OTT 계정 공유 여부

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

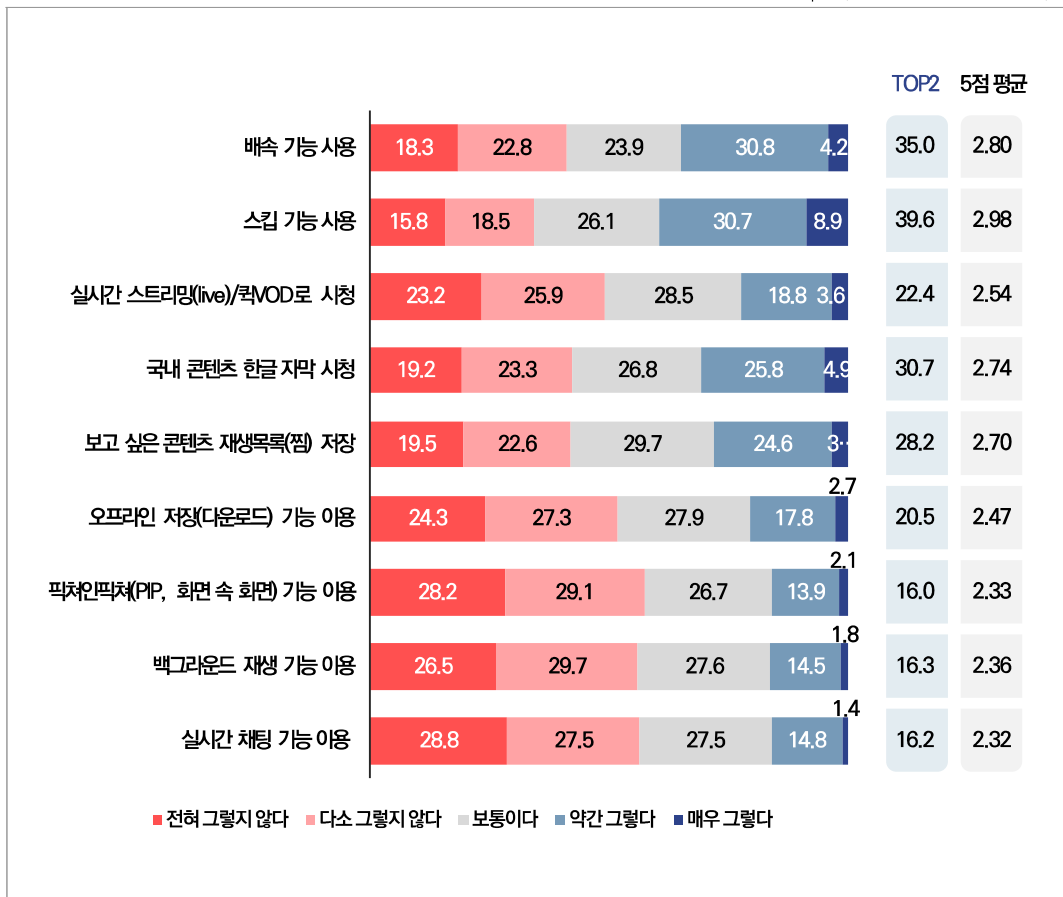
구분		사례수 (명)	단독 이용	계정 공유
전체		(2,687)	43.0	57.0
성별	남성	(1,250)	48.7	51.3
	여성	(1,437)	38.0	62.0
연령별	10대	(318)	30.3	69.7
	20대	(472)	50.3	49.7
	30대	(616)	43.7	56.3
	40대	(629)	44.6	55.4
	50대	(434)	42.5	57.5
	60대	(190)	38.1	61.9
	70세 이상	(28)	50.8	49.2

* 여러 개의 OTT 서비스 이용 시 주로 사용하는 OTT 서비스 기준으로 응답

7) OTT 서비스 이용 방식

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 OTT 서비스 이용 방식으로는 ‘스킵 기능 사용’이 39.6%(Top2)로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘배속 기능 사용’(35.0%), ‘국내 콘텐츠 한글 자막 시청’(30.7%) 등의 순으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 대부분 항목은 연령이 낮을수록 이용 정도가 높게 나타났으나, ‘국내 콘텐츠 한글 자막 시청’ 경향은 연령 간 차이가 크지 않았다. 20대는 ‘픽처인픽처(PIP, 화면 속 화면) 기능’, ‘백그라운드 재생 기능’, ‘실시간 채팅 이용 기능’ 이용 경향이 타 연령대 대비 높게 나타나 적극적으로 OTT 서비스 내 기능을 이용하는 편으로 보인다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)
 ※ Top2 (약간 그렇다+매우 그렇다)



[그림 3-17] OTT 서비스 이용 방식

〈표 3-27〉 OTT 서비스 이용 방식(Top2) (1)

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	배속 기능 사용	스킵 기능 사용	실시간 스트리밍(live)/ 퀵VOD로 시청	국내 콘텐츠 한글 자막 시청	보고 싶은 콘텐츠 재생목록(찜) 저장
전체		(4,495)	35.0	39.6	22.4	30.7	28.2
성별	남성	(2,220)	35.1	39.7	23.3	30.2	27.3
	여성	(2,275)	34.9	39.5	21.4	31.2	29.1
연령별	10대	(458)	<u>48.1</u>	<u>52.2</u>	<u>30.1</u>	35.2	<u>37.2</u>
	20대	(538)	<u>47.9</u>	<u>53.1</u>	<u>30.3</u>	31.2	<u>37.9</u>
	30대	(697)	<u>48.4</u>	47.3	28.0	<u>37.5</u>	<u>37.8</u>
	40대	(824)	38.1	42.3	25.1	33.4	29.2
	50대	(875)	29.0	34.9	19.4	27.3	23.5
	60대	(856)	19.3	26.7	12.1	23.8	17.5
	70세 이상	(246)	10.5	17.4	11.6	29.6	13.2

〈표 3-28〉 OTT 서비스 이용 방식(Top2) (2)

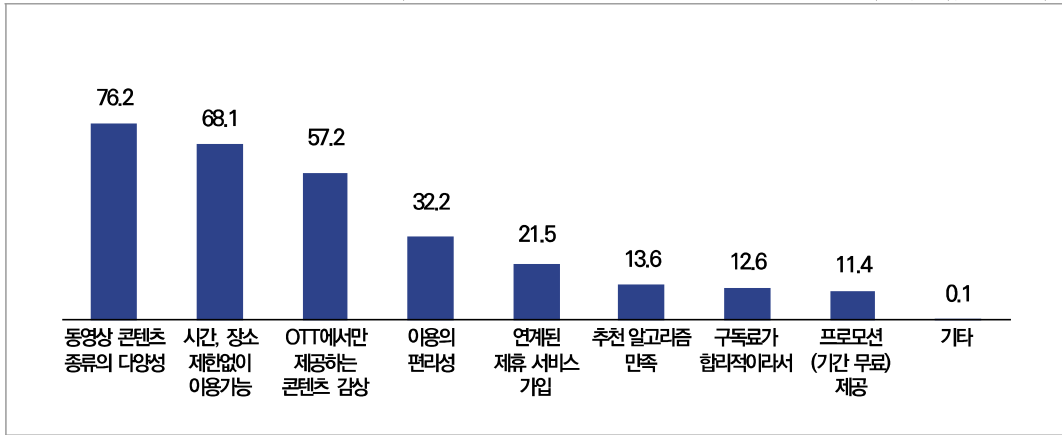
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	오프라인 저장(다운로드) 기능 이용	픽쳐인픽쳐 (PIP, 화면 속 화면) 기능 이용	백그라운드 재생 기능 이용	실시간 채팅 기능 이용
전체		(4,495)	20.5	16.0	16.3	16.2
성별	남성	(2,220)	19.6	16.4	16.1	15.9
	여성	(2,275)	21.3	15.7	16.4	16.5
연령별	10대	(458)	<u>26.3</u>	20.6	20.9	<u>21.5</u>
	20대	(538)	<u>27.6</u>	<u>24.0</u>	<u>25.3</u>	<u>24.7</u>
	30대	(697)	<u>29.8</u>	<u>22.7</u>	<u>22.3</u>	18.6
	40대	(824)	19.6	15.8	16.2	17.5
	50대	(875)	17.4	13.5	13.4	13.5
	60대	(856)	13.1	8.4	8.7	9.6
	70세 이상	(246)	7.3	7.2	7.6	9.1

8) OTT 서비스 구독 이유

- 최근 1년 구독형 OTT 서비스 이용자(유료 OTT 또는 유튜브 프리미엄 이용자, n=2,774)에게 OTT 서비스 구독 이유를 조사한 결과, '동영상 콘텐츠의 종류가 다양해서'가 76.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 '시간, 장소에 구애받지 않고 콘텐츠를 감상할 수 있어서'(68.1%), 'OTT 서비스에서만 제공하는 콘텐츠를 감상하기 위해서'(57.2%) 순으로 나타났다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 또는 유튜브 프리미엄 이용자(n=2,774), 단위 : %)



[그림 3-18] OTT 서비스 구독 이유(복수응답)

<표 3-29> OTT 서비스 구독 이유(복수응답)

(Base : 최근 1년 유료 OTT 또는 유튜브 프리미엄 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	동영상 콘텐츠 종류의 다양성	시간, 장소 제한없이 이용가능	OTT에서만 제공하는 콘텐츠 ¹⁾ 감상	이용 ²⁾ 의 편리성	연계된 제휴 서비스 ³⁾ 가입	추천 알고리즘 만족	구독료가 합리적이라서	프로모션 (기간 무료) 제공	기타
전체	(2,774)	76.2	68.1	57.2	32.2	21.5	13.6	12.6	11.4	0.1
성별	남성 (1,301)	75.8	67.3	57.7	33.6	20.5	13.6	12.5	11.1	0.1
	여성 (1,473)	76.5	68.8	56.9	31.0	22.5	13.6	12.7	11.6	0.1
연령별	10대 (328)	78.3	68.7	61.6	32.9	17.5	13.9	15.9	9.5	0.2
	20대 (493)	74.3	68.5	61.8	34.0	26.8	14.5	10.0	16.2	0.1
	30대 (629)	74.1	69.2	60.1	31.2	25.5	14.5	13.5	11.5	0.1
	40대 (639)	78.3	69.9	57.4	36.5	20.8	13.2	13.9	10.7	0.1
	50대 (448)	76.6	66.3	53.6	29.7	16.2	11.8	11.8	7.7	0.0
	60대 (204)	76.7	65.6	39.2	21.9	17.4	13.8	10.9	12.0	0.0
	70세 이상 (34)	70.1	44.3	48.8	34.2	19.9	8.2	0.0	13.9	0.0

주1) 오리지널 콘텐츠, 독점 콘텐츠 등

주2) 콘텐츠 검색, 메뉴, 화면 구성 등 UX/UI 측면

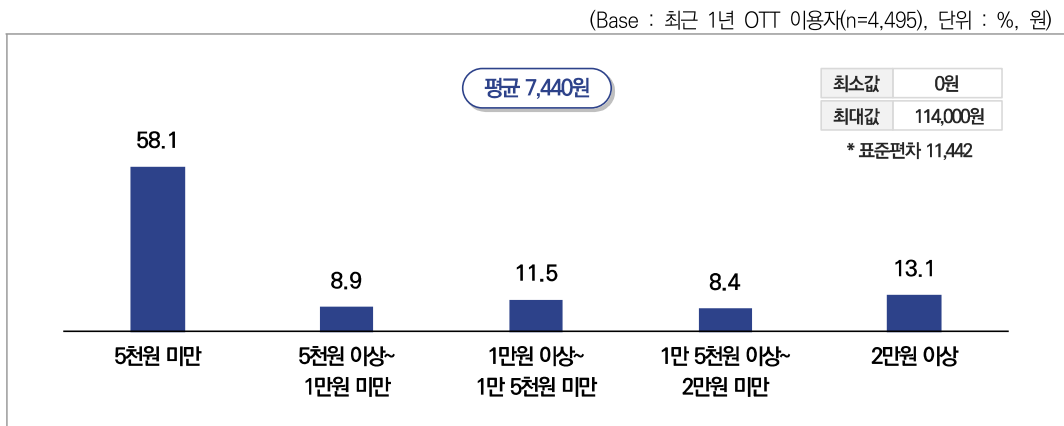
주3) 통신사, 네이버 플러스, 쿠팡 와우 서비스 등

나. OTT 서비스 지출 현황

1) 한 달 평균 OTT 구독 지출 금액

가) 한 달 평균 지출금액

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)가 OTT 유료 구독을 위해 지출하는 금액은 한 달 평균 7,440원으로 '5,000원 미만'(58.1%)이 절반 이상을 차지했다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20~30대의 평균 지출 금액이 많고, 60대 이상에서 상대적으로 적었다. '5,000원 미만'을 지출하는 비율은 10대, 50대 이상에서 높았고, '20,000원 이상'을 지출하는 비율은 20~30대에서 높았다.



[그림 3-19] 최근 1년 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액

<표 3-30> 최근 1년 월평균 전체 OTT 서비스 구독 지출 금액

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %, 원)

구분	사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상 1만원 미만	1만원 이상 1만 5천원 미만	1만 5천원 이상 2만원 미만	2만원 이상	평균
전체	(4,495)	58.1	8.9	11.5	8.4	13.1	7,440
성별	남성 (2,220)	57.6	9.2	11.2	8.9	13.1	7,406
	여성 (2,275)	58.6	8.5	11.8	7.9	13.1	7,473
연령별	10대 (458)	66.1	10.8	10.2	5.5	7.4	4,931
	20대 (538)	29.9	10.1	20.8	13.1	26.2	13,712
	30대 (697)	27.5	13.6	17.0	14.2	27.7	14,439
	40대 (824)	47.2	10.4	14.4	10.9	17.1	9,319
	50대 (875)	67.2	8.2	10.3	8.1	6.1	4,822
	60대 (856)	88.0	3.6	3.5	1.8	3.1	1,844
	70세 이상 (246)	91.5	4.8	0.9	2.3	0.5	1,036

*쿠팡 와우, 네이버플러스 등 제휴서비스를 통해 이용한 경우도 포함하여 응답

- 한편 유료 OTT 이용자 기준으로 살펴보면, 한 달 평균 10,500원을 지출하고 있으며, 무료 OTT 이용자는 한 달 평균 1,220원을 지출하는 것으로 나타났다.

〈표 3-31〉 최근 1년 월평균 유료 OTT 서비스 구독 지출 금액

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 원)

구분		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상 1만원 미만	1만원 이상 1만 5천원 미만	1만 5천원 이상 2만원 미만	2만원 이상	평균
전체		(2,687)	34.9	15.5	19.2	13.5	16.9	10,500
성별	남성	(1,250)	31.6	16.9	19.4	13.4	18.7	10,983
	여성	(1,437)	37.8	14.3	19.0	13.7	15.3	10,080
연령별	10대	(318)	55.4	15.5	14.0	6.6	8.5	5,900
	20대	(472)	28.0	11.8	23.4	17.2	19.6	12,190
	30대	(616)	22.7	16.7	19.6	14.8	26.2	13,994
	40대	(629)	33.2	15.3	20.4	13.2	18.0	10,741
	50대	(434)	38.6	18.0	19.3	14.8	9.2	8,493
	60대	(190)	51.1	16.5	13.6	9.2	9.7	7,016
	70세 이상	(28)	57.5	10.0	7.9	20.4	4.2	6,700

〈표 3-32〉 최근 1년 월평균 무료 OTT 서비스 구독 지출 금액

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %, 원)

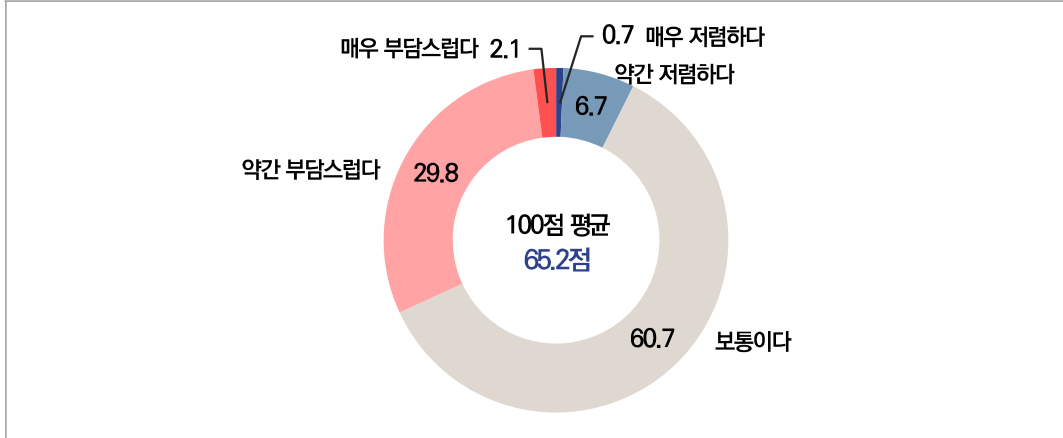
구분		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상 1만원 미만	1만원 이상 1만 5천원 미만	1만 5천원 이상 2만원 미만	2만원 이상	평균
전체		(4,283)	90.3	2.6	4.6	1.9	0.6	1,220
성별	남성	(2,144)	89.9	2.9	4.6	1.9	0.7	1,266
	여성	(2,139)	90.6	2.4	4.6	2.0	0.4	1,173
연령별	10대	(441)	93.2	2.5	2.4	0.8	1.0	869
	20대	(504)	76.3	5.2	9.4	7.5	1.6	3,231
	30대	(644)	81.7	3.8	11.2	3.2	0.1	2,237
	40대	(767)	89.7	3.0	5.7	1.0	0.6	1,213
	50대	(835)	94.7	1.6	2.3	0.9	0.5	631
	60대	(851)	97.9	0.7	0.5	0.7	0.2	292
	70세 이상	(241)	96.2	3.8	0.0	0.0	0.0	278

*무료 OTT 서비스 구독 지출이란, 유튜브 프리미엄과 같이 무료 광고형 OTT 서비스에서 광고 없이 콘텐츠를 제공하기 위해 지불하는 구독료를 의미함. 별풍선, 슈퍼챗 등 크리에이터 후원에 지출한 비용은 제외함

나) 한 달 평균 지출 금액 적정성

- 최근 1년간 OTT 서비스에 비용을 지불한 사람(n=1,986)의 32.0%(약간 부담스럽다 24.5%, 매우 부담스럽다 2.3%)가 한 달 평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액에 부담을 느끼고 있었다.

(Base : 최근 1년 OTT 비용 지불자(n=1,986), 단위 : %.)



[그림 3-20] 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액 적정성

〈표 3-33〉 월평균 OTT 서비스 유료 구독 지출 금액 적정성

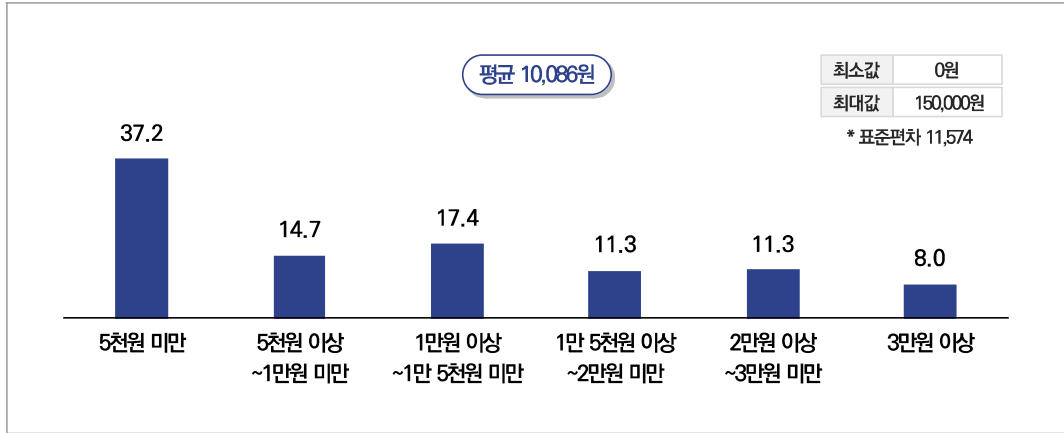
(Base : 최근 1년 OTT 비용 지불자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	매우 저렴하다 1	약간 저렴하다 2	보통이다 3	약간 부담스럽다 4	매우 부담스럽다 5	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
전체	(1,986)	0.7	6.7	60.7	29.8	2.1	32.0	7.3	3.26	65.2	
성별	남성	(984)	0.6	6.7	60.9	29.9	1.9	31.8	7.3	3.26	65.2
	여성	(1,001)	0.7	6.7	60.4	29.8	2.4	32.2	7.4	3.26	65.3
연령별	10대	(175)	1.6	8.0	67.6	19.7	3.1	22.8	9.6	3.15	62.9
	20대	(393)	0.9	6.0	55.1	36.1	1.9	38.0	6.9	3.32	66.4
	30대	(519)	0.3	7.5	57.3	32.9	2.1	34.9	7.8	3.29	65.8
	40대	(456)	0.5	5.0	64.3	27.7	2.5	30.2	5.5	3.27	65.3
	50대	(301)	0.3	7.1	60.3	30.3	2.1	32.4	7.3	3.27	65.4
	60대	(116)	1.9	7.8	65.0	24.1	1.2	25.3	9.7	3.15	63.0
	70세 이상	(25)	0.0	11.2	88.5	0.3	0.0	0.3	11.2	2.89	57.8

2) 한 달 기준 최대 지불 의사 금액

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)가 한 달에 OTT 유료 구독을 위해 최대 지불 가능한 금액은 평균 10,086원으로 '5,000원 미만'이 37.2%로 가장 높게 나타났다. 한편 유료 OTT 이용자의 최대 지불 의사 금액은 15,191원, 유료 OTT 미이용자는 2,497원으로 유료 OTT 이용 여부에 따라 지불 의사에 차이를 보였다.
- 연령별로는 20~30대의 평균 지불 의사 금액이 많았고, 60대 이상에서 상대적으로 적었다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %, 원)



[그림 3-21] 한 달 기준 OTT 서비스 유료 구독 최대 지불 의사 금액

<표 3-34> 한 달 기준 OTT 서비스 유료 구독 최대 지불 의사 금액

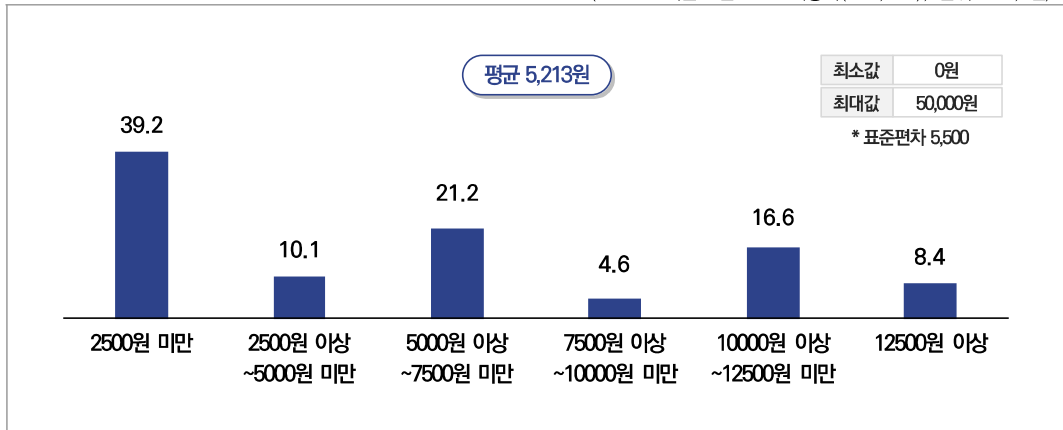
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %, 원)

구분	사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상 1만원 미만	1만원 이상 1만 5천원 미만	1만 5천원 이상 2만원 미만	2만원 이상 3만원 미만	3만원 이상	평균
전체	(4,495)	37.2	14.7	17.4	11.3	11.3	8.0	10,086
성별	남성 (2,220)	38.4	13.9	17.1	11.4	10.3	8.8	10,032
	여성 (2,275)	36.1	15.5	17.7	11.1	12.2	7.3	10,138
연령별	10대 (458)	41.3	19.4	15.7	9.1	10.1	4.5	8,042
	20대 (538)	11.9	12.9	16.3	22.3	22.1	14.5	16,568
	30대 (697)	14.9	12.9	20.4	13.8	18.5	19.3	16,526
	40대 (824)	23.1	13.8	24.5	14.0	13.8	10.8	12,804
	50대 (875)	43.8	16.4	18.4	9.8	8.1	3.4	7,600
	60대 (856)	64.4	14.1	12.2	5.3	2.8	1.1	4,068
	70세 이상 (246)	77.5	14.5	5.3	0.4	2.4	0.0	2,123
유료 OTT	이용 (2,687)	13.2	14.4	23.1	17.4	18.5	13.4	15,191
	미이용 (1,808)	73.0	15.3	8.9	2.1	0.6	0.1	2,497

3) 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 구독료

- 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)가 생각하는 유료 OTT 서비스 1개의 적절한 구독료는 평균 5,213원으로 '2,500원 미만'이 39.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 '5,000원~7,500원'이 21.2%였다.
 - 유료 OTT 이용자 기준으로 살펴보면, '10,000원~12,500원'이 24.9%로 상대적으로 지불 의향이 높았다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 유료 OTT 이용자는 7,294원, 유료 OTT 미이용자는 2,118원으로 유료 OTT 이용 여부에 따라 적정 구독료에 대한 생각에 차이를 보였다.
- 연령별로는 20대(7,474원), 30대(7,383원), 40대(6,452원) 순으로 많은 편이었다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %, 원)



[그림 3-22] 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 유료 구독료

<표 3-35> 한 달 기준 1개 OTT 서비스 적정 유료 구독료

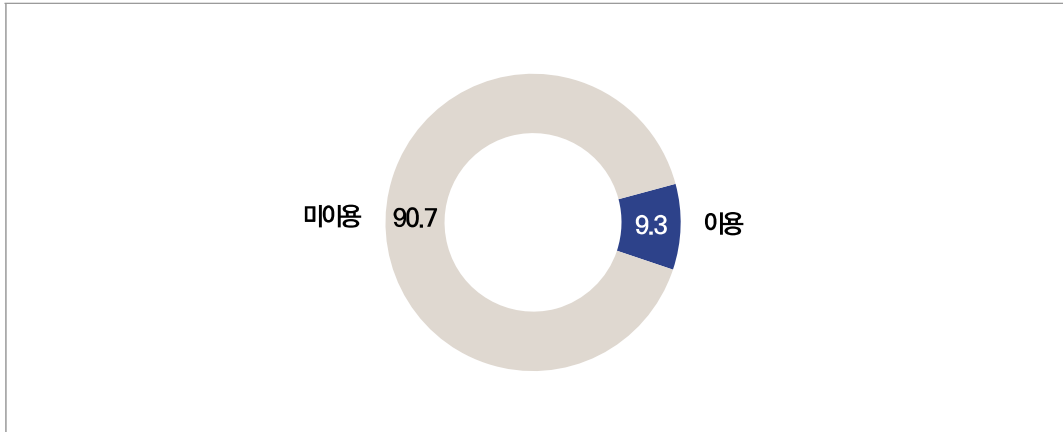
(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %, 원)

구분		사례수 (명)	2,500원 미만	2,500원 이상 5,000원 미만	5,000원 이상 7,500원 미만	7,500원 이상 10,000원 미만	10,000원 이상 12,500원 미만	12,500원 이상	평균
전체		(4,495)	39.2	10.1	21.2	4.6	16.6	8.4	5,213
성별	남성	(2,220)	40.2	9.4	20.9	4.7	15.9	8.9	5,175
	여성	(2,275)	38.2	10.8	21.5	4.4	17.2	7.9	5,250
연령별	10대	(458)	45.6	10.9	20.9	3.5	12.0	7.1	4,404
	20대	(538)	17.7	11.6	23.2	8.2	27.2	12.1	7,474
	30대	(697)	22.8	9.2	22.9	6.6	24.1	14.3	7,383
	40대	(824)	29.3	8.5	22.9	6.2	22.7	10.5	6,452
	50대	(875)	44.2	9.1	22.4	3.7	13.0	7.6	4,572
	60대	(856)	57.4	11.3	19.7	1.7	7.2	2.7	2,898
	70세 이상	(246)	72.2	12.1	7.8	0.7	5.2	2.0	1,795
유료 OTT	이용	(2,687)	21.1	10.0	24.1	6.3	24.9	13.6	7,294
	미이용	(1,808)	66.0	10.2	16.8	2.0	4.2	0.7	2,118

4) 건별 결제(TVOD) 이용 경험

- 최근 1년간 OTT를 통해 건별 결제(TVOD)를 이용한 경우는 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495)의 9.3%로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20-30대의 이용 경험이 다른 연령대 대비 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 이용자(n=4,495), 단위 : %)



[그림 3-23] 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험

〈표 3-36〉 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험

(Base : 최근 1년 OTT 이용자, 단위 : %)

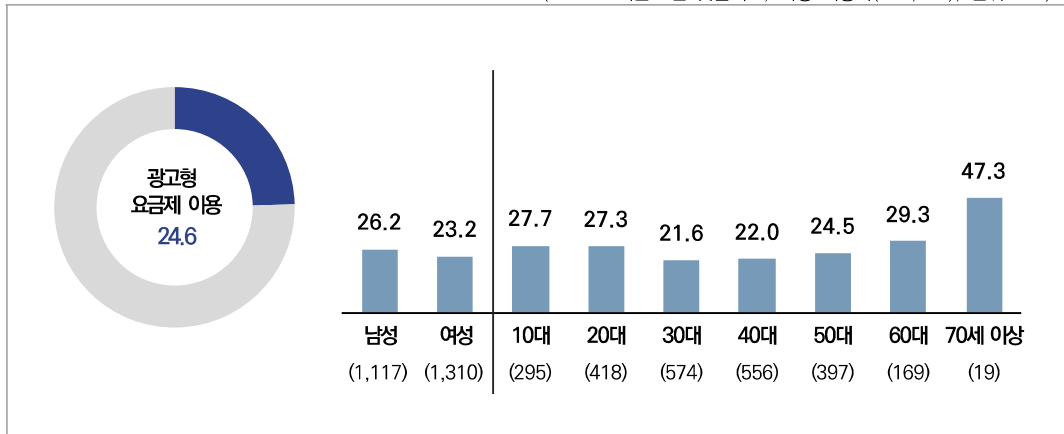
구분		사례수 (명)	이용	미이용
전체		(4,495)	9.3	90.7
성별	남성	(2,220)	9.1	90.9
	여성	(2,275)	9.5	90.5
연령별	10대	(458)	7.9	92.1
	20대	(538)	<u>16.8</u>	83.2
	30대	(697)	<u>17.8</u>	82.2
	40대	(824)	10.6	89.4
	50대	(875)	7.2	92.8
	60대	(856)	1.9	98.1
	70세 이상	(246)	0.0	100.0

5) 광고형 요금제 이용

가) 광고형 요금제 이용 여부

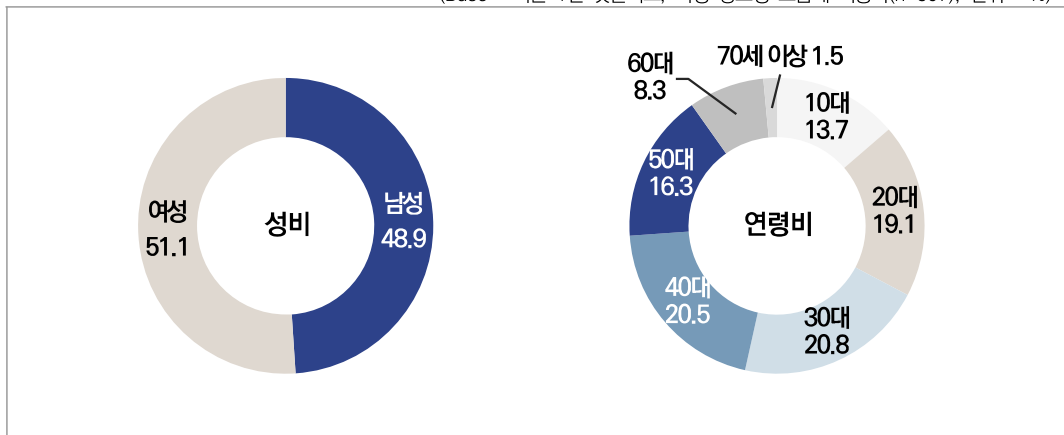
- 넷플릭스와 티빙을 이용하는 사람(n=2,417) 중 24.6%가 광고형 요금제를 이용하고 있는 것으로 나타났다.
- 광고형 요금제 이용자(n=597)는 여성이 남성에 비해 많았으며, 연령별로는 30-40대에서 많았다.

(Base : 최근 1년 넷플릭스, 티빙 이용자(n=2,417), 단위 : %)



[그림 3-24] 유료 OTT 광고형 요금제 이용률

(Base : 최근 1년 넷플릭스, 티빙 광고형 요금제 이용자(n=597), 단위 : %)

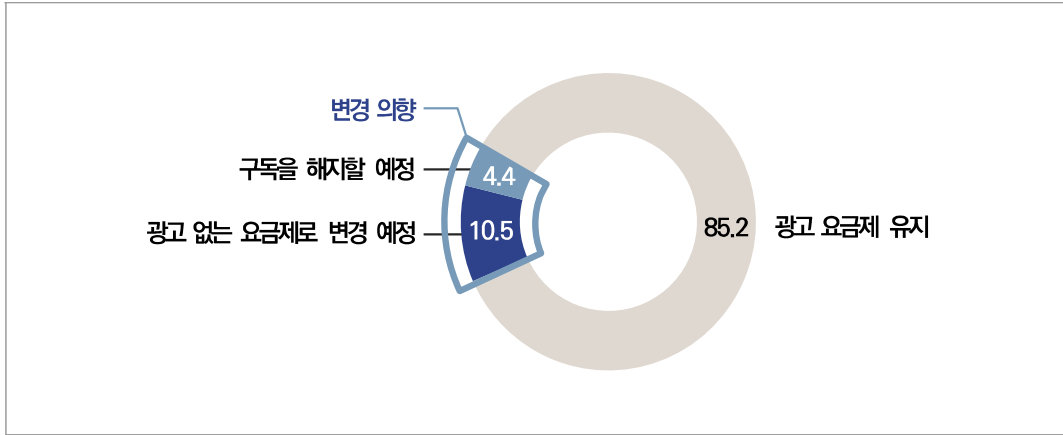


[그림 3-25] 광고형 요금제 이용자 구성비

나) 광고형 요금제 유지 의향

- 광고형 요금제 이용자(n=597)를 대상으로 향후 광고형 요금제 유지 의향을 조사한 결과, 광고형 요금제 이용자의 대부분인 85.2%는 앞으로도 광고형 요금제를 유지할 것이라고 응답했다. 광고 없는 기본 요금제로 변경하고 싶다고 응답한 경우는 10.5%, 해당 OTT 서비스를 해지하고자 하는 경우는 4.4%였다.
- 광고형 요금제 유지 의향은 남성이 여성에 비해 높았으며, 연령별로는 60대의 유지 의향이 상대적으로 높았다.

(Base : 넷플릭스, 티빙 광고형 요금제 이용자(n=597), 단위 : %)



[그림 3-26] 유료 OTT 광고형 요금제 유지 의향

<표 3-37> 유료 OTT 광고형 요금제 유지 의향

(Base : 넷플릭스, 티빙 광고형 요금제 이용자, 단위 : %)

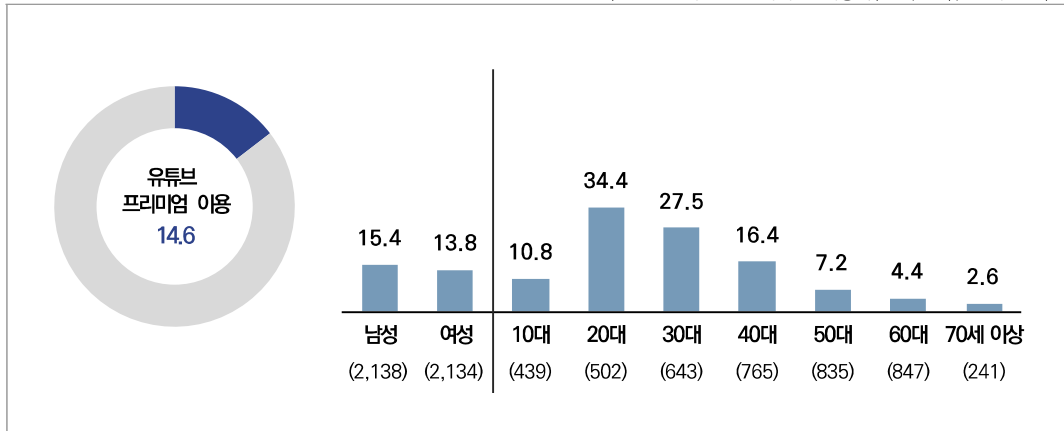
구분	사례수 (명)	광고형 요금제 유지	변경 의향	
			광고 없는 요금제로 변경 예정	구독 해지 예정
전체	(597)	85.2	10.5	4.4
성별	남성 (292)	86.6	9.3	4.0
	여성 (305)	83.8	11.5	4.7
연령별	10대 (82)	83.4	12.4	4.1
	20대 (114)	87.8	8.4	3.8
	30대 (124)	86.2	10.4	3.5
	40대 (122)	82.9	12.2	4.9
	50대 (97)	82.9	12.4	4.8
	60대 (49)	91.3	6.2	2.5
	70세 이상 (9)	74.9	0.0	25.1

6) 유튜브 프리미엄 이용

가) 유튜브 프리미엄 이용 여부

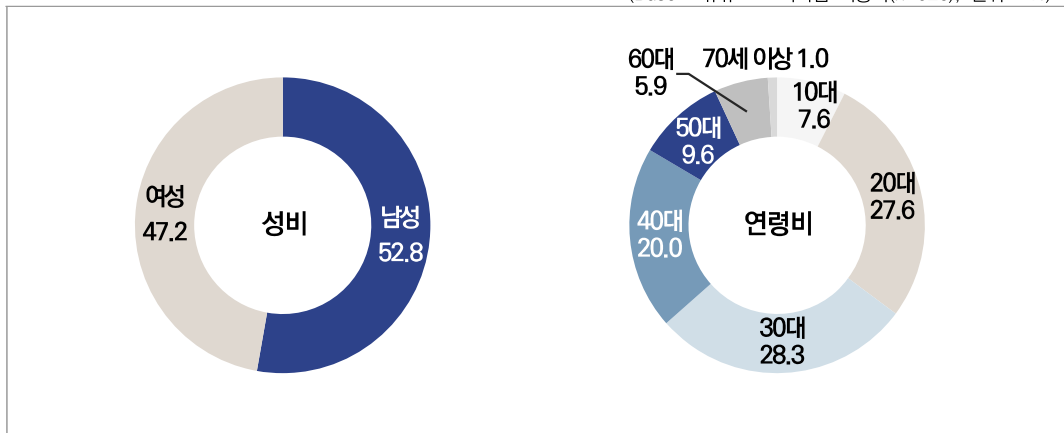
- 최근 1년 유튜브 이용자(n=4,272) 중 85.4%가 비용 지불 없이 광고 기반형으로 유튜브를 이용하고 있으며, 14.6%가 유튜브 프리미엄을 구독하여 이용하고 있었다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 20대에서 유튜브 프리미엄 이용률이 34.4%로 타 연령 대비 상대적으로 높았으며, 그 다음으로 30대(27.5%)가 높은 것으로 나타났다.
- 유튜브 프리미엄 이용자(n=625)는 남성이 여성에 비해 많았으며, 연령별로는 20-30대에서 많았다.

(Base : 최근 1년 유튜브 이용자(n=4,272), 단위 : %)



[그림 3-27] 유튜브 프리미엄 이용 여부

(Base : 유튜브 프리미엄 이용자(n=625), 단위 : %)

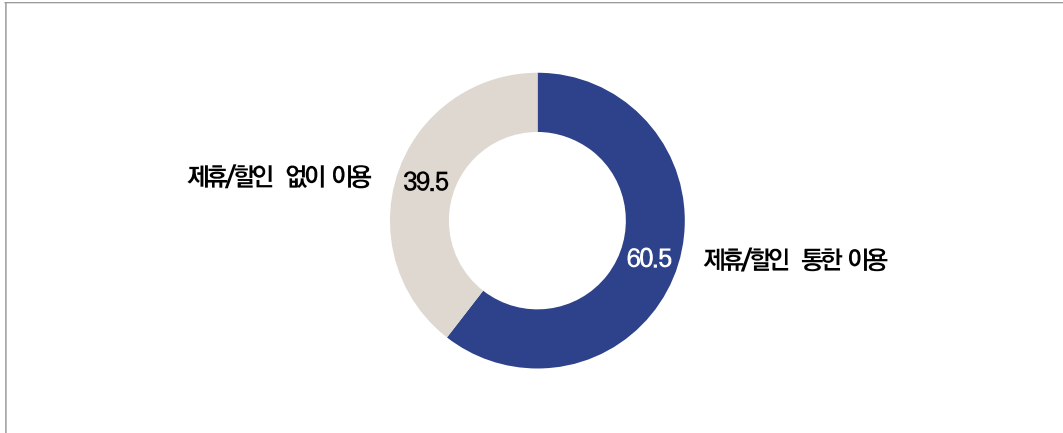


[그림 3-28] 유튜브 프리미엄 이용자 구성비

나) 제휴/할인을 통한 유튜브 프리미엄 이용

- 유튜브 프리미엄을 이용하는 사람(n=625) 중 절반 이상인 60.5%가 제휴/할인을 통해 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 별도의 제휴/할인 없이 이용하는 경우는 39.5%였다.
- 유튜브 프리미엄을 제휴/할인을 통해 이용하는 경우는 여성이 남성에 비해 많았으며, 연령별로는 30대에서 상대적으로 높았다. 반면 20대 이용자들은 제휴/할인 없이 이용하는 비율이 타 연령 대비 높았다.

(Base : 유튜브 프리미엄 이용자(n=625), 단위 : %)



[그림 3-29] 제휴/할인을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부

<표 3-38> 제휴/할인을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부

(Base : 유튜브 프리미엄 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	혜택을 통한 이용	혜택 없이 이용
전체		(625)	60.5	39.5
성별	남성	(330)	56.7	43.3
	여성	(295)	64.7	35.3
연령별	10대	(47)	64.1	35.9
	20대	(173)	50.9	49.1
	30대	(177)	65.9	34.1
	40대	(125)	59.3	40.7
	50대	(60)	61.9	38.1
	60대	(37)	69.9	30.1
	70세 이상	(6)	98.8	1.2

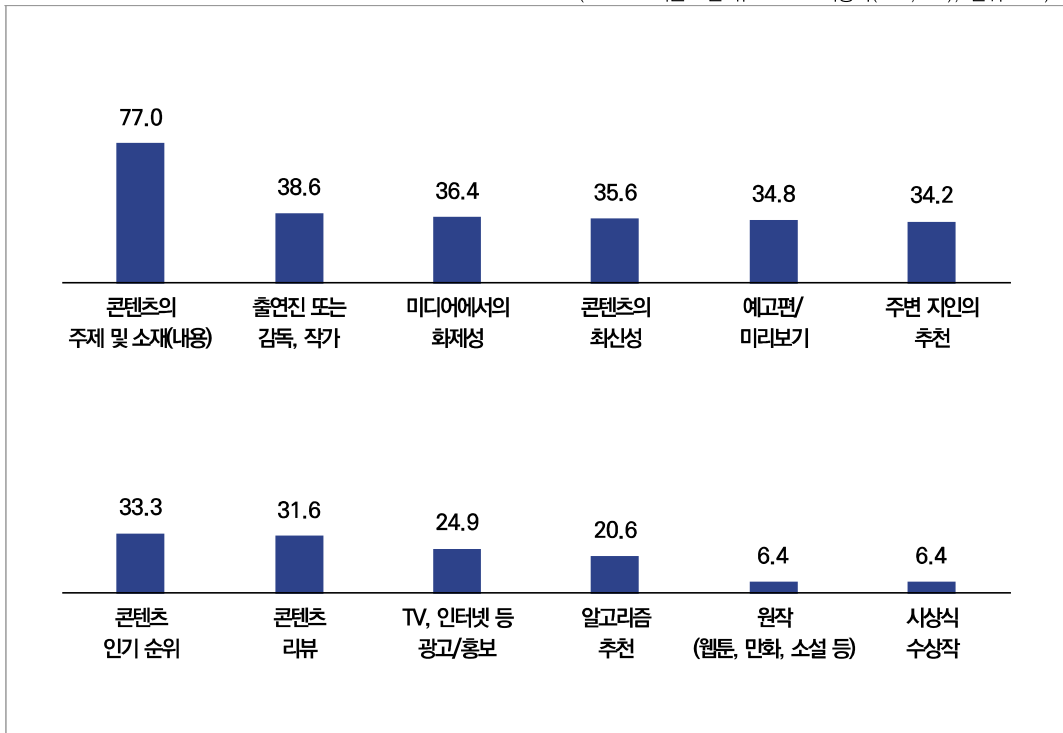
3. 유료 OTT 이용 현황

가. 유료 OTT 콘텐츠 이용 현황

1) 유료 OTT 시청 콘텐츠 선택 기준

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)는 콘텐츠 선택 시 ‘콘텐츠의 주제 및 소재(내용)’가 77.0%로 가장 중요한 요소라고 응답했다.
- 다음으로 ‘출연진 또는 감독, 작가’(38.6%), ‘미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성’(36.4%), ‘예고편/미리보기’(35.6%)이 등을 중요하게 생각했다.
- ‘콘텐츠의 최신성’, ‘예고편/미리보기’, ‘주변 지인의 추천’, ‘시상식 수상작’은 여성이 남성보다 더 많이 고려하는 요소였다. 연령별로 살펴보면, ‘예고편/미리보기’, ‘주변 지인의 추천’은 10대에서 다른 연령대 대비 더 많이 고려하는 경향이 있었으며, ‘미디어에서의 화제성’은 30대에서, ‘콘텐츠의 최신성’과 ‘콘텐츠 리뷰’는 20대에서 상대적으로 많이 고려하고 있었다. ‘TV, 인터넷 등 광고/홍보’를 접한 뒤 시청할 콘텐츠를 선택하는 경향은 연령이 높을수록 높았다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 3-30] 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답)

〈표 3-39〉 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (1)

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	콘텐츠의 주제 및 소재 (내용)	출연진 또는 감독, 작가	미디어에서의 화제성	콘텐츠의 최신성	예고편/ 미리보기	주변 지인의 추천
전체		(2,687)	77.0	38.6	36.4	35.6	34.8	34.2
성별	남성	(1,250)	76.4	38.9	36.1	32.6	32.7	31.5
	여성	(1,437)	77.5	38.4	36.6	<u>38.2</u>	<u>36.6</u>	<u>36.6</u>
연령별	10대	(318)	76.1	35.7	32.5	37.6	<u>40.2</u>	<u>41.0</u>
	20대	(472)	76.8	38.2	34.1	<u>39.1</u>	35.0	26.2
	30대	(616)	76.6	34.8	<u>41.8</u>	31.8	36.3	33.1
	40대	(629)	78.6	43.5	37.5	37.3	35.1	35.9
	50대	(434)	76.5	37.6	33.9	33.9	32.0	34.3
	60대	(190)	74.1	37.7	34.8	35.8	26.5	42.9
	70세 이상	(28)	93.9	73.6	26.9	23.3	27.8	21.1

〈표 3-40〉 유료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (2)

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	콘텐츠 인기 순위	콘텐츠 리뷰	TV, 인터넷 등 광고/홍보	알고리즘 추천	원작 (웹툰, 만화, 소설 등)	시상식 수상작
전체		(2,687)	33.3	31.6	24.9	20.6	6.4	6.4
성별	남성	(1,250)	32.8	31.0	24.4	20.4	6.4	4.0
	여성	(1,437)	33.7	32.0	25.4	20.7	6.5	<u>8.5</u>
연령별	10대	(318)	34.4	32.6	24.9	21.7	7.9	6.7
	20대	(472)	34.9	<u>39.3</u>	22.6	<u>24.4</u>	6.7	7.6
	30대	(616)	36.5	32.5	24.3	<u>24.7</u>	6.7	7.2
	40대	(629)	34.9	33.4	23.8	17.7	7.8	6.2
	50대	(434)	29.8	26.3	<u>29.1</u>	15.0	5.6	5.7
	60대	(190)	22.9	18.4	<u>30.3</u>	20.4	0.7	3.8
	70세 이상	(28)	9.3	0.0	0.0	5.8	0.0	0.0

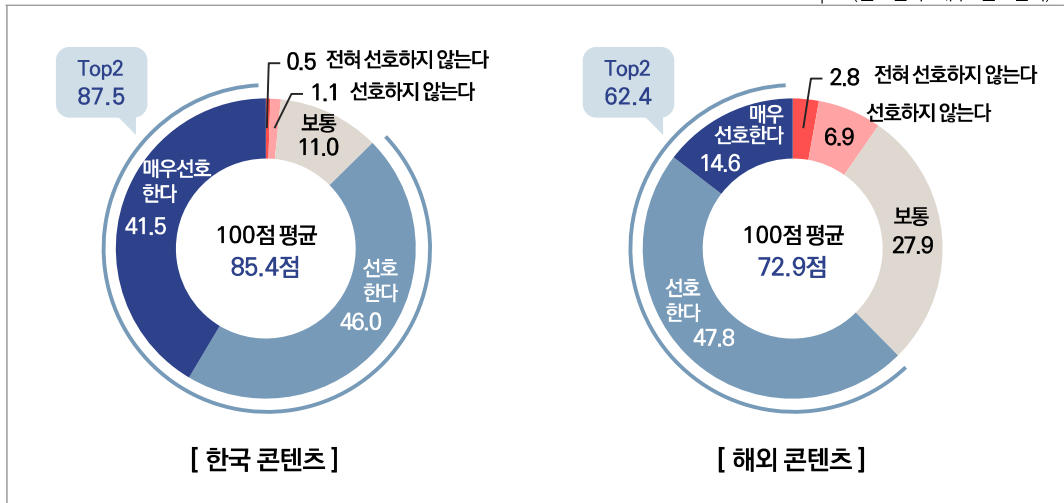
2) 유료 OTT 선호 콘텐츠 유형

가) 콘텐츠 제작국가

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)에게 유료 OTT 콘텐츠의 유형별 선호도를 질문하여 선호도를 조사하였다.
- 콘텐츠 제작 국가별 선호도는 한국 콘텐츠(87.5%)가 해외 콘텐츠(62.4%) 대비 높았다. 특히 '매우 선호한다'고 응답한 비율은 한국 콘텐츠가 41.5%로 해외 콘텐츠(14.6%)보다 2배 이상 높았다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성 및 30대 이하에서 해외 콘텐츠 선호도가 상대적으로 높은 편이었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 3-31] 콘텐츠 유형별 선호도 - 제작 국가

〈표 3-41〉 제작 국가별 선호도 - 한국 콘텐츠

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	0.5	1.1	11.0	46.0	41.5	87.5	1.6	4.27	85.4	
성별	남성	(1,250)	0.4	0.9	11.7	47.2	39.8	87.0	1.3	4.25	85.0
	여성	(1,437)	0.5	1.3	10.4	44.9	42.9	87.8	1.8	4.28	85.7
연령별	10대	(318)	0.9	0.4	10.6	50.1	38.0	88.0	1.3	4.24	84.8
	20대	(472)	0.5	0.7	11.1	45.0	42.7	87.7	1.2	4.29	85.8
	30대	(616)	0.1	1.5	11.2	44.6	42.6	87.2	1.6	4.28	85.6
	40대	(629)	0.8	0.9	9.8	47.1	41.3	88.4	1.7	4.27	85.4
	50대	(434)	0.5	1.2	11.9	47.8	38.6	86.4	1.7	4.23	84.6
	60대	(190)	0.0	2.2	10.6	37.9	49.3	87.2	2.2	4.34	86.8
	70세 이상	(28)	0.0	0.0	21.4	46.3	32.3	78.6	0.0	4.11	82.2

〈표 3-42〉 제작 국가별 선호도 - 해외 콘텐츠

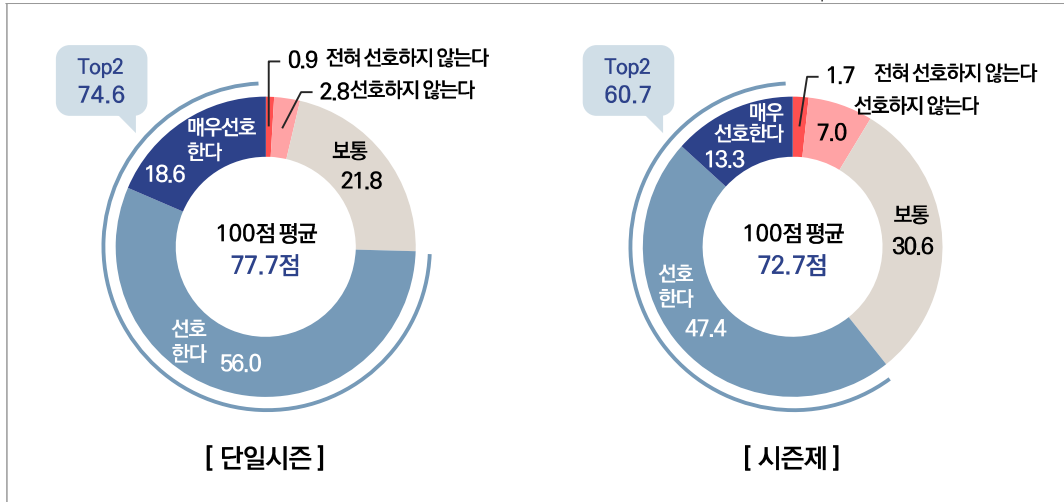
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	2.8	6.9	27.9	47.8	14.6	62.4	9.7	3.65	72.9	
성별	남성	(1,250)	2.6	6.2	26.3	49.4	15.5	65.0	8.7	3.69	73.9
	여성	(1,437)	3.0	7.5	29.4	46.3	13.8	60.1	10.5	3.60	72.1
연령별	10대	(318)	3.6	3.6	28.9	47.6	16.3	63.9	7.1	3.70	73.9
	20대	(472)	1.8	5.4	27.3	45.9	19.6	65.5	7.2	3.76	75.2
	30대	(616)	2.1	7.3	22.9	53.6	14.1	67.7	9.4	3.70	74.1
	40대	(629)	3.2	4.9	26.0	50.9	15.0	65.9	8.2	3.69	73.9
	50대	(434)	3.2	9.1	34.5	43.6	9.4	53.1	12.4	3.47	69.4
	60대	(190)	1.9	12.9	36.3	37.2	11.8	49.0	14.8	3.44	68.8
	70세 이상	(28)	17.9	25.7	24.0	19.3	13.0	32.4	43.6	2.84	56.8

나) 시리즈물/드라마의 시즌제

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 시리즈물/드라마의 시즌제에 대한 선호도는 하나의 시즌으로 구성된 '단일시즌'(74.6%)을 시리즈물/드라마를 시즌별로 나누어 공개하는 '시즌제(파트제 포함)'(60.7%)보다 선호하는 것으로 나타났다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)
※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 3-32] 콘텐츠 유형별 선호도 - 시리즈물/드라마 시즌제

<표 3-43> 시리즈물/드라마 시즌제 선호도 - 단일시즌

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	0.9	2.8	21.8	56.0	18.6	74.6	3.7	3.89	77.7	
성별	남성	(1,250)	1.1	2.2	22.1	56.7	17.8	74.6	3.3	3.88	77.6
	여성	(1,437)	0.7	3.2	21.5	55.4	19.2	74.6	4.0	3.89	77.8
연령별	10대	(318)	1.7	2.8	20.7	55.0	19.8	74.8	4.5	3.89	77.7
	20대	(472)	0.4	3.1	23.4	54.7	18.3	73.0	3.5	3.87	77.5
	30대	(616)	0.6	3.5	19.9	57.5	18.3	75.9	4.2	3.89	77.9
	40대	(629)	1.1	2.2	22.7	55.7	18.3	74.0	3.3	3.88	77.6
	50대	(434)	0.9	2.9	21.5	55.4	19.3	74.7	3.8	3.89	77.9
	60대	(190)	1.3	0.8	20.3	60.1	17.4	77.5	2.1	3.92	78.3
	70세 이상	(28)	0.0	3.0	37.8	42.3	16.9	59.3	3.0	3.73	74.6

〈표 3-44〉 시리즈물/드라마 시즌제 선호도 - 시즌제

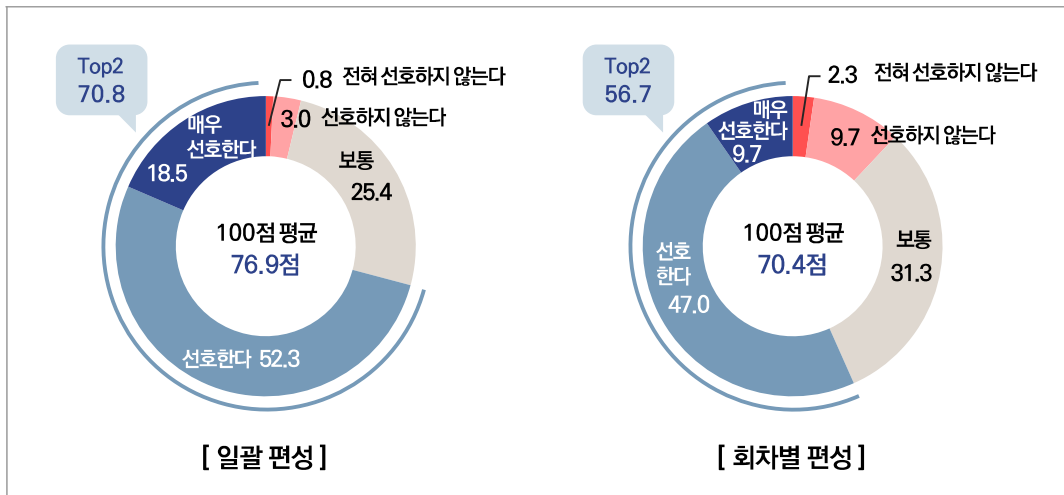
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	1.7	7.0	30.6	47.4	13.3	60.7	8.8	3.63	72.7	
성별	남성	(1,250)	2.2	7.5	29.6	48.6	12.0	60.6	9.7	3.61	72.1
	여성	(1,437)	1.3	6.6	31.4	46.3	14.3	60.7	7.9	3.66	73.2
연령별	10대	(318)	2.3	8.5	29.9	46.0	13.4	59.3	10.8	3.60	71.9
	20대	(472)	1.0	5.0	28.9	48.7	16.5	65.2	5.9	3.75	74.9
	30대	(616)	0.6	3.9	32.1	48.3	15.1	63.4	4.5	3.74	74.7
	40대	(629)	1.6	9.9	28.0	47.5	13.0	60.5	11.5	3.60	72.1
	50대	(434)	2.0	7.4	31.9	48.8	9.9	58.7	9.3	3.57	71.5
	60대	(190)	1.6	10.7	34.6	43.4	9.6	53.0	12.3	3.49	69.7
	70세 이상	(28)	32.8	0.0	44.6	22.6	0.0	22.6	32.8	2.57	51.4

다) 콘텐츠 편성 방식

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 콘텐츠 편성방식에 대한 선호도는 콘텐츠의 모든 화차(에피소드)를 한 번에 편성하는 '일괄 편성'(70.8%)이 주 1회, 주 2회 등 정해진 주기에 따라 화차별로 편성하는 '화차별 편성'(56.7%)보다 높았다.
- 콘텐츠 편성 방식에 대해 '매우 선호한다'고 응답한 비율은 일괄 편성 18.5%, 화차별 편성 9.7%로 약 2배 정도 차이가 있었다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)
※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 3-33] 콘텐츠 유형별 선호도 - 콘텐츠 편성 방식

〈표 3-45〉 콘텐츠 편성 방식 선호도 - 일괄 편성

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	0.8	3.0	25.4	52.3	18.5	70.8	3.8	3.85	76.9	
성별	남성	(1,250)	1.3	3.8	26.5	51.7	16.7	68.4	5.1	3.79	75.8
	여성	(1,437)	0.4	2.3	24.5	52.9	20.0	72.9	2.7	3.90	78.0
연령별	10대	(318)	1.4	2.8	28.8	51.0	16.0	67.0	4.2	3.77	75.5
	20대	(472)	0.2	2.3	22.3	55.2	20.0	75.2	2.5	3.92	78.5
	30대	(616)	0.4	2.2	28.8	46.7	21.9	68.5	2.6	3.87	77.5
	40대	(629)	1.0	3.8	24.0	51.5	19.6	71.1	4.9	3.85	77.0
	50대	(434)	0.8	3.3	24.9	54.3	16.7	71.0	4.1	3.83	76.5
	60대	(190)	1.6	3.8	20.2	63.7	10.7	74.5	5.4	3.78	75.6
	70세 이상	(28)	0.0	7.2	39.6	53.3	0.0	53.3	7.2	3.46	69.2

〈표 3-46〉 콘텐츠 편성 방식 선호도 - 회차별 편성

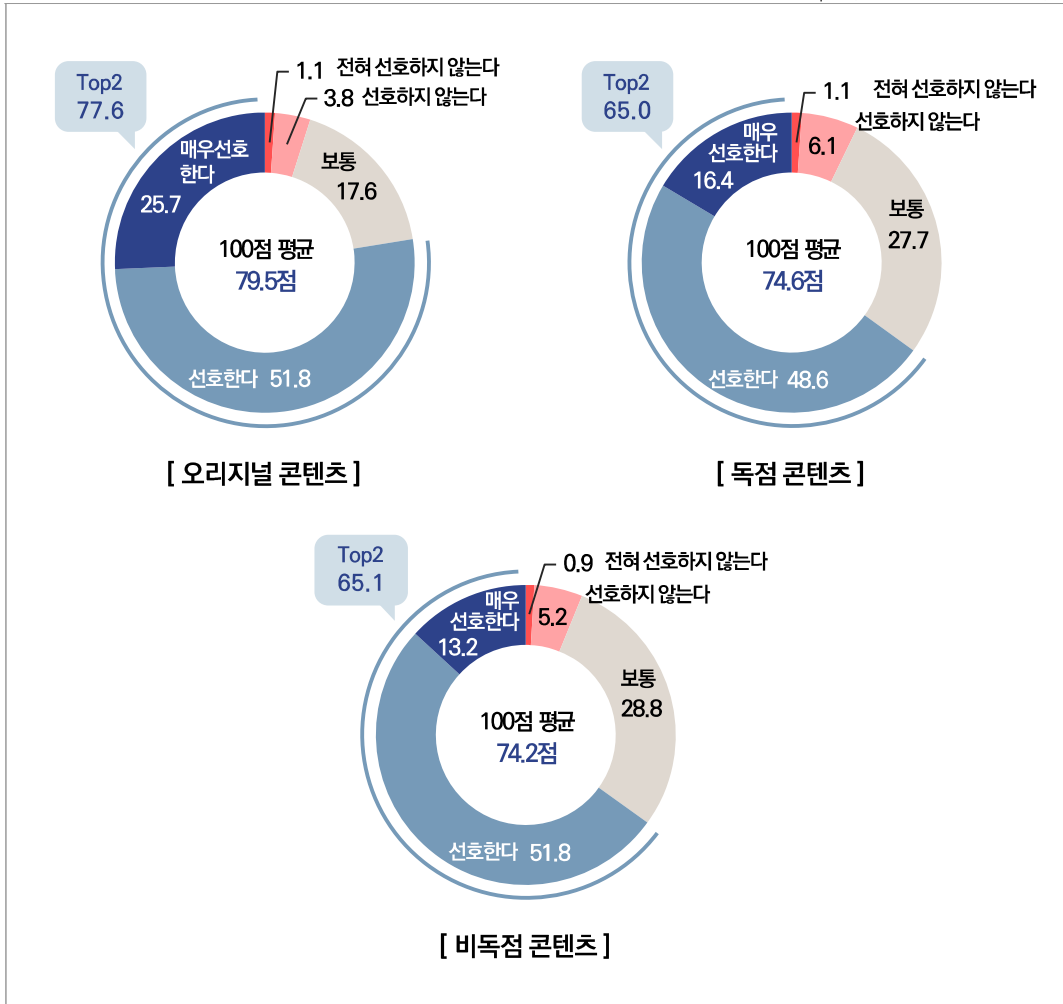
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	2.3	9.7	31.3	47.0	9.7	56.7	12.0	3.52	70.4	
성별	남성	(1,250)	2.2	10.3	32.2	44.6	10.6	55.2	12.6	3.51	70.2
	여성	(1,437)	2.3	9.2	30.4	49.1	9.0	58.0	11.5	3.53	70.6
연령별	10대	(318)	2.7	10.7	30.9	45.7	10.0	55.8	13.3	3.50	70.0
	20대	(472)	1.8	8.5	28.4	47.9	13.4	61.3	10.3	3.62	72.5
	30대	(616)	2.4	10.6	31.7	45.6	9.6	55.2	13.1	3.49	69.9
	40대	(629)	2.8	8.7	31.5	47.1	9.9	57.0	11.5	3.53	70.5
	50대	(434)	1.3	10.3	32.0	49.5	6.9	56.4	11.6	3.50	70.1
	60대	(190)	2.9	10.5	32.5	46.2	7.9	54.0	13.5	3.46	69.1
	70세 이상	(28)	0.0	10.0	47.7	42.3	0.0	42.3	10.0	3.32	66.5

라) 콘텐츠 종류

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)의 콘텐츠 종류별 선호도는 OTT 플랫폼이 기획·투자·제작 등에 직접 참여하여 독점적으로 서비스하는 '오리지널 콘텐츠'가 77.6%로 가장 높았다. 여러 OTT 서비스나 TV 채널에서 볼 수 있는 '비독점 콘텐츠' 65.1%, 특정 OTT에서만 볼 수 있는 '독점 콘텐츠' 65.0%였다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)
 ※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 3-34] 콘텐츠 유형별 선호도 - 콘텐츠 종류

〈표 3-47〉 콘텐츠 종류별 선호도 - 오리지널 콘텐츠

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	1.1	3.8	17.6	51.8	25.7	77.6	4.9	3.97	79.5	
성별	남성	(1,250)	1.7	4.6	19.4	51.3	23.1	74.4	6.3	3.90	77.9
	여성	(1,437)	0.6	3.1	16.0	52.3	28.0	80.3	3.7	4.04	80.8
연령별	10대	(318)	1.6	3.0	18.6	49.1	27.7	76.8	4.6	3.98	79.6
	20대	(472)	0.3	2.2	14.8	52.8	29.9	82.8	2.4	4.10	82.0
	30대	(616)	0.6	4.6	17.5	54.2	23.2	77.4	5.2	3.95	79.0
	40대	(629)	0.8	3.9	18.0	51.6	25.7	77.2	4.8	3.97	79.5
	50대	(434)	1.7	3.7	18.7	49.1	26.8	75.9	5.4	3.96	79.1
	60대	(190)	3.5	6.8	16.3	54.8	18.8	73.5	10.2	3.79	75.7
	70세 이상	(28)	0.0	0.0	38.4	44.7	16.9	61.6	0.0	3.79	75.7

〈표 3-48〉 콘텐츠 종류별 선호도 - 독점 콘텐츠

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	1.1	6.1	27.7	48.6	16.4	65.0	7.2	3.73	74.6	
성별	남성	(1,250)	1.1	7.1	27.3	48.2	16.4	64.6	8.2	3.72	74.3
	여성	(1,437)	1.1	5.3	28.2	49.1	16.4	65.4	6.4	3.74	74.9
연령별	10대	(318)	1.6	5.5	28.2	47.0	17.7	64.7	7.1	3.74	74.7
	20대	(472)	0.5	4.1	25.0	51.9	18.5	70.3	4.6	3.84	76.7
	30대	(616)	0.5	4.3	31.9	46.4	16.9	63.4	4.8	3.75	75.0
	40대	(629)	1.5	7.6	27.1	46.0	17.8	63.8	9.1	3.71	74.2
	50대	(434)	0.8	7.8	24.4	53.7	13.2	66.9	8.6	3.71	74.1
	60대	(190)	2.7	7.5	31.4	48.9	9.4	58.3	10.3	3.55	70.9
	70세 이상	(28)	0.0	22.8	19.3	41.0	16.9	57.9	22.8	3.52	70.4

〈표 3-49〉 콘텐츠 종류별 선호도 - 비독점 콘텐츠

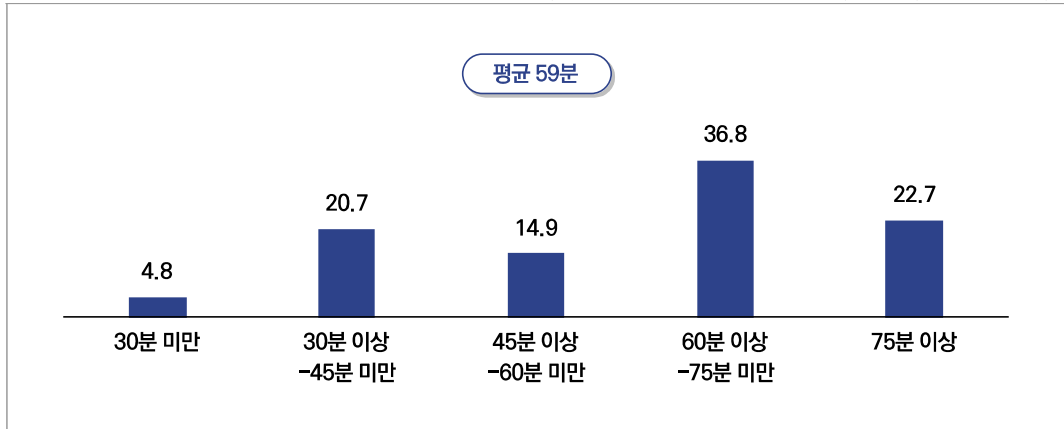
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,687)	0.9	5.2	28.8	51.8	13.2	65.1	6.2	3.71	74.2	
성별	남성	(1,250)	0.7	6.6	30.7	50.3	11.7	62.0	7.4	3.66	73.1
	여성	(1,437)	1.1	4.0	27.2	53.2	14.5	67.7	5.1	3.76	75.2
연령별	10대	(318)	2.6	5.2	29.2	49.3	13.7	63.0	7.8	3.66	73.3
	20대	(472)	0.2	6.5	25.6	53.2	14.5	67.7	6.6	3.75	75.1
	30대	(616)	0.8	4.3	27.0	54.0	13.9	67.8	5.2	3.76	75.1
	40대	(629)	0.7	5.0	28.8	50.4	15.1	65.4	5.8	3.74	74.8
	50대	(434)	0.5	6.5	30.9	53.2	8.9	62.1	7.0	3.64	72.7
	60대	(190)	2.1	1.7	37.9	48.2	10.1	58.3	3.8	3.62	72.5
	70세 이상	(28)	0.0	12.1	23.5	47.5	16.9	64.4	12.1	3.69	73.8

마) 드라마 콘텐츠 길이

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)가 선호하는 유료 OTT 드라마/시리즈물 콘텐츠의 길이는 1편당 평균 59분으로 '60-75분'이 36.8%로 가장 높게 나타났다.
- 10대는 '45분 미만'의 길이를 선호하는 비율이 다른 연령층 대비 높아 상대적으로 짧은 길이의 콘텐츠를 선호하는 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록 '45-60분'의 일반적인 방송 콘텐츠 길이를 선호하는 것으로 나타났다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %, 분)



[그림 3-35] 선호하는 유료 OTT 시리즈물/드라마 콘텐츠 길이

<표 3-50> 선호하는 유료 OTT 시리즈물/드라마 콘텐츠 길이

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %, 분)

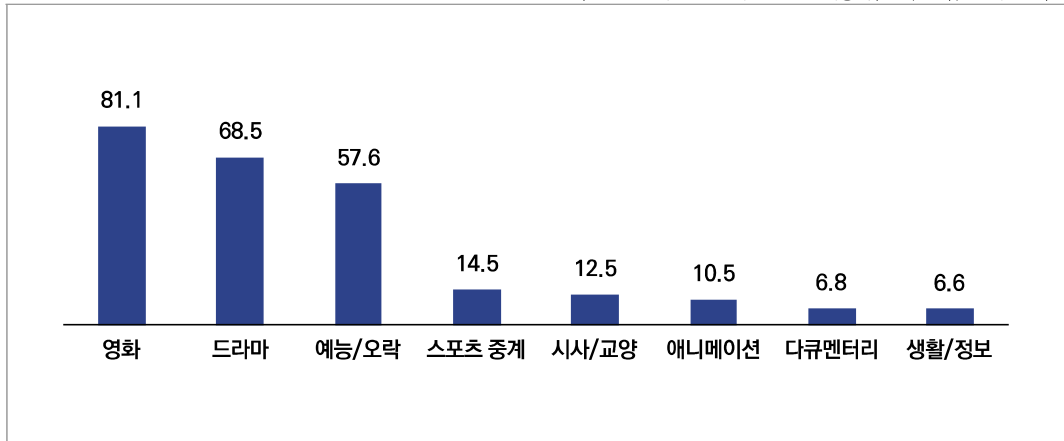
구분	사례수 (명)	30분 미만	30분 이상 -45분 미만	45분 이상 -60분 미만	60분 이상 -75분 미만	75분 이상	평균	
전체	(2,687)	4.8	20.7	14.9	36.8	22.7	59.0	
성별	남성	(1,250)	5.4	22.0	15.5	35.6	21.5	58.1
	여성	(1,437)	4.4	19.6	14.4	37.9	23.7	59.7
연령별	10대	(318)	8.0	29.9	13.2	28.2	20.7	55.3
	20대	(472)	3.4	18.5	14.1	37.7	26.3	60.6
	30대	(616)	5.8	18.2	13.9	40.2	21.9	58.6
	40대	(629)	3.6	20.2	14.0	36.8	25.4	60.4
	50대	(434)	5.7	18.5	17.9	39.5	18.4	58.1
	60대	(190)	1.5	22.2	20.5	34.0	21.8	60.4
	70세 이상	(28)	7.2	45.9	4.2	25.8	16.9	50.2

3) 선호하는 콘텐츠 장르 및 소재

가) 선호하는 영상 콘텐츠 장르

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)가 유료 OTT 서비스 이용 시 가장 선호하는 영상 콘텐츠 장르는 영화 (81.1%)로 나타났으며, 다음으로 드라마가 68.5%, 예능/오락 57.6%의 순이었다.
- 스포츠, 시사/교양은 남성에서, 영화, 드라마, 예능/오락, 애니메이션은 여성에서 선호 응답 비율이 상대적으로 높았다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 3-36] 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠(복수응답)

<표 3-51> 유료 OTT 선호 영상 콘텐츠(복수응답)

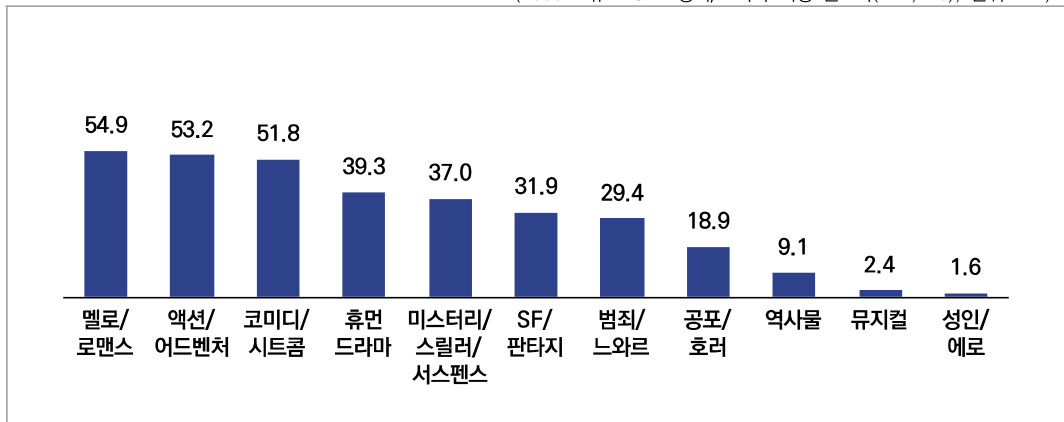
(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사레수 (명)	영화	드라마	예능/오락	스포츠 중계	시사/교양	애니메이션	다큐멘터리	생활/정보	
전체	(2,687)	81.1	68.5	57.6	14.5	12.5	10.5	6.8	6.6	
성별	남성	(1,250)	79.6	59.9	56.7	<u>26.1</u>	<u>13.4</u>	8.5	7.3	5.2
	여성	(1,437)	<u>82.5</u>	<u>75.9</u>	<u>58.3</u>	4.4	11.8	<u>12.2</u>	6.3	7.8
연령별	10대	(318)	76.0	52.5	67.1	12.3	6.4	26.7	4.1	4.7
	20대	(472)	84.4	73.2	63.8	12.6	11.9	7.7	4.9	5.7
	30대	(616)	79.6	68.9	65.6	15.2	15.2	14.5	6.4	6.8
	40대	(629)	82.7	72.3	54.8	17.0	12.6	9.3	7.6	6.6
	50대	(434)	82.5	68.5	47.3	13.2	14.4	1.9	8.0	7.2
	60대	(190)	80.7	69.3	37.6	17.1	10.7	2.1	8.8	6.9
	70세 이상	(28)	64.1	70.1	22.8	0.0	18.0	0.0	26.9	26.9

나) 선호하는 영화/드라마 장르

- 유료 OTT로 영화/드라마 시청을 선호하는 사람(n=2,476)들에게 조사한 결과, 가장 선호하는 유료 OTT 영화/드라마 콘텐츠 장르는 멜로/로맨스(54.9%) 액션/어드벤처(53.2%), 코미디/시트콤(51.8%) 등의 순으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 남성은 액션/어드벤처, 미스터리/스릴러/서스펜스, SF/판타지, 범죄/느와르, 공포/호러를, 여성은 멜로/로맨스, 코미디/시트콤, 휴먼 드라마, 역사물을 상대적으로 선호했다.
- 연령이 낮을수록 코미디/시트콤, SF/판타지 장르를 선호하는 경향이 있었으며, 연령이 높을수록 휴먼/드라마, 역사물, 범죄/느와르 장르를 선호했다.

(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자(n=2,476), 단위 : %)



[그림 3-37] 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 장르(복수응답)

<표 3-52> 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 장르(복수응답)

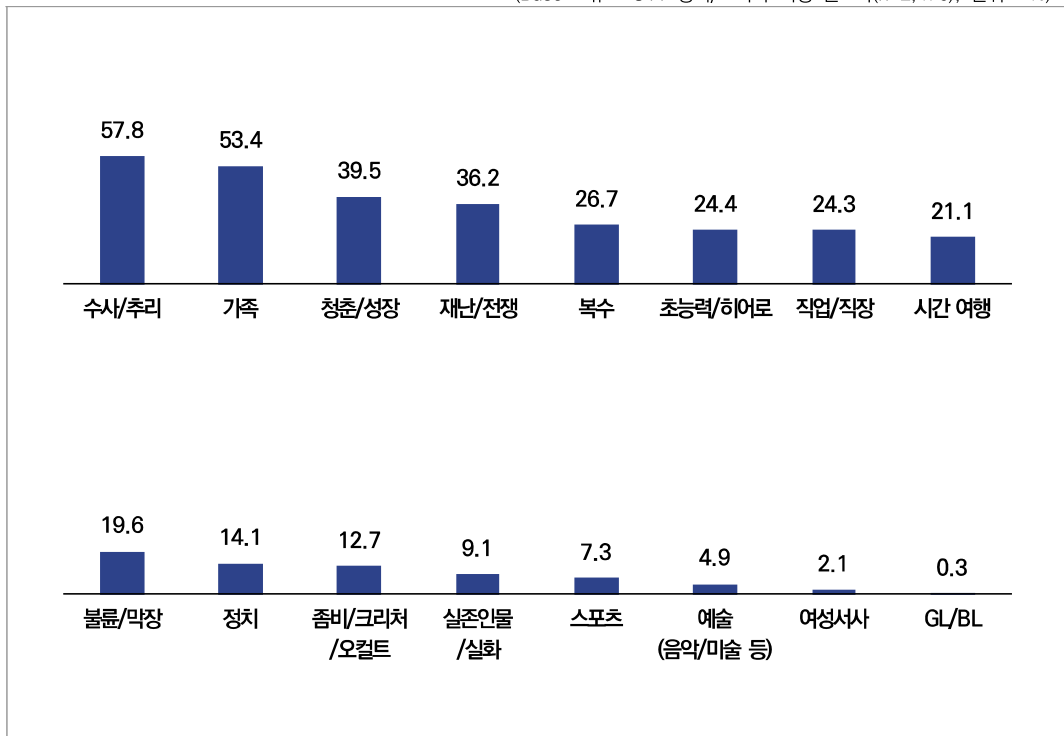
(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	멜로/로맨스	액션/어드벤처	코미디/시트콤	휴먼 드라마	미스터리/스릴러/서스펜스	SF/판타지	범죄/느와르	공포/호러	역사물	뮤지컬	성인/에로
전체	(2,476)	54.9	53.2	51.8	39.3	37.0	31.9	29.4	18.9	9.1	2.4	1.6
성별	남성 (1,124)	37.8	<u>65.8</u>	45.8	32.9	<u>42.8</u>	<u>37.9</u>	<u>37.9</u>	<u>23.5</u>	7.4	1.7	1.5
	여성 (1,352)	<u>69.2</u>	42.7	<u>56.9</u>	<u>44.7</u>	32.1	27.0	22.4	15.0	<u>10.5</u>	3.0	1.7
연령별	10대 (273)	48.5	48.8	<u>62.7</u>	29.7	33.3	<u>44.3</u>	24.8	<u>23.6</u>	5.5	2.3	0.0
	20대 (437)	<u>64.4</u>	<u>55.9</u>	56.7	32.7	36.2	36.3	31.7	20.5	5.1	1.8	1.1
	30대 (572)	56.3	<u>57.0</u>	55.2	37.8	33.8	33.2	29.1	20.2	8.1	3.9	2.0
	40대 (590)	52.6	52.6	48.6	<u>45.7</u>	<u>43.0</u>	30.9	28.0	17.7	9.2	1.6	2.3
	50대 (405)	57.1	51.1	44.8	<u>43.3</u>	37.0	20.1	30.7	17.7	10.4	1.8	2.4
	60대 (176)	45.3	49.0	40.0	<u>45.1</u>	32.6	28.4	<u>34.5</u>	12.8	<u>21.6</u>	4.2	0.7
	70세 이상 (23)	15.4	44.0	45.4	40.7	52.6	32.9	25.8	0.0	<u>27.2</u>	0.0	0.0

다) 선호하는 영화/드라마 소재

- 유료 OTT로 영화/드라마 시청을 선호하는 사람(n=2,476)들은 유료 OTT 영화/드라마 콘텐츠의 소재로 수사/추리(57.8%)를 가장 선호했으며, 가족(53.4%), 청춘/성장(39.5%) 등의 순으로 나타났다.
- 응답자 특성별로는, 수사/추리, 재난/전쟁, 초능력/히어로, 정치, 좀비/크리처/오컬트, 스포츠 소재는 남성의 선호도가 여성보다 높았으며, 가족, 청춘/성장, 시간 여행, 불륜/막장, 예술, 여성 서사 소재 선호도는 여성이 더 높았다.
- 연령별로 살펴보면, 가족 소재는 연령대가 높을수록 선호하는 경향이 나타났고, 청춘/성장 소재는 연령대가 낮을수록 선호하는 경향이 있었다. 또한 초능력/히어로, 시간 여행, 좀비/크리처/오컬트 등 판타지적 요소가 가미된 소재는 연령이 낮을수록 선호했고, 가족, 재난/전쟁, 정치 등 현실 기반으로 이야기가 진행되는 소재는 연령이 높을수록 선호했다.

(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자(n=2,476), 단위 : %)



[그림 3-38] 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답)

〈표 3-53〉 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답) (1)

(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	수사/ 추리	가족	청춘/ 성장	재난/ 전쟁	복수	초능력/ 히어로	직업/ 직장	시간 여행	
전체	(2,476)	57.8	53.4	39.5	36.2	26.7	24.4	24.3	21.1	
성별	남성	(1,124)	<u>68.7</u>	38.5	28.6	<u>44.3</u>	27.8	<u>28.4</u>	25.4	18.2
	여성	(1,352)	48.7	<u>65.8</u>	<u>48.6</u>	29.5	25.7	21.1	23.4	<u>23.6</u>
연령별	10대	(273)	55.9	40.4	<u>57.6</u>	39.7	21.6	<u>35.9</u>	14.0	<u>26.5</u>
	20대	(437)	56.7	48.9	<u>54.7</u>	34.4	26.1	28.1	25.7	<u>25.7</u>
	30대	(572)	57.0	53.4	37.4	32.6	28.4	27.7	24.0	20.7
	40대	(590)	<u>62.4</u>	55.8	35.5	37.7	28.6	22.9	29.3	21.2
	50대	(405)	55.3	58.5	28.7	34.4	26.1	16.4	22.3	16.6
	60대	(176)	57.5	<u>64.1</u>	22.5	<u>43.8</u>	22.6	13.8	25.9	15.6
	70세 이상	(23)	46.2	59.6	10.2	52.6	44.2	0.0	27.8	0.0

〈표 3-54〉 유료 OTT 선호 영화/드라마 - 소재(복수응답) (2)

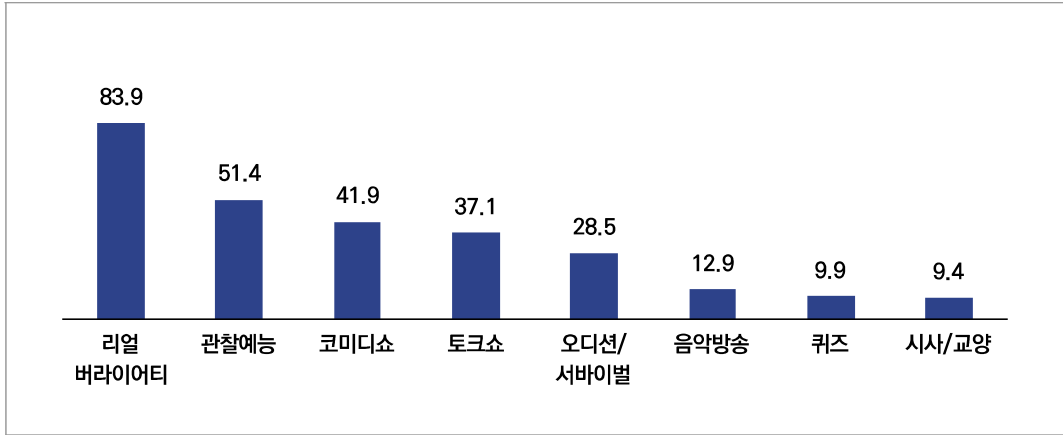
(Base : 유료 OTT 영화/드라마 시청 선호자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	불륜/ 막장	정치	좀비/ 크리처/ 오컬트	실존인물/ 실화	스포츠	예술 (음악/미술 등)	여성 서사	GL/BL	
전체	(2,476)	19.6	14.1	12.7	9.1	7.3	4.9	2.1	0.3	
성별	남성	(1,124)	13.7	<u>18.7</u>	<u>16.2</u>	9.3	<u>13.2</u>	2.2	0.3	0.1
	여성	(1,352)	<u>24.5</u>	10.3	9.8	9.0	2.4	<u>7.2</u>	<u>3.6</u>	0.4
연령별	10대	(273)	9.6	7.2	<u>19.0</u>	8.2	6.7	<u>6.2</u>	0.7	0.2
	20대	(437)	20.6	11.1	16.8	6.7	<u>10.2</u>	<u>7.1</u>	<u>3.6</u>	0.0
	30대	(572)	21.9	13.5	14.4	9.0	7.5	5.2	<u>3.2</u>	0.0
	40대	(590)	17.4	12.0	11.8	10.0	5.5	3.6	0.9	0.2
	50대	(405)	<u>23.9</u>	16.5	7.7	10.6	6.8	3.9	2.2	1.2
	60대	(176)	20.0	<u>29.3</u>	4.1	10.0	8.4	3.8	1.1	0.0
	70세 이상	(23)	42.2	61.0	0.0	15.2	7.1	0.0	0.0	0.0

라) 선호하는 예능/오락 장르

- 유료 OTT로 예능/오락 시청을 선호하는 사람(n=1,547)들이 가장 선호하는 유료 OTT 예능/오락 콘텐츠 장르는 리얼 버라이어티(83.9%), 관찰예능(51.4%), 코미디쇼(41.9%) 등의 순이었다.
- 연령별로 살펴보면, 20대 이하는 오디션/서바이벌, 음악 방송을 선호했으며, 50대는 토크쇼, 60대는 관찰예능을 다른 연령층보다 선호했다.

(Base : 유료 OTT 예능/오락 시청 선호자(n=1,547), 단위 : %)



[그림 3-39] 유료 OTT 선호 예능/오락 - 장르(복수응답)

<표 3-55> 유료 OTT 선호 예능/오락 - 장르(복수응답)

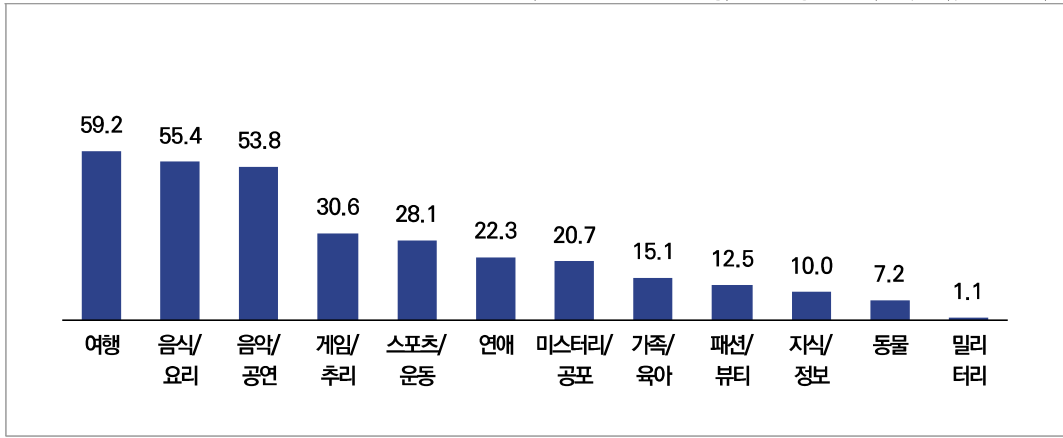
(Base : 유료 OTT 예능/오락 시청 선호자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	리얼 버라이어티	관찰예능	코미디쇼	토크쇼	오디션/서바이벌	음악방송	퀴즈	시사/교양
전체	(1,547)	83.9	51.4	41.9	37.1	28.5	12.9	9.9	9.4
성별	남성 (709)	84.9	52.1	38.9	34.5	29.0	9.4	10.2	11.2
	여성 (838)	83.0	50.8	44.5	39.3	28.1	15.9	9.7	7.8
연령별	10대 (214)	79.7	45.6	45.8	29.1	35.1	17.7	10.4	2.4
	20대 (301)	84.0	50.7	36.3	31.4	35.0	20.1	9.1	8.4
	30대 (404)	90.4	52.6	43.0	40.0	29.1	8.5	10.0	11.0
	40대 (345)	83.9	52.1	44.0	37.8	24.5	7.9	8.0	9.4
	50대 (206)	73.0	50.8	42.4	46.3	24.6	14.3	9.2	12.6
	60대 (71)	88.3	59.0	33.9	40.3	11.3	14.6	14.9	15.7
	70세 이상 (6)	100.0	100.0	74.4	25.6	0.0	0.0	100.0	0.0

마) 선호하는 예능/오락 소재

- 유료 OTT로 예능/오락 시청을 선호하는 사람(n=1,547)들은 여행(59.2%) 소재의 예능/오락 콘텐츠를 가장 선호했으며, 이어서 음식/요리(55.4%), 음악/공연(53.8%) 순으로 나타났다.
- 여행, 음식/요리, 음악/공연, 연애, 가족/육아, 패션/뷰티 소재는 여성이, 게임/추리, 스포츠/운동, 미스터리/공포 소재는 남성이 상대적으로 선호했다.
- 연령별로는 10대의 음악/공연, 게임/추리 소재에 대한 선호가 다른 연령층 대비 높았다.

(Base : 유료 OTT 예능/오락 시청 선호자(n=1,547), 단위 : %)



[그림 3-40] 유료 OTT 선호 예능/오락 - 소재(복수응답)

<표 3-56> 유료 OTT 선호 예능/오락 - 소재(복수응답)

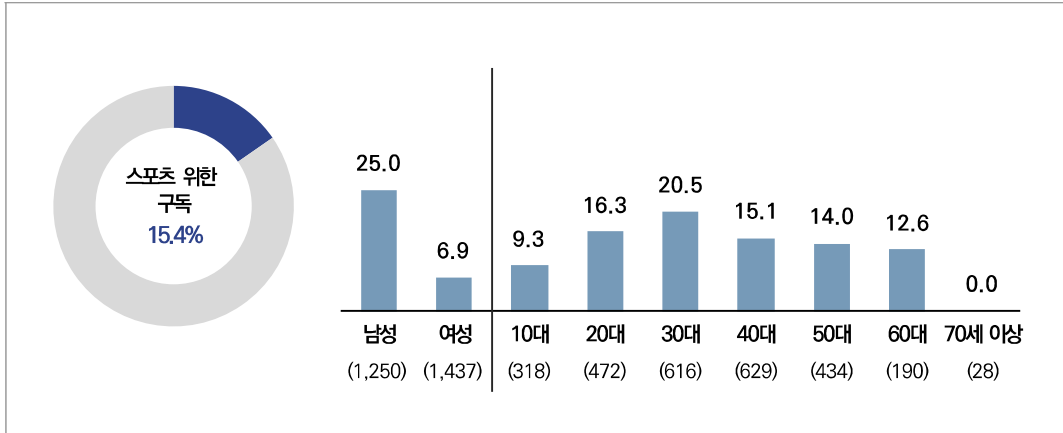
(Base : 유료 OTT 예능/오락 시청 선호자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	여행	음식/요리	음악/공연	게임/추리	스포츠/운동	연애	미스터리/공포	가족/육아	패션/뷰티	지식/정보	동물	밀리터리
전체	(1,547)	59.2	55.4	53.8	30.6	28.1	22.3	20.7	15.1	12.5	10.0	7.2	1.1
성별	남성 (709)	53.3	45.0	46.4	<u>38.0</u>	<u>45.7</u>	19.6	<u>27.6</u>	9.2	4.3	10.1	6.9	2.0
	여성 (838)	<u>64.1</u>	<u>64.2</u>	<u>60.0</u>	24.3	13.2	<u>24.5</u>	14.9	<u>20.2</u>	<u>19.4</u>	9.9	7.4	0.4
연령별	10대 (214)	46.2	43.1	<u>63.5</u>	<u>44.4</u>	24.8	24.4	22.6	7.5	<u>16.9</u>	7.4	<u>9.2</u>	1.1
	20대 (301)	61.2	52.6	58.3	32.2	24.2	25.1	22.6	7.1	11.3	8.4	5.6	1.1
	30대 (404)	59.7	58.4	50.2	32.0	31.3	25.8	24.3	<u>22.9</u>	<u>17.5</u>	10.0	6.8	1.0
	40대 (345)	59.7	58.4	49.4	24.9	29.3	21.4	20.3	15.3	8.4	11.7	6.9	2.1
	50대 (206)	61.5	<u>61.7</u>	53.0	20.8	27.6	14.4	11.6	14.2	7.7	11.4	7.1	0.4
	60대 (71)	<u>73.5</u>	56.2	51.0	23.1	32.4	5.9	16.6	<u>24.4</u>	10.4	10.6	3.3	0.0
	70세 이상 (6)	100.0	25.6	25.6	100.0	25.6	74.4	0.0	74.4	0.0	25.6	100.0	0.0

바) 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 구독

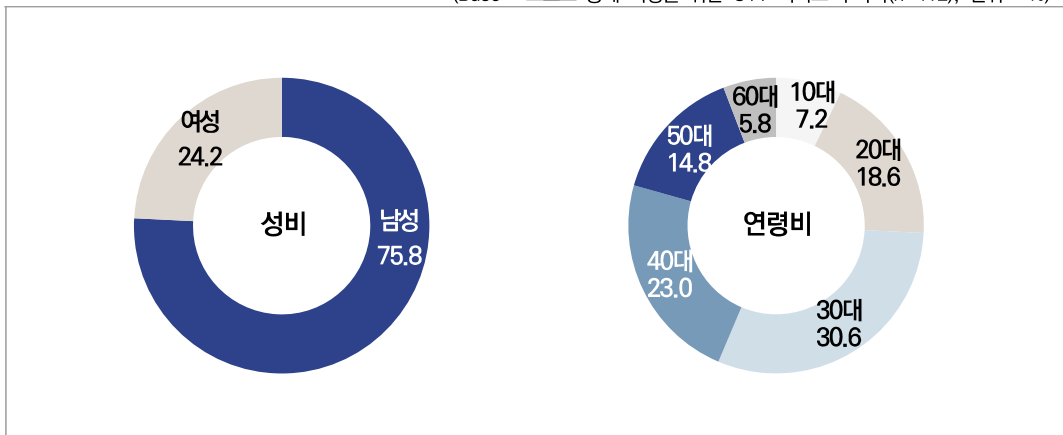
- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687) 중 스포츠 중계 시청을 위해 OTT를 구독하는 경우는 15.4%로 조사되었다.
- 스포츠 중계 시청을 위해 구독하는 OTT가 있는 사람들(n=412)은 남성이 75.8%로 3/4을 차지했고, 연령별로는 30~40대가 절반 이상(30대 30.6%, 40대 23.0%)을 차지했다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)



[그림 3-41] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 서비스 구독 여부

(Base : 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 서비스 구독자(n=412), 단위 : %)



[그림 3-42] 스포츠 중계 시청을 위한 OTT 서비스 구독자 구성비

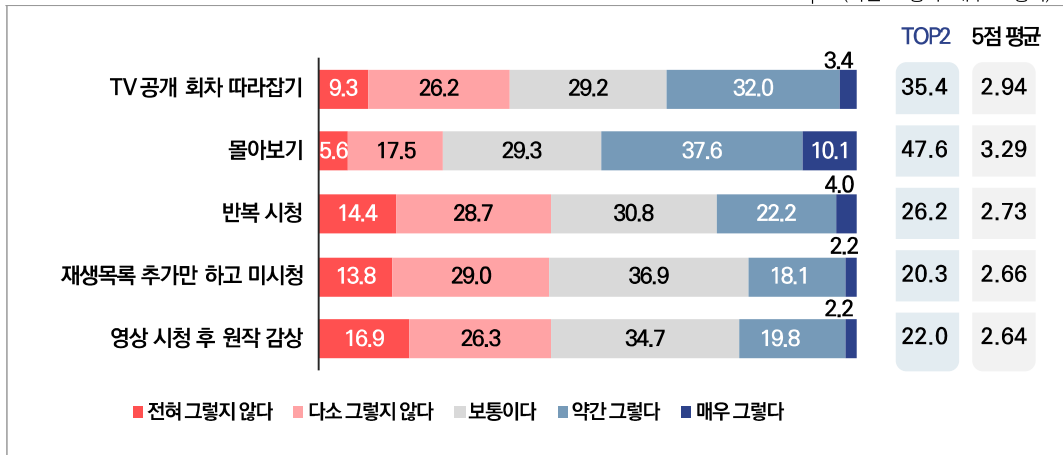
나. 유료 OTT 서비스 시청 습관

1) 유료 OTT 서비스 시청 습관

- 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687)는 ‘한꺼번에 몰아보기’가 47.6%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘TV 공개 회차 따라잡기 위해 시청’(35.4%)이 높게 나타났다.
- ‘재생목록에 추가만 하고 시청하지 않는다’는 남성이 여성보다 높게 나타났으며, ‘TV 공개 회차를 따라잡기 위해 시청’, ‘영상 시청 후 원작을 감상’은 20대에서 상대적으로 높게 나타났다.

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자(n=2,687), 단위 : %)

※ Top2 (약간 그렇다+매우 그렇다)



[그림 3-43] 유료 OTT 시청 습관

<표 3-57> 유료 OTT 시청 습관(Top2)

(Base : 최근 1년 유료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	TV 공개 회차 따라잡기	몰아보기	반복 시청	재생목록 추가만 하고 미시청	영상 시청 후 원작 감상	
전체	(2,687)	35.4	47.6	26.2	20.3	22.0	
성별	남성	(1,250)	35.8	45.8	27.5	21.5	21.8
	여성	(1,437)	35.0	49.2	25.0	19.2	22.2
연령별	10대	(318)	33.7	49.5	28.1	21.2	27.4
	20대	(472)	38.4	49.7	27.9	18.8	29.3
	30대	(616)	33.7	46.0	28.0	21.6	21.5
	40대	(629)	35.9	48.4	24.0	21.7	22.0
	50대	(434)	36.8	48.0	24.1	20.2	16.2
	60대	(190)	30.0	42.5	26.2	14.8	13.4
	70세 이상	(28)	40.7	40.4	14.2	10.3	0.0

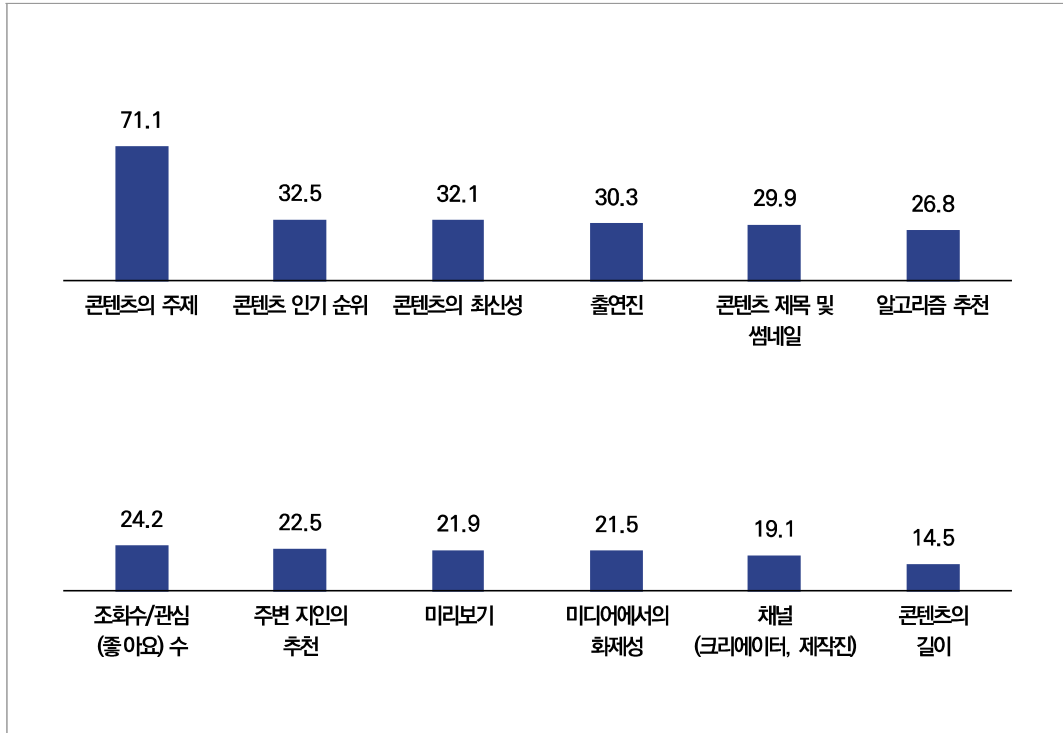
4. 무료 OTT 이용 현황

가. 무료 OTT 콘텐츠 이용 현황

1) 무료 OTT 시청 콘텐츠 선택 기준

- 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283)들은 ‘콘텐츠의 주제 및 소재(내용)’(71.1%)가 무료 OTT 서비스에서 시청할 콘텐츠를 선택할 때 가장 중요한 요소라고 답했다.
- 다음으로 ‘콘텐츠 인기 순위’(32.5%), ‘콘텐츠의 최신성’(32.1%), ‘출연진’(30.3%), ‘콘텐츠 제목 및 썸네일’(29.9%) 등을 중요하게 생각했다.
- 20대의 경우 다른 연령대에 비해 ‘콘텐츠 제목 및 썸네일’을 더 많이 고려하여 콘텐츠를 선택하는 경향이 있었으며, 10대에서는 ‘조회수/관심(좋아요) 수’와 ‘미리보기’를 보고 시청할 콘텐츠를 선택하는 비율이 다른 연령대에 비해 높았다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)



[그림 3-44] 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답)

〈표 3-58〉 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (1)

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	콘텐츠의 주제	콘텐츠 인기 순위	콘텐츠의 최신성	출연진	콘텐츠 제목 및 썸네일	알고리즘 추천
전체		(4,283)	71.1	32.5	32.1	30.3	29.9	26.8
성별	남성	(2,144)	71.1	32.8	33.7	29.5	28.0	27.1
	여성	(2,139)	71.1	32.2	30.6	31.0	31.7	26.5
연령별	10대	(441)	71.6	37.3	33.9	33.5	36.4	29.5
	20대	(504)	77.9	38.4	34.7	32.6	42.9	25.3
	30대	(644)	69.9	36.6	38.6	35.4	33.8	25.2
	40대	(767)	70.1	34.3	36.2	33.2	34.3	25.6
	50대	(835)	70.0	30.1	28.4	28.5	27.2	27.6
	60대	(851)	68.0	27.3	26.1	25.4	18.4	27.4
	70세 이상	(241)	76.6	21.2	27.8	20.0	16.0	28.5

〈표 3-59〉 무료 OTT 이용 시 콘텐츠 선택 기준(복수응답) (2)

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %)

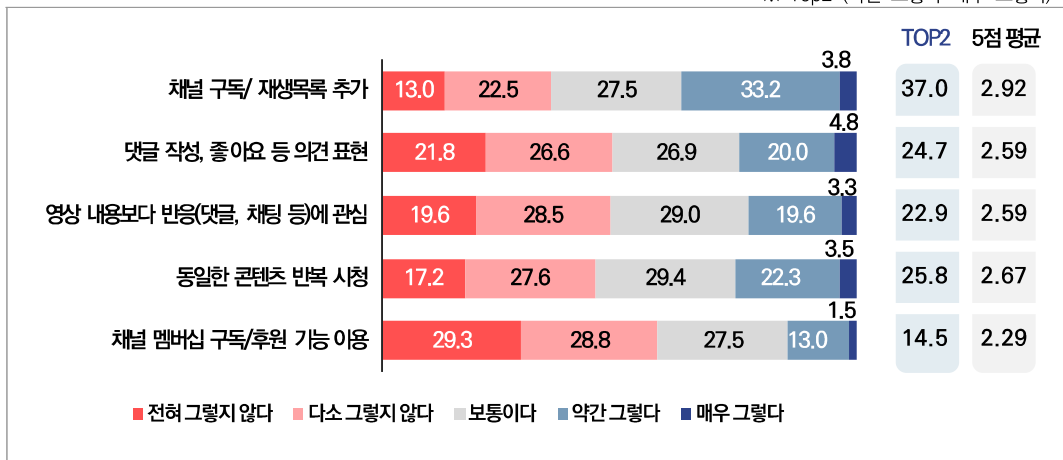
구분		사례수 (명)	조회수/관심 (좋아요) 수	주변 지인의 추천	미리보기	미디어에서의 화제성	채널 (크리에이터, 제작진)	콘텐츠의 길이
전체		(4,283)	24.2	22.5	21.9	21.5	19.1	14.5
성별	남성	(2,144)	24.0	21.7	21.1	21.3	19.4	14.6
	여성	(2,139)	24.4	23.4	22.7	21.7	18.8	14.3
연령별	10대	(441)	30.9	24.4	26.1	16.8	23.5	14.9
	20대	(504)	24.8	19.7	22.4	20.3	24.8	17.4
	30대	(644)	27.5	21.1	25.2	18.7	23.5	13.3
	40대	(767)	27.3	21.6	24.2	22.6	18.8	16.5
	50대	(835)	21.8	23.2	22.6	22.9	17.9	16.0
	60대	(851)	20.3	23.8	16.9	23.4	13.5	12.0
	70세 이상	(241)	14.1	25.2	12.6	24.7	13.0	7.4

나. 무료 OTT 서비스 시청 습관

1) 무료 OTT 서비스 시청 습관

- 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283)의 시청 습관으로는 '채널을 구독하거나 재생목록에 추가'가 37.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 '동일한 콘텐츠 반복 시청'(25.8%), '댓글 작성, 좋아요 등 의견 표현'(24.7%) 순으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 연령대가 낮을수록 '채널 구독/재생목록 추가', '댓글 작성, 좋아요 등 의견 표현' 등 적극적인 시청 행태가 높게 나타났으며, '채널 멤버십 구독 및 후원 기능 이용'은 10대 및 30대에서 상대적으로 높았다.

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)
 ※ Top2 (약간 그렇다+매우 그렇다)



[그림 3-45] 무료 OTT 시청 습관

<표 3-60> 무료 OTT 시청 습관(Top2)

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %)

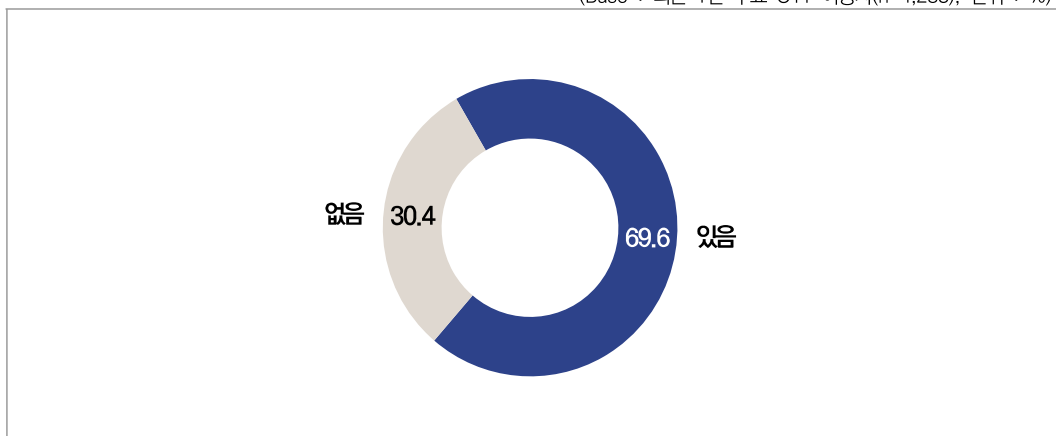
구분	사례수 (명)	채널 구독/ 재생목록 추가	댓글 작성, 좋아요 등 의견 표현	영상 내용보다 반응에 (댓글, 채팅 등) 관심	동일한 콘텐츠 반복 시청	채널 멤버십 구독/후원 기능 이용
전체	(4,283)	37.0	24.7	22.9	25.8	14.5
성별	남성 (2,144)	37.0	24.1	23.0	25.7	15.3
	여성 (2,139)	37.0	25.4	22.9	25.8	13.7
연령별	10대 (441)	47.5	34.5	32.8	30.1	20.3
	20대 (504)	46.2	28.2	31.3	30.2	14.3
	30대 (644)	46.9	28.6	27.0	29.4	20.9
	40대 (767)	39.3	25.6	25.8	23.5	13.9
	50대 (835)	30.1	22.4	19.3	23.4	12.8
	60대 (851)	27.6	20.5	14.8	23.7	11.6
	70세 이상 (241)	21.5	9.7	9.1	21.6	5.2

다. 숏폼 콘텐츠 이용 현황

1) 숏폼 콘텐츠 이용 경험

- 최근 1년 1분 이내의 짧은 영상 콘텐츠인 숏폼 콘텐츠는 무료 OTT 이용자(n=4,283)의 69.6%가 이용한 경험이 있었다.
- 숏폼 콘텐츠 연령이 낮을수록 많이 이용하고 있었으며, 특히 20대 이하에서는 대부분이 이용하고 있었다. (10대 85.0%, 20대 84.9%)

(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자(n=4,283), 단위 : %)



[그림 3-46] 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용 경험

〈표 3-61〉 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용 경험

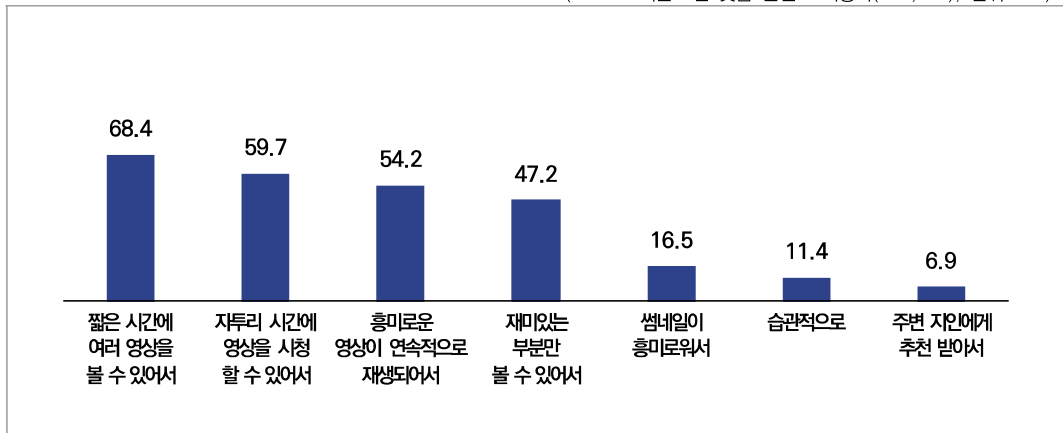
(Base : 최근 1년 무료 OTT 이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	있음	없음
전체		(4,283)	69.6	30.4
성별	남성	(2,144)	69.2	30.8
	여성	(2,139)	70.0	30.0
연령별	10대	(441)	<u>85.0</u>	15.0
	20대	(504)	<u>84.9</u>	15.1
	30대	(644)	79.2	20.8
	40대	(767)	75.6	24.4
	50대	(835)	63.3	36.7
	60대	(851)	54.3	45.7
	70세 이상	(241)	40.0	60.0

2) 숏폼 콘텐츠 시청 이유

- 숏폼 콘텐츠 이용자(n=2,979)에게 숏폼 콘텐츠 시청 이유를 조사한 결과, '짧은 시간에 여러 영상을 볼 수 있어서'가 68.4%로 가장 높았고, 다음으로 '자투리 시간에 영상을 시청할 수 있어서'(59.7%), '흥미로운 영상이 연속적으로 재생되어서'(54.2%)의 순으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, '재미있는 부분만 볼 수 있어서'는 10대에서 높았으며, '습관적으로' 시청한다는 응답은 50대에서 높았다.

(Base : 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용자(n=2,979), 단위 : %)



[그림 3-47] 숏폼 콘텐츠 시청 이유(복수응답)

<표 3-62> 숏폼 콘텐츠 시청 이유(복수응답)

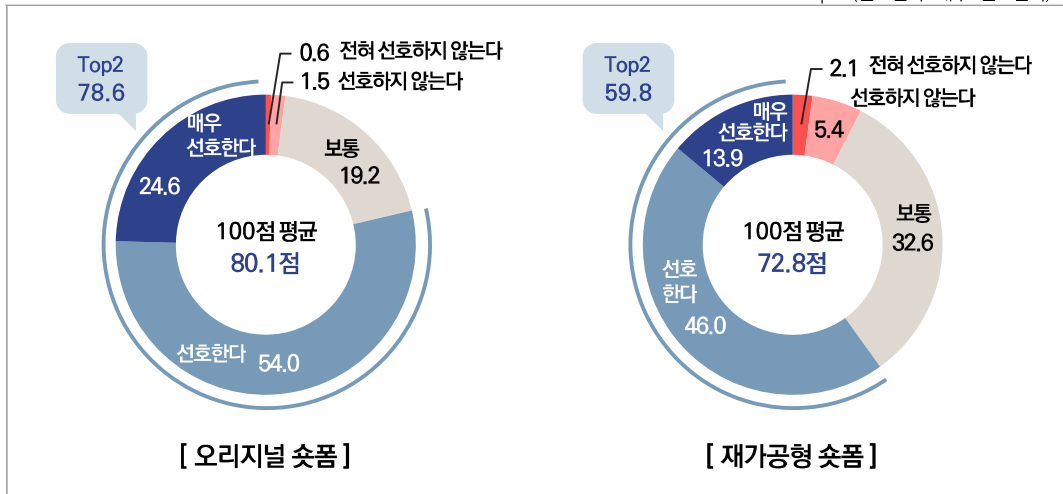
(Base : 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	짧은 시간에 여러 영상을 볼 수 있어서	자투리 시간에 영상을 시청할 수 있어서	흥미로운 영상이 연속적으로 재생되어서	재미있는 부분만 볼 수 있어서	썸네일이 흥미로워서	습관적으로	주변 지인에게 추천 받아서	
전체	(2,979)	68.4	59.7	54.2	47.2	16.5	11.4	6.9	
성별	남성	(1,483)	69.3	60.2	55.3	46.7	15.8	10.7	6.8
	여성	(1,497)	67.5	59.2	53.1	47.7	17.2	12.1	6.9
연령별	10대	(375)	68.4	63.3	56.6	52.9	20.7	12.1	10.0
	20대	(428)	69.6	63.1	51.3	46.9	18.6	10.9	7.3
	30대	(510)	70.9	58.6	58.0	47.1	20.4	9.6	5.7
	40대	(580)	69.3	65.1	57.1	48.0	16.0	11.3	5.9
	50대	(529)	66.3	57.9	53.7	49.0	15.1	14.1	7.3
	60대	(462)	65.5	52.0	49.0	42.0	10.6	11.4	5.0
	70세 이상	(96)	69.3	50.7	47.7	38.1	9.1	6.7	10.7

3) 숏폼 콘텐츠 유형별 선호도

- 숏폼 콘텐츠 이용자(n=2,979)에게 숏폼 콘텐츠의 유형별 선호도를 조사한 결과, 참여형 챌린지, 1분 뉴스, 숏폼 드라마 및 예능 등 처음부터 숏폼으로 제작된 콘텐츠인 '오리지널 숏폼 콘텐츠'(Top2 78.6%)에 대한 선호도가 영화, 드라마, 예능 편집본 등 기존 콘텐츠에서 재미있는 부분을 숏폼 형태로 편집한 콘텐츠인 '재가공형 숏폼 콘텐츠'(Top2 59.8%)보다 높은 것으로 나타났다.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 모든 연령층에서 오리지널 숏폼을 재가공형 숏폼보다 선호하고 있었다.

(Base : 최근 1년 숏폼 콘텐츠 이용자(n=2,979), 단위 : %)
 ※ Top2 (선호한다+매우 선호한다)



[그림 3-48] 숏폼 콘텐츠 유형별 선호도

〈표 3-63〉 슷폼 콘텐츠 유형별 선호도 - 오리지널 슷폼

(Base : 최근 1년 슷폼 콘텐츠 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,979)	0.6	1.5	19.2	54.0	24.6	78.6	2.2	4.00	80.1	
성별	남성	(1,483)	0.7	1.7	21.1	53.0	23.4	76.5	2.4	3.97	79.4
	여성	(1,497)	0.6	1.3	17.4	55.0	25.7	80.7	1.9	4.04	80.8
연령별	10대	(375)	0.2	1.2	13.8	54.7	30.0	84.7	1.5	4.13	82.6
	20대	(428)	0.5	0.5	15.7	57.6	25.7	83.3	1.0	4.08	81.5
	30대	(510)	0.9	1.0	19.6	51.4	27.1	78.5	1.9	4.03	80.6
	40대	(580)	1.4	2.7	17.0	55.1	23.7	78.9	4.1	3.97	79.4
	50대	(529)	0.4	0.5	20.7	55.0	23.4	78.4	0.9	4.00	80.1
	60대	(462)	0.3	2.9	26.5	50.7	19.6	70.3	3.2	3.86	77.3
	70세 이상	(96)	0.0	1.2	24.9	53.7	20.2	73.9	1.2	3.93	78.6

〈표 3-64〉 슷폼 콘텐츠 유형별 선호도 - 재가공형 슷폼

(Base : 최근 1년 슷폼 콘텐츠 이용자, 단위 : %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통 이다	선호한다	매우 선호한다	Top2 (4+5)	Bot2 (1+2)	5점 평균	100점 평균	
		1	2	3	4	5					
전체	(2,979)	2.1	5.4	32.6	46.0	13.9	59.8	7.5	3.64	72.8	
성별	남성	(1,483)	2.3	5.4	34.3	44.5	13.5	58.0	7.7	3.62	72.3
	여성	(1,497)	1.9	5.5	31.0	47.4	14.3	61.6	7.4	3.67	73.3
연령별	10대	(375)	1.2	3.7	25.0	51.4	18.7	70.1	4.9	3.83	76.5
	20대	(428)	1.2	6.7	32.0	43.7	16.5	60.2	7.9	3.68	73.5
	30대	(510)	3.9	4.5	28.8	50.1	12.7	62.8	8.4	3.63	72.6
	40대	(580)	2.3	5.1	30.3	49.5	12.9	62.4	7.4	3.66	73.1
	50대	(529)	1.9	5.9	32.9	45.3	14.0	59.3	7.8	3.64	72.7
	60대	(462)	2.0	6.5	43.4	37.3	10.8	48.1	8.5	3.49	69.7
	70세 이상	(96)	0.9	5.9	46.6	37.2	9.3	46.5	6.9	3.48	69.6

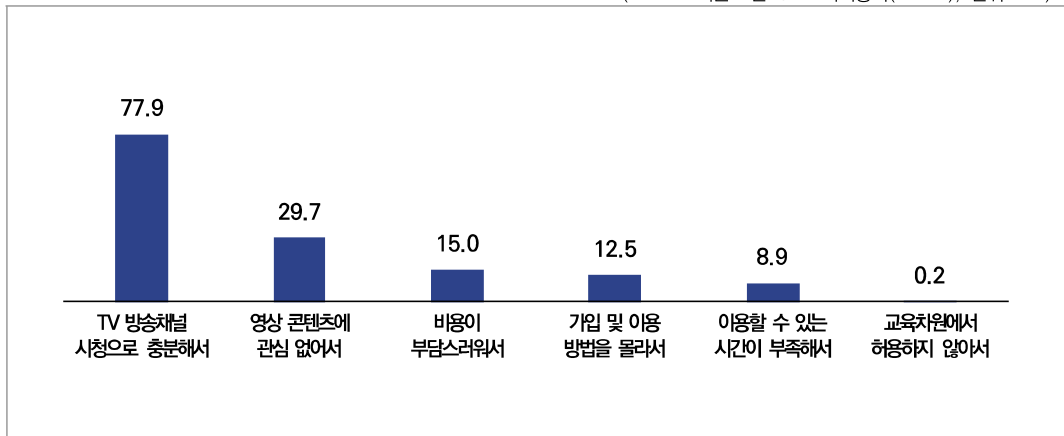
5. OTT 서비스 미이용 현황

가. OTT 서비스 미이용 현황

1) 최근 1년 OTT 서비스 미이용 이유

- 최근 1년 OTT 서비스 미이용자(n=538)에게 OTT 서비스를 이용하지 않는 이유를 조사한 결과, 'TV 방송 채널 시청으로 충분해서'가 77.9%로 가장 높았고, 다음으로 '영상 콘텐츠에 관심이 없어서'(29.7%)의 순으로 나타났다.
- 연령별로 살펴보면, 'TV 방송 채널 시청으로 충분해서'는 60대 이상에서 높았다.

(Base : 최근 1년 OTT 미이용자(n=538), 단위 : %)



[그림 3-49] 최근 1년 OTT 미이용 이유(복수응답)

<표 3-65> 최근 1년 OTT 미이용 이유(복수응답)

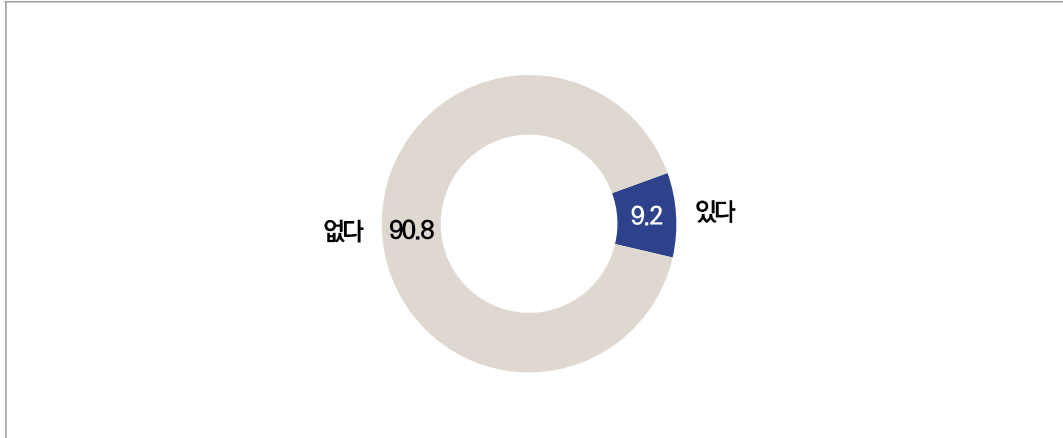
(Base : 최근 1년 OTT 미이용자, 단위 : %)

구분		사례수 (명)	TV 방송채널 시청으로 충분해서	영상 콘텐츠에 관심이 없어서	비용이 부담스러워서	가입 및 이용방법을 몰라서	이용할 수 있는 시간이 부족해서	교육차원에서 허용하지 않아서
전체		(538)	77.9	29.7	15.0	12.5	8.9	0.2
성별	남성	(280)	80.2	30.9	15.4	12.3	9.3	0.3
	여성	(258)	75.4	28.5	14.7	12.8	8.4	0.0
연령별	10대	(21)	44.2	36.7	38.0	0.0	23.7	2.6
	20대	(2)	53.8	29.8	57.6	0.0	45.8	0.0
	30대	(12)	57.1	30.8	47.4	0.0	28.3	0.0
	40대	(31)	60.5	48.3	23.3	0.0	25.9	1.0
	50대	(59)	73.0	28.6	9.9	1.3	12.4	0.0
	60대	(192)	<u>82.1</u>	27.8	15.2	14.7	10.9	0.0
	70세 이상	(221)	<u>82.6</u>	28.5	10.7	17.3	1.0	0.0

2) 향후 OTT 서비스 이용 의향

- 최근 1년 OTT 미이용자(n=538)의 향후 이용 의향은 9.2%였다.

(Base : 최근 1년 OTT 미이용자(n=538), 단위 : %)



[그림 3-50] 향후 OTT 서비스 이용 의향

〈표 3-66〉 향후 OTT 서비스 이용 의향

(Base : 최근 1년 OTT 미이용자, 단위 : %)

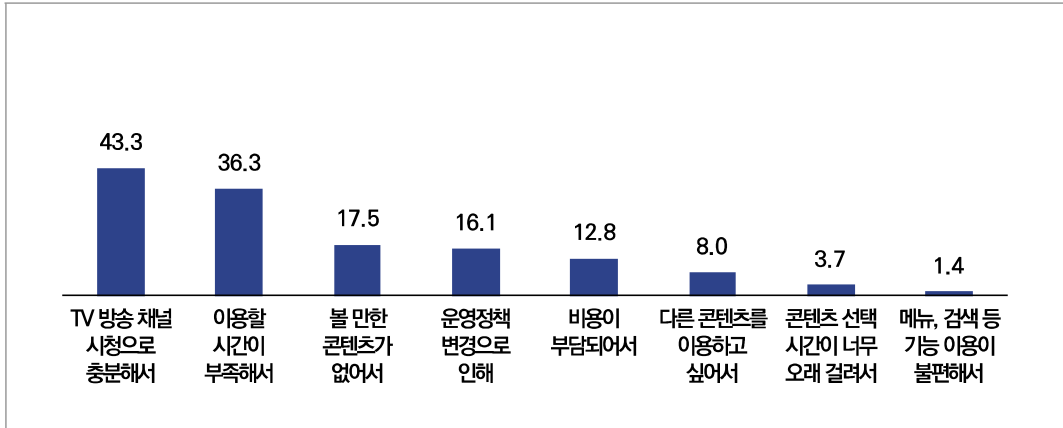
구분		사례수 (명)	있다	없다
전체		(538)	9.2	90.8
성별	남성	(280)	9.2	90.8
	여성	(258)	9.1	90.9
연령별	10대	(21)	63.7	36.3
	20대	(2)	75.4	24.6
	30대	(12)	23.4	76.6
	40대	(31)	20.0	80.0
	50대	(59)	11.1	88.9
	60대	(192)	7.2	92.8
	70세 이상	(221)	2.2	97.8

나. OTT 서비스 이탈 현황

1) 최근 1개월 OTT 서비스 이탈 이유

- 최근 1개월 OTT 미이용자(n=38)는 해지 이유로 'TV 방송 채널 시청으로 충분해서'(43.3%)를 가장 많이 응답했으며, 다음으로 '이용할 시간이 부족해서'(36.3%)라는 이유가 많았다.

(Base : 최근 1개월 OTT 이탈자(n=38), 단위 : %)



[그림 3-51] 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(복수응답)

<표 3-67> 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(복수응답)

(Base : 최근 1개월 OTT 이탈자, 단위 : %)

구분	사례수 (명)	TV 방송 채널 시청으로 충분해서	이용할 시간이 부족해서	볼 만한 콘텐츠가 없어서	운영정책 변경으로 인해	비용이 부담되어서	다른 콘텐츠를 이용하고 싶어서	콘텐츠 선택까지 시간이 너무 오래 걸려서	메뉴, 검색 등 기능 이용이 불편해서	
전체	(38)	43.3	36.3	17.5	16.1	12.8	8.0	3.7	1.4	
성별	남성	(21)	27.2	34.0	14.8	16.9	19.9	11.5	3.8	2.5
	여성	(17)	63.8	39.1	21.0	15.1	3.8	3.6	3.6	0.0
연령별	10대	(5)	43.9	23.1	7.8	12.0	13.1	12.0	12.0	0.0
	20대	(1)	0.0	64.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.3
	30대	(4)	30.8	26.5	69.2	15.7	14.2	0.0	1.5	0.0
	40대	(7)	24.8	46.8	5.4	0.0	12.1	36.3	0.8	0.0
	50대	(8)	59.6	52.8	0.0	8.0	17.5	0.0	8.0	0.0
	60대	(9)	68.9	0.0	31.1	14.4	14.3	0.0	0.0	0.0
70세 이상	(3)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

부록 1. 설문지

온라인동영상서비스 이용행태조사



ID

--	--	--	--	--	--	--

2024 온라인동영상서비스이용행태 조사

안녕하십니까?

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 국민들의 OTT 서비스 이용 현황을 파악하기 위한 「2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사」를 실시하고 있습니다. 본 조사는 전국적인 규모로 실시되고 있으며, 응답하신 결과는 온라인동영상서비스 및 콘텐츠 산업의 발전 및 관련 정책수립을 위한 기초 자료로 활용됩니다.

조사결과는 통계법 제33조(비밀의 보호) 및 공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조 1항 6호, 7호에 의하여 철저히 보호되며, 통계처리 이외의 목적으로는 절대 사용되지 않습니다.

통계법 제33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조(비공개 대상 정보)

- ① 공공기관이 보유·관리하는 정보는 공개 대상이 된다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보는 공개하지 아니할 수 있다.
 6. 해당 정보에 포함되어 있는 성명·주민등록번호 등 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 따른 개인정보로서 공개될 경우 사생활의 비밀 또는 자유를 침해할 우려가 있다고 인정되는 정보.
 7. 법인·단체 또는 개인(이하 "법인등"이라 한다)의 경영상·영업상 비밀에 관한 사항으로서 공개될 경우 법인등의 정당한 이익을 현저히 해칠 우려가 있다고 인정되는 정보.

바쁘시더라도 시간을 내어 조사에 참여해주시면 감사하겠습니다.

※ 본 조사는 10세 이상을 대상으로 하는 조사로서, 2013년 12월 31일 이전 출생자만 응답해주시시오.

응답자 정보 및 관리사항

응답자 성명		응답자 연락처	-	-
응답자 주소	____도 _____시(군,구) _____동(읍,면)			
면접원 성명		담당 수퍼바이저		
조사 일시	2024년 __월 __일 (오전/오후) __시 __분부터 __분간			
검증 일시	2024년 __월 __일 (오전/오후) __시		검증 결과	
집계구 번호 (고유번호)			ID	



문화체육관광부



한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY



Hankook Research

조사관련 문의

한 국 리 서 치 임정관 부서장

☎ 02-3014-1007

✉ jklim@hrc.co.kr

개인 정보 수집 및 이용 동의서

※ 개인 정보 수집 및 이용에 관한 내용을 확인하신 후 조사에 응해주시시오.

귀하께서 응답하시는 내용은 아래의 통계법 제33조 및 공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조 1항 6호, 7호에 의하여 비밀이 철저히 보장되고, 통계적인 목적으로만 사용되며, 기재해 주신 개인 정보는 조사기간에 따라 최대 6개월 간 내부적으로 보관된 후 전문기관에 의해 즉각 일괄 폐기됩니다.

제33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조(비공개 대상 정보)

- ① 공공기관이 보유·관리하는 정보는 공개 대상이 된다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보는 공개하지 아니할 수 있다.
 6. 해당 정보에 포함되어 있는 성명·주민등록번호 등 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 따른 개인정보로서 공개될 경우 사생활의 비밀 또는 자유를 침해할 우려가 있다고 인정되는 정보
 7. 법인·단체 또는 개인(이하 "법인등"이라 한다)의 경영상·영업상 비밀에 관한 사항으로서 공개될 경우 법인등의 정당한 이익을 현저히 해칠 우려가 있다고 인정되는 정보

귀하의 개인 정보는 본인의 동의 없이 다른 목적으로 제 3자에게 제공되지 않습니다.

다만, 설문 참여 사실 검증을 실시할 필요가 있을 경우 기재해 주신 연락처로 연락을 드릴 수 있습니다.

2024 온라인동영상서비스 및 콘텐츠 이용행태 조사 참여를 위해 아래와 같이 개인정보를 수집·이용하고자 합니다. 내용을 읽고 동의여부를 결정해 주시기 바랍니다.

수집항목	수집목적	보유 및 이용기간
이름, 연락처, 주소	설문조사 관리 및 통계 작성	설문 조사 후 6개월

※ 응답자는 개인정보 수집·이용에 동의를 거부할 수 있습니다. 동의거부 시 설문조사에 참여할 수 없습니다.

위와 같이 개인정보를 수집·이용하는데 동의하십니까?

예 아니오

성 명 : _____ (인)

(주)한국리서치

미성년자 법정대리인 동의서

※ 본 동의서는 2006년생 이하 응답자의 조사 참여 및 수집된 정보의 활용을 위한 것입니다.

[조사결과 활용 범위에 대한 동의]

본 조사를 통해 수집되는 모든 정보는 통계법 제33조(비밀의 보호 등) 및 공공기관의 정보공개에 관한 법률 제9조(비공개 대상 정보)에 의해 연구 목적으로만 활용되며, 철저히 기밀로 유지될 것임을 이해합니다.

본인은 본인의 자녀가 참여한 본 조사에서 수집되는 조사 결과를 (주)한국리서치와 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원에서 콘텐츠 산업 진흥을 위한 기반 자료로써 사용하는 것에 동의하고 승인합니다.

또한 조사를 통해 수집되는 모든 데이터는 추후 관련 연구 및 정책에 활용하는 것과 관련한 어떠한 추가 요구나 불만사항, 법적 책임 등을 (주)한국리서치와 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 관련 연구자 등에게 제기하지 않고 이들에게 양도하는 것에 동의합니다.

[활용 범위] 콘텐츠 산업 진흥을 위한 기반자료로써 기초 통계, 관련 분석 및 연구에 활용

[개인정보 수집 및 이용에 대한 동의]

[개인정보의 수집 항목] ① 성명 ② 연락처 ③ 연령 ④ 보호자 성명 ⑤ 보호자 휴대전화번호

[개인정보의 수집 및 이용목적] 조사 참여를 위한 안내, 답례품 발송,
온라인동영상서비스 및 콘텐츠 이용행태 파악

[개인정보의 보유 및 이용 기간] 설문조사 후 6개월

본인은 위 내용을 모두 이해하였고, 응답자가 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 주관하고 (주)한국리서치에서 진행하는 <2024 온라인동영상서비스 및 콘텐츠 이용행태조사>에 참여하는 것을 동의하며, 조사대상으로서 개인정보를 제공하는 것에 동의합니다.

※ 개인정보 수집이용에 동의를 거부할 수 있습니다. 동의거부 시 설문조사에 참여를 할 수 없습니다.

(주)한국리서치

법정대리인 성 명: _____ (서명)
 응답자와의관계: 1. 부모 2. 형제자매 3. 조부모 4. 기타 친인척 5. 기타()
 연락처: ____ - ____ - _____

동의함 동의하지 않음

2024년 0월 0일

SQ. 응답자 일반 현황
























SQ1. 성별	1. 남자	2. 여자	SQ2. 연령	만			세
SQ3. 거주지역	1. 서울	2. 부산	3. 대구	4. 인천	5. 광주	6. 대전	
	7. 울산	8. 세종	9. 경기	10. 강원	11. 충북	12. 충남	
	13. 전북	14. 전남	15. 경북	16. 경남	17. 제주		
SQ4. 주택유형	1. 아파트		2. 단독주택				
	3. 다세대 및 연립주택(빌라 포함)		4. 오피스텔		5. 기타(_____)		
SQ5. 결혼 여부	1. 미혼		2. 배우자 있음		3. 이혼/사별		
SQ6. 자녀 연령대 (중복응답)	1. 0~2세(영아)		2. 3~7세(미취학 유아)		3. 8~10세(초등학교 저학년)		
	4. 11~13세(초등학교 고학년)		5. 14~16세(중학생)		6. 17~19세(고등학생)		
	7. 20~24세		8. 25세 이상		9. 자녀가 없음		

A. 콘텐츠 이용행태

※ 지금부터는 콘텐츠 이용행태에 관한 질문입니다.

- A1. 귀하께서 최근 1년 동안 이용한 적 있는 OTT 서비스를 모두 응답해 주십시오. (복수응답)
 A1-1. (A1 응답에 대해) 귀하께서 최근 1개월 동안 이용한 적 있는 OTT 서비스를 모두 응답해 주십시오.(복수응답)

※ 실제 시청 경험을 기준으로 응답해주시시오.
 - 제휴서비스 혜택이 있지만 이용한 적 없다면 이용하지 않은 것으로 간주
 (예) 쿠팡와우 서비스에 가입했으나 쿠팡플레이는 이용한 적 없는 경우,
 네이버 플러스 혜택을 선택했지만, 티빙을 이용한 적 없는 경우 등
 ※ 타인의 계정을 이용하거나 무료 체험한 경우도 포함하여 응답해주시시오.

	유형		A1. 최근 1년 이용 경험	A1-1. 최근 1개월 이용 경험
유료 OTT	넷플릭스		1	1
	티빙(Tving)		2	2
	웨이브(Wavve)		3	3
	디즈니플러스		4	4
	왓챠		5	5
	쿠팡플레이		6	6
	애플TV+		7	7
	아마존프라임		8	8
	U+모바일tv		9	9
	지니 TV 모바일		10	10
	모바일 Btv		11	11
	스포티비 나우		12	12
	라프텔		13	13
	위버스		14	14
무료 OTT (광고 기반형)	유튜브 (프리미엄 포함)		15	15
	아프리카 TV		16	16
	카카오 TV		17	17
	네이버 NOW(네이버TV)		18	18
	네이버 시리즈온 (동영상시청에 한 함)		19	19
	곰 TV		20	20
	네이버 치지직		21	21
FAST	삼성TV플러스 (삼성스마트모니터/스마트TV)		22	
	LG 채널 (LG스마트모니터/스마트TV)		23	
기타 ()	- 오츠오스, 모아, 위티비, 아이치이 등		24	24
이 중에 없음			25	25

※ 지금부터는 OTT 서비스 이용행태에 관한 질문입니다.

B. 온라인동영상서비스

a. 온라인동영상서비스 이용 현황

Ba1. 귀하께서는 최근 1년 동안 각 OTT 서비스를 얼마나 자주 이용하셨습니다가?

※ 실제 시청 경험을 기준으로 응답해주시시오.

※ 타인의 계정을 이용하거나 무료 체험한 경우도 포함하여 응답해주시시오.

※ OTT 서비스 이용 유형

1. 유료 OTT : 월간/연간 정액제를 통해 이용하는 OTT 서비스
2. 무료 OTT : 광고 시청을 기반으로 무료 이용 가능한 콘텐츠를 제공하는 OTT 서비스 (유튜브 프리미엄 포함)



[A1=1~14,24 응답자만]	하루에도 여러 번	하루에 1번(매일)	일주일에 5~6번 (거의 매일)	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	한달에 2~3번	한달에 한 번	2~3개월에 한 번 미만
Ba1-1. 유료 OTT	1	2	3	4	5	6	7	8



[A1=15~21,24 응답자만]	하루에도 여러 번	하루에 1번(매일)	일주일에 5~6번 (거의 매일)	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	한달에 2~3번	한달에 한 번	2~3개월에 한 번 미만
Ba1-2. 무료 OTT	1	2	3	4	5	6	7	8

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Ba2. 귀하의 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간은 어떻게 됩니까?

주중 하루 평균 시간 분

주말 하루 평균 시간 분

[Bb2=1 광고형 요금제 이용하는 경우만]

Bb2-1. 귀하께서는 광고형 요금제를 계속해서 유지하실 의향이 있으십니까?

- 1. 예. 계속 광고형 요금제를 이용하고 싶습니다.
- 2. 아니오. 광고 없이 볼 수 있는 요금제로 변경할 예정입니다.
- 3. 아니오. 조만간 구독을 해지할 것입니다.

[A1-1=15 유튜브 이용경험 있는 경우만]

Bb3. 귀하께서는 유튜브 프리미엄을 이용하고 계십니까?

- 1. 예(프리미엄 이용)
- 2. 아니오(광고 기반형으로 이용)

[Bb3=1 유튜브 프리미엄 이용하는 경우만]

Bb3-1. 귀하께서는 유튜브 프리미엄을 제휴 서비스/할인 혜택을 통해 이용하고 있으십니까?

- 1. 예 (SKT 우주패스, LG U+ 유독, KT 멤버십 등)
- 2. 아니오

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Bb5. 최근 1년 간 OTT 서비스 이용에 지출한 금액은 한 달 평균 얼마입니까?

귀하께서 직접 결제하는 금액을 기준으로 이용하는 서비스를 모두 합산하여 응답해주시시오.

- ※ 계정공유 등 지출 금액이 없는 경우는 0원으로 응답
- ※ 쿠팡와우, 네이버플러스 등 제휴서비스를 통한 이용의 경우에도 합산하여 응답
- ※ 별풍선, 슈퍼챗 등 크리에이터 후원에 지출한 비용은 제외

한 달 평균	(1) 유료OTT 구독	_____	원
	(2) 무료OTT 구독 (유튜브 프리미엄)	_____	원

[Bb5]0]

Bb5-1. 그렇다면, 최근 1년 간 OTT 서비스를 위해 지출한 한 달 평균 지출 금액에 대하여 어떻게 생각하십니까?

매우 저렴하다	약간 저렴하다	보통이다	약간 부담스럽다	매우 부담스럽다
1	2	3	4	5

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Bb6. 한 달 기준으로 OTT 서비스 이용을 위해 지출 가능한 금액은 최대 얼마입니까?

- ※ 여러 개의 유료 OTT 서비스를 모두 합산한 금액을 기준으로 최대 지출 가능한 금액을 응답해주시시오.

월	_____	원
---	-------	---

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Bb7. 유료 OTT 서비스 1개의 이용료로 적정한 금액은 얼마입니까? 1개월 이용료를 기준으로 응답해주시시오.

월	_____	원
---	-------	---

[A1=1~14,24 & Bb3=1 유료 구독형&유튜브프리미엄 이용자만]

Bb8. 귀하께서 OTT 서비스를 구독하는 이유는 무엇입니까? (복수응답)

1. 동영상 콘텐츠의 종류가 다양해서
2. OTT 서비스에서만 제공하는 콘텐츠(오리지널 콘텐츠, 독점 콘텐츠 등)를 감상하기 위해서
3. 구독료가 합리적이라서
4. 시간, 장소에 구애받지 않고 콘텐츠를 감상할 수 있어서
5. 콘텐츠 검색, 메뉴, 화면구성 등 이용이 편리해서
6. 연계된 제휴 서비스(통신사, 네이버 플러스, 쿠팡와우 등)에 가입되어 있어서
7. 추천 알고리즘이 만족스러워서
8. 할인 혜택/프로모션(특정 기간 무료)을 제공해서
9. 기타 ()

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Bb9. OTT 서비스를 유료로 이용할 때, 계정을 주로 어떤 방식으로 이용하십니까?

※ 여러 개의 OTT 서비스를 유료로 이용하는 경우, 가장 많이 이용하는 OTT 기준으로 응답해 주십시오.

1. 단독 이용
2. 계정 공유

[A1=1~21, 24 OTT 서비스 이용자만]

Bb10. OTT 서비스를 이용하는 방식에 대한 문항입니다. 각 문항을 읽고 동의하시는 정도를 응답해주시시오.

구분	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 배속 기능을 사용한다	1	2	3	4	5
2. 스킵(구간 이동) 기능을 사용한다	1	2	3	4	5
3. 실시간 스트리밍(live)/퀵VOD로 시청한다	1	2	3	4	5
4. 국내 콘텐츠를 한글 자막과 함께 시청한다	1	2	3	4	5
5. 보고 싶은 콘텐츠를 재생목록(찜)에 저장한다	1	2	3	4	5
6. 오프라인 저장(다운로드) 기능을 이용한다	1	2	3	4	5
7. 픽처인픽처(PIP, 화면 속 화면) 기능을 이용한다 *화면을 나누어 영상을 보면서 다른 기능 이용	1	2	3	4	5
8. 백그라운드 재생 기능을 이용한다	1	2	3	4	5
9. 실시간 채팅(동시시청) 기능을 이용한다	1	2	3	4	5

C. 유료 OTT(구독형) 콘텐츠 이용 현황

[A1=1~14, 24 유료 OTT 이용자만]

※ 다음은 귀하의 유료 OTT 콘텐츠 이용 경험에 대한 질문입니다.

유료 OTT
(월간/연간 정액제)

[A1 1~14 중 선택한 서비스 제시]

C1. 다음은 평소 유료 OTT 서비스의 콘텐츠 제작국가를 얼마나 선호하는지에 대한 질문입니다. 다음 각 문항에 대해 응답해 주십시오.

C1-1. 한국 콘텐츠

	1	2	3 보통	4	5	
	←-----→					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C1-2. 해외 콘텐츠

	1	2	3 보통	4	5	
	←-----→					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C2. 다음은 평소 유료 OTT 서비스의 시리즈물/드라마의 시즌제(영화 제외)를 얼마나 선호하는지에 대한 질문입니다. 다음 각 문항에 대해 응답해 주십시오.

C2-1. 단일시즌 : 하나의 시즌으로 구성된 시리즈물/드라마

	1	2	3 보통	4	5	
	←-----→					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C2-2. 시즌제 (파트제 포함) : 하나의 시리즈물을 공개할 때, 일정 기간을 두고 시즌별로 공개하는 것

	1	2	3 보통	4	5	
	←-----→					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C3. 다음은 평소 유료 OTT 서비스의 콘텐츠 편성 방식을 얼마나 선호하는지에 대한 질문입니다. 다음 각 문항에 대해 응답해 주십시오.

C3-1. 일괄편성 : 한 시즌의 모든 에피소드(회)를 한 번에 편성

	1	2	3 보통	4	5	
	<----->					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C3-2. 회차별 편성 : 주 1회, 주 2회 등 회차별 편성 (TV 채널 편성과 유사)

	1	2	3 보통	4	5	
	<----->					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C4. 다음은 평소 유료 OTT 서비스의 콘텐츠 오리지널, 독점, 비독점 콘텐츠를 얼마나 선호하는지에 대한 질문입니다. 다음 각 문항에 대해 응답해 주십시오.

C4-1. OTT 오리지널 콘텐츠(예시 : 더 글로리, 무빙, 소년시대, 마스크걸 등)

	1	2	3 보통	4	5	
	<----->					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C4-2. 특정 OTT에서만 볼 수 있는 독점 콘텐츠 (오리지널 콘텐츠 제외)

	1	2	3 보통	4	5	
	<----->					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C4-3. 여러 OTT나 TV에서 볼 수 있는 비독점 콘텐츠

	1	2	3 보통	4	5	
	<----->					
선호하지 않는다	1	2	3	4	5	선호한다

C5. 귀하께서 유료 OTT 서비스를 이용할 때 선호하는 시리즈물/드라마 콘텐츠의 길이는 1편 당 몇 분 정도 인니까?

10분	20분	40분	60분	80분	100분 이상

C6. 유료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠를 선택하는 기준에 대한 문항입니다. 귀하께서 중요하게 생각하는 요소를 모두 응답해 주세요. (복수응답)

- | | |
|------------------------------|-------------------------|
| 1. 콘텐츠의 주제 및 소재(내용) | 2. 예고편/미리보기 |
| 3. 출연진 또는 감독, 작가 | 4. 콘텐츠의 최신성 |
| 5. 미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성 | 6. TV, 인터넷 등 광고/홍보 |
| 7. 콘텐츠 리뷰(평점, 리뷰 영상 등) | 8. 콘텐츠 인기 순위 |
| 9. 알고리즘 추천 | 10. 주변 지인(가족, 친구 등)의 추천 |
| 11. 시상식 수상작 | 12. 원작 (웹툰, 만화, 소설 등) |

C7. 귀하께서 평소 유료 OTT 서비스를 통해 시청하시는 영상 콘텐츠는 무엇입니까? (복수응답)

- | | | |
|----------|----------|-----------|
| 1. 영화 | 2. 드라마 | 3. 예능/오락 |
| 4. 시사/교양 | 5. 애니메이션 | 6. 스포츠 중계 |
| 7. 생활/정보 | 8. 다큐멘터리 | 9. 기타 () |

[C7=1.영화 또는 2. 드라마 응답한 경우만]

C8. 귀하께서 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보시는 영화 또는 드라마의 장르는 무엇입니까? (복수응답)

- | | | |
|-----------|------------|------------------|
| 1. 멜로/로맨스 | 2. 코미디/시트콤 | 3. 액션/어드벤처 |
| 4. 휴먼 드라마 | 5. SF/판타지 | 6. 미스터리/스릴러/서스펜스 |
| 7. 공포/호러 | 8. 범죄/느와르 | 9. 역사물 |
| 10. 뮤지컬 | 11. 성인/에로 | 12. 기타 () |

[C7=1.영화 또는 2. 드라마 응답한 경우만]

C8-1. 귀하께서 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보시는 영화 또는 드라마의 소재는 무엇입니까? (복수응답)

- | | | |
|-----------------|----------------|--------------|
| 1. 가족 | 2. 청춘/성장 | 3. 불륜/막장 |
| 4. 복수 | 5. 직업/직장 | 6. 수사/추리 |
| 7. 정치 | 8. 재난/전쟁 | 9. 시간 여행 |
| 10. 초능력/히어로 | 11. 좀비/크리처/오컬트 | 12. 스포츠 |
| 13. 예술(음악/미술 등) | 14. 여성 서사 | 15. 실존 인물/실화 |
| 16. GL/BL | 17. 기타 () | |

[C7=3. 예능/오락 응답한 경우만]

C9. 귀하께서 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보시는 예능/오락 콘텐츠의 장르는 무엇입니까? (복수응답)

- | | | |
|----------|----------|-------------|
| 1. 코미디쇼 | 2. 토크쇼 | 3. 리얼 버라이어티 |
| 4. 관찰 예능 | 5. 퀴즈 | 6. 오디션/서바이벌 |
| 7. 시사/교양 | 8. 음악 방송 | 9. 기타 () |

[C7=3. 예능/오락 응답한 경우만]

C9-1. 귀하께서 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보시는 예능/오락 콘텐츠의 소재는 무엇입니까? (복수응답)

- | | | |
|------------|------------|----------|
| 1. 음악/공연 | 2. 여행 | 3. 음식/요리 |
| 4. 스포츠/운동 | 5. 게임/추리 | 6. 연애 |
| 7. 가족/육아 | 8. 미스터리/공포 | 9. 패션/뷰티 |
| 10. 지식/정보 | 11. 동물 | 12. 밀리터리 |
| 13. 기타 () | | |

[A1=1~14, 24 유료 구독형 이용자만]

C10. 귀하께서는 스포츠 중계 시청을 위하여 구독한 OTT 서비스가 있습니까?

- | | |
|------|--------|
| 1. 예 | 2. 아니오 |
|------|--------|

[A1=1~14, 24 유료 구독형 이용하는 경우만]

C11. 유료 OTT 서비스 시청 습관에 대한 문항입니다. 각 문항을 읽고 동의하시는 정도를 응답해주시시오.

구분	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. TV 공개 회차를 따라잡기 위해 시청한다	1	2	3	4	5
2. 한꺼번에 몰아서 시청한다	1	2	3	4	5
3. 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다	1	2	3	4	5
4. 재생목록(찜)에 추가만 하고 시청하지 않는다	1	2	3	4	5
5. 영상 콘텐츠 시청 후 원작 콘텐츠(웹툰, 웹소설 등)를 찾아본다	1	2	3	4	5

D. 무료 OTT(광고기반형) 콘텐츠 이용 현황

[A1=15~21, 24 무료 OTT 이용자만]

※ 다음은 귀하의 무료 OTT 콘텐츠 이용 경험에 대한 질문입니다.

무료 OTT
(광고 시청 후
무료 이용 기반)

[A1 15~21 중 선택한 서비스 제시]

D1. 무료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠를 선택하는 기준에 대한 문항입니다. 귀하께서 중요하게 생각하는 요소를 모두 응답해 주세요. (복수응답)

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| 1. 콘텐츠의 주제 | 2. 콘텐츠 제목 및 썸네일 |
| 3. 미리보기 | 4. 출연진 |
| 5. 채널(크리에이터, 제작진) | 6. 콘텐츠의 최신성 |
| 7. 콘텐츠의 길이 | 8. 조회수/관심(좋아요) 수 |
| 9. 콘텐츠 인기 순위 | 10. 알고리즘 추천 |
| 11. 미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성 | 12. 주변 지인(가족, 친구 등)의 추천 |

D2. 무료 OTT 서비스 시청 습관에 대한 문항입니다. 각 문항을 읽고 동의하시는 정도를 응답해주시시오.

구분	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 채널을 구독하거나 재생목록에 추가한다	1	2	3	4	5
2. 댓글 작성, 좋아요 등 의견을 표현한다	1	2	3	4	5
3. 영상 내용보다 다른 사람들의 반응(댓글, 채팅 등)을 살피는 데 관심이 있다	1	2	3	4	5
4. 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다	1	2	3	4	5
5. 채널 멤버십(유료)을 구독하거나 후원기능(슈퍼챗, 별풍선 등)을 이용한다	1	2	3	4	5

[A1-1=25 최근 1개월 이용 OTT 서비스가 없는 경우만]

E3. 귀하께서 OTT 서비스를 이용하시다가 최근 1개월 동안 이용하지 않으신 이유는 무엇입니까? (복수응답)

1. TV 방송 채널 시청으로 충분해서
2. 비용이 부담되어서
3. 요금 인상, 계정 공유제한 등 운영정책 변경으로 인해
4. 이용할 시간이 부족해서
5. 볼 만한 콘텐츠가 없어서
6. 콘텐츠를 선택하기까지 시간이 너무 오래걸려서
7. 메뉴, 검색 등 기능 이용이 불편해서
8. 다른 콘텐츠를 이용하고 싶어서(게임, 만화/웹툰, 애니메이션, 음악, 캐릭터 등)
9. 기타 ()

[Bc3=8 다른 콘텐츠 관심 있는 경우만]

E3-1. 그렇다면, OTT 서비스를 이용하지 않는 대신 이용한 콘텐츠는 무엇입니까? (복수응답)

- | | |
|----------|--------------------|
| 1. 게임 | 2. 만화/웹툰(출판만화, 웹툰) |
| 3. 애니메이션 | 4. 음악 |
| 5. 캐릭터 | 6. 기타() |

통계처리를 위한 문항

※ 마지막으로, 통계처리를 위하여 몇 가지만 더 여쭙겠습니다.

DQ1. 귀 가구의 가구 구성은 어떻게 되십니까?

* 가구원에는 현재 1개월 이상 숙식을 함께하는 가족, 친지, 친구 등이 포함됩니다.
 * 결혼 등으로 분가하여 따로 살고 있는 자녀와 그의 가족, 학교나 직장의 기숙사 등에서 생활하고 있는 가족, 군입대 및 해외 체류 중인 경우는 제외됩니다.

- | | |
|----------|----------|
| 1. 독신가구 | 2. 1세대가구 |
| 3. 2세대가 | 4. 3세대가구 |
| 5. 기타() | |

DQ2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

DQ2-1. 최종학교	1. 무학	2. 초등학교	3. 중학교	4. 고등학교	5. 전문대학
		6. 대학교	7. 대학원		
DQ2-2. 이수 여부		1. 재학	2. 휴학/중퇴	3. 수료	4. 졸업

DQ3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

코드	
----	--

※ 직업코드 : “소득을 얻기 위하여 하시는 일”을 중심으로 해당되는 코드를 골라 위의 직업란에 기입하시면 됩니다.

코드	직업명	예
10	관리자	업무의 80% 이상을 기획, 관리 분야에 투입하는 일 - 국회의원, 고위공무원, 단체또는 기업의 경영자, 고위임원, 관리자
20	전문가 및 관련 종사자	- 교수, 교사, IT 및 각종 기술 전문가, 학원강사, 예술인, 모델, 작가, 연예인, 매니저, 운동선수, 종교인, 해외영업원, 기술영업원, 부동산 중개인, 프로그래머, 레크레이션 강사 등
30	사무 종사자	- (중하위직)공무원, 문서/통계/영업지원/전산/회계/홍보 등의 사무원 및 사무보조원, 비서, 접수/발권/전화교환 등 안내직, 고객상담 및 모니터요원, 속기사 등
40	서비스 종사자	- 여행(승무원, 여행안내원)/음식조리(주방장, 조리사)/미용(코디네이터, 분장사)/웨딩플래너 등 각종 대인서비스 - 경찰관, 소방관, 교도관, 청원경찰, 경호원 등 보안관련 서비스 등
50	판매 종사자	- 대금수납/매표/요금정산원, 보험설계사, 제품/광고 영업원, 매장판매직, 방문통신 판매원, 홍보도우미 및 판촉원 등
60	농림어업 숙련 종사자	- 농업 숙련 종사자, 임업 숙련 종사자, 어업 숙련 종사자
70	기능원 및 관련기능종사자	- 건설·금속·기계·세공·음식료·선박 등 각종 기능종사자 또는 물품 제조원 등
80	장치·기계조작 및 조립 종사자	- 장치·기계조작·조립원 / 각종 차량 운전원 등
90	단순노무 종사자	- 간이음식점 조리사, 건설단순노무, 건물관리/경비, 건물청소, 배달, 주유원, 단순조립원, 포장원, 제품 운반원 등 단순노무
97	군인(의무복무 제외)	- 직업군인(장기 부사관 및 준위 등)

※ 귀댁의 가구원 중에 소득 활동이 없는 분은 아래의 보기 중에서 코드를 골라서 기입하여 주시면 됩니다.
61) 전업주부 62) 학생 98) 기타 99) 무직

DQ4. 귀 가구의 월 평균 소득(세전)은 어느 정도입니까? 가구원 전체의 소득을 합산하여 응답해주시시오.

- | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1. 100만원 미만 | 2. 100-200만원 미만 | 3. 200-300만원 미만 |
| 4. 300-400만원 미만 | 5. 400-500만원 미만 | 6. 500-600만원 미만 |
| 7. 600-700만원 미만 | 8. 700-800만원 미만 | 9. 800만원 이상 |

DQ5. 귀하의 월 평균 소득(세전)은 어느 정도입니까?

- | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1. 소득없음 | 2. 100만원 미만 | 3. 100-200만원 미만 |
| 4. 200-300만원 미만 | 5. 300-400만원 미만 | 6. 400-500만원 미만 |
| 7. 500-600만원 미만 | 8. 600-700만원 미만 | 9. 700-800만원 미만 |
| 10. 800만원 이상 | | |

- 응답해 주셔서 감사합니다 -

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

부록 2 통 계 표



〈통계표 1〉 응답자 분포표

(단위 : %)

전체		사례수 (명)	전체
▣ 전체 ▣		(5,033)	100.0
성별	남성	(2,500)	49.7
	여성	(2,533)	50.3
연령	10대	(480)	9.5
	20대	(541)	10.7
	30대	(709)	14.1
	40대	(855)	17.0
	50대	(934)	18.6
	60대	(1,048)	20.8
	70세 이상	(467)	9.3
가족구성	독신가구	(291)	5.8
	1세대가구	(1,584)	31.5
	2세대가구	(3,068)	61.0
	3세대가구	(88)	1.7
	기타	(3)	0.1
지역	서울	(921)	18.3
	인천/경기	(1,610)	32.0
	대전/충청/세종	(551)	10.9
	광주/전라/제주	(556)	11.0
	부산/울산/경남	(753)	15.0
	대구/경북	(490)	9.7
	강원	(152)	3.0
직업	사무직	(947)	18.8
	서비스/판매직	(1,771)	35.2
	생산직	(683)	13.6
	학생	(550)	10.9
	주부	(771)	15.3
	기타	(20)	0.4
	무직	(292)	5.8
학력	초/중/고등학생	(396)	7.9
	대학생/대학원생	(192)	3.8
	고졸이하	(2,353)	46.7
	대졸이상	(2,093)	41.6
가구소득	100만원 미만	(164)	3.3
	100-199만원	(323)	6.4
	200-299만원	(540)	10.7
	300-399만원	(902)	17.9
	400-499만원	(1,124)	22.3
	500-599만원	(1,083)	21.5
	600-699만원	(503)	10.0
	700만원 이상	(393)	7.8

〈통계표 2〉 A1. 최근 1년 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	89.3	10.7
성별	남성	(2,500)	88.8	11.2
	여성	(2,533)	89.8	10.2
연령	10대	(480)	95.6	4.4
	20대	(541)	99.6	0.4
	30대	(709)	98.3	1.7
	40대	(855)	96.4	3.6
	50대	(934)	93.7	6.3
	60대	(1,048)	81.7	18.3
	70세 이상	(467)	52.7	47.3
가족구성	독신가구	(291)	77.8	22.2
	1세대가구	(1,584)	82.4	17.6
	2세대가구	(3,068)	93.9	6.1
	3세대가구	(88)	91.5	8.5
	기타	(3)	100.0	0.0
지역	서울	(921)	89.0	11.0
	인천/경기	(1,610)	92.6	7.4
	대전/충청/세종	(551)	86.5	13.5
	광주/전라/제주	(556)	85.3	14.7
	부산/울산/경남	(753)	88.5	11.5
	대구/경북	(490)	86.8	13.2
	강원	(152)	92.8	7.2
직업	사무직	(947)	96.7	3.3
	서비스/판매직	(1,771)	91.1	8.9
	생산직	(683)	81.5	18.5
	학생	(550)	96.0	4.0
	주부	(771)	86.6	13.4
	기타	(20)	96.2	3.8
	무직	(292)	66.7	33.3
학력	초/중/고등학생	(396)	94.9	5.1
	대학생/대학원생	(192)	98.4	1.6
	고졸이하	(2,353)	80.3	19.7
	대졸이상	(2,093)	97.6	2.4
가구소득	100만원 미만	(164)	56.2	43.8
	100-199만원	(323)	66.2	33.8
	200-299만원	(540)	81.5	18.5
	300-399만원	(902)	89.5	10.5
	400-499만원	(1,124)	94.0	6.0
	500-599만원	(1,083)	94.8	5.2
	600-699만원	(503)	95.4	4.6
	700만원 이상	(393)	96.1	3.9

〈통계표 3〉 A1. 최근 1년 SVOD(유료) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	53.4	46.6
성별	남성	(2,500)	50.0	50.0
	여성	(2,533)	56.7	43.3
연령	10대	(480)	66.3	33.7
	20대	(541)	87.3	12.7
	30대	(709)	86.9	13.1
	40대	(855)	73.5	26.5
	50대	(934)	46.5	53.5
	60대	(1,048)	18.1	81.9
	70세 이상	(467)	6.0	94.0
가족구성	독신가구	(291)	45.3	54.7
	1세대가구	(1,584)	33.9	66.1
	2세대가구	(3,068)	64.2	35.8
	3세대가구	(88)	52.5	47.5
	기타	(3)	56.2	43.8
지역	서울	(921)	64.4	35.6
	인천/경기	(1,610)	54.9	45.1
	대전/충청/세종	(551)	49.0	51.0
	광주/전라/제주	(556)	46.5	53.5
	부산/울산/경남	(753)	52.1	47.9
	대구/경북	(490)	42.7	57.3
	강원	(152)	52.4	47.6
직업	사무직	(947)	76.2	23.8
	서비스/판매직	(1,771)	53.3	46.7
	생산직	(683)	30.8	69.2
	학생	(550)	68.1	31.9
	주부	(771)	47.6	52.4
	기타	(20)	73.4	26.6
	무직	(292)	18.9	81.1
학력	초/중/고등학생	(396)	61.6	38.4
	대학생/대학원생	(192)	86.7	13.3
	고졸이하	(2,353)	31.5	68.5
	대졸이상	(2,093)	73.5	26.5
가구소득	100만원 미만	(164)	19.7	80.3
	100-199만원	(323)	10.0	90.0
	200-299만원	(540)	28.6	71.4
	300-399만원	(902)	50.5	49.5
	400-499만원	(1,124)	60.1	39.9
	500-599만원	(1,083)	68.0	32.0
	600-699만원	(503)	66.2	33.8
	700만원 이상	(393)	68.1	31.9

〈통계표 4〉 A1. 최근 1년 AVOD(무료) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	85.1	14.9
성별	남성	(2,500)	85.7	14.3
	여성	(2,533)	84.5	15.5
연령	10대	(480)	91.9	8.1
	20대	(541)	93.2	6.8
	30대	(709)	90.8	9.2
	40대	(855)	89.7	10.3
	50대	(934)	89.5	10.5
	60대	(1,048)	81.2	18.8
	70세 이상	(467)	51.6	48.4
가족구성	독신가구	(291)	76.4	23.6
	1세대가구	(1,584)	80.3	19.7
	2세대가구	(3,068)	88.3	11.7
	3세대가구	(88)	89.7	10.3
	기타	(3)	100.0	0.0
지역	서울	(921)	85.1	14.9
	인천/경기	(1,610)	88.8	11.2
	대전/충청/세종	(551)	83.3	16.7
	광주/전라/제주	(556)	80.5	19.5
	부산/울산/경남	(753)	83.5	16.5
	대구/경북	(490)	83.2	16.8
	강원	(152)	83.2	16.8
직업	사무직	(947)	90.2	9.8
	서비스/판매직	(1,771)	87.2	12.8
	생산직	(683)	79.3	20.7
	학생	(550)	92.2	7.8
	주부	(771)	81.1	18.9
	기타	(20)	87.1	12.9
	무직	(292)	65.9	34.1
학력	초/중/고등학생	(396)	91.4	8.6
	대학생/대학원생	(192)	94.0	6.0
	고졸이하	(2,353)	78.3	21.7
	대졸이상	(2,093)	90.7	9.3
가구소득	100만원 미만	(164)	54.5	45.5
	100-199만원	(323)	65.5	34.5
	200-299만원	(540)	79.0	21.0
	300-399만원	(902)	85.4	14.6
	400-499만원	(1,124)	89.8	10.2
	500-599만원	(1,083)	89.9	10.1
	600-699만원	(503)	90.1	9.9
	700만원 이상	(393)	88.7	11.3

〈통계표 5〉 A1. 최근 1년 FAST 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	0.6	99.4
성별	남성	(2,500)	0.6	99.4
	여성	(2,533)	0.6	99.4
연령	10대	(480)	0.7	99.3
	20대	(541)	1.0	99.0
	30대	(709)	0.8	99.2
	40대	(855)	0.8	99.2
	50대	(934)	0.6	99.4
	60대	(1,048)	0.2	99.8
	70세 이상	(467)	0.2	99.8
가족구성	독신가구	(291)	0.2	99.8
	1세대가구	(1,584)	0.5	99.5
	2세대가구	(3,068)	0.7	99.3
	3세대가구	(88)	0.0	100.0
	기타	(3)	9.8	90.2
지역	서울	(921)	0.6	99.4
	인천/경기	(1,610)	0.1	99.9
	대전/충청/세종	(551)	0.6	99.4
	광주/전라/제주	(556)	2.2	97.8
	부산/울산/경남	(753)	0.4	99.6
	대구/경북	(490)	0.8	99.2
	강원	(152)	0.4	99.6
직업	사무직	(947)	0.8	99.2
	서비스/판매직	(1,771)	0.3	99.7
	생산직	(683)	0.9	99.1
	학생	(550)	0.8	99.2
	주부	(771)	0.6	99.4
	기타	(20)	2.0	98.0
	무직	(292)	0.5	99.5
학력	초/중/고등학생	(396)	0.9	99.1
	대학생/대학원생	(192)	0.7	99.3
	고졸이하	(2,353)	0.2	99.8
	대졸이상	(2,093)	0.9	99.1
가구소득	100만원 미만	(164)	0.0	100.0
	100-199만원	(323)	0.4	99.6
	200-299만원	(540)	0.3	99.7
	300-399만원	(902)	0.5	99.5
	400-499만원	(1,124)	0.6	99.4
	500-599만원	(1,083)	0.8	99.2
	600-699만원	(503)	1.1	98.9
	700만원 이상	(393)	0.3	99.7

〈통계표 6〉 A1. 최근 1년 온라인동영상서비스(OTT) 이용 개수

단위 : 개

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	42.3	28.2	14.4	7.7	7.4	2.2
성별	남성	(2,220)	45.0	29.0	11.0	7.7	7.3	2.1
	여성	(2,275)	39.7	27.4	17.7	7.7	7.4	2.2
연령	10대	(458)	31.8	32.0	16.4	12.0	8.0	2.4
	20대	(538)	15.0	32.1	23.7	12.2	17.1	3.0
	30대	(697)	16.3	29.6	24.7	13.6	15.8	3.0
	40대	(824)	27.3	38.1	16.7	10.4	7.5	2.4
	50대	(875)	51.9	29.6	12.1	3.7	2.8	1.8
	60대	(856)	77.1	17.5	3.4	1.6	0.4	1.3
	70세 이상	(246)	90.7	8.3	0.0	0.0	1.1	1.1
가족구성	독신가구	(226)	41.8	24.6	14.8	8.0	10.7	2.3
	1세대가구	(1,306)	60.0	21.1	9.2	4.4	5.3	1.8
	2세대가구	(2,880)	34.5	32.0	16.6	9.2	7.8	2.3
	3세대가구	(80)	37.1	19.9	20.0	8.1	14.8	2.5
	기타	(3)	43.8	23.9	22.5	9.8	0.0	2.0
지역	서울	(821)	29.8	35.0	16.9	8.0	10.2	2.4
	인천/경기	(1,491)	42.9	26.6	15.5	8.4	6.6	2.1
	대전/충청/세종	(477)	43.5	28.4	12.1	7.4	8.6	2.2
	광주/전라/제주	(474)	47.1	30.8	11.6	5.8	4.7	1.9
	부산/울산/경남	(666)	43.3	24.2	14.1	8.1	10.3	2.3
	대구/경북 강원	(425) (141)	53.2 51.1	25.4 24.7	11.5 15.2	6.6 7.0	3.2 2.0	1.8 1.9
직업	사무직	(915)	24.6	34.3	19.6	10.7	10.7	2.6
	서비스/판매직	(1,613)	43.8	28.4	14.1	7.0	6.6	2.1
	생산직	(556)	62.9	21.5	8.2	2.8	4.7	1.7
	학생	(528)	30.0	32.0	16.2	12.6	9.1	2.5
	주부	(668)	47.1	26.5	14.0	7.1	5.3	2.0
	기타	(19)	32.6	21.5	11.0	10.9	24.1	2.9
	무직	(195)	72.4	13.4	6.6	1.8	5.8	1.6
학력	초/중/고등학생	(376)	36.5	33.5	12.5	9.8	7.6	2.3
	대학생/대학원생	(189)	12.4	27.6	25.8	18.1	16.2	3.1
	고졸이하	(1,888)	61.9	23.0	8.4	3.3	3.4	1.6
	대졸이상	(2,042)	28.0	32.2	19.3	10.5	10.1	2.5
가구소득	100만원 미만	(92)	66.2	12.9	10.4	4.4	6.0	1.8
	100-199만원	(214)	85.4	7.9	4.0	0.7	1.9	1.3
	200-299만원	(440)	66.1	16.1	10.7	3.4	3.7	1.7
	300-399만원	(808)	45.5	31.8	12.0	4.7	6.0	2.0
	400-499만원	(1,056)	38.2	31.5	14.0	8.8	7.5	2.2
	500-599만원	(1,027)	31.0	32.5	17.9	9.1	9.5	2.4
	600-699만원	(480)	30.7	28.5	18.9	11.5	10.4	2.5
	700만원 이상	(378)	34.5	28.9	16.6	12.1	7.9	2.4

〈통계표 7〉 A1. 최근 1년 SVOD(유료) 이용 개수

단위 : 개

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	50.7	24.5	13.6	6.7	4.6	1.9
성별	남성	(1,250)	54.0	20.7	13.7	6.8	4.7	1.9
	여성	(1,437)	47.7	27.7	13.5	6.6	4.5	1.9
연령	10대	(318)	47.8	27.0	15.1	4.8	5.2	2.0
	20대	(472)	40.6	26.5	15.4	7.7	9.8	2.2
	30대	(616)	38.0	27.8	17.5	10.1	6.6	2.2
	40대	(629)	53.9	23.1	14.0	6.8	2.2	1.8
	50대	(434)	62.8	23.4	8.5	3.9	1.4	1.6
	60대	(190)	77.0	14.8	6.3	1.8	0.0	1.3
	70세 이상	(28)	90.7	0.0	0.0	9.3	0.0	1.3
가족구성	독신가구	(132)	43.2	26.9	13.5	8.3	8.0	2.2
	1세대가구	(537)	54.1	22.2	12.7	6.3	4.7	1.9
	2세대가구	(1,971)	50.7	24.8	13.8	6.4	4.3	1.9
	3세대가구	(46)	31.4	28.5	15.4	17.5	7.2	2.4
	기타	(2)	82.5	0.0	17.5	0.0	0.0	1.3
지역	서울	(593)	52.2	24.3	10.9	7.7	4.8	1.9
	인천/경기	(884)	48.9	25.8	15.3	6.3	3.7	1.9
	대전/충청/세종	(270)	49.0	23.8	14.0	7.8	5.4	2.0
	광주/전라/제주	(259)	58.2	22.9	10.4	5.3	3.2	1.7
	부산/울산/경남	(392)	44.3	23.7	14.7	8.7	8.6	2.2
	대구/경북 강원	(209) (80)	55.4 58.8	23.9 23.3	15.1 14.3	3.5 2.2	2.2 1.4	1.7 1.6
직업	사무직	(721)	47.0	26.5	14.5	6.1	5.8	2.0
	서비스/판매직	(944)	53.7	23.0	12.6	7.9	2.8	1.8
	생산직	(210)	57.7	22.7	8.6	5.5	5.5	1.8
	학생	(375)	46.0	26.5	16.1	6.1	5.3	2.0
	주부	(367)	50.3	24.2	15.8	4.4	5.2	1.9
	기타	(15)	39.0	22.0	7.5	25.6	5.9	2.5
	무직	(55)	55.6	18.7	6.6	11.7	7.4	2.1
학력	초/중/고등학생	(244)	54.8	22.6	12.4	4.5	5.8	1.9
	대학생/대학원생	(166)	29.5	33.5	20.1	12.7	4.2	2.3
	고졸이하	(740)	63.3	19.5	8.8	6.6	1.9	1.7
	대졸이상	(1,537)	46.3	26.2	15.4	6.4	5.8	2.0
가구소득	100만원 미만	(32)	38.7	32.9	11.2	7.7	9.5	2.2
	100-199만원	(32)	56.7	26.1	5.0	3.6	8.7	1.9
	200-299만원	(154)	55.2	23.0	12.0	6.3	3.5	1.8
	300-399만원	(455)	57.6	24.1	8.7	4.5	5.1	1.8
	400-499만원	(675)	52.8	21.8	15.0	7.4	2.9	1.9
	500-599만원	(737)	49.3	25.2	12.9	7.1	5.4	2.0
	600-699만원	(333)	39.6	28.7	18.8	7.8	5.1	2.1
	700만원 이상	(267)	48.9	24.1	15.8	6.6	4.7	2.0

〈통계표 8〉 A1. 최근 1년 AVOD(무료) 이용 개수

단위 : 개

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,283)	95.5	3.8	0.7	1.1
성별	남성	(2,144)	95.4	3.7	0.9	1.1
	여성	(2,139)	95.6	3.8	0.6	1.0
연령	10대	(441)	92.5	6.3	1.2	1.1
	20대	(504)	91.0	8.1	0.9	1.1
	30대	(644)	92.3	6.7	0.9	1.1
	40대	(767)	95.8	3.0	1.2	1.1
	50대	(835)	97.6	1.9	0.5	1.0
	60대	(851)	98.5	1.2	0.3	1.0
	70세 이상	(241)	100.0	0.0	0.0	1.0
가족구성	독신가구	(222)	93.6	5.1	1.3	1.1
	1세대가구	(1,271)	96.9	2.5	0.5	1.0
	2세대가구	(2,708)	95.1	4.2	0.7	1.1
	3세대가구	(79)	91.9	4.2	3.9	1.1
	기타	(3)	77.5	22.5	0.0	1.2
지역	서울	(785)	93.3	5.5	1.2	1.1
	인천/경기	(1,429)	95.9	3.6	0.4	1.0
	대전/충청/세종	(459)	93.7	5.7	0.6	1.1
	광주/전라/제주	(447)	95.5	3.8	0.7	1.1
	부산/울산/경남	(629)	96.1	2.7	1.2	1.1
	대구/경북	(408)	98.5	1.1	0.4	1.0
	강원	(126)	98.1	1.2	0.7	1.0
직업	사무직	(854)	93.5	5.1	1.5	1.1
	서비스/판매직	(1,545)	95.8	3.7	0.5	1.0
	생산직	(541)	97.6	2.2	0.2	1.0
	학생	(507)	92.5	6.3	1.2	1.1
	주부	(626)	97.7	1.9	0.4	1.0
	기타	(18)	90.9	5.7	3.4	1.1
	무직	(192)	97.3	2.0	0.7	1.0
학력	초/중/고등학생	(362)	92.1	6.7	1.3	1.1
	대학생/대학원생	(180)	89.6	9.3	1.2	1.1
	고졸이하	(1,843)	97.7	2.0	0.3	1.0
	대졸이상	(1,898)	94.6	4.4	1.0	1.1
가구소득	100만원 미만	(89)	98.0	2.0	0.0	1.0
	100-199만원	(212)	98.5	0.6	0.9	1.0
	200-299만원	(427)	96.0	3.5	0.5	1.0
	300-399만원	(770)	96.0	3.5	0.4	1.0
	400-499만원	(1,009)	95.6	4.1	0.3	1.0
	500-599만원	(974)	95.5	3.7	0.7	1.1
	600-699만원	(453)	92.1	6.1	1.7	1.1
	700만원 이상	(348)	95.2	3.1	1.7	1.1

〈통계표 9〉 A1. 최근 1년 이용 OTT 서비스(중복응답)(1)

단위 : %

전체		사레수 (명)	넷플릭스	티빙	웨이브	디즈니 플러스	왓차	쿠팡플 레이	애플TV +	아마존 프라임	U+모 바일 tv	지니 TV 모바일	모바일 Btv	스포티 비 나우
▣ 전체 ▣		(5,033)	44.4	17.0	6.9	10.1	2.0	14.8	0.7	0.2	2.4	1.5	1.0	0.8
성별	남성	(2,500)	41.5	14.2	7.1	10.2	2.4	12.9	0.9	0.3	1.8	1.2	0.9	1.4
	여성	(2,533)	47.3	19.7	6.6	10.1	1.6	16.6	0.5	0.1	3.0	1.9	1.0	0.2
연령	10대	(480)	54.9	25.2	7.4	12.5	4.2	14.8	1.1	0.0	1.4	1.6	0.3	2.0
	20대	(541)	70.9	36.2	12.1	20.7	6.7	32.9	1.4	0.4	5.0	3.5	0.3	1.7
	30대	(709)	75.3	34.1	17.4	24.0	2.5	25.8	1.9	0.9	4.3	2.1	2.3	2.3
	40대	(855)	60.7	18.8	8.7	14.0	1.4	21.5	0.8	0.2	3.0	2.0	2.1	0.6
	50대	(934)	39.2	11.1	3.6	4.0	0.9	10.6	0.1	0.0	1.8	1.1	0.8	0.1
	60대	(1,048)	14.4	3.0	1.2	0.9	0.7	1.9	0.0	0.0	1.0	0.6	0.3	0.0
	70세 이상	(467)	4.0	0.0	0.0	0.2	0.0	1.7	0.6	0.0	0.8	0.2	0.3	0.0
가족구성	독신가구	(291)	37.0	20.7	5.8	7.0	4.1	15.6	1.0	0.2	1.8	0.8	0.9	1.7
	1세대가구	(1,584)	27.7	10.5	4.3	5.9	1.5	10.2	0.2	0.0	1.0	1.2	0.5	0.3
	2세대가구	(3,068)	53.8	19.9	8.3	12.6	2.0	16.8	1.0	0.3	2.9	1.7	1.2	0.9
	3세대가구	(88)	43.0	19.0	6.7	13.4	2.7	22.5	0.4	0.0	11.0	2.3	2.4	2.7
	기타	(3)	9.8	0.0	0.0	0.0	0.0	56.2	0.0	0.0	9.8	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(921)	57.7	20.8	7.1	12.0	1.8	16.5	1.1	0.6	1.5	1.0	0.4	1.4
	인천/경기	(1,610)	44.1	19.1	6.6	12.5	1.6	14.2	0.6	0.1	3.0	0.7	1.2	0.5
	대전/충청/세종	(551)	41.6	14.0	5.7	9.3	2.7	13.4	0.7	0.4	3.2	2.8	0.7	1.0
	광주/전라/제주	(556)	33.9	10.7	6.5	5.4	0.8	12.1	0.5	0.2	2.4	5.3	2.4	0.4
	부산/울산/경남	(753)	44.2	19.9	9.8	9.9	3.7	18.3	0.6	0.0	3.4	1.2	1.0	1.0
	대구/경북 강원	(490) (152)	35.0 45.8	11.4 9.3	4.8 5.2	6.4 6.5	1.1 3.9	12.3 14.7	1.1 0.6	0.2 0.0	0.6 0.0	0.3 0.1	0.1 0.1	0.6 0.0
직업	사무직	(947)	62.6	27.0	11.0	15.6	3.3	23.2	1.0	0.6	3.3	1.1	1.9	1.3
	서비스/판매직	(1,771)	45.6	15.1	5.8	10.6	1.5	13.7	0.5	0.1	2.6	1.4	0.7	0.6
	생산직	(683)	25.4	8.5	4.5	4.8	1.0	8.1	0.3	0.0	1.5	1.3	0.6	0.2
	학생	(550)	56.4	26.5	8.4	12.7	5.3	16.0	1.2	0.2	1.2	1.3	0.5	2.2
	주부	(771)	37.8	14.4	6.9	8.1	0.2	15.2	1.1	0.0	2.3	2.5	1.2	0.0
	기타 무직	(20) (292)	61.3 16.3	29.0 4.0	19.9 1.4	24.5 1.6	7.3 1.3	24.3 5.7	0.0 1.0	0.0 1.0	7.3 2.6	0.0 1.5	2.5 0.9	0.0 1.3
학력	초/중/고등학생	(396)	49.8	19.7	6.7	11.5	3.0	13.7	1.1	0.0	1.4	1.4	0.3	1.9
	대학생/대학원생	(192)	75.3	43.9	13.7	19.3	8.9	25.3	1.4	0.4	2.0	1.0	0.6	2.5
	고졸이하	(2,353)	26.3	7.3	2.9	3.4	0.8	7.7	0.2	0.1	1.6	0.7	0.7	0.1
	대졸이상	(2,093)	60.9	24.9	10.8	16.6	2.5	21.9	1.2	0.4	3.6	2.5	1.4	1.2
가구소득	100만원 미만	(164)	17.1	8.1	3.2	1.7	3.9	6.6	0.4	0.0	0.7	0.2	0.0	1.3
	100-199만원	(323)	8.0	2.2	1.0	0.6	0.6	3.3	0.0	0.0	0.4	0.4	1.1	0.2
	200-299만원	(540)	23.6	9.3	2.8	4.1	0.8	7.4	0.4	0.1	1.2	1.0	0.2	0.6
	300-399만원	(902)	37.8	14.4	5.4	8.8	1.7	14.1	0.7	0.5	1.3	2.1	0.8	0.7
	400-499만원	(1,124)	51.3	19.0	8.5	10.6	1.8	13.3	1.1	0.3	2.4	1.9	0.5	1.1
	500-599만원	(1,083)	58.8	22.1	9.7	14.1	2.6	19.7	0.4	0.0	2.4	1.2	1.2	0.5
	600-699만원	(503)	55.2	26.0	10.5	14.5	3.1	19.3	0.7	0.3	4.5	2.0	1.9	1.1
	700만원 이상	(393)	56.2	18.0	4.9	14.7	2.2	23.8	1.9	0.0	6.3	1.3	1.9	1.2

〈통계표 10〉 A1. 최근 1년 이용 OTT 서비스(중복응답)(2)

단위 : %

전체		사례수 (명)	라프 텔	위버 스	유튜 브 (프리 미엄 포함)	아프 리카 TV	카카 오 TV	네이 버 NOW(네이 버TV)	네이 버 시리 즈온(동영 상시 청에 한 함)	곰 TV	네이 버 치지 직	트위 치	삼성T V플러 스	LG 채널	이 중에 없음
▣ 전체 ▣		(5,033)	0.4	0.6	84.9	1.0	0.6	1.3	0.9	0.0	0.8	0.0	0.3	0.3	10.7
성별	남성	(2,500)	0.4	0.2	85.5	1.8	0.4	1.2	0.5	0.0	1.0	0.0	0.3	0.3	11.2
	여성	(2,533)	0.4	1.1	84.3	0.3	0.8	1.4	1.3	0.1	0.6	0.0	0.3	0.2	10.1
연령	10대	(480)	1.5	2.6	91.6	3.2	0.8	1.0	1.1	0.0	2.2	0.1	0.4	0.4	4.4
	20대	(541)	1.6	2.4	92.9	1.5	1.9	2.1	1.5	0.0	2.5	0.0	0.5	0.5	0.4
	30대	(709)	0.3	0.5	90.7	1.7	0.0	1.9	2.9	0.0	1.4	0.0	0.5	0.2	1.7
	40대	(855)	0.4	0.4	89.4	1.0	1.0	2.0	1.0	0.1	0.0	0.0	0.5	0.2	3.6
	50대	(934)	0.0	0.0	89.4	0.6	0.6	0.9	0.3	0.1	0.2	0.0	0.2	0.4	6.3
	60대	(1,048)	0.0	0.0	80.8	0.3	0.2	1.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.2	0.0	18.2
	70세 이상	(467)	0.0	0.0	51.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	47.3
가족구성	독신가구	(291)	0.8	0.7	76.2	0.8	1.2	1.4	1.1	0.0	1.7	0.0	0.0	0.2	22.2
	1세대가구	(1,584)	0.2	0.2	79.8	0.8	0.2	0.9	1.0	0.0	0.5	0.0	0.3	0.2	17.5
	2세대가구	(3,068)	0.5	0.9	88.2	1.2	0.7	1.4	0.8	0.1	0.8	0.0	0.4	0.3	6.1
	3세대가구	(88)	0.5	0.9	89.7	0.9	3.4	4.2	1.7	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	8.5
	기타	(3)	0.0	0.0	100.0	0.0	22.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8	0.0	0.0
지역	서울	(921)	0.6	0.2	84.9	1.0	0.8	3.4	1.2	0.0	0.5	0.0	0.1	0.5	11.0
	인천/경기	(1,610)	0.2	0.6	88.5	0.8	0.8	0.8	1.1	0.0	0.7	0.0	0.1	0.0	7.4
	대전/충청/세종	(551)	0.8	2.2	82.9	1.2	0.3	2.0	1.5	0.1	1.0	0.0	0.5	0.1	13.5
	광주/전라/제주	(556)	0.4	0.1	80.2	1.3	0.7	1.5	0.4	0.0	0.5	0.0	1.3	1.0	14.7
	부산/울산/경남	(753)	0.5	0.9	83.3	1.6	0.3	0.3	0.7	0.1	1.5	0.0	0.2	0.2	11.5
	대구/경북 강원	(490) (152)	0.2 0.0	0.0 0.0	83.2 83.2	0.7 0.6	0.3 0.6	0.1 0.6	0.0 0.4	0.0 0.0	0.4 0.6	0.1 0.0	0.6 0.0	0.1 0.4	13.0 7.2
직업	사무직	(947)	0.3	0.2	90.1	1.0	0.5	2.1	2.6	0.1	1.1	0.0	0.5	0.3	3.3
	서비스/판매직	(1,771)	0.1	0.3	87.0	1.0	0.9	1.6	0.5	0.0	0.4	0.0	0.2	0.1	8.9
	생산직	(683)	0.4	0.0	79.1	0.9	0.1	0.7	0.0	0.2	0.5	0.0	0.3	0.5	18.5
	학생	(550)	1.9	2.6	91.7	3.0	0.7	1.1	1.2	0.0	2.5	0.1	0.4	0.5	4.0
	주부	(771)	0.2	1.3	81.1	0.2	0.6	0.5	0.7	0.0	0.1	0.0	0.5	0.2	13.2
	기타	(20)	4.9	2.0	87.1	0.0	2.1	0.0	5.9	0.0	2.9	0.0	2.0	0.0	3.8
	무직	(292)	0.5	0.2	65.7	0.6	0.0	0.9	0.1	0.0	0.8	0.0	0.4	0.1	33.3
학력	초/중/고등학생	(396)	1.3	2.6	91.1	3.7	0.4	1.1	1.3	0.0	2.1	0.2	0.5	0.5	5.1
	대학생/대학원생	(192)	3.0	2.3	93.2	1.0	1.4	5.0	1.7	0.0	2.7	0.0	0.4	0.3	1.6
	고졸이하	(2,353)	0.1	0.2	78.1	0.5	0.6	0.7	0.1	0.1	0.3	0.0	0.1	0.1	19.7
	대졸이상	(2,093)	0.4	0.6	90.5	1.2	0.6	1.7	1.7	0.0	0.9	0.0	0.6	0.4	2.4
가구소득	100만원 미만	(164)	0.3	0.5	54.2	0.1	0.4	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	43.8
	100-199만원	(323)	0.5	0.3	65.5	0.3	0.2	0.0	0.4	0.0	0.7	0.0	0.4	0.0	33.8
	200-299만원	(540)	0.2	0.4	78.7	0.7	1.6	0.7	0.1	0.0	0.9	0.0	0.1	0.3	18.5
	300-399만원	(902)	0.2	1.3	85.1	0.7	0.5	1.9	0.4	0.0	0.5	0.0	0.3	0.2	10.4
	400-499만원	(1,124)	0.5	0.7	89.6	1.5	0.3	1.1	0.6	0.0	0.8	0.0	0.3	0.3	6.0
	500-599만원	(1,083)	0.5	0.5	89.7	1.2	0.5	1.0	1.0	0.1	1.0	0.1	0.6	0.2	5.2
	600-699만원	(503)	0.8	0.2	89.9	1.4	0.7	2.7	3.6	0.1	0.5	0.0	0.5	0.6	4.6
	700만원 이상	(393)	0.3	0.6	88.3	1.0	1.0	2.1	1.1	0.0	0.9	0.0	0.1	0.1	3.9

〈통계표 11〉 A1-1. 최근 1개월 온라인동영상서비스(OTT) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	88.6	11.4
성별	남성	(2,500)	87.9	12.1
	여성	(2,533)	89.2	10.8
연령	10대	(480)	94.5	5.5
	20대	(541)	99.3	0.7
	30대	(709)	97.7	2.3
	40대	(855)	95.6	4.4
	50대	(934)	92.8	7.2
	60대	(1,048)	80.8	19.2
	70세 이상	(467)	52.1	47.9
가족구성	독신가구	(291)	77.1	22.9
	1세대가구	(1,584)	81.6	18.4
	2세대가구	(3,068)	93.2	6.8
	3세대가구	(88)	91.5	8.5
	기타	(3)	66.1	33.9
지역	서울	(921)	88.0	12.0
	인천/경기	(1,610)	92.5	7.5
	대전/충청/세종	(551)	85.7	14.3
	광주/전라/제주	(556)	84.2	15.8
	부산/울산/경남	(753)	87.1	12.9
	대구/경북 강원	(490) (152)	86.0 92.0	14.0 8.0
직업	사무직	(947)	96.3	3.7
	서비스/판매직	(1,771)	90.2	9.8
	생산직	(683)	80.6	19.4
	학생	(550)	95.1	4.9
	주부	(771)	86.0	14.0
	기타	(20)	94.6	5.4
	무직	(292)	66.2	33.8
학력	초/중/고등학생	(396)	93.6	6.4
	대학생/대학원생	(192)	97.4	2.6
	고졸이하	(2,353)	79.3	20.7
	대졸이상	(2,093)	97.2	2.8
가구소득	100만원 미만	(164)	55.0	45.0
	100-199만원	(323)	66.2	33.8
	200-299만원	(540)	80.5	19.5
	300-399만원	(902)	88.3	11.7
	400-499만원	(1,124)	93.0	7.0
	500-599만원	(1,083)	94.5	5.5
	600-699만원	(503)	94.7	5.3
	700만원 이상	(393)	96.0	4.0

〈통계표 12〉 A1-1. 최근 1개월 SVOD(유료) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	50.4	49.6
성별	남성	(2,500)	47.5	52.5
	여성	(2,533)	53.2	46.8
연령	10대	(480)	62.8	37.2
	20대	(541)	83.8	16.2
	30대	(709)	84.4	15.6
	40대	(855)	68.3	31.7
	50대	(934)	42.8	57.2
	60대	(1,048)	16.4	83.6
	70세 이상	(467)	6.0	94.0
가족구성	독신가구	(291)	43.7	56.3
	1세대가구	(1,584)	32.8	67.2
	2세대가구	(3,068)	60.2	39.8
	3세대가구	(88)	49.8	50.2
	기타	(3)	33.8	66.2
지역	서울	(921)	60.3	39.7
	인천/경기	(1,610)	52.5	47.5
	대전/충청/세종	(551)	45.5	54.5
	광주/전라/제주	(556)	41.5	58.5
	부산/울산/경남	(753)	49.8	50.2
	대구/경북	(490)	41.1	58.9
	강원	(152)	51.3	48.7
직업	사무직	(947)	73.5	26.5
	서비스/판매직	(1,771)	50.6	49.4
	생산직	(683)	28.0	72.0
	학생	(550)	64.5	35.5
	주부	(771)	43.3	56.7
	기타	(20)	62.6	37.4
	무직	(292)	18.1	81.9
학력	초/중/고등학생	(396)	58.0	42.0
	대학생/대학원생	(192)	81.4	18.6
	고졸이하	(2,353)	29.1	70.9
	대졸이상	(2,093)	70.1	29.9
가구소득	100만원 미만	(164)	17.7	82.3
	100-199만원	(323)	9.5	90.5
	200-299만원	(540)	27.2	72.8
	300-399만원	(902)	46.7	53.3
	400-499만원	(1,124)	56.3	43.7
	500-599만원	(1,083)	65.0	35.0
	600-699만원	(503)	64.5	35.5
	700만원 이상	(393)	62.7	37.3

〈통계표 13〉 A1-1. 최근 1개월 AVOD(무료) 이용 여부

단위 : %

전체		사례수 (명)	이용	미이용
▣ 전체 ▣		(5,033)	83.5	16.5
성별	남성	(2,500)	83.8	16.2
	여성	(2,533)	83.1	16.9
연령	10대	(480)	89.7	10.3
	20대	(541)	91.8	8.2
	30대	(709)	89.5	10.5
	40대	(855)	86.6	13.4
	50대	(934)	87.9	12.1
	60대	(1,048)	80.2	19.8
	70세 이상	(467)	51.0	49.0
가족구성	독신가구	(291)	74.1	25.9
	1세대가구	(1,584)	79.0	21.0
	2세대가구	(3,068)	86.5	13.5
	3세대가구	(88)	88.9	11.1
	기타	(3)	66.1	33.9
지역	서울	(921)	84.0	16.0
	인천/경기	(1,610)	86.5	13.5
	대전/충청/세종	(551)	82.2	17.8
	광주/전라/제주	(556)	79.4	20.6
	부산/울산/경남	(753)	81.6	18.4
	대구/경북	(490)	81.7	18.3
	강원	(152)	82.3	17.7
직업	사무직	(947)	87.8	12.2
	서비스/판매직	(1,771)	85.6	14.4
	생산직	(683)	78.0	22.0
	학생	(550)	90.2	9.8
	주부	(771)	80.1	19.9
	기타	(20)	85.5	14.5
	무직	(292)	65.6	34.4
학력	초/중/고등학생	(396)	89.7	10.3
	대학생/대학원생	(192)	89.6	10.4
	고졸이하	(2,353)	76.9	23.1
	대졸이상	(2,093)	89.1	10.9
가구소득	100만원 미만	(164)	53.1	46.9
	100-199만원	(323)	65.3	34.7
	200-299만원	(540)	77.4	22.6
	300-399만원	(902)	84.0	16.0
	400-499만원	(1,124)	87.5	12.5
	500-599만원	(1,083)	88.4	11.6
	600-699만원	(503)	87.7	12.3
	700만원 이상	(393)	87.7	12.3

〈통계표 14〉 A1-1. 최근 1개월 이용 OTT 서비스(중복응답)(1)

단위 : %

전체		사례수 (명)	넷플릭스	티빙	웨이브	디즈니 플러스	왓차	쿠팡플 레이	애플TV +	아마존 프라임	U+모바 일 tv	지니 TV 모바일	모바일 Btv
▣ 전체 ▣		(5,033)	40.8	15.0	4.8	7.5	1.2	11.9	0.4	0.1	1.7	1.3	0.8
성별	남성	(2,500)	38.5	12.5	4.9	7.4	1.4	9.7	0.6	0.2	1.1	0.8	0.7
	여성	(2,533)	43.1	17.6	4.6	7.7	1.1	14.0	0.3	0.0	2.4	1.7	0.9
연령	10대	(480)	50.6	22.1	5.1	8.7	2.2	11.5	0.6	0.0	0.9	1.2	0.2
	20대	(541)	66.3	32.8	8.6	16.6	4.5	27.8	0.7	0.2	3.0	3.0	0.3
	30대	(709)	70.2	31.0	13.0	17.8	2.0	21.0	1.2	0.0	3.9	2.1	2.0
	40대	(855)	54.9	15.9	5.2	9.8	0.6	16.3	0.8	0.4	1.9	1.5	1.6
	50대	(934)	35.2	9.9	2.3	3.2	0.4	8.4	0.0	0.0	1.4	1.0	0.8
	60대	(1,048)	13.3	2.4	1.0	0.6	0.4	1.6	0.0	0.0	0.6	0.4	0.3
	70세 이상	(467)	3.4	0.0	0.0	0.2	0.0	1.7	0.0	0.0	0.8	0.2	0.3
가족 구성	독신가구	(291)	34.7	17.7	3.7	4.9	2.0	12.5	0.6	0.2	1.4	0.6	0.9
	1세대가구	(1,584)	26.1	9.9	2.8	4.6	1.2	8.5	0.0	0.0	1.0	1.0	0.5
	2세대가구	(3,068)	49.0	17.4	5.8	9.2	1.2	13.3	0.6	0.1	1.9	1.5	1.0
	3세대가구	(88)	40.2	18.2	5.4	12.3	1.2	20.3	0.0	0.0	11.0	1.7	1.6
	기타	(3)	9.8	0.0	0.0	0.0	0.0	33.8	0.0	0.0	9.8	0.0	0.0
지역	서울	(921)	52.7	18.2	4.3	9.5	0.8	13.0	0.4	0.0	0.6	0.8	0.4
	인천/경기	(1,610)	40.4	17.1	4.1	8.8	0.9	12.0	0.4	0.0	2.2	0.6	1.1
	대전/충청/세종	(551)	38.8	12.8	4.9	7.3	1.6	10.9	0.2	0.0	2.7	2.5	0.4
	광주/전라/제주	(556)	28.8	8.5	4.0	3.7	0.4	8.0	0.3	0.2	2.0	4.5	2.0
	부산/울산/경남	(753)	41.3	17.3	7.7	7.1	2.9	14.8	0.5	0.2	2.5	1.0	0.9
	대구/경북 강원	(490) (152)	33.8 43.7	10.9 7.9	4.0 4.7	5.4 6.0	0.3 3.6	10.2 11.9	0.8 0.4	0.2 0.0	0.3 0.0	0.2 0.1	0.0 0.1
직업	사무직	(947)	58.3	24.2	7.2	11.5	2.4	18.6	0.8	0.2	2.7	0.9	1.6
	서비스/판매직	(1,771)	42.0	13.9	4.3	8.1	0.9	10.6	0.2	0.0	1.8	1.3	0.5
	생산직	(683)	23.3	7.3	2.3	2.7	0.7	6.2	0.3	0.3	0.6	1.1	0.5
	학생	(550)	52.0	22.9	6.0	8.9	3.2	12.5	0.7	0.0	1.0	0.9	0.3
	주부	(771)	33.5	12.1	5.4	6.7	0.2	13.6	0.7	0.0	1.6	2.4	1.3
	기타 무직	(20) (292)	50.6 15.5	23.1 3.1	11.7 0.9	18.1 1.3	0.0 0.3	11.5 5.2	0.0 0.0	0.0 0.2	0.0 2.3	0.0 0.9	2.5 0.7
학력	초/중/고등학생	(396)	45.8	16.4	4.1	7.9	1.8	10.6	0.5	0.0	1.1	1.1	0.2
	대학생/대학원생	(192)	66.1	40.1	10.4	14.0	5.2	19.7	1.2	0.0	1.6	0.7	0.4
	고졸이하	(2,353)	24.0	6.4	1.9	2.2	0.4	5.9	0.0	0.0	1.0	0.7	0.7
	대졸이상	(2,093)	56.4	22.2	7.6	12.8	1.7	18.1	0.8	0.2	2.7	2.1	1.1
가구 소득	100만원 미만	(164)	14.5	6.0	1.8	0.7	1.7	4.1	0.4	0.0	0.0	0.2	0.0
	100-199만원	(323)	7.5	2.2	0.7	0.2	0.4	2.7	0.0	0.0	0.0	0.3	1.1
	200-299만원	(540)	22.4	8.1	1.8	3.2	0.2	6.3	0.4	0.1	1.1	0.7	0.1
	300-399만원	(902)	33.9	12.6	4.1	6.8	1.0	12.3	0.5	0.1	1.2	1.9	0.8
	400-499만원	(1,124)	46.6	16.4	6.2	7.5	1.1	10.7	0.3	0.1	1.8	1.8	0.5
	500-599만원	(1,083)	54.7	20.4	6.9	10.6	1.9	15.1	0.3	0.0	1.4	1.0	1.0
	600-699만원	(503)	52.5	23.7	6.7	11.7	1.6	15.8	0.1	0.1	3.2	1.4	1.3
	700만원 이상	(393)	50.5	14.7	2.4	10.2	1.8	18.7	1.7	0.4	4.8	1.2	1.8

〈통계표 15〉 A1-1. 최근 1개월 이용 OTT 서비스(중복응답)(2)

단위 : %

전체		사레수 (명)	스포티 비 나우	라프텔	위버스	유튜브 (프리 미엄 포함)	아프리 카 TV	카카오 TV	네이버 NOW/ 네이버 TV	네이버 시리즈 온(동 영상시 청에 한 함)	곰 TV	네이버 치지직	이 중에 없음
▣ 전체 ▣		(5,033)	0.6	0.3	0.4	83.3	0.7	0.2	1.0	0.7	0.0	0.5	11.4
성별	남성	(2,500)	1.1	0.2	0.1	83.7	1.3	0.2	0.9	0.3	0.0	0.6	12.1
	여성	(2,533)	0.1	0.4	0.7	82.9	0.1	0.2	1.1	1.1	0.0	0.4	10.8
연령	10대	(480)	1.8	1.5	2.2	89.4	2.4	0.4	0.9	0.8	0.0	1.7	5.5
	20대	(541)	0.9	1.3	1.3	91.5	1.3	0.2	1.6	1.4	0.0	1.9	0.7
	30대	(709)	2.0	0.3	0.2	89.4	1.4	0.0	1.4	2.2	0.0	1.0	2.3
	40대	(855)	0.4	0.0	0.4	86.3	0.5	0.6	1.4	0.6	0.1	0.0	4.4
	50대	(934)	0.1	0.0	0.0	87.9	0.2	0.0	0.6	0.3	0.0	0.1	7.2
	60대	(1,048)	0.0	0.0	0.0	79.9	0.1	0.2	1.1	0.2	0.0	0.0	19.2
	70세 이상	(467)	0.0	0.0	0.0	51.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.9
가족 구성	독신가구	(291)	0.8	0.6	0.6	74.0	0.6	0.0	0.9	1.1	0.0	1.1	22.9
	1세대가구	(1,584)	0.3	0.1	0.2	78.6	0.6	0.1	0.9	1.0	0.0	0.4	18.4
	2세대가구	(3,068)	0.7	0.4	0.6	86.4	0.8	0.2	1.0	0.5	0.0	0.5	6.8
	3세대가구	(88)	2.7	0.0	0.9	88.9	0.7	3.4	4.0	1.7	0.0	0.7	8.5
	기타	(3)	0.0	0.0	0.0	66.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.9
지역	서울	(921)	1.0	0.6	0.1	83.8	0.8	0.7	2.9	1.1	0.0	0.5	12.0
	인천/경기	(1,610)	0.5	0.1	0.6	86.3	0.7	0.1	0.4	0.8	0.0	0.4	7.5
	대전/충청/세종	(551)	0.8	0.8	1.2	82.1	0.7	0.2	1.8	1.3	0.1	0.8	14.3
	광주/전라/제주	(556)	0.2	0.2	0.1	79.2	0.5	0.2	1.1	0.4	0.0	0.3	15.8
	부산/울산/경남	(753)	0.8	0.2	0.6	81.4	1.1	0.1	0.1	0.5	0.0	0.9	12.9
	대구/경북 강원	(490) (152)	0.6 0.0	0.2 0.0	0.0 0.0	81.7 82.3	0.5 0.2	0.2 0.0	0.1 0.6	0.0 0.0	0.0 0.0	0.4 0.0	14.0 8.0
직업	사무직	(947)	1.2	0.1	0.1	87.6	0.7	0.3	1.2	1.9	0.1	0.8	3.7
	서비스/판매직	(1,771)	0.4	0.1	0.2	85.4	0.5	0.2	1.4	0.4	0.0	0.3	9.8
	생산직	(683)	0.0	0.0	0.0	77.9	0.8	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	19.4
	학생	(550)	1.7	1.9	2.1	89.7	2.2	0.4	1.1	1.0	0.0	1.9	4.9
	주부	(771)	0.0	0.2	0.8	80.1	0.2	0.3	0.3	0.7	0.0	0.1	14.0
	기타	(20)	0.0	2.0	0.0	85.5	0.0	2.1	0.0	2.9	0.0	0.0	5.4
	무직	(292)	1.3	0.4	0.2	65.4	0.6	0.0	0.7	0.1	0.0	0.8	33.8
학력	초/중/고등학생	(396)	1.9	1.3	2.1	89.4	2.7	0.4	1.1	1.0	0.0	1.4	6.4
	대학생/대학원생	(192)	1.3	3.1	2.1	88.7	0.6	0.3	4.8	1.7	0.0	2.4	2.6
	고졸이하	(2,353)	0.0	0.0	0.2	76.8	0.3	0.1	0.6	0.0	0.0	0.1	20.7
	대졸이상	(2,093)	1.0	0.2	0.3	89.0	0.8	0.3	1.2	1.4	0.0	0.6	2.8
가구 소득	100만원 미만	(164)	0.0	0.4	0.6	52.8	0.0	0.0	0.4	0.5	0.0	0.0	45.0
	100-199만원	(323)	0.2	0.3	0.3	65.3	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	0.4	33.8
	200-299만원	(540)	0.6	0.1	0.4	77.4	0.4	0.0	0.4	0.1	0.0	0.5	19.5
	300-399만원	(902)	0.4	0.0	0.5	83.8	0.5	0.1	1.8	0.3	0.0	0.4	11.7
	400-499만원	(1,124)	1.1	0.5	0.5	87.3	1.0	0.2	0.8	0.5	0.0	0.6	7.0
	500-599만원	(1,083)	0.4	0.5	0.5	88.3	1.1	0.3	0.7	0.7	0.0	0.8	5.5
	600-699만원	(503)	0.6	0.4	0.0	87.5	0.7	0.2	2.1	3.0	0.1	0.4	5.3
	700만원 이상	(393)	1.2	0.2	0.6	87.4	0.6	0.7	1.2	1.0	0.0	0.3	4.0

〈통계표 16〉 A1-1. 최근 1개월 온라인동영상서비스(OTT) 이용 개수

단위 : 개

최근 1개월 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,457)	45.8	30.0	14.3	5.6	4.4	2.0
성별	남성	(2,199)	47.9	30.9	12.5	4.8	3.9	1.9
	여성	(2,258)	43.7	29.2	15.9	6.3	4.9	2.0
연령	10대	(453)	34.5	36.5	15.6	8.9	4.5	2.2
	20대	(537)	18.8	35.4	24.3	10.5	11.0	2.7
	30대	(693)	18.6	33.8	26.8	10.1	10.6	2.7
	40대	(818)	33.5	40.8	15.8	6.4	3.6	2.1
	50대	(866)	56.2	29.3	10.5	2.5	1.4	1.6
	60대	(847)	79.3	16.5	3.0	0.9	0.4	1.3
	70세 이상	(243)	90.6	8.4	1.1	0.0	0.0	1.1
가족구성	독신가구	(224)	44.3	27.9	14.5	8.3	5.1	2.1
	1세대가구	(1,292)	61.5	22.1	9.0	3.5	3.9	1.7
	2세대가구	(2,858)	38.9	34.0	16.5	6.2	4.4	2.1
	3세대가구	(80)	40.1	21.4	19.2	6.6	12.7	2.3
	기타	(2)	48.9	36.2	0.0	14.9	0.0	1.8
지역	서울	(811)	33.6	35.4	19.0	5.5	6.5	2.2
	인천/경기	(1,489)	46.0	30.9	14.5	4.9	3.7	1.9
	대전/충청/세종	(472)	47.2	26.8	12.8	7.6	5.6	2.0
	광주/전라/제주	(468)	53.2	31.8	9.5	3.2	2.2	1.7
	부산/울산/경남	(656)	46.0	26.2	13.7	7.3	6.9	2.1
	대구/경북 강원	(421) (140)	55.6 52.6	25.1 26.2	12.0 15.1	5.6 5.6	1.7 0.6	1.7 1.8
직업	사무직	(911)	28.4	36.3	21.9	6.6	6.8	2.3
	서비스/판매직	(1,597)	46.5	31.5	13.2	5.1	3.8	1.9
	생산직	(550)	67.0	19.4	9.5	1.8	2.2	1.5
	학생	(523)	33.3	35.8	16.2	9.6	5.1	2.2
	주부	(663)	52.3	26.1	11.8	6.3	3.4	1.9
	기타	(19)	42.9	24.7	14.7	3.1	14.6	2.2
	무직	(193)	73.0	16.4	3.8	1.6	5.2	1.5
학력	초/중/고등학생	(371)	38.9	37.7	11.9	7.2	4.2	2.0
	대학생/대학원생	(187)	19.2	31.7	24.3	14.2	10.7	2.7
	고졸이하	(1,866)	64.9	23.4	7.9	2.4	1.5	1.5
	대졸이상	(2,034)	31.9	34.5	19.6	7.3	6.6	2.3
가구소득	100만원 미만	(90)	70.4	14.7	8.1	5.1	1.8	1.5
	100-199만원	(214)	86.6	7.4	4.1	1.0	1.0	1.2
	200-299만원	(435)	67.9	19.0	7.9	3.2	2.1	1.5
	300-399만원	(797)	49.6	32.0	10.8	3.4	4.2	1.8
	400-499만원	(1,044)	41.9	34.2	13.6	5.8	4.5	2.0
	500-599만원	(1,024)	34.2	34.7	18.8	6.6	5.7	2.2
	600-699만원	(476)	33.2	31.4	21.0	9.1	5.3	2.3
	700만원 이상	(377)	41.1	28.9	17.2	7.7	5.1	2.1

〈통계표 17〉 A1-1. 최근 1개월 SVOD(유료) 이용 개수

단위 : 개

최근 1개월 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(2,537)	55.7	26.6	10.8	4.6	2.3	1.7
성별	남성	(1,188)	59.6	24.4	9.8	3.7	2.5	1.7
	여성	(1,349)	52.2	28.6	11.6	5.4	2.2	1.8
연령	10대	(301)	54.2	28.0	12.3	3.1	2.5	1.7
	20대	(453)	44.9	28.9	15.1	5.9	5.2	2.0
	30대	(599)	44.0	31.2	13.8	7.5	3.4	2.0
	40대	(584)	60.0	25.9	9.7	3.6	0.8	1.6
	50대	(400)	66.8	23.9	5.7	2.8	0.7	1.5
	60대	(172)	80.6	14.2	3.4	1.8	0.0	1.3
	70세 이상	(28)	90.7	9.3	0.0	0.0	0.0	1.1
가족구성	독신가구	(127)	48.7	28.3	15.7	4.2	3.0	1.9
	1세대가구	(520)	58.3	23.4	10.8	5.1	2.4	1.7
	2세대가구	(1,846)	55.9	27.4	10.4	4.2	2.2	1.7
	3세대가구	(44)	34.3	30.3	12.0	16.8	6.5	2.3
	기타	(1)	70.9	0.0	29.1	0.0	0.0	1.6
지역	서울	(556)	56.1	27.2	8.7	7.2	0.8	1.7
	인천/경기	(845)	55.2	29.2	10.2	3.0	2.4	1.7
	대전/충청/세종	(251)	49.1	27.0	15.8	5.5	2.6	1.9
	광주/전라/제주	(231)	68.0	21.0	6.1	3.0	2.0	1.5
	부산/울산/경남	(375)	50.1	24.4	13.1	7.2	5.2	2.0
	대구/경북	(201)	58.7	25.3	12.8	1.6	1.6	1.6
	강원	(78)	61.8	25.0	12.2	0.6	0.3	1.5
직업	사무직	(696)	52.5	29.1	11.1	5.4	2.0	1.8
	서비스/판매직	(896)	59.0	24.9	9.7	4.5	1.8	1.7
	생산직	(191)	60.4	27.9	6.1	2.6	3.0	1.6
	학생	(355)	52.5	27.9	13.3	3.9	2.4	1.8
	주부	(334)	52.7	26.7	14.0	2.5	4.1	1.8
	기타	(13)	53.4	24.5	0.0	22.1	0.0	1.9
	무직	(53)	65.9	10.2	5.1	16.9	2.0	1.8
학력	초/중/고등학생	(230)	62.4	21.7	10.4	2.5	3.0	1.6
	대학생/대학원생	(156)	36.8	35.6	16.1	9.9	1.5	2.0
	고졸이하	(685)	66.9	21.7	7.6	3.0	0.8	1.5
	대졸이상	(1,466)	51.4	28.8	11.7	5.1	3.0	1.8
가구소득	100만원 미만	(29)	53.6	25.5	16.0	4.8	0.0	1.7
	100-199만원	(31)	56.1	29.7	7.1	3.3	3.7	1.7
	200-299만원	(147)	59.4	23.0	12.2	3.1	2.3	1.7
	300-399만원	(422)	62.8	24.1	5.6	3.7	3.8	1.6
	400-499만원	(633)	58.0	24.3	11.7	4.5	1.5	1.7
	500-599만원	(705)	53.4	28.6	10.7	4.7	2.6	1.8
	600-699만원	(325)	45.6	32.8	14.5	5.6	1.5	1.8
	700만원 이상	(246)	55.2	25.4	11.5	5.7	2.2	1.8

〈통계표 18〉 A1-1. 최근 1개월 AVOD(무료) 이용 개수

단위 : 개

최근 1개월 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	1개	2개	3개 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,201)	96.8	2.8	0.4	1.0
성별	남성	(2,096)	96.7	2.6	0.6	1.0
	여성	(2,105)	96.8	2.9	0.2	1.0
연령	10대	(430)	93.7	6.1	0.3	1.1
	20대	(497)	94.2	5.2	0.6	1.1
	30대	(635)	94.0	5.3	0.7	1.1
	40대	(741)	97.3	2.0	0.7	1.0
	50대	(821)	98.8	1.0	0.2	1.0
	60대	(841)	98.6	1.1	0.3	1.0
	70세 이상	(238)	100.0	0.0	0.0	1.0
가족구성	독신가구	(215)	96.0	3.2	0.8	1.0
	1세대가구	(1,251)	97.2	2.4	0.4	1.0
	2세대가구	(2,655)	96.8	2.9	0.3	1.0
	3세대가구	(78)	92.1	4.1	3.8	1.1
	기타	(2)	100.0	0.0	0.0	1.0
지역	서울	(774)	94.1	5.0	0.9	1.1
	인천/경기	(1,393)	97.7	2.1	0.2	1.0
	대전/충청/세종	(453)	94.5	5.0	0.4	1.1
	광주/전라/제주	(441)	97.4	2.2	0.4	1.0
	부산/울산/경남	(614)	97.6	1.7	0.7	1.0
	대구/경북	(401)	98.8	1.0	0.2	1.0
	강원	(125)	99.0	1.0	0.0	1.0
직업	사무직	(831)	95.7	3.1	1.2	1.1
	서비스/판매직	(1,515)	97.3	2.4	0.3	1.0
	생산직	(533)	98.3	1.7	0.0	1.0
	학생	(496)	93.6	6.0	0.3	1.1
	주부	(618)	98.2	1.7	0.2	1.0
	기타	(17)	94.2	5.8	0.0	1.1
	무직	(191)	97.4	2.2	0.4	1.0
학력	초/중/고등학생	(355)	93.1	6.7	0.1	1.1
	대학생/대학원생	(172)	90.6	8.8	0.6	1.1
	고졸이하	(1,809)	98.8	1.1	0.2	1.0
	대졸이상	(1,865)	96.1	3.2	0.7	1.0
가구소득	100만원 미만	(87)	98.8	1.2	0.0	1.0
	100-199만원	(211)	99.2	0.2	0.6	1.0
	200-299만원	(418)	98.5	1.2	0.3	1.0
	300-399만원	(758)	96.8	2.9	0.3	1.0
	400-499만원	(984)	96.8	3.1	0.1	1.0
	500-599만원	(957)	96.6	2.9	0.5	1.0
	600-699만원	(441)	93.7	5.5	0.9	1.1
	700만원 이상	(345)	97.1	1.9	1.0	1.0

〈통계표 19〉 Ba1-1. 최근 1년 유료 OTT 서비스 이용 빈도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사레수 (명)	하루에도 여러 번	하루에1 번(매일)	일주일 5~6번(거 의 매일)	일주일 3~4번	일주일 1~2번	한달에2~ 3번	한달에한 번	2~3개월 에한 번 미만
▣ 전체 ▣		(2,687)	11.6	13.9	12.6	21.2	25.6	9.5	2.6	3.0
성별	남성	(1,250)	10.3	13.0	12.5	22.9	26.8	9.9	1.9	2.7
	여성	(1,437)	12.7	14.7	12.7	19.7	24.5	9.2	3.2	3.2
연령	10대	(318)	8.2	12.7	13.0	21.3	27.4	11.9	2.1	3.3
	20대	(472)	12.3	16.6	17.9	20.2	24.6	6.1	1.2	1.2
	30대	(616)	16.3	14.5	12.6	24.1	23.3	6.1	1.2	1.9
	40대	(629)	9.3	12.6	9.8	24.4	26.3	10.6	2.8	4.1
	50대	(434)	9.2	12.9	13.5	14.8	28.7	12.2	4.6	4.1
	60대	(190)	12.6	15.0	7.2	15.8	23.6	14.9	6.3	4.5
	70세 이상	(28)	13.5	7.4	4.2	35.0	24.0	13.0	3.0	0.0
가족구성	독신가구	(132)	13.3	20.2	14.2	16.7	24.0	9.7	0.8	1.2
	1세대가구	(537)	11.8	14.3	15.1	22.4	21.1	10.5	2.5	2.3
	2세대가구	(1,971)	11.1	13.4	12.0	21.2	27.2	9.2	2.7	3.2
	3세대가구	(46)	25.1	15.3	4.3	19.0	14.7	12.5	4.4	4.9
	기타	(2)	0.0	0.0	0.0	17.5	0.0	42.6	0.0	39.9
지역	서울	(593)	9.4	10.9	11.1	23.3	28.3	13.2	1.5	2.3
	인천/경기	(884)	9.5	12.9	16.1	22.1	25.7	9.0	2.1	2.5
	대전/충청/세종	(270)	13.4	17.4	8.8	19.6	29.5	6.6	1.9	2.7
	광주/전라/제주	(259)	9.0	15.3	12.3	18.3	24.9	8.4	5.6	6.2
	부산/울산/경남	(392)	20.4	13.8	7.9	17.5	23.4	10.0	3.5	3.4
	대구/경북 강원	(209) (80)	13.2 5.1	22.7 8.8	13.3 19.4	19.9 31.9	20.3 17.8	5.7 9.3	2.5 5.3	2.5 2.4
직업	사무직	(721)	9.3	14.8	13.5	24.0	26.0	9.3	2.0	1.2
	서비스/판매직	(944)	12.6	13.5	11.2	20.6	26.9	8.7	3.1	3.5
	생산직	(210)	11.4	12.6	12.2	20.8	26.9	10.3	2.3	3.5
	학생	(375)	9.4	12.1	13.7	22.3	25.4	11.6	2.1	3.4
	주부	(367)	13.8	15.7	14.8	18.1	20.5	9.2	3.6	4.5
	기타	(15)	11.2	28.7	16.7	8.4	26.1	3.0	0.4	5.5
	무직	(55)	24.7	11.3	2.6	12.0	28.8	14.4	2.3	3.8
학력	초/중/고등학생	(244)	6.9	11.2	11.0	22.4	29.8	12.7	2.6	3.5
	대학생/대학원생	(166)	15.2	12.7	17.8	23.2	18.5	7.5	0.9	4.2
	고졸이하	(740)	10.8	13.1	10.4	18.3	25.2	13.1	4.6	4.3
	대졸이상	(1,537)	12.3	14.9	13.3	22.1	25.9	7.5	1.8	2.2
가구소득	100만원 미만	(32)	10.8	12.8	14.4	21.6	14.7	18.4	1.0	6.3
	100-199만원	(32)	15.0	19.4	10.1	7.5	36.2	9.4	0.4	2.0
	200-299만원	(154)	18.6	16.2	11.8	17.9	19.0	9.4	4.4	2.8
	300-399만원	(455)	8.6	14.4	14.6	21.0	25.4	10.0	3.4	2.7
	400-499만원	(675)	11.1	14.1	12.7	21.4	25.3	8.2	3.5	3.7
	500-599만원	(737)	9.2	12.6	13.8	21.6	27.4	9.9	1.8	3.7
	600-699만원	(333)	13.9	14.0	11.9	22.0	25.6	9.7	1.6	1.3
	700만원 이상	(267)	16.9	14.3	7.0	22.4	25.6	10.0	2.1	1.8

〈통계표 20〉 Ba1-2. 최근 1년 무료 OTT 서비스 이용 빈도

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	하루에도 여러 번	하루에1 번(매일)	일주일예5 ~6번(거 의 매일)	일주일예3 ~4번	일주일예1 ~2번	한달예2~ 3번	한달예한 번	2~3개월 예한 번 미만
▣ 전체 ▣		(4,283)	44.8	18.8	12.7	12.5	7.5	2.0	0.7	0.9
성별	남성	(2,144)	44.8	19.3	12.2	12.6	7.0	2.1	0.9	0.9
	여성	(2,139)	44.8	18.3	13.2	12.4	7.9	1.9	0.4	1.0
연령	10대	(441)	45.1	20.0	15.5	11.7	5.9	1.5	0.1	0.2
	20대	(504)	65.0	13.6	10.5	6.4	2.6	1.1	0.5	0.3
	30대	(644)	40.9	20.4	13.0	12.7	8.5	2.4	0.9	1.3
	40대	(767)	43.7	18.8	12.6	13.1	6.3	3.1	0.7	1.7
	50대	(835)	43.3	19.8	13.2	11.5	9.5	1.5	0.6	0.6
	60대	(851)	41.1	18.7	11.8	15.9	9.2	1.8	0.6	0.8
	70세 이상	(241)	35.0	20.7	13.1	16.4	8.2	3.3	1.2	2.1
가족구성	독신가구	(222)	48.4	20.9	12.6	8.2	8.0	0.9	0.0	1.0
	1세대가구	(1,271)	42.6	17.2	15.4	13.3	7.8	1.9	0.6	1.2
	2세대가구	(2,708)	45.7	19.1	11.5	12.8	7.3	2.2	0.7	0.9
	3세대가구	(79)	43.1	29.5	11.0	5.1	7.3	1.3	2.5	0.2
	기타	(3)	22.5	43.8	9.8	23.9	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(785)	37.1	21.8	16.7	14.4	7.6	1.8	0.3	0.3
	인천/경기	(1,429)	40.6	13.1	15.9	15.9	10.5	2.7	0.2	1.1
	대전/충청/세종	(459)	45.6	26.4	11.4	8.9	5.5	0.8	1.2	0.2
	광주/전라/제주	(447)	38.2	20.6	14.9	18.1	4.9	1.8	0.3	1.0
	부산/울산/경남	(629)	57.9	19.0	5.6	5.9	4.6	2.6	2.1	2.3
	대구/경북	(408)	64.4	17.9	4.0	6.5	5.3	1.3	0.6	0.2
	강원	(126)	34.1	33.5	12.4	8.4	9.5	1.2	0.0	1.0
직업	사무직	(854)	43.0	18.6	13.1	12.9	7.2	2.6	0.8	1.7
	서비스/판매직	(1,545)	44.6	21.2	11.4	10.9	8.7	2.1	0.5	0.7
	생산직	(541)	45.6	19.3	11.8	13.6	5.6	2.0	1.5	0.6
	학생	(507)	45.5	19.8	14.8	12.0	5.7	1.8	0.2	0.3
	주부	(626)	45.7	13.9	14.3	14.3	8.1	1.8	0.5	1.3
	기타	(18)	43.4	6.5	33.2	9.5	2.7	0.2	0.0	4.6
	무직	(192)	48.6	14.5	11.1	16.5	6.5	0.9	0.8	1.1
학력	초/중/고등학생	(362)	41.9	20.0	16.8	12.1	7.1	1.9	0.1	0.1
	대학생/대학원생	(180)	56.0	19.2	8.4	9.6	3.6	1.3	0.2	1.6
	고졸이하	(1,843)	42.2	18.4	12.0	13.8	9.4	2.2	0.7	1.3
	대졸이상	(1,898)	46.9	19.0	13.0	11.7	6.0	2.0	0.8	0.7
가구소득	100만원 미만	(89)	47.2	15.2	11.5	15.1	6.5	1.9	0.0	2.6
	100-199만원	(212)	44.1	14.9	13.5	15.7	9.8	1.1	0.7	0.3
	200-299만원	(427)	45.2	16.1	12.1	15.1	7.2	2.7	0.7	0.9
	300-399만원	(770)	42.0	21.6	13.6	12.2	7.8	1.6	0.6	0.6
	400-499만원	(1,009)	43.0	21.4	13.3	12.4	7.2	1.4	0.5	0.8
	500-599만원	(974)	46.6	17.1	13.2	11.4	7.7	2.2	0.7	0.9
	600-699만원	(453)	46.1	17.6	10.3	12.0	8.2	2.2	0.9	2.7
	700만원 이상	(348)	49.4	18.5	11.0	11.8	4.8	3.7	0.6	0.2

〈통계표 21〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 전체

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4시간 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	22.9	35.7	26.3	9.7	5.4	103.1
성별	남성	(2,220)	21.8	36.0	27.1	10.3	4.8	103.3
	여성	(2,275)	24.0	35.4	25.5	9.1	6.0	102.9
연령	10대	(458)	20.8	33.6	23.5	13.0	9.0	116.7
	20대	(538)	6.7	33.2	38.0	16.1	6.0	130.1
	30대	(697)	14.7	37.6	30.4	10.1	7.2	115.4
	40대	(824)	20.6	38.2	28.7	8.0	4.5	102.9
	50대	(875)	26.8	37.7	24.1	6.7	4.8	93.3
	60대	(856)	34.8	34.8	17.8	8.9	3.7	85.2
	70세 이상	(246)	38.8	26.4	23.7	7.0	4.0	81.6
가족구성	독신가구	(226)	15.3	30.6	30.1	15.4	8.5	122.8
	1세대가구	(1,306)	27.1	32.1	25.6	10.4	4.9	98.0
	2세대가구	(2,880)	21.8	38.0	26.3	8.5	5.5	103.3
	3세대가구	(80)	17.0	26.4	27.6	25.0	3.9	121.8
	기타	(3)	0.0	43.8	46.4	0.0	9.8	115.9
지역	서울	(821)	25.4	38.6	26.4	6.0	3.4	96.9
	인천/경기	(1,491)	28.3	36.6	21.9	8.4	4.7	94.0
	대전/충청/세종	(477)	17.6	37.0	30.8	10.2	4.4	105.8
	광주/전라/제주	(474)	18.0	30.3	30.7	16.2	4.7	115.0
	부산/울산/경남	(666)	17.2	34.0	26.6	12.5	9.8	119.5
	대구/경북	(425)	18.8	32.0	32.5	9.6	7.1	107.8
	강원	(141)	24.9	41.0	21.4	8.1	4.6	94.4
직업	사무직	(915)	20.3	41.0	28.6	6.2	3.9	101.4
	서비스/판매직	(1,613)	23.0	34.6	27.9	9.1	5.3	102.5
	생산직	(556)	28.1	33.7	24.5	10.9	2.7	93.9
	학생	(528)	18.8	34.3	24.2	13.3	9.3	119.3
	주부	(668)	26.1	35.1	24.1	8.8	5.8	98.0
	기타	(19)	4.3	19.8	22.5	30.5	23.0	176.5
	무직	(195)	21.4	32.5	20.6	18.3	7.1	109.2
학력	초/중/고등학생	(376)	24.8	36.0	21.4	10.8	6.9	108.0
	대학생/대학원생	(189)	3.9	29.0	29.7	17.5	19.9	158.5
	고졸이하	(1,888)	31.4	33.6	22.4	8.6	4.0	90.5
	대졸이상	(2,042)	16.5	38.1	30.5	9.7	5.1	108.8
가구소득	100만원 미만	(92)	17.0	29.8	25.6	15.4	12.2	124.9
	100-199만원	(214)	30.7	29.8	16.8	15.7	7.0	99.4
	200-299만원	(440)	27.5	32.1	26.0	9.9	4.5	97.9
	300-399만원	(808)	25.0	36.4	23.9	8.8	5.8	101.3
	400-499만원	(1,056)	24.8	34.5	26.2	9.8	4.8	100.7
	500-599만원	(1,027)	21.0	35.9	28.7	9.4	5.1	105.4
	600-699만원	(480)	18.2	41.3	28.8	5.8	5.9	103.7
	700만원 이상	(378)	16.2	38.7	28.0	11.9	5.3	109.5

〈통계표 22〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 주중(평일)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4시간 이상	평균	
▣ 전체 ▣		(4,495)	20.9	34.8	27.9	10.8	5.6	97.9	
성별	남성	(2,220)	20.6	35.0	28.7	10.5	5.2	97.3	
	여성	(2,275)	21.2	34.5	27.2	11.0	6.1	98.4	
연령	10대	(458)	20.7	33.7	23.7	12.9	9.0	106.5	
	20대	(538)	6.8	30.4	38.0	18.6	6.2	120.6	
	30대	(697)	13.3	34.1	33.6	11.6	7.4	108.9	
	40대	(824)	18.7	35.8	32.1	8.9	4.5	96.1	
	50대	(875)	22.5	39.0	25.7	7.9	4.9	89.6	
	60대	(856)	31.9	36.2	17.8	9.8	4.3	84.4	
	70세 이상	(246)	36.9	24.4	27.2	7.4	4.0	82.8	
가족구성	독신가구	(226)	13.1	32.4	29.9	15.9	8.7	114.6	
	1세대가구	(1,306)	25.9	32.1	25.8	11.3	5.0	93.9	
	2세대가구	(2,880)	19.4	36.3	28.7	9.8	5.7	97.9	
	3세대가구	(80)	15.9	28.9	28.0	21.8	5.4	112.1	
	기타	(3)	33.9	9.8	46.4	9.8	0.0	99.2	
지역	서울	(821)	22.4	38.3	25.9	9.5	3.9	90.7	
	인천/경기	(1,491)	25.3	35.2	25.7	9.1	4.7	90.8	
	대전/충청/세종	(477)	16.9	37.2	29.6	11.8	4.4	100.3	
	광주/전라/제주	(474)	18.3	29.3	31.4	16.1	4.9	104.2	
	부산/울산/경남	(666)	15.9	31.8	29.4	12.8	10.1	113.7	
	대구/경북	(425)	16.8	32.1	33.9	9.7	7.5	104.5	
강원	(141)	24.4	41.6	21.3	8.0	4.7	90.1		
	직업	사무직	(915)	18.2	39.8	30.9	7.3	3.8	92.3
		서비스/판매직	(1,613)	20.8	34.1	29.0	10.3	5.8	98.9
		생산직	(556)	26.5	33.5	24.9	12.1	3.0	89.0
		학생	(528)	18.8	34.3	24.3	13.1	9.5	108.8
		주부	(668)	22.3	32.8	27.9	11.1	5.8	96.8
기타		(19)	5.6	18.5	23.1	29.9	23.0	168.0	
무직	(195)	20.8	29.7	24.0	18.3	7.2	107.8		
	학력	초/중/고등학생	(376)	24.8	36.3	21.2	10.9	6.8	97.8
		대학생/대학원생	(189)	4.0	27.5	31.4	15.8	21.2	145.8
		고졸이하	(1,888)	28.4	34.6	23.1	9.6	4.3	87.9
		대졸이상	(2,042)	14.8	35.3	33.3	11.4	5.2	102.7
가구소득	100만원 미만	(92)	13.7	32.0	26.6	15.8	11.8	120.5	
	100-199만원	(214)	28.5	29.5	18.4	16.4	7.3	98.5	
	200-299만원	(440)	24.9	33.7	25.2	11.5	4.7	94.1	
	300-399만원	(808)	22.4	37.4	23.7	10.5	5.9	95.9	
	400-499만원	(1,056)	22.6	32.9	29.1	10.2	5.2	95.8	
	500-599만원	(1,027)	20.1	33.4	30.9	10.6	5.0	98.9	
	600-699만원	(480)	15.7	39.0	31.5	7.4	6.5	98.6	
	700만원 이상	(378)	14.5	37.7	29.7	12.7	5.4	102.6	

〈통계표 23〉 Ba2. 하루 평균 총 OTT 서비스 이용 시간- 주말

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~4시간 미만	4시간 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	18.8	25.8	27.5	17.3	10.6	116.2
성별	남성	(2,220)	18.0	24.6	28.3	18.5	10.6	118.4
	여성	(2,275)	19.6	27.0	26.8	16.1	10.5	114.1
연령	10대	(458)	11.8	24.3	28.0	17.8	18.2	142.2
	20대	(538)	3.0	22.4	28.5	28.5	17.6	154.0
	30대	(697)	12.9	21.5	32.0	19.9	13.7	131.9
	40대	(824)	13.4	25.8	34.1	17.0	9.8	119.8
	50대	(875)	23.2	28.0	27.1	13.4	8.3	102.5
	60대	(856)	31.6	31.5	18.1	14.4	4.5	87.3
	70세 이상	(246)	41.1	21.3	23.4	10.1	4.0	78.7
가족구성	독신가구	(226)	12.5	23.1	19.0	27.0	18.3	143.3
	1세대가구	(1,306)	23.2	26.2	24.0	17.7	8.9	108.4
	2세대가구	(2,880)	17.5	26.0	29.8	16.2	10.5	116.8
	3세대가구	(80)	10.7	21.4	27.0	22.4	18.5	146.0
	기타	(3)	0.0	33.9	32.3	23.9	9.8	157.5
지역	서울	(821)	16.7	28.5	29.4	17.8	7.6	112.6
	인천/경기	(1,491)	25.3	26.1	26.3	14.4	7.9	102.2
	대전/충청/세종	(477)	13.7	26.7	32.9	16.5	10.2	119.3
	광주/전라/제주	(474)	11.8	22.3	22.0	26.7	17.2	141.9
	부산/울산/경남	(666)	16.0	25.1	23.6	20.0	15.4	134.0
	대구/경북 강원	(425) (141)	17.1 21.0	22.4 30.7	35.0 26.2	13.6 14.7	11.9 7.4	116.1 105.3
직업	사무직	(915)	12.9	25.4	29.9	20.2	11.6	124.1
	서비스/판매직	(1,613)	20.2	26.2	28.0	16.7	8.9	111.5
	생산직	(556)	25.5	23.7	25.8	16.9	8.2	106.1
	학생	(528)	10.8	23.8	27.9	18.3	19.2	145.5
	주부	(668)	24.1	28.7	26.6	12.7	8.0	101.1
	기타	(19)	4.3	7.0	20.1	32.7	35.9	197.7
	무직	(195)	20.6	28.1	20.2	22.3	8.7	112.6
학력	초/중/고등학생	(376)	13.5	28.1	28.3	15.1	15.0	133.6
	대학생/대학원생	(189)	4.5	11.0	27.5	24.9	32.1	190.2
	고졸이하	(1,888)	28.0	27.3	23.4	14.3	6.9	97.1
	대졸이상	(2,042)	12.5	25.5	31.1	19.8	11.1	124.0
가구소득	100만원 미만	(92)	15.3	28.1	18.0	21.9	16.7	136.0
	100-199만원	(214)	28.7	29.1	15.5	17.9	8.8	101.6
	200-299만원	(440)	24.2	28.3	23.6	13.0	10.9	107.4
	300-399만원	(808)	19.5	25.6	29.4	15.9	9.6	114.8
	400-499만원	(1,056)	21.1	24.0	27.3	17.2	10.4	113.0
	500-599만원	(1,027)	15.6	24.7	29.8	19.1	10.9	121.8
	600-699만원	(480)	15.8	29.6	26.9	17.6	10.0	116.4
	700만원 이상	(378)	12.2	24.4	32.4	19.2	11.8	126.9

〈통계표 24〉 Ba3-1.최근 1년 OTT 서비스 주이용 시간대(중복응답)- 주중(평일)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	출근 /등교 시간대 (오전 6시~9시)	오전 시간대 (오전 9시 ~12시)	점심 시간대 (오후 12시 ~1시)	오후 시간대 (오후 1시~4시)	퇴근 /하교 시간대 (오후 4시~8시)	저녁 시간대 (오후 8시 ~10시)	야간 시간대 (오후 10시 ~12시)	심야 시간대 (밤 12시 이후)	감상 하지 않음
▣ 전체 ▣		(4,495)	9.0	13.8	21.6	21.8	26.3	44.2	33.5	6.8	1.7
성별	남성	(2,220)	9.0	10.5	22.3	21.2	26.0	47.5	36.5	7.5	1.5
	여성	(2,275)	9.0	17.0	21.0	22.4	26.6	40.9	30.6	6.1	1.8
연령	10대	(458)	10.0	5.2	10.3	9.1	38.2	51.0	42.5	13.6	2.0
	20대	(538)	14.0	14.1	15.6	10.6	28.8	50.3	45.5	10.3	1.3
	30대	(697)	7.6	13.2	16.0	13.1	25.9	50.5	41.7	11.8	1.4
	40대	(824)	10.4	12.3	22.2	18.1	22.3	44.7	37.6	6.0	2.5
	50대	(875)	7.2	13.4	26.4	26.4	23.0	42.5	29.9	4.1	2.1
	60대	(856)	7.5	17.9	29.1	35.3	25.1	37.2	19.4	2.3	1.0
	70세 이상	(246)	7.2	22.4	26.8	43.2	29.9	28.3	15.3	0.0	0.5
가족구성	독신가구	(226)	8.3	12.7	27.0	23.7	26.5	48.3	41.5	7.1	2.1
	1세대가구	(1,306)	11.6	13.8	23.4	28.5	23.4	41.4	27.0	4.9	0.9
	2세대가구	(2,880)	8.0	13.7	20.3	18.6	27.6	45.5	35.9	7.5	1.9
	3세대가구	(80)	5.8	19.0	24.7	23.3	28.0	29.2	31.2	11.7	3.6
	기타	(3)	0.0	0.0	0.0	0.0	43.8	43.6	46.4	0.0	0.0
지역	서울	(821)	9.8	12.8	23.1	22.4	25.5	37.0	31.7	8.1	2.3
	인천/경기	(1,491)	11.7	14.3	18.1	19.3	31.9	44.9	34.6	8.8	1.4
	대전/충청/세종	(477)	9.0	11.7	25.9	21.0	17.4	52.1	34.7	4.2	1.3
	광주/전라/제주	(474)	5.2	9.7	19.1	23.6	26.3	43.9	31.5	7.1	2.5
	부산/울산/경남	(666)	7.6	18.2	22.8	24.6	22.2	45.5	30.5	4.5	1.8
	대구/경북 강원	(425) (141)	5.6 5.5	14.0 13.2	26.8 23.0	23.0 23.5	25.9 23.2	45.6 41.1	39.3 32.3	5.2 1.1	1.0 0.2
직업	사무직	(915)	16.0	7.1	13.8	8.7	26.6	51.4	40.5	6.3	2.3
	서비스/판매직	(1,613)	6.2	13.4	23.7	26.4	24.9	43.1	33.3	5.9	1.6
	생산직	(556)	10.1	9.6	27.2	19.5	23.9	47.4	30.6	5.1	1.2
	학생	(528)	9.6	5.7	11.0	9.9	35.1	52.1	44.7	14.1	1.8
	주부	(668)	6.3	29.7	28.8	32.5	23.8	31.1	23.1	4.4	1.3
	기타	(19)	11.7	8.4	15.1	12.6	30.4	53.2	36.9	30.0	0.0
	무직	(195)	3.6	27.7	29.5	48.4	28.4	32.4	15.9	7.4	1.5
학력	초/중/고등학생	(376)	8.8	2.6	7.0	8.6	36.9	51.1	40.5	11.3	2.4
	대학생/대학원생	(189)	9.3	15.5	25.9	16.0	28.0	53.3	55.9	18.1	0.2
	고졸이하	(1,888)	6.5	15.6	26.7	31.3	25.1	36.6	23.3	4.1	1.8
	대졸이상	(2,042)	11.4	14.0	19.2	16.0	25.4	49.0	39.6	7.4	1.5
가구소득	100만원 미만	(92)	5.2	23.2	25.0	35.1	25.2	39.3	27.3	7.0	0.1
	100-199만원	(214)	7.5	15.9	30.6	47.2	21.6	31.1	17.9	3.2	0.4
	200-299만원	(440)	7.6	17.7	27.0	30.7	30.5	37.0	19.3	2.3	2.3
	300-399만원	(808)	6.6	10.8	21.8	22.9	26.0	44.8	27.6	6.9	1.7
	400-499만원	(1,056)	8.1	15.1	22.5	19.7	25.0	44.6	33.8	6.4	1.5
	500-599만원	(1,027)	10.5	13.6	20.0	16.8	26.9	46.5	43.9	8.3	1.8
	600-699만원	(480)	13.2	11.2	17.1	19.8	29.1	46.0	37.7	7.3	1.1
	700만원 이상	(378)	10.6	11.8	16.9	13.0	23.8	50.0	38.4	10.2	2.7

〈통계표 25〉 Ba3-2. 최근 1년 OTT 서비스 주이용 시간대(중복응답)- 주말(토/일)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	출근 /등교 시간대 (오전 6시~9시)	오전 시간대 (오전 9시 ~12시)	점심 시간대 (오후 12시 ~1시)	오후 시간대 (오후 1시~4시)	퇴근 /하교 시간대 (오후 4시~8시)	저녁 시간대 (오후 8시 ~10시)	야간 시간대 (오후 10시 ~12시)	심야 시간대 (밤 12시 이후)	감상 하지 않음
▣ 전체 ▣		(4,495)	2.8	15.2	21.7	31.4	26.4	42.1	35.3	9.9	6.9
성별	남성	(2,220)	3.1	14.8	22.4	33.1	27.0	43.2	36.6	10.3	6.2
	여성	(2,275)	2.4	15.5	21.1	29.8	25.8	41.0	34.0	9.5	7.5
연령	10대	(458)	4.0	15.6	21.9	33.1	33.0	48.4	37.4	16.3	2.4
	20대	(538)	3.6	20.4	26.1	25.4	29.6	45.5	53.0	15.3	0.8
	30대	(697)	1.2	12.1	19.6	29.3	27.3	45.1	42.2	16.9	6.5
	40대	(824)	2.7	13.5	21.9	27.8	23.6	42.3	43.2	10.2	5.3
	50대	(875)	2.2	13.2	21.0	30.7	23.8	41.5	30.7	6.6	8.2
	60대	(856)	3.6	17.0	20.5	36.8	25.5	38.3	20.7	2.8	11.6
	70세 이상	(246)	2.4	17.6	24.5	42.9	26.5	29.0	14.2	1.4	13.7
가족구성	독신가구	(226)	3.3	18.9	25.9	32.4	23.8	49.2	39.4	12.8	3.3
	1세대가구	(1,306)	3.8	15.8	22.3	33.2	24.9	39.1	29.3	7.3	8.5
	2세대가구	(2,880)	2.2	14.4	20.7	30.4	27.1	43.3	37.9	10.6	6.4
	3세대가구	(80)	3.5	21.4	34.9	35.0	32.3	26.3	30.3	16.2	9.6
	기타	(3)	0.0	9.8	67.7	53.6	32.3	33.8	33.8	9.8	0.0
지역	서울	(821)	1.1	14.2	23.3	34.3	22.3	34.3	32.8	14.5	6.5
	인천/경기	(1,491)	2.3	12.8	17.5	26.7	28.5	44.7	38.1	10.1	11.0
	대전/충청/세종	(477)	2.8	10.6	19.0	28.1	22.1	50.2	37.3	7.6	2.9
	광주/전라/제주	(474)	4.0	18.2	23.6	41.9	34.1	40.6	30.7	11.0	1.6
	부산/울산/경남	(666)	4.8	22.1	28.1	35.9	25.5	40.6	29.7	5.9	5.7
	대구/경북 강원	(425) (141)	3.6 0.4	16.1 16.3	26.2 17.5	29.4 25.2	26.4 21.3	42.5 43.4	41.4 37.5	10.2 3.0	6.6 3.1
직업	사무직	(915)	2.2	12.6	19.9	28.5	29.3	46.2	41.7	11.5	5.9
	서비스/판매직	(1,613)	2.6	13.8	20.8	29.9	23.6	41.9	35.2	9.8	8.6
	생산직	(556)	4.7	15.5	25.4	32.0	25.0	44.2	28.2	6.1	6.2
	학생	(528)	4.1	14.7	22.9	32.5	31.5	49.4	40.7	17.4	2.2
	주부	(668)	1.9	17.8	19.1	32.4	24.9	32.0	33.0	5.5	9.2
	기타	(19)	2.6	22.0	13.9	23.4	26.2	51.0	45.0	30.4	0.0
	무직	(195)	0.6	28.8	34.7	50.5	31.2	32.3	18.9	6.6	4.9
학력	초/중/고등학생	(376)	3.5	15.1	21.4	33.0	33.2	47.7	35.0	13.5	2.6
	대학생/대학원생	(189)	4.4	14.0	33.9	32.6	27.7	56.2	56.4	26.9	1.9
	고졸이하	(1,888)	3.2	15.3	21.8	35.3	25.9	35.9	23.3	5.0	9.9
	대졸이상	(2,042)	2.0	15.2	20.7	27.4	25.5	45.5	44.5	12.2	5.4
가구소득	100만원 미만	(92)	4.9	28.4	28.5	41.1	18.8	35.4	24.7	9.4	4.8
	100-199만원	(214)	5.1	13.7	28.6	43.9	28.5	36.5	16.0	3.0	6.5
	200-299만원	(440)	4.6	16.9	21.6	37.5	33.3	36.1	19.0	4.1	9.3
	300-399만원	(808)	1.7	14.1	21.2	31.1	27.7	40.9	32.7	9.3	5.4
	400-499만원	(1,056)	2.1	16.5	21.2	32.1	24.5	39.1	34.6	9.9	8.1
	500-599만원	(1,027)	3.2	14.9	21.0	28.6	27.0	45.7	43.7	12.3	7.1
	600-699만원	(480)	1.8	14.8	23.8	26.4	22.7	46.1	41.2	12.6	7.2
	700만원 이상	(378)	2.9	10.6	18.8	27.6	24.4	49.8	45.0	11.5	3.6

〈통계표 26〉 Ba4. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 장소(1순위)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	집	직장 (사무실)	교통수단	학교/학원	도보 이동 /야외 운동 시	공원 /놀이터 등 야외	식당 /카페	헬스장 /실내 운동 시
▣ 전체 ▣		(4,495)	81.5	12.6	5.2	0.5	0.2	0.1	0.0	0.0
성별	남성	(2,220)	78.5	14.7	6.1	0.4	0.1	0.2	0.1	0.0
	여성	(2,275)	84.4	10.5	4.2	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0
연령	10대	(458)	88.1	0.3	8.3	3.2	0.1	0.0	0.0	0.0
	20대	(538)	88.4	3.1	7.9	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	30대	(697)	85.2	9.7	4.6	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0
	40대	(824)	80.6	12.8	6.4	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대	(875)	75.8	18.7	5.4	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
	60대	(856)	76.2	20.8	1.8	0.1	0.6	0.4	0.1	0.0
	70세 이상	(246)	85.5	13.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
가족구성	독신가구	(226)	89.0	5.5	5.2	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0
	1세대가구	(1,306)	81.7	15.6	2.5	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
	2세대가구	(2,880)	80.7	12.0	6.2	0.6	0.2	0.1	0.0	0.0
	3세대가구	(80)	84.9	3.6	10.1	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0
	기타	(3)	90.2	0.0	9.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(821)	73.7	13.9	12.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	인천/경기	(1,491)	77.3	15.1	6.4	0.5	0.4	0.2	0.0	0.0
	대전/충청/세종	(477)	86.8	11.4	1.5	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전라/제주	(474)	90.5	6.8	1.4	0.9	0.1	0.0	0.2	0.0
	부산/울산/경남	(666)	84.7	12.4	2.3	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구/경북 강원	(425) (141)	85.7 94.9	11.6 4.8	1.6 0.3	0.6 0.0	0.4 0.0	0.0 0.0	0.1 0.0	0.0 0.0
직업	사무직	(915)	81.3	8.9	9.7	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	서비스/판매직	(1,613)	70.9	24.5	4.2	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0
	생산직	(556)	81.7	14.1	3.1	0.1	0.3	0.6	0.0	0.0
	학생	(528)	88.6	0.2	7.9	3.2	0.1	0.0	0.0	0.0
	주부	(668)	97.3	0.9	1.2	0.0	0.4	0.0	0.1	0.0
	기타	(19)	83.3	8.6	5.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	무직	(195)	95.8	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
학력	초/중/고등학생	(376)	91.0	0.0	6.4	2.4	0.2	0.0	0.0	0.0
	대학생/대학원생	(189)	84.3	1.6	9.7	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸이하	(1,888)	77.8	18.4	3.2	0.1	0.4	0.0	0.1	0.0
	대졸이상	(2,042)	82.9	10.5	6.3	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0
가구소득	100만원 미만	(92)	95.5	0.1	3.8	0.4	0.0	0.1	0.0	0.1
	100-199만원	(214)	92.3	7.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0
	200-299만원	(440)	82.3	13.8	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	300-399만원	(808)	81.1	14.4	3.3	0.8	0.4	0.0	0.0	0.0
	400-499만원	(1,056)	79.8	13.6	5.7	0.8	0.0	0.0	0.2	0.0
	500-599만원	(1,027)	79.4	14.2	5.8	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	600-699만원	(480)	82.3	10.9	6.1	0.1	0.7	0.0	0.0	0.0
	700만원 이상	(378)	81.3	8.2	9.6	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0

〈통계표 27〉 Ba4. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 장소(1+2순위)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	집	직장 (사무실)	교통수단	학교 /학원	공원 /놀이터 등 야외	도보 이용 /야외 운동 시	식당 /카페	헬스장/ 실내 운동 시	경로당
■ 전체 ■		(4,495)	92.0	29.4	22.5	2.8	0.3	0.3	0.2	0.1	0.0
성별	남성	(2,220)	90.6	36.0	23.6	3.0	0.6	0.2	0.1	0.2	0.0
	여성	(2,275)	93.3	23.0	21.4	2.6	0.1	0.3	0.2	0.0	0.0
연령	10대	(458)	95.5	0.7	33.1	20.3	0.5	0.1	0.0	0.0	0.0
	20대	(538)	96.5	19.6	38.8	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30대	(697)	93.9	29.3	22.2	0.2	0.0	0.4	0.5	0.7	0.0
	40대	(824)	91.9	34.7	26.2	0.3	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
	50대	(875)	90.0	42.7	17.7	0.0	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0
	60대	(856)	87.8	35.4	12.0	0.3	0.9	0.6	0.1	0.0	0.0
	70세 이상	(246)	92.7	19.1	8.4	0.0	1.4	1.2	0.2	0.0	0.4
가족구성	독신가구	(226)	95.4	22.5	23.2	5.0	1.8	0.0	0.2	0.0	0.0
	1세대가구	(1,306)	91.0	33.7	16.8	1.1	0.4	0.4	0.0	0.0	0.1
	2세대가구	(2,880)	92.1	28.3	25.2	3.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.0
	3세대가구	(80)	96.7	20.7	16.1	3.2	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0
	기타	(3)	100.0	23.9	9.8	33.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(821)	89.3	28.2	38.1	2.4	0.6	0.0	0.3	0.6	0.0
	인천/경기	(1,491)	88.2	26.5	24.8	1.9	0.3	0.7	0.0	0.0	0.0
	대전/충청/세종	(477)	94.5	36.3	13.5	3.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2
	광주/전라/제주	(474)	96.3	25.3	20.7	3.4	0.2	0.1	0.4	0.0	0.0
	부산/울산/경남	(666)	95.3	33.1	15.2	3.8	0.5	0.0	0.2	0.0	0.0
	대구/경북 강원	(425) (141)	95.3 99.3	33.6 28.7	11.3 11.5	3.5 3.3	0.4 0.0	0.4 0.0	0.3 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0
직업	사무직	(915)	92.7	30.8	33.6	0.6	0.0	0.0	0.1	0.3	0.0
	서비스/판매직	(1,613)	87.4	50.4	14.9	0.2	0.0	0.2	0.1	0.0	0.0
	생산직	(556)	90.2	37.0	18.5	0.4	1.2	0.3	0.0	0.4	0.0
	학생	(528)	95.4	0.5	34.3	21.1	0.4	0.1	0.0	0.0	0.0
	주부	(668)	98.6	2.1	19.7	0.1	0.1	0.6	0.7	0.0	0.0
	기타	(19)	91.1	24.5	21.2	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	무직	(195)	100.0	0.1	21.4	0.0	3.2	1.6	0.0	0.0	0.5
학력	초/중/고등학생	(376)	95.7	0.0	29.2	18.5	0.6	0.2	0.0	0.0	0.0
	대학생/대학원생	(189)	95.3	9.3	44.0	22.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸이하	(1,888)	89.4	36.5	14.7	0.2	0.5	0.6	0.1	0.1	0.0
	대졸이상	(2,042)	93.4	30.2	26.4	0.4	0.2	0.0	0.2	0.1	0.0
가구소득	100만원 미만	(92)	98.5	1.8	17.2	6.9	4.2	3.3	0.0	0.1	1.0
	100-199만원	(214)	96.0	14.5	11.2	1.7	2.3	0.7	0.0	0.0	0.0
	200-299만원	(440)	92.1	29.2	18.7	0.4	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
	300-399만원	(808)	91.5	30.8	19.6	2.9	0.0	0.4	0.2	0.3	0.0
	400-499만원	(1,056)	90.4	30.9	23.2	3.3	0.1	0.1	0.2	0.3	0.0
	500-599만원	(1,027)	91.8	35.1	23.9	3.7	0.2	0.0	0.3	0.0	0.0
	600-699만원 700만원 이상	(480) (378)	93.3 92.6	27.4 24.9	30.3 25.2	1.6 2.5	0.0 0.9	0.7 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0

〈통계표 28〉 Ba5. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 기기(1순위)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	스마트폰	TV 수상기(스마트TV 포함)	데스크톱PC	태블릿PC	노트북PC
▣ 전체 ▣		(4,495)	80.7	12.8	2.5	2.5	1.6
성별	남성	(2,220)	81.3	11.2	3.6	2.3	1.6
	여성	(2,275)	80.0	14.3	1.4	2.6	1.7
연령	10대	(458)	79.1	8.1	5.1	6.3	1.4
	20대	(538)	81.3	10.3	3.1	2.2	3.0
	30대	(697)	71.3	20.7	2.0	4.0	2.0
	40대	(824)	77.4	15.3	3.1	2.7	1.5
	50대	(875)	82.7	12.3	1.9	1.4	1.7
	60대	(856)	87.3	9.7	1.6	0.7	0.7
	70세 이상	(246)	89.4	7.9	0.9	0.6	1.1
가족구성	독신가구	(226)	83.7	5.9	4.4	3.1	3.0
	1세대가구	(1,306)	84.7	10.0	2.2	1.8	1.3
	2세대가구	(2,880)	78.6	14.7	2.4	2.6	1.7
	3세대가구	(80)	80.4	8.1	5.2	6.3	0.0
	기타	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(821)	75.0	16.1	2.7	1.4	4.9
	인천/경기	(1,491)	80.6	12.7	2.0	3.8	1.0
	대전/충청/세종	(477)	88.7	6.1	2.5	1.8	0.9
	광주/전라/제주	(474)	77.7	16.3	3.8	0.9	1.3
	부산/울산/경남	(666)	80.0	12.6	3.8	3.1	0.6
	대구/경북 강원	(425) (141)	87.4 79.8	9.2 16.7	1.1 0.6	1.7 1.4	0.6 1.5
직업	사무직	(915)	76.0	14.9	3.6	2.5	3.1
	서비스/판매직	(1,613)	80.7	13.2	2.3	2.0	1.8
	생산직	(556)	86.2	10.6	1.7	1.3	0.2
	학생	(528)	78.9	8.2	5.1	5.7	2.0
	주부	(668)	80.9	16.8	0.2	1.7	0.4
	기타	(19)	75.3	10.7	1.9	5.8	6.3
	무직	(195)	91.0	4.4	2.1	2.4	0.0
학력	초/중/고등학생	(376)	77.6	9.1	6.0	5.6	1.7
	대학생/대학원생	(189)	81.5	6.7	3.5	4.8	3.6
	고졸이하	(1,888)	86.9	9.4	1.3	1.4	1.0
	대졸이상	(2,042)	75.3	17.1	2.9	2.6	2.0
가구소득	100만원 미만	(92)	90.4	2.3	2.3	3.4	1.7
	100-199만원	(214)	91.0	4.6	2.7	1.4	0.3
	200-299만원	(440)	87.6	7.1	2.4	1.4	1.6
	300-399만원	(808)	80.4	12.8	2.6	2.6	1.5
	400-499만원	(1,056)	81.3	13.3	2.1	2.0	1.2
	500-599만원	(1,027)	78.3	14.0	2.3	3.0	2.4
	600-699만원	(480)	75.7	16.6	3.1	2.6	2.0
	700만원 이상	(378)	75.8	16.6	3.1	3.5	1.0

〈통계표 29〉 Ba5. 최근 1년 OTT 서비스 주 이용 기기(1+2순위)

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	스마트폰	TV 수상기(스마트 TV 포함)	태블릿PC	데스크톱PC	노트북PC
▣ 전체 ▣		(4,495)	92.2	28.9	7.0	5.9	3.3
성별	남성	(2,220)	92.5	26.8	5.7	7.9	3.6
	여성	(2,275)	91.8	30.9	8.3	3.9	2.9
연령	10대	(458)	91.4	19.3	14.8	14.2	5.2
	20대	(538)	92.4	31.6	11.6	10.7	7.3
	30대	(697)	88.2	44.1	10.1	5.2	4.3
	40대	(824)	90.9	37.7	7.9	6.0	2.5
	50대	(875)	92.4	27.1	3.6	3.9	2.7
	60대	(856)	94.9	17.4	2.0	2.3	0.8
	70세 이상	(246)	97.4	14.6	0.6	1.5	1.1
가족구성	독신가구	(226)	93.4	18.6	10.9	10.7	5.3
	1세대가구	(1,306)	93.3	22.9	4.9	4.3	2.1
	2세대가구	(2,880)	91.6	32.8	7.3	6.2	3.7
	3세대가구	(80)	90.4	16.2	20.8	7.1	0.2
	기타	(3)	100.0	0.0	53.6	23.9	0.0
지역	서울	(821)	93.9	34.9	5.8	6.0	8.4
	인천/경기	(1,491)	91.6	28.1	7.8	5.4	2.0
	대전/충청/세종	(477)	95.8	20.7	6.1	4.6	2.5
	광주/전라/제주	(474)	88.3	32.3	6.7	8.6	3.1
	부산/울산/경남	(666)	91.4	27.4	8.4	7.1	1.9
	대구/경북 강원	(425) (141)	93.4 88.3	26.5 33.1	5.1 10.2	4.9 3.7	1.3 2.5
직업	사무직	(915)	90.3	37.3	8.1	8.0	5.4
	서비스/판매직	(1,613)	92.7	28.5	5.4	4.8	3.1
	생산직	(556)	93.4	23.4	3.9	3.6	0.8
	학생	(528)	91.6	19.6	14.7	14.8	6.1
	주부	(668)	92.2	34.0	5.6	1.0	1.2
	기타	(19)	84.9	23.7	34.1	8.2	9.4
	무직	(195)	95.0	16.3	5.8	3.9	0.5
학력	초/중/고등학생	(376)	90.3	19.6	13.0	15.4	4.2
	대학생/대학원생	(189)	95.0	18.6	15.4	16.1	10.9
	고졸이하	(1,888)	93.8	22.1	3.0	2.6	2.1
	대졸이상	(2,042)	90.7	37.8	8.9	6.3	3.5
가구소득	100만원 미만	(92)	96.7	16.5	8.4	5.8	4.6
	100-199만원	(214)	95.7	12.8	2.8	3.2	0.6
	200-299만원	(440)	95.2	17.0	3.3	4.8	2.2
	300-399만원	(808)	91.2	28.6	6.5	7.2	3.3
	400-499만원	(1,056)	92.1	31.7	8.1	5.4	2.6
	500-599만원	(1,027)	93.2	29.3	7.4	6.2	4.6
	600-699만원	(480)	91.4	39.9	6.2	5.9	3.8
	700만원 이상	(378)	85.6	32.7	11.8	6.5	3.1

〈통계표 30〉 Ba6. 최근 1년 OTT 서비스 주로 함께 보는 사람

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	본인 혼자	가족	친구/지인
▣ 전체 ▣		(4,495)	80.1	19.4	0.4
성별	남성	(2,220)	82.5	17.0	0.5
	여성	(2,275)	77.8	21.7	0.4
연령	10대	(458)	85.2	13.5	1.3
	20대	(538)	77.7	21.5	0.8
	30대	(697)	61.1	38.5	0.3
	40대	(824)	73.5	26.2	0.3
	50대	(875)	86.4	13.4	0.2
	60대	(856)	90.8	8.8	0.4
	70세 이상	(246)	92.6	7.4	0.0
가족구성	독신가구	(226)	98.3	1.2	0.6
	1세대가구	(1,306)	83.0	16.5	0.5
	2세대가구	(2,880)	77.6	22.0	0.4
	3세대가구	(80)	75.7	24.2	0.1
	기타	(3)	32.3	67.7	0.0
지역	서울	(821)	77.0	22.4	0.7
	인천/경기	(1,491)	80.0	19.8	0.3
	대전/충청/세종	(477)	83.1	16.4	0.4
	광주/전라/제주	(474)	80.8	18.4	0.8
	부산/울산/경남	(666)	82.2	17.3	0.5
	대구/경북 강원	(425) (141)	83.0 69.7	16.7 30.0	0.3 0.3
직업	사무직	(915)	72.7	26.9	0.4
	서비스/판매직	(1,613)	80.2	19.4	0.4
	생산직	(556)	87.1	12.1	0.8
	학생	(528)	86.2	12.7	1.2
	주부	(668)	76.8	23.2	0.0
	기타	(19)	72.7	27.3	0.0
	무직	(195)	90.4	9.6	0.0
학력	초/중/고등학생	(376)	84.8	14.1	1.2
	대학생/대학원생	(189)	87.5	11.5	0.9
	고졸이하	(1,888)	88.6	11.1	0.3
	대졸이상	(2,042)	70.7	28.9	0.4
가구소득	100만원 미만	(92)	95.0	3.6	1.4
	100-199만원	(214)	95.4	4.6	0.0
	200-299만원	(440)	93.4	6.2	0.4
	300-399만원	(808)	78.7	20.9	0.4
	400-499만원	(1,056)	78.2	21.4	0.4
	500-599만원	(1,027)	78.4	20.9	0.7
	600-699만원	(480)	75.7	24.2	0.1
	700만원 이상	(378)	71.1	28.2	0.6

〈통계표 31〉 Bb1. 최근 1년 OTT 서비스 건별 결제(TVOD) 이용 경험

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	있다	없다
▣ 전체 ▣		(4,495)	9.3	90.7
성별	남성	(2,220)	9.1	90.9
	여성	(2,275)	9.5	90.5
연령	10대	(458)	7.9	92.1
	20대	(538)	16.8	83.2
	30대	(697)	17.8	82.2
	40대	(824)	10.6	89.4
	50대	(875)	7.2	92.8
	60대	(856)	1.9	98.1
	70세 이상	(246)	0.0	100.0
가족구성	독신가구	(226)	7.2	92.8
	1세대가구	(1,306)	8.3	91.7
	2세대가구	(2,880)	9.8	90.2
	3세대가구	(80)	14.9	85.1
	기타	(3)	43.8	56.2
지역	서울	(821)	10.5	89.5
	인천/경기	(1,491)	7.4	92.6
	대전/충청/세종	(477)	5.5	94.5
	광주/전라/제주	(474)	7.2	92.8
	부산/울산/경남	(666)	18.1	81.9
	대구/경북 강원	(425) (141)	7.1 8.0	92.9 92.0
직업	사무직	(915)	15.8	84.2
	서비스/판매직	(1,613)	8.5	91.5
	생산직	(556)	5.3	94.7
	학생	(528)	8.2	91.8
	주부	(668)	8.1	91.9
	기타	(19)	40.1	59.9
	무직	(195)	1.0	99.0
학력	초/중/고등학생	(376)	7.4	92.6
	대학생/대학원생	(189)	18.3	81.7
	고졸이하	(1,888)	4.1	95.9
	대졸이상	(2,042)	13.6	86.4
가구소득	100만원 미만	(92)	6.9	93.1
	100-199만원	(214)	2.1	97.9
	200-299만원	(440)	4.1	95.9
	300-399만원	(808)	8.5	91.5
	400-499만원	(1,056)	8.5	91.5
	500-599만원	(1,027)	10.7	89.3
	600-699만원	(480)	12.6	87.4
	700만원 이상	(378)	16.0	84.0

〈통계표 32〉 Bb2. (넷플릭스, 티빙) 유료 OTT의 광고형 요금제 이용 여부

단위 : %

최근 1년 넷플릭스, 티빙 이용자		사례수 (명)	예 (광고형 요금제 이용)	아니오 (베이직/스탠다드/ 프리미엄 요금제 이용)
▣ 전체 ▣		(2,427)	24.6	75.4
성별	남성	(1,117)	26.2	73.8
	여성	(1,310)	23.2	76.8
연령	10대	(295)	27.7	72.3
	20대	(418)	27.3	72.7
	30대	(574)	21.6	78.4
	40대	(556)	22.0	78.0
	50대	(397)	24.5	75.5
	60대	(169)	29.3	70.7
	70세 이상	(19)	47.3	52.7
가족구성	독신가구	(120)	29.2	70.8
	1세대가구	(471)	28.2	71.8
	2세대가구	(1,797)	23.5	76.5
	3세대가구	(39)	19.0	81.0
	기타	(0)	0.0	100.0
지역	서울	(559)	23.4	76.6
	인천/경기	(794)	23.9	76.1
	대전/충청/세종	(246)	24.0	76.0
	광주/전라/제주	(211)	26.4	73.6
	부산/울산/경남	(356)	27.5	72.5
	대구/경북	(187)	13.7	86.3
	강원	(72)	51.0	49.0
직업	사무직	(651)	20.4	79.6
	서비스/판매직	(866)	26.7	73.3
	생산직	(183)	22.7	77.3
	학생	(349)	29.8	70.2
	주부	(318)	21.2	78.8
	기타	(13)	50.2	49.8
	무직	(49)	29.2	70.8
학력	초/중/고등학생	(223)	29.5	70.5
	대학생/대학원생	(157)	25.4	74.6
	고졸이하	(661)	27.6	72.4
	대졸이상	(1,386)	22.3	77.7
가구소득	100만원 미만	(30)	25.2	74.8
	100-199만원	(27)	27.1	72.9
	200-299만원	(142)	30.2	69.8
	300-399만원	(385)	27.1	72.9
	400-499만원	(622)	27.4	72.6
	500-599만원	(679)	22.1	77.9
	600-699만원	(310)	24.5	75.5
	700만원 이상	(232)	16.6	83.4

〈통계표 33〉 Bb2-1. 유료 OTT 광고형 요금제 계속 유지 의향

단위 : %

넷플릭스, 티빙 광고형 요금제 이용자		사례수 (명)	예. 계속 광고형 요금제를 이용하고 싶습니다.	아니오 광고 없이 볼 수 있는 요금제로 변경할 예정입니다.	아니오. 조만간 구독을 해지할 것입니다.
▣ 전체 ▣		(597)	85.2	10.5	4.4
성별	남성	(292)	86.6	9.3	4.0
	여성	(305)	83.8	11.5	4.7
연령	10대	(82)	83.4	12.4	4.1
	20대	(114)	87.8	8.4	3.8
	30대	(124)	86.2	10.4	3.5
	40대	(122)	82.9	12.2	4.9
	50대	(97)	82.9	12.4	4.8
	60대	(49)	91.3	6.2	2.5
	70세 이상	(9)	74.9	0.0	25.1
가족구성	독신가구	(35)	87.0	8.7	4.3
	1세대가구	(132)	87.7	5.0	7.3
	2세대가구	(422)	84.5	12.0	3.5
	3세대가구	(8)	67.5	29.6	2.9
지역	서울	(131)	81.2	13.5	5.3
	인천/경기	(190)	89.0	7.7	3.3
	대전/충청/세종	(59)	89.7	8.6	1.6
	광주/전라/제주	(56)	72.4	17.5	10.1
	부산/울산/경남	(98)	85.7	11.5	2.8
	대구/경북	(26)	76.9	13.6	9.5
	강원	(37)	96.0	0.9	3.1
직업	사무직	(133)	82.6	9.0	8.4
	서비스/판매직	(231)	88.6	9.6	1.7
	생산직	(42)	76.6	14.9	8.5
	학생	(104)	82.9	12.5	4.7
	주부	(67)	85.9	10.3	3.8
	기타	(6)	95.1	4.9	0.0
	무직	(14)	86.5	13.1	0.4
학력	초/중/고등학생	(66)	82.0	13.8	4.2
	대학생/대학원생	(40)	81.5	13.2	5.3
	고졸이하	(182)	90.6	5.7	3.7
	대졸이상	(309)	83.1	12.2	4.7
가구소득	100만원 미만	(8)	81.4	0.7	17.9
	100-199만원	(7)	70.7	29.3	0.0
	200-299만원	(43)	83.3	8.3	8.5
	300-399만원	(104)	90.6	4.1	5.3
	400-499만원	(170)	83.5	12.7	3.9
	500-599만원	(150)	84.3	11.9	3.8
	600-699만원	(76)	89.5	9.1	1.4
	700만원 이상	(39)	78.5	15.6	5.9

〈통계표 34〉 Bb3.유튜브 프리미엄 이용 여부

단위 : %

최근 1년 유튜브 이용자		사례수 (명)	예 (프리미엄 이용)	아니오 (광고 기반형으로 이용)
▣ 전체 ▣		(4,272)	14.6	85.4
성별	남성	(2,138)	15.4	84.6
	여성	(2,134)	13.8	86.2
연령	10대	(439)	10.8	89.2
	20대	(502)	34.4	65.6
	30대	(643)	27.5	72.5
	40대	(765)	16.4	83.6
	50대	(835)	7.2	92.8
	60대	(847)	4.4	95.6
	70세 이상	(241)	2.6	97.4
가족구성	독신가구	(221)	20.3	79.7
	1세대가구	(1,264)	11.1	88.9
	2세대가구	(2,705)	15.8	84.2
	3세대가구	(79)	14.6	85.4
	기타	(3)	9.8	90.2
지역	서울	(783)	15.7	84.3
	인천/경기	(1,426)	14.4	85.6
	대전/충청/세종	(457)	13.6	86.4
	광주/전라/제주	(446)	12.2	87.8
	부산/울산/경남	(627)	20.0	80.0
	대구/경북	(408)	10.5	89.5
	강원	(126)	10.8	89.2
직업	사무직	(853)	25.6	74.4
	서비스/판매직	(1,540)	12.5	87.5
	생산직	(540)	8.7	91.3
	학생	(505)	13.4	86.6
	주부	(626)	12.4	87.6
	기타	(18)	65.0	35.0
	무직	(192)	5.8	94.2
학력	초/중/고등학생	(361)	9.4	90.6
	대학생/대학원생	(179)	27.9	72.1
	고졸이하	(1,838)	7.2	92.8
	대졸이상	(1,895)	21.6	78.4
가구소득	100만원 미만	(89)	8.4	91.6
	100-199만원	(212)	6.8	93.2
	200-299만원	(425)	11.0	89.0
	300-399만원	(768)	12.4	87.6
	400-499만원	(1,006)	12.3	87.7
	500-599만원	(972)	16.4	83.6
	600-699만원	(452)	22.3	77.7
	700만원 이상	(347)	22.3	77.7

〈통계표 35〉 Bb3-1. 제휴 서비스/할인 혜택을 통한 유튜브 프리미엄 이용 여부

단위 : %

유튜브 프리미엄 이용자		사례수 (명)	예 (SKT 우주패스, LG U+ 유독, KT 멤버십 등)	아니오
▣ 전체 ▣		(625)	60.5	39.5
성별	남성	(330)	56.7	43.3
	여성	(295)	64.7	35.3
연령	10대	(47)	64.1	35.9
	20대	(173)	50.9	49.1
	30대	(177)	65.9	34.1
	40대	(125)	59.3	40.7
	50대	(60)	61.9	38.1
	60대	(37)	69.9	30.1
	70세 이상	(6)	98.8	1.2
가족구성	독신가구	(45)	54.9	45.1
	1세대가구	(141)	49.8	50.2
	2세대가구	(428)	64.7	35.3
	3세대가구	(11)	59.0	41.0
	기타	(0)	0.0	100.0
지역	서울	(122)	55.6	44.4
	인천/경기	(205)	62.6	37.4
	대전/충청/세종	(62)	62.9	37.1
	광주/전라/제주	(54)	57.9	42.1
	부산/울산/경남	(125)	55.3	44.7
	대구/경북	(43)	71.7	28.3
	강원	(14)	85.2	14.8
직업	사무직	(218)	62.8	37.2
	서비스/판매직	(193)	57.0	43.0
	생산직	(47)	44.4	55.6
	학생	(68)	62.8	37.2
	주부	(77)	71.6	28.4
	기타	(11)	65.1	34.9
	무직	(11)	46.3	53.7
학력	초/중/고등학생	(34)	60.3	39.7
	대학생/대학원생	(50)	62.7	37.3
	고졸이하	(132)	54.5	45.5
	대졸이상	(409)	62.2	37.8
가구소득	100만원 미만	(7)	51.9	48.1
	100-199만원	(14)	59.9	40.1
	200-299만원	(47)	39.1	60.9
	300-399만원	(95)	58.3	41.7
	400-499만원	(124)	56.4	43.6
	500-599만원	(159)	71.2	28.8
	600-699만원	(101)	64.8	35.2
	700만원 이상	(77)	56.3	43.7

〈통계표 36〉 Bb5. 최근 1년 월평균 유료 OTT 서비스 이용 지출 금액

단위 : 원

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상~1만원 미만	1만원 이상~1만 5천원 미만	1만 5천원 이상~2만원 미만	2만원 이상	평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	34.9	15.5	19.2	13.5	16.9	10500.1
성별	남성	(1,250)	31.6	16.9	19.4	13.4	18.7	10982.7
	여성	(1,437)	37.8	14.3	19.0	13.7	15.3	10080.5
연령	10대	(318)	55.4	15.5	14.0	6.6	8.5	5900.1
	20대	(472)	28.0	11.8	23.4	17.2	19.6	12190.5
	30대	(616)	22.7	16.7	19.6	14.8	26.2	13993.8
	40대	(629)	33.2	15.3	20.4	13.2	18.0	10741.2
	50대	(434)	38.6	18.0	19.3	14.8	9.2	8493.0
	60대	(190)	51.1	16.5	13.6	9.2	9.7	7015.6
	70세 이상	(28)	57.5	10.0	7.9	20.4	4.2	6699.6
가족구성	독신가구	(132)	30.5	18.6	17.1	8.9	24.9	12203.9
	1세대가구	(537)	27.9	17.2	21.9	15.4	17.7	11731.5
	2세대가구	(1,971)	36.8	15.0	18.7	13.5	16.0	10038.5
	3세대가구	(46)	48.9	8.5	16.0	5.6	21.1	11201.7
	기타	(2)	82.5	0.0	0.0	0.0	17.5	5249.5
지역	서울	(593)	40.6	15.2	21.2	8.2	14.9	9136.0
	인천/경기	(884)	29.9	17.1	18.3	18.3	16.3	11223.6
	대전/충청/세종	(270)	39.1	14.7	18.8	10.3	17.2	10164.5
	광주/전라/제주	(259)	42.6	10.1	17.4	12.9	17.1	9861.4
	부산/울산/경남	(392)	29.5	15.9	20.1	11.6	22.9	11915.0
	대구/경북	(209)	34.0	12.7	20.5	18.0	14.8	10377.4
	강원	(80)	37.8	25.4	13.4	11.4	12.0	9197.9
직업	사무직	(721)	27.2	17.0	19.2	15.3	21.3	12086.9
	서비스/판매직	(944)	31.7	15.7	21.1	14.9	16.6	10977.1
	생산직	(210)	32.5	20.7	16.5	11.3	19.0	10977.1
	학생	(375)	52.3	17.3	15.3	6.7	8.4	6375.2
	주부	(367)	39.6	8.2	19.5	15.8	16.9	10263.9
	기타	(15)	46.5	9.1	6.7	0.0	37.8	17846.9
	무직	(55)	47.9	9.7	25.7	8.7	8.0	7421.2
학력	초/중/고등학생	(244)	58.3	15.7	13.4	6.3	6.2	5357.8
	대학생/대학원생	(166)	37.2	16.0	18.9	8.9	18.9	9487.8
	고졸이하	(740)	42.4	17.0	19.3	10.7	10.6	8237.8
	대졸이상	(1,537)	27.4	14.7	20.1	16.5	21.3	12514.3
가구소득	100만원 미만	(32)	43.2	14.1	15.4	10.9	16.5	9111.8
	100-199만원	(32)	32.8	21.6	18.2	6.6	20.8	11662.3
	200-299만원	(154)	35.1	18.0	21.4	9.5	15.9	10285.3
	300-399만원	(455)	34.6	16.3	22.8	12.2	14.2	10225.2
	400-499만원	(675)	35.9	16.1	18.7	12.5	16.8	10078.3
	500-599만원	(737)	36.7	15.8	17.9	14.2	15.5	9820.1
	600-699만원	(333)	28.1	11.8	20.0	16.4	23.6	12951.5
	700만원 이상	(267)	35.8	14.1	16.4	16.5	17.3	11005.0

〈통계표 37〉 Bb5. 최근 1년 월평균 무료 OTT 서비스 이용 지출 금액

단위 : 원

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상~1만원 미만	1만원 이상~1만 5천원 미만	1만 5천원 이상~2만원 미만	2만원 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,283)	90.3	2.6	4.6	1.9	0.6	1219.9
성별	남성	(2,144)	89.9	2.9	4.6	1.9	0.7	1266.2
	여성	(2,139)	90.6	2.4	4.6	2.0	0.4	1173.4
연령	10대	(441)	93.2	2.5	2.4	0.8	1.0	869.1
	20대	(504)	76.3	5.2	9.4	7.5	1.6	3230.8
	30대	(644)	81.7	3.8	11.2	3.2	0.1	2237.1
	40대	(767)	89.7	3.0	5.7	1.0	0.6	1212.8
	50대	(835)	94.7	1.6	2.3	0.9	0.5	631.3
	60대	(851)	97.9	0.7	0.5	0.7	0.2	291.8
	70세 이상	(241)	96.2	3.8	0.0	0.0	0.0	278.1
가족구성	독신가구	(222)	88.2	1.5	6.1	3.1	1.1	1613.9
	1세대가구	(1,271)	90.9	2.8	3.0	2.5	0.8	1151.2
	2세대가구	(2,708)	90.1	2.7	5.2	1.6	0.4	1222.2
	3세대가구	(79)	92.1	0.8	4.9	0.5	1.7	1148.8
	기타	(3)	90.2	0.0	9.8	0.0	0.0	984.2
지역	서울	(785)	92.2	2.2	3.4	2.1	0.0	954.3
	인천/경기	(1,429)	88.5	2.4	5.9	2.4	0.7	1499.1
	대전/충청/세종	(459)	93.6	2.4	3.3	0.7	0.0	767.4
	광주/전라/제주	(447)	90.3	2.3	3.8	2.3	1.3	1300.4
	부산/울산/경남	(629)	86.7	5.1	5.2	1.7	1.2	1545.7
	대구/경북	(408)	93.6	0.6	4.1	1.8	0.0	781.8
	강원	(126)	92.1	3.9	3.5	0.6	0.0	861.9
직업	사무직	(854)	81.4	4.3	10.2	3.2	0.9	2261.0
	서비스/판매직	(1,545)	91.2	2.5	4.3	1.4	0.6	1111.1
	생산직	(541)	94.9	1.1	1.6	2.3	0.3	696.4
	학생	(507)	92.1	2.6	3.2	1.2	0.9	1032.8
	주부	(626)	93.4	2.6	2.0	2.0	0.0	830.5
	기타	(18)	69.2	15.1	8.4	2.3	4.9	3214.1
	무직	(192)	96.0	0.0	2.7	1.3	0.0	520.6
학력	초/중/고등학생	(362)	94.5	1.2	2.4	1.0	1.0	785.9
	대학생/대학원생	(180)	82.9	6.3	5.8	1.7	3.2	2247.6
	고졸이하	(1,843)	94.9	1.4	2.3	1.2	0.2	635.7
	대졸이상	(1,898)	85.6	3.8	7.2	2.9	0.5	1772.3
가구소득	100만원 미만	(89)	97.3	0.5	2.2	0.0	0.0	316.7
	100-199만원	(212)	95.1	2.4	1.7	0.8	0.0	502.5
	200-299만원	(427)	91.2	3.4	2.7	2.2	0.6	1070.8
	300-399만원	(770)	92.7	3.0	2.7	1.6	0.1	923.4
	400-499만원	(1,009)	93.4	0.9	4.0	1.6	0.0	837.4
	500-599만원	(974)	88.8	2.2	5.7	2.3	1.1	1439.0
	600-699만원	(453)	84.0	3.5	9.6	1.9	0.9	1949.3
	700만원 이상	(348)	82.2	6.9	5.7	3.7	1.6	2272.9

〈통계표 38〉 Bb5. 최근 1년 월평균 전체 OTT 서비스 이용 지출 금액

단위 : 원

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상~1만원 미만	1만원 이상~1만 5천원 미만	1만 5천원 이상~2만원 미만	2만원 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	58.1	8.9	11.5	8.4	13.1	7439.9
성별	남성	(2,220)	57.6	9.2	11.2	8.9	13.1	7406.2
	여성	(2,275)	58.6	8.5	11.8	7.9	13.1	7472.7
연령	10대	(458)	66.1	10.8	10.2	5.5	7.4	4931.0
	20대	(538)	29.9	10.1	20.8	13.1	26.2	13712.4
	30대	(697)	27.5	13.6	17.0	14.2	27.7	14438.5
	40대	(824)	47.2	10.4	14.4	10.9	17.1	9319.5
	50대	(875)	67.2	8.2	10.3	8.1	6.1	4821.5
	60대	(856)	88.0	3.6	3.5	1.8	3.1	1844.2
	70세 이상	(246)	91.5	4.8	0.9	2.3	0.5	1036.5
가족구성	독신가구	(226)	56.4	8.8	11.1	6.0	17.7	8691.1
	1세대가구	(1,306)	66.8	7.5	8.9	7.1	9.6	5948.1
	2세대가구	(2,880)	54.0	9.6	12.7	9.3	14.3	8018.6
	3세대가구	(80)	66.5	4.4	11.6	3.2	14.2	7547.8
	기타	(3)	90.2	0.0	0.0	0.0	9.8	3936.9
지역	서울	(821)	55.7	11.4	13.9	4.9	14.2	7520.2
	인천/경기	(1,491)	54.9	9.0	10.9	11.8	13.3	8093.3
	대전/충청/세종	(477)	63.9	7.5	11.8	5.8	11.0	6493.5
	광주/전라/제주	(474)	66.1	3.8	9.2	7.2	13.7	6604.5
	부산/울산/경남	(666)	53.2	10.2	12.2	8.8	15.7	8473.1
	대구/경북	(425)	65.6	6.3	11.2	7.0	9.9	5857.8
	강원	(141)	60.2	15.5	9.1	7.4	7.9	5960.4
직업	사무직	(915)	37.9	12.1	15.6	11.9	22.6	11637.9
	서비스/판매직	(1,613)	57.3	9.1	12.2	9.5	11.9	7486.8
	생산직	(556)	73.2	6.0	5.9	5.3	9.6	4821.5
	학생	(528)	62.3	12.0	12.2	6.0	7.6	5515.7
	주부	(668)	65.0	5.2	9.9	7.2	12.6	6418.5
	기타	(19)	41.1	17.1	6.4	2.1	33.3	16524.7
	무직	(195)	83.4	2.7	7.3	2.6	4.0	2622.4
학력	초/중/고등학생	(376)	70.6	9.6	8.8	5.5	5.5	4234.2
	대학생/대학원생	(189)	38.2	14.4	18.8	8.5	20.1	10504.6
	고졸이하	(1,888)	75.9	6.6	7.3	3.8	6.4	3849.1
	대졸이상	(2,042)	41.2	10.3	15.3	13.1	20.1	11067.2
가구소득	100만원 미만	(92)	78.9	5.4	5.7	3.7	6.3	3496.6
	100-199만원	(214)	86.5	5.4	3.4	0.9	3.9	2260.8
	200-299만원	(440)	72.5	7.9	8.4	3.9	7.3	4644.1
	300-399만원	(808)	61.1	8.4	12.6	7.1	10.8	6645.2
	400-499만원	(1,056)	56.5	10.1	11.7	9.1	12.6	7247.6
	500-599만원	(1,027)	51.4	10.4	13.2	10.8	14.1	8408.7
	600-699만원	(480)	47.3	8.1	12.8	9.1	22.8	10830.6
	700만원 이상	(378)	50.0	7.0	12.3	12.3	18.3	9889.5

〈통계표 39〉 Bb5-1. 최근 1년 월평균 OTT 서비스 이용 지출 금액 적정성

단위 : %

최근 1년 OTT 유료 이용자		사례수 (명)	매우 저렴하다	약간 저렴하다	보통이다	약간 부담스럽 다	매우 부담스럽 다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(1,986)	0.7	6.7	60.7	29.8	2.1	32.0	7.3	3.3	65.2
성별	남성	(984)	0.6	6.7	60.9	29.9	1.9	31.8	7.3	3.3	65.2
	여성	(1,001)	0.7	6.7	60.4	29.8	2.4	32.2	7.4	3.3	65.3
연령	10대	(175)	1.6	8.0	67.6	19.7	3.1	22.8	9.6	3.1	62.9
	20대	(393)	0.9	6.0	55.1	36.1	1.9	38.0	6.9	3.3	66.4
	30대	(519)	0.3	7.5	57.3	32.9	2.1	34.9	7.8	3.3	65.8
	40대	(456)	0.5	5.0	64.3	27.7	2.5	30.2	5.5	3.3	65.3
	50대	(301)	0.3	7.1	60.3	30.3	2.1	32.4	7.3	3.3	65.4
	60대	(116)	1.9	7.8	65.0	24.1	1.2	25.3	9.7	3.1	63.0
	70세 이상	(25)	0.0	11.2	88.5	0.3	0.0	0.3	11.2	2.9	57.8
가족구성	독신가구	(107)	0.7	4.5	59.8	35.0	0.1	35.1	5.1	3.3	65.9
	1세대가구	(455)	0.8	8.4	61.3	28.7	0.8	29.4	9.2	3.2	64.0
	2세대가구	(1,395)	0.5	6.4	60.8	29.8	2.5	32.3	6.9	3.3	65.5
	3세대가구	(28)	7.0	1.7	45.3	33.4	12.5	45.9	8.7	3.4	68.5
	기타	(0)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	60.0
지역	서울	(407)	0.0	9.6	63.9	24.0	2.5	26.5	9.6	3.2	63.9
	인천/경기	(685)	0.0	6.4	55.7	37.5	0.4	37.9	6.4	3.3	66.4
	대전/충청/세종	(180)	0.7	5.0	72.3	21.2	0.8	22.0	5.7	3.2	63.3
	광주/전라/제주	(173)	3.0	3.2	55.4	32.8	5.6	38.4	6.2	3.3	67.0
	부산/울산/경남	(328)	2.1	8.3	57.1	29.5	3.0	32.5	10.4	3.2	64.6
	대구/경북	(153)	0.0	4.3	66.6	23.5	5.6	29.1	4.3	3.3	66.1
	강원	(60)	0.0	2.9	80.2	16.9	0.0	16.9	2.9	3.1	62.8
직업	사무직	(588)	0.4	6.6	57.1	34.5	1.4	35.9	7.0	3.3	66.0
	서비스/판매직	(723)	0.4	7.3	62.7	27.0	2.6	29.6	7.7	3.2	64.8
	생산직	(153)	0.0	9.3	55.4	34.2	1.0	35.2	9.3	3.3	65.4
	학생	(222)	1.2	6.9	67.0	22.1	2.8	24.8	8.2	3.2	63.6
	주부	(255)	1.3	3.9	62.0	30.4	2.3	32.7	5.3	3.3	65.7
	기타	(12)	0.0	7.4	50.0	34.2	8.4	42.6	7.4	3.4	68.7
	무직	(33)	6.7	1.3	54.0	34.4	3.6	38.0	8.0	3.3	65.4
학력	초/중/고등학생	(126)	1.7	7.2	71.8	15.5	3.8	19.3	8.9	3.1	62.5
	대학생/대학원생	(124)	1.4	6.1	62.1	28.5	1.9	30.4	7.5	3.2	64.7
	고졸이하	(492)	0.6	7.8	61.5	28.6	1.4	30.1	8.5	3.2	64.5
	대졸이상	(1,244)	0.5	6.2	59.1	31.9	2.3	34.2	6.7	3.3	65.8
가구소득	100만원 미만	(22)	3.1	5.8	55.8	31.8	3.5	35.3	8.9	3.3	65.4
	100-199만원	(31)	0.0	8.3	61.0	27.3	3.5	30.8	8.3	3.3	65.2
	200-299만원	(131)	2.1	7.3	59.0	28.8	2.8	31.6	9.4	3.2	64.6
	300-399만원	(339)	1.5	7.2	54.4	34.6	2.4	36.9	8.7	3.3	65.8
	400-499만원	(493)	0.6	5.5	62.8	28.3	2.8	31.1	6.1	3.3	65.4
	500-599만원	(518)	0.0	8.0	64.9	25.2	1.9	27.1	8.0	3.2	64.2
	600-699만원	(259)	0.7	2.8	52.8	41.7	2.0	43.7	3.5	3.4	68.3
	700만원 이상	(192)	0.0	9.9	67.0	22.8	0.3	23.2	9.9	3.1	62.7

〈통계표 40〉 Bb6. 한 달 기준 OTT 서비스 이용 최대 지불 의사 금액

단위 : 원

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	5천원 미만	5천원 이상~1만원 미만	1만원 이상~1만5천원 미만	1만5천원 이상~2만원 미만	2만원 이상~3만원 미만	3만원 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	37.2	14.7	17.4	11.3	11.3	8.0	10085.6
성별	남성	(2,220)	38.4	13.9	17.1	11.4	10.3	8.8	10031.6
	여성	(2,275)	36.1	15.5	17.7	11.1	12.2	7.3	10138.4
연령	10대	(458)	41.3	19.4	15.7	9.1	10.1	4.5	8042.3
	20대	(538)	11.9	12.9	16.3	22.3	22.1	14.5	16568.3
	30대	(697)	14.9	12.9	20.4	13.8	18.5	19.3	16525.8
	40대	(824)	23.1	13.8	24.5	14.0	13.8	10.8	12804.1
	50대	(875)	43.8	16.4	18.4	9.8	8.1	3.4	7599.9
	60대	(856)	64.4	14.1	12.2	5.3	2.8	1.1	4068.2
	70세 이상	(246)	77.5	14.5	5.3	0.4	2.4	0.0	2122.8
가족구성	독신가구	(226)	40.5	13.7	12.3	9.5	13.8	10.2	10953.7
	1세대가구	(1,306)	50.8	12.9	11.9	9.6	8.1	6.7	7997.8
	2세대가구	(2,880)	30.7	15.5	20.3	12.3	12.6	8.5	10957.5
	3세대가구	(80)	39.3	19.2	17.8	7.6	10.0	6.1	10096.7
	기타	(3)	56.2	33.9	0.0	0.0	0.0	9.8	16458.8
지역	서울	(821)	26.7	21.4	19.9	13.3	10.3	8.4	10890.2
	인천/경기	(1,491)	33.6	14.5	17.1	12.6	14.2	8.0	10829.1
	대전/충청/세종	(477)	40.0	10.6	21.9	11.2	10.0	6.3	9331.7
	광주/전라/제주	(474)	45.1	14.3	14.1	8.1	9.7	8.7	9049.3
	부산/울산/경남	(666)	39.8	13.2	14.6	10.5	11.0	10.9	10773.7
	대구/경북	(425)	52.1	9.0	17.8	8.0	7.5	5.6	7513.5
	강원	(141)	43.3	18.8	13.9	9.5	9.6	4.7	8082.7
직업	사무직	(915)	19.2	12.8	21.8	16.3	16.7	13.2	14302.5
	서비스/판매직	(1,613)	38.0	14.8	17.2	11.6	11.2	7.2	9777.3
	생산직	(556)	54.2	11.7	13.1	7.6	5.9	7.5	7598.9
	학생	(528)	37.6	20.0	17.7	9.3	10.3	5.1	8713.6
	주부	(668)	38.0	15.7	17.5	10.1	11.7	7.0	9536.6
	기타	(19)	28.2	15.3	15.1	7.0	1.0	33.3	20017.3
	무직	(195)	64.0	14.7	10.2	5.1	4.3	1.6	4542.9
학력	초/중/고등학생	(376)	46.4	19.1	15.3	7.6	7.2	4.3	7166.7
	대학생/대학원생	(189)	15.8	17.3	22.1	12.3	24.8	7.8	13547.0
	고졸이하	(1,888)	54.2	14.4	15.2	7.7	5.3	3.2	6122.5
	대졸이상	(2,042)	21.8	14.0	19.4	15.1	16.3	13.3	13968.0
가구소득	100만원 미만	(92)	67.1	11.1	7.9	3.7	5.1	5.0	5346.2
	100-199만원	(214)	70.9	13.7	6.9	4.0	1.9	2.5	3747.7
	200-299만원	(440)	57.5	14.2	10.9	7.6	6.0	3.8	6215.1
	300-399만원	(808)	41.2	13.9	18.0	10.2	9.5	7.2	9338.5
	400-499만원	(1,056)	34.1	16.0	20.3	11.4	10.9	7.2	9901.8
	500-599만원	(1,027)	28.7	15.2	19.9	12.2	14.9	9.1	11453.3
	600-699만원	(480)	22.9	13.7	18.8	15.4	16.7	12.5	13910.0
	700만원 이상	(378)	28.7	15.2	15.2	15.4	13.0	12.5	12878.3

〈통계표 41〉 Bb7. 유료 OTT 서비스 1개 적정 이용료(1개월 기준)

단위 : 원

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	2500원 미만	2500원 이상~5000원 미만	5000원 이상~7500원 미만	7500원 이상~10000원 미만	10000원 이상~12500원 미만	12500원 이상	평균
▣ 전체 ▣		(4,495)	39.2	10.1	21.2	4.6	16.6	8.4	5212.6
성별	남성	(2,220)	40.2	9.4	20.9	4.7	15.9	8.9	5174.6
	여성	(2,275)	38.2	10.8	21.5	4.4	17.2	7.9	5249.7
연령	10대	(458)	45.6	10.9	20.9	3.5	12.0	7.1	4403.7
	20대	(538)	17.7	11.6	23.2	8.2	27.2	12.1	7474.0
	30대	(697)	22.8	9.2	22.9	6.6	24.1	14.3	7383.3
	40대	(824)	29.3	8.5	22.9	6.2	22.7	10.5	6452.0
	50대	(875)	44.2	9.1	22.4	3.7	13.0	7.6	4572.5
	60대	(856)	57.4	11.3	19.7	1.7	7.2	2.7	2898.2
	70세 이상	(246)	72.2	12.1	7.8	0.7	5.2	2.0	1795.5
가족구성	독신가구	(226)	42.6	7.4	18.8	7.0	14.5	9.7	5253.0
	1세대가구	(1,306)	49.7	9.1	16.8	3.9	13.3	7.1	4297.3
	2세대가구	(2,880)	34.0	10.6	23.5	4.8	18.1	9.1	5639.9
	3세대가구	(80)	40.7	16.0	17.5	1.9	20.1	3.8	4800.7
	기타	(3)	90.2	0.0	0.0	0.0	9.8	0.0	1323.3
지역	서울	(821)	29.6	13.1	27.4	5.9	15.8	8.2	5703.8
	인천/경기	(1,491)	41.2	13.6	19.7	4.8	13.9	6.8	4683.3
	대전/충청/세종	(477)	38.3	4.8	25.5	3.4	19.0	8.9	5435.1
	광주/전라/제주	(474)	43.0	8.4	17.9	2.6	17.0	11.0	5344.4
	부산/울산/경남	(666)	34.5	6.1	19.9	3.9	22.8	12.8	6397.3
	대구/경북 강원	(425) (141)	52.8 44.7	7.3 5.8	15.6 19.9	1.5 18.0	18.0 5.1	4.9 6.5	4054.2 4652.4
직업	사무직	(915)	27.0	8.3	23.6	7.2	21.3	12.6	6861.9
	서비스/판매직	(1,613)	39.6	10.8	21.7	4.2	15.8	7.8	4973.3
	생산직	(556)	50.1	7.4	18.6	2.8	13.8	7.3	4320.2
	학생	(528)	42.6	10.8	22.3	4.2	13.5	6.6	4618.0
	주부	(668)	36.8	13.8	20.4	4.0	17.2	7.7	5172.8
	기타	(19)	26.2	1.3	20.3	19.6	19.0	13.6	8520.9
	무직	(195)	61.6	5.7	12.8	2.0	14.7	3.2	3413.1
학력	초/중/고등학생	(376)	48.1	10.3	22.1	2.5	11.9	5.2	4022.5
	대학생/대학원생	(189)	26.6	10.2	24.5	9.6	18.9	10.2	6500.8
	고졸이하	(1,888)	50.5	10.0	19.5	3.6	12.8	3.6	3725.7
	대졸이상	(2,042)	28.2	10.1	22.3	5.4	20.6	13.3	6687.6
가구소득	100만원 미만	(92)	66.2	5.7	10.3	4.0	8.7	5.0	3460.5
	100-199만원	(214)	67.7	7.9	18.6	0.3	3.3	2.2	2278.4
	200-299만원	(440)	53.4	11.8	13.1	4.1	12.4	5.3	3727.6
	300-399만원	(808)	38.1	10.2	24.2	3.3	16.9	7.4	5090.6
	400-499만원	(1,056)	36.7	10.5	21.1	4.0	17.4	10.3	5522.6
	500-599만원	(1,027)	32.0	10.4	23.5	6.6	19.1	8.4	5714.6
	600-699만원	(480)	30.6	11.4	21.5	7.0	19.5	10.0	6049.7
	700만원 이상	(378)	39.3	6.3	22.0	3.4	17.3	11.6	5999.2

〈통계표 42〉 Bb8. OTT 서비스 구독 이유(중복응답)(1)

단위 : %

최근 1년 구독형 OTT/ 유튜브 프리미엄 이용자		사례수 (명)	동영상 콘텐츠의 종류가 다양해서	시간, 장소에 구애받지 않고 콘텐츠를 감상할 수 있어서	OTT 서비스에서만 제공하는 콘텐츠(오리지널 콘텐츠, 독점 콘텐츠 등)를 감상하기 위해서	콘텐츠 검색, 메뉴, 화면구성 등 이용이 편리해서	연계된 제휴 서비스(통신사, 네이버 플러스, 쿠팡와우 등)에 가입되어 있어서
▣ 전체 ▣		(2,774)	76.2	68.1	57.2	32.2	21.5
성별	남성	(1,301)	75.8	67.3	57.7	33.6	20.5
	여성	(1,473)	76.5	68.8	56.9	31.0	22.5
연령	10대	(328)	78.3	68.7	61.6	32.9	17.5
	20대	(493)	74.3	68.5	61.8	34.0	26.8
	30대	(629)	74.1	69.2	60.1	31.2	25.5
	40대	(639)	78.3	69.9	57.4	36.5	20.8
	50대	(448)	76.6	66.3	53.6	29.7	16.2
	60대	(204)	76.7	65.6	39.2	21.9	17.4
	70세 이상	(34)	70.1	44.3	48.8	34.2	19.9
가족구성	독신가구	(139)	78.2	70.8	62.6	37.5	23.4
	1세대가구	(566)	70.4	67.3	51.9	28.7	18.2
	2세대가구	(2,018)	77.8	68.8	58.8	33.3	22.5
	3세대가구	(50)	70.2	42.4	42.2	13.0	13.2
	기타	(2)	51.1	51.1	0.0	14.9	48.9
지역	서울	(602)	76.2	73.2	52.1	31.1	15.0
	인천/경기	(901)	79.2	71.6	66.9	41.3	24.9
	대전/충청/세종	(277)	72.9	71.4	45.5	19.0	21.3
	광주/전라/제주	(268)	58.8	57.0	42.7	19.4	27.1
	부산/울산/경남	(428)	80.4	55.1	49.0	28.9	16.0
	대구/경북 강원	(217) (81)	81.9 72.6	74.1 70.2	79.0 62.0	38.3 29.4	30.2 20.8
직업	사무직	(746)	78.1	68.6	59.0	33.8	21.0
	서비스/판매직	(969)	75.2	69.9	56.3	31.8	21.5
	생산직	(216)	69.1	60.2	53.0	27.7	21.7
	학생	(390)	78.2	68.8	61.1	33.5	18.5
	주부	(380)	76.6	66.5	56.2	31.9	26.9
	기타 무직	(17) (57)	69.1 79.2	80.6 63.9	64.9 44.6	36.9 28.2	21.2 14.6
학력	초/중/고등학생	(253)	78.8	66.9	58.6	33.0	14.1
	대학생/대학원생	(173)	68.6	76.5	63.6	31.0	25.3
	고졸이하	(764)	78.6	64.2	54.1	32.5	17.1
	대졸이상	(1,584)	75.4	69.3	57.9	32.1	24.4
가구소득	100만원 미만	(34)	76.7	66.1	51.6	36.9	10.8
	100-199만원	(40)	68.9	55.0	64.9	22.8	28.7
	200-299만원	(168)	74.0	67.2	42.7	35.9	22.7
	300-399만원	(468)	72.8	64.4	57.6	24.4	20.8
	400-499만원	(686)	74.4	68.8	57.7	37.3	22.5
	500-599만원	(759)	77.8	72.0	59.3	34.4	19.9
	600-699만원	(344)	78.2	68.9	61.6	34.2	25.8
	700만원 이상	(274)	81.6	63.8	52.7	23.1	19.1

〈통계표 43〉 Bb8. OTT 서비스 구독 이유(중복응답)(2)

단위 : %

최근 1년 구독형 OTT/ 유튜브 프리미엄 이용자		사례수 (명)	추천 알고리즘이 만족스러워서	구독료가 합리적이라서	할인 혜택/프로모션 (특정 기간 무료)을 제공해서	가족과 함께 이용하려고	광고 없이 콘텐츠를 즐기고 싶어서
▣ 전체 ▣		(2,774)	13.6	12.6	11.4	0.1	0.0
성별	남성	(1,301)	13.6	12.5	11.1	0.0	0.0
	여성	(1,473)	13.6	12.7	11.6	0.1	0.0
연령	10대	(328)	13.9	15.9	9.5	0.2	0.0
	20대	(493)	14.5	10.0	16.2	0.0	0.1
	30대	(629)	14.5	13.5	11.5	0.1	0.0
	40대	(639)	13.2	13.9	10.7	0.1	0.0
	50대	(448)	11.8	11.8	7.7	0.0	0.0
	60대	(204)	13.8	10.9	12.0	0.0	0.0
	70세 이상	(34)	8.2	0.0	13.9	0.0	0.0
가족구성	독신가구	(139)	14.8	11.7	16.3	0.0	0.0
	1세대가구	(566)	12.8	11.1	10.6	0.2	0.1
	2세대가구	(2,018)	13.9	13.3	11.4	0.0	0.0
	3세대가구	(50)	9.0	3.1	4.0	0.0	0.0
	기타	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(602)	13.2	11.1	10.2	0.0	0.0
	인천/경기	(901)	19.2	17.5	16.7	0.0	0.0
	대전/충청/세종	(277)	11.9	8.7	10.0	0.0	0.0
	광주/전라/제주	(268)	6.0	5.5	4.3	0.2	0.2
	부산/울산/경남	(428)	8.2	11.6	4.8	0.0	0.0
	대구/경북 강원	(217) (81)	16.0 7.4	15.9 2.5	15.3 12.3	0.3 0.8	0.0 0.0
직업	사무직	(746)	13.1	9.6	11.1	0.0	0.0
	서비스/판매직	(969)	13.0	15.2	12.8	0.1	0.0
	생산직	(216)	12.7	14.3	7.2	0.3	0.0
	학생	(390)	13.7	14.2	9.3	0.1	0.1
	주부	(380)	16.8	10.7	13.0	0.0	0.0
	기타 무직	(17) (57)	20.7 9.0	13.7 3.2	0.4 11.9	0.0 0.0	0.0 0.0
학력	초/중/고등학생	(253)	12.1	15.2	6.9	0.2	0.0
	대학생/대학원생	(173)	15.0	15.4	11.6	0.0	0.2
	고졸이하	(764)	10.9	11.7	8.4	0.0	0.0
	대졸이상	(1,584)	15.0	12.3	13.5	0.1	0.0
가구소득	100만원 미만	(34)	9.5	10.6	12.0	0.0	0.0
	100-199만원	(40)	20.5	3.7	19.3	0.0	0.0
	200-299만원	(168)	9.5	9.7	11.5	0.0	0.0
	300-399만원	(468)	13.3	14.7	16.3	0.1	0.1
	400-499만원	(686)	14.6	11.0	9.9	0.0	0.0
	500-599만원	(759)	14.0	13.5	11.4	0.1	0.0
	600-699만원	(344)	13.5	13.7	8.9	0.2	0.0
	700만원 이상	(274)	12.2	12.8	8.3	0.0	0.0

〈통계표 44〉 Bb9. 유료 OTT 서비스 계정 주 이용 방식

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	단독 이용	계정 공유
▣ 전체 ▣		(4,495)	58.5	41.5
성별	남성	(2,220)	62.3	37.7
	여성	(2,275)	54.8	45.2
연령	10대	(458)	40.2	59.8
	20대	(538)	52.9	47.1
	30대	(697)	48.4	51.6
	40대	(824)	53.0	47.0
	50대	(875)	61.2	38.8
	60대	(856)	75.1	24.9
	70세 이상	(246)	84.4	15.6
가족구성	독신가구	(226)	69.4	30.6
	1세대가구	(1,306)	67.5	32.5
	2세대가구	(2,880)	53.4	46.6
	3세대가구	(80)	61.5	38.5
	기타	(3)	76.1	23.9
지역	서울	(821)	47.5	52.5
	인천/경기	(1,491)	60.5	39.5
	대전/충청/세종	(477)	51.8	48.2
	광주/전라/제주	(474)	62.1	37.9
	부산/울산/경남	(666)	63.4	36.6
	대구/경북	(425)	67.5	32.5
	강원	(141)	61.8	38.2
직업	사무직	(915)	53.8	46.2
	서비스/판매직	(1,613)	60.1	39.9
	생산직	(556)	69.6	30.4
	학생	(528)	40.6	59.4
	주부	(668)	61.6	38.4
	기타	(19)	49.4	50.6
	무직	(195)	74.1	25.9
학력	초/중/고등학생	(376)	41.3	58.7
	대학생/대학원생	(189)	42.3	57.7
	고졸이하	(1,888)	68.9	31.1
	대졸이상	(2,042)	53.5	46.5
가구소득	100만원 미만	(92)	79.6	20.4
	100-199만원	(214)	76.2	23.8
	200-299만원	(440)	72.6	27.4
	300-399만원	(808)	66.0	34.0
	400-499만원	(1,056)	58.6	41.4
	500-599만원	(1,027)	47.5	52.5
	600-699만원	(480)	52.6	47.4
	700만원 이상	(378)	47.8	52.2

〈통계표 45〉 Bb10-1. OTT 서비스 이용 방식 - 배속 기능을 사용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	18.3	22.8	23.9	30.8	4.2	35.0	41.0	2.8	56.0
성별	남성	(2,220)	18.6	22.6	23.7	31.6	3.5	35.1	41.2	2.8	55.8
	여성	(2,275)	18.0	22.9	24.2	29.9	5.0	34.9	40.9	2.8	56.2
연령	10대	(458)	9.5	16.4	26.0	41.3	6.8	48.1	26.0	3.2	63.9
	20대	(538)	9.1	18.6	24.5	39.7	8.2	47.9	27.6	3.2	63.9
	30대	(697)	9.0	19.1	23.4	43.6	4.8	48.4	28.1	3.2	63.2
	40대	(824)	15.5	21.9	24.5	33.5	4.6	38.1	37.4	2.9	58.0
	50대	(875)	20.7	24.8	25.5	25.8	3.2	29.0	45.5	2.7	53.2
	60대	(856)	29.5	30.3	20.9	17.5	1.8	19.3	59.8	2.3	46.4
	70세 이상	(246)	42.9	23.3	23.3	10.5	0.0	10.5	66.2	2.0	40.3
가족구성	독신가구	(226)	21.5	20.5	23.7	30.2	4.1	34.3	42.0	2.7	55.0
	1세대가구	(1,306)	24.0	26.5	24.2	23.1	2.1	25.3	50.5	2.5	50.6
	2세대가구	(2,880)	15.1	21.4	23.9	34.5	5.2	39.7	36.5	2.9	58.7
	3세대가구	(80)	30.7	17.7	20.9	25.9	4.8	30.6	48.4	2.6	51.2
	기타	(3)	33.9	0.0	66.1	0.0	0.0	0.0	33.9	2.3	46.4
지역	서울	(821)	7.8	18.3	25.6	44.4	3.8	48.3	26.2	3.2	63.6
	인천/경기	(1,491)	18.0	24.2	20.6	31.1	6.1	37.2	42.2	2.8	56.6
	대전/충청/세종	(477)	14.2	26.9	23.9	31.9	3.1	35.0	41.2	2.8	56.5
	광주/전라/제주	(474)	30.5	24.1	25.0	16.8	3.6	20.3	54.6	2.4	47.8
	부산/울산/경남	(666)	19.1	20.1	27.8	29.3	3.8	33.1	39.2	2.8	55.7
	대구/경북	(425)	29.1	23.7	20.1	24.6	2.6	27.1	52.8	2.5	49.6
	강원	(141)	18.8	24.2	39.6	17.1	0.3	17.4	43.1	2.6	51.2
직업	사무직	(915)	11.0	20.6	27.1	34.1	7.2	41.3	31.6	3.1	61.2
	서비스/판매직	(1,613)	18.1	22.9	22.6	33.4	3.1	36.4	41.0	2.8	56.1
	생산직	(556)	28.5	27.8	20.7	21.7	1.3	23.0	56.3	2.4	47.9
	학생	(528)	9.1	16.3	24.9	42.5	7.4	49.8	25.3	3.2	64.6
	주부	(668)	21.4	24.7	25.7	23.8	4.4	28.2	46.1	2.7	53.0
	기타	(19)	33.1	18.3	34.5	11.7	2.4	14.1	51.4	2.3	46.4
	무직	(195)	37.4	29.0	19.5	13.9	0.2	14.1	66.4	2.1	42.1
학력	초/중/고등학생	(376)	10.0	16.0	25.7	41.4	6.8	48.2	26.1	3.2	63.8
	대학생/대학원생	(189)	11.5	15.8	20.9	43.2	8.7	51.8	27.3	3.2	64.3
	고졸이하	(1,888)	26.2	25.0	23.3	23.0	2.6	25.6	51.1	2.5	50.2
	대졸이상	(2,042)	13.1	22.6	24.5	34.9	4.9	39.8	35.7	3.0	59.2
가구소득	100만원 미만	(92)	37.8	26.1	15.7	18.7	1.7	20.4	63.8	2.2	44.1
	100-199만원	(214)	41.2	25.2	22.5	10.7	0.5	11.2	66.4	2.0	40.8
	200-299만원	(440)	26.2	25.2	24.2	22.0	2.4	24.4	51.4	2.5	49.9
	300-399만원	(808)	21.3	24.0	21.9	29.9	2.9	32.8	45.3	2.7	53.8
	400-499만원	(1,056)	17.2	23.5	21.4	34.2	3.7	37.9	40.7	2.8	56.7
	500-599만원	(1,027)	9.9	21.6	26.3	36.7	5.4	42.1	31.6	3.1	61.2
	600-699만원	(480)	10.6	17.2	30.5	35.2	6.4	41.6	27.9	3.1	61.9
	700만원 이상	(378)	20.5	23.0	23.0	25.9	7.7	33.6	43.4	2.8	55.5

〈통계표 46〉 Bb10-2. OTT 서비스 이용 방식 - 스킵(구간 이동) 기능을 사용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	15.8	18.5	26.1	30.7	8.9	39.6	34.3	3.0	59.7
성별	남성	(2,220)	15.9	18.2	26.2	31.3	8.4	39.7	34.0	3.0	59.7
	여성	(2,275)	15.8	18.7	26.0	30.0	9.4	39.5	34.6	3.0	59.7
연령	10대	(458)	6.2	14.8	26.7	38.7	13.5	52.2	21.0	3.4	67.7
	20대	(538)	5.6	11.9	29.4	36.2	16.9	53.1	17.5	3.5	69.4
	30대	(697)	9.7	17.6	25.3	39.4	7.9	47.3	27.3	3.2	63.6
	40대	(824)	14.2	15.4	28.1	32.4	9.9	42.3	29.6	3.1	61.7
	50대	(875)	19.7	18.8	26.6	27.5	7.3	34.9	38.5	2.8	56.8
	60대	(856)	23.3	26.8	23.2	21.8	4.8	26.7	50.1	2.6	51.6
	70세 이상	(246)	39.2	22.1	21.3	14.9	2.5	17.4	61.3	2.2	43.9
가족구성	독신가구	(226)	17.0	17.3	21.2	36.1	8.5	44.6	34.2	3.0	60.4
	1세대가구	(1,306)	20.5	21.9	26.7	23.8	7.2	30.9	42.3	2.8	55.1
	2세대가구	(2,880)	13.4	17.0	26.3	33.5	9.7	43.2	30.4	3.1	61.8
	3세대가구	(80)	26.5	17.4	19.8	26.6	9.6	36.2	44.0	2.8	55.1
	기타	(3)	0.0	0.0	66.1	0.0	33.9	33.9	0.0	3.7	73.6
지역	서울	(821)	6.4	14.7	32.6	42.5	3.8	46.3	21.1	3.2	64.5
	인천/경기	(1,491)	20.7	16.7	25.6	27.3	9.8	37.0	37.4	2.9	57.7
	대전/충청/세종	(477)	9.2	22.3	24.7	36.4	7.4	43.8	31.5	3.1	62.1
	광주/전라/제주	(474)	22.5	19.0	24.1	20.5	13.9	34.4	41.5	2.8	56.8
	부산/울산/경남	(666)	16.7	19.3	24.7	29.7	9.5	39.2	36.0	3.0	59.2
	대구/경북	(425)	15.1	24.1	17.6	29.8	13.3	43.1	39.3	3.0	60.4
	강원	(141)	18.1	22.4	37.1	19.6	2.8	22.4	40.5	2.7	53.3
직업	사무직	(915)	10.4	14.6	30.5	35.2	9.3	44.5	25.0	3.2	63.7
	서비스/판매직	(1,613)	16.2	18.2	25.4	31.9	8.3	40.2	34.3	3.0	59.6
	생산직	(556)	22.4	23.2	22.6	24.1	7.8	31.8	45.5	2.7	54.4
	학생	(528)	6.1	13.9	27.2	39.2	13.7	52.9	20.0	3.4	68.1
	주부	(668)	19.4	20.9	24.9	25.9	9.0	34.8	40.3	2.8	56.8
	기타	(19)	26.0	17.4	35.9	15.9	4.7	20.6	43.4	2.6	51.2
	무직	(195)	33.7	29.4	20.8	12.8	3.3	16.1	63.1	2.2	44.5
학력	초/중/고등학생	(376)	6.6	14.0	26.8	38.4	14.3	52.7	20.5	3.4	68.0
	대학생/대학원생	(189)	9.1	12.1	23.8	39.0	15.9	54.9	21.2	3.4	68.1
	고졸이하	(1,888)	23.4	19.6	24.0	25.2	7.8	33.0	43.0	2.7	54.9
	대졸이상	(2,042)	11.2	18.8	28.1	33.5	8.3	41.9	30.0	3.1	61.8
가구소득	100만원 미만	(92)	28.2	24.2	15.8	24.8	7.1	31.8	52.4	2.6	51.7
	100-199만원	(214)	29.3	24.8	23.2	19.1	3.6	22.7	54.1	2.4	48.6
	200-299만원	(440)	22.3	16.6	26.1	25.5	9.5	35.0	38.9	2.8	56.7
	300-399만원	(808)	18.6	21.3	22.7	29.7	7.7	37.4	39.9	2.9	57.3
	400-499만원	(1,056)	15.3	19.6	25.3	31.7	8.1	39.8	34.9	3.0	59.5
	500-599만원	(1,027)	8.6	15.2	31.2	35.9	9.1	45.0	23.8	3.2	64.3
	600-699만원	(480)	11.5	14.9	31.3	30.3	12.0	42.3	26.4	3.2	63.3
	700만원 이상	(378)	18.6	19.6	19.3	30.3	12.2	42.5	38.2	3.0	59.6

〈통계표 47〉 Bb10-3. OTT 서비스 이용 방식 - 실시간 스트리밍(live)/퀵VOD로 시청한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	23.2	25.9	28.5	18.8	3.6	22.4	49.1	2.5	50.7
성별	남성	(2,220)	23.7	24.0	29.0	19.4	3.9	23.3	47.7	2.6	51.2
	여성	(2,275)	22.7	27.8	28.1	18.2	3.2	21.4	50.5	2.5	50.3
연령	10대	(458)	15.4	23.2	31.4	27.4	2.6	30.1	38.6	2.8	55.7
	20대	(538)	12.8	23.5	33.4	25.8	4.5	30.3	36.3	2.9	57.2
	30대	(697)	14.4	24.1	33.5	21.6	6.4	28.0	38.4	2.8	56.3
	40대	(824)	18.9	27.7	28.3	21.9	3.2	25.1	46.6	2.6	52.6
	50대	(875)	27.9	25.8	26.9	15.8	3.6	19.4	53.8	2.4	48.2
	60대	(856)	34.0	28.4	25.5	9.6	2.5	12.1	62.4	2.2	43.6
	70세 이상	(246)	45.5	27.0	15.8	11.6	0.0	11.6	72.6	1.9	38.7
가족구성	독신가구	(226)	25.4	22.8	30.5	17.6	3.7	21.3	48.3	2.5	50.3
	1세대가구	(1,306)	27.6	29.4	27.2	13.5	2.3	15.7	57.0	2.3	46.7
	2세대가구	(2,880)	20.8	24.5	29.0	21.5	4.2	25.6	45.3	2.6	52.7
	3세대가구	(80)	29.5	28.8	25.8	14.5	1.4	15.8	58.4	2.3	45.9
	기타	(3)	33.9	22.5	43.6	0.0	0.0	0.0	56.4	2.1	41.9
지역	서울	(821)	11.5	25.3	28.3	29.7	5.2	34.9	36.8	2.9	58.3
	인천/경기	(1,491)	25.8	21.7	29.3	18.8	4.4	23.2	47.5	2.5	50.9
	대전/충청/세종	(477)	19.0	39.9	23.3	15.5	2.4	17.9	58.9	2.4	48.5
	광주/전라/제주	(474)	32.1	23.6	29.1	11.7	3.5	15.1	55.8	2.3	46.1
	부산/울산/경남	(666)	25.1	26.8	28.3	17.3	2.6	19.8	51.9	2.5	49.1
	대구/경북	(425)	31.6	29.4	27.2	10.8	1.1	11.9	60.9	2.2	44.1
	강원	(141)	14.0	19.7	42.8	22.7	0.9	23.5	33.7	2.8	55.4
직업	사무직	(915)	14.8	25.5	28.7	25.1	6.0	31.0	40.3	2.8	56.4
	서비스/판매직	(1,613)	22.3	25.8	29.6	19.6	2.7	22.3	48.1	2.5	50.9
	생산직	(556)	35.4	26.6	25.9	9.3	2.8	12.1	62.0	2.2	43.5
	학생	(528)	15.4	22.7	31.2	27.5	3.2	30.6	38.2	2.8	56.0
	주부	(668)	26.5	30.0	28.8	10.7	4.0	14.7	56.5	2.4	47.1
	기타	(19)	39.5	9.9	23.9	23.6	3.1	26.7	49.4	2.4	48.2
	무직	(195)	43.2	23.3	19.0	13.8	0.8	14.5	66.4	2.1	41.1
학력	초/중/고등학생	(376)	15.7	23.2	30.2	28.2	2.7	30.9	38.9	2.8	55.8
	대학생/대학원생	(189)	19.3	19.7	29.3	26.6	5.2	31.7	38.9	2.8	55.7
	고졸이하	(1,888)	31.7	26.1	25.9	13.8	2.5	16.3	57.8	2.3	45.8
	대졸이상	(2,042)	17.0	26.8	30.6	21.0	4.6	25.5	43.8	2.7	53.8
가구소득	100만원 미만	(92)	40.8	25.0	16.7	14.5	3.0	17.5	65.8	2.1	42.8
	100-199만원	(214)	42.5	24.9	24.4	7.7	0.5	8.2	67.4	2.0	39.7
	200-299만원	(440)	29.1	26.3	26.0	16.5	2.0	18.5	55.4	2.4	47.2
	300-399만원	(808)	23.7	27.0	31.1	15.4	2.9	18.2	50.7	2.5	49.3
	400-499만원	(1,056)	21.9	27.1	28.7	18.8	3.4	22.3	49.1	2.5	50.9
	500-599만원	(1,027)	15.9	24.8	30.6	24.5	4.3	28.7	40.6	2.8	55.3
	600-699만원	(480)	16.5	24.8	31.5	22.7	4.5	27.2	41.3	2.7	54.8
	700만원 이상	(378)	31.8	25.0	21.5	15.9	5.8	21.7	56.8	2.4	47.8

〈통계표 48〉 Bb10-4. OTT 서비스 이용 방식 - 국내 콘텐츠를 한글 자막과 함께 시청한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	19.2	23.3	26.8	25.8	4.9	30.7	42.4	2.7	54.8
성별	남성	(2,220)	19.8	23.3	26.7	25.7	4.5	30.2	43.1	2.7	54.4
	여성	(2,275)	18.6	23.2	27.0	25.9	5.4	31.2	41.8	2.8	55.2
연령	10대	(458)	15.1	20.8	28.9	28.6	6.5	35.2	35.9	2.9	58.1
	20대	(538)	12.4	27.9	28.5	26.4	4.7	31.2	40.3	2.8	56.6
	30대	(697)	15.6	19.2	27.8	31.1	6.3	37.5	34.8	2.9	58.7
	40대	(824)	16.4	24.6	25.6	27.1	6.3	33.4	41.0	2.8	56.5
	50대	(875)	20.9	22.4	29.4	23.9	3.4	27.3	43.3	2.7	53.3
	60대	(856)	25.3	25.4	25.5	20.5	3.3	23.8	50.7	2.5	50.2
	70세 이상	(246)	33.3	20.7	16.4	24.9	4.8	29.6	54.0	2.5	49.4
가족구성	독신가구	(226)	22.7	21.7	24.1	28.3	3.2	31.4	44.4	2.7	53.5
	1세대가구	(1,306)	22.0	25.8	27.2	21.5	3.6	25.0	47.8	2.6	51.7
	2세대가구	(2,880)	17.3	22.4	27.1	27.6	5.6	33.3	39.7	2.8	56.4
	3세대가구	(80)	28.7	19.8	19.6	25.0	7.0	32.0	48.4	2.6	52.4
	기타	(3)	33.9	22.5	43.6	0.0	0.0	0.0	56.4	2.1	41.9
지역	서울	(821)	5.0	22.2	27.8	41.9	3.2	45.1	27.1	3.2	63.2
	인천/경기	(1,491)	23.1	21.0	26.0	23.4	6.5	29.9	44.1	2.7	53.8
	대전/충청/세종	(477)	16.2	34.9	28.6	20.0	0.4	20.4	51.0	2.5	50.7
	광주/전라/제주	(474)	28.2	21.1	27.7	17.2	5.9	23.1	49.2	2.5	50.3
	부산/울산/경남	(666)	22.5	24.5	23.4	23.0	6.7	29.7	46.9	2.7	53.4
	대구/경북	(425)	22.5	24.2	26.0	23.0	4.3	27.3	46.7	2.6	52.5
	강원	(141)	13.8	14.1	39.9	27.8	4.3	32.1	28.0	2.9	58.9
직업	사무직	(915)	14.5	19.9	30.0	30.2	5.5	35.6	34.4	2.9	58.4
	서비스/판매직	(1,613)	18.6	24.7	24.7	27.3	4.7	32.0	43.3	2.7	55.0
	생산직	(556)	29.9	21.7	24.8	19.9	3.7	23.7	51.6	2.5	49.2
	학생	(528)	14.7	21.6	29.2	28.2	6.3	34.5	36.3	2.9	58.0
	주부	(668)	18.5	27.1	29.7	19.4	5.3	24.7	45.6	2.7	53.2
	기타	(19)	19.0	21.5	22.0	18.2	19.3	37.5	40.5	3.0	59.5
	무직	(195)	29.8	22.9	20.2	26.0	1.1	27.1	52.7	2.5	49.2
학력	초/중/고등학생	(376)	15.6	21.3	29.7	26.7	6.7	33.4	36.9	2.9	57.5
	대학생/대학원생	(189)	17.1	24.4	25.9	28.5	4.2	32.7	41.4	2.8	55.7
	고졸이하	(1,888)	24.4	22.3	25.3	23.8	4.3	28.0	46.7	2.6	52.3
	대졸이상	(2,042)	15.2	24.4	27.8	27.3	5.3	32.6	39.6	2.8	56.6
가구소득	100만원 미만	(92)	28.4	22.3	17.4	25.7	6.2	31.9	50.6	2.6	51.8
	100-199만원	(214)	29.8	21.6	25.2	19.6	3.8	23.4	51.4	2.5	49.2
	200-299만원	(440)	26.0	22.3	25.0	23.3	3.3	26.6	48.4	2.6	51.1
	300-399만원	(808)	20.8	25.0	29.7	21.9	2.7	24.6	45.7	2.6	52.2
	400-499만원	(1,056)	16.0	23.4	27.6	28.3	4.7	33.0	39.4	2.8	56.5
	500-599만원	(1,027)	12.8	24.9	29.0	26.7	6.6	33.3	37.7	2.9	57.9
	600-699만원	(480)	14.7	22.1	26.3	30.7	6.2	36.9	36.8	2.9	58.3
	700만원 이상	(378)	31.3	18.7	18.7	25.0	6.3	31.3	50.1	2.6	51.2

〈통계표 49〉 Bb10-5. OTT 서비스 이용 방식 - 보고 싶은 콘텐츠를 재생목록(찜)에 저장한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	19.5	22.6	29.7	24.6	3.6	28.2	42.1	2.7	54.0
성별	남성	(2,220)	20.3	22.2	30.2	23.1	4.2	27.3	42.5	2.7	53.7
	여성	(2,275)	18.6	23.0	29.3	26.1	3.0	29.1	41.6	2.7	54.3
연령	10대	(458)	12.0	19.8	31.0	31.8	5.4	37.2	31.8	3.0	59.7
	20대	(538)	9.3	19.0	33.9	31.8	6.2	37.9	28.2	3.1	61.3
	30대	(697)	11.2	17.5	33.5	34.0	3.8	37.8	28.7	3.0	60.3
	40대	(824)	16.2	23.5	31.1	25.8	3.4	29.2	39.7	2.8	55.3
	50대	(875)	21.3	25.6	29.5	20.4	3.1	23.5	47.0	2.6	51.7
	60대	(856)	30.9	26.8	24.8	15.6	2.0	17.5	57.7	2.3	46.2
	70세 이상	(246)	43.2	22.6	21.0	11.6	1.6	13.2	65.8	2.1	41.1
가족구성	독신가구	(226)	24.1	17.6	31.9	22.8	3.5	26.3	41.8	2.6	52.8
	1세대가구	(1,306)	23.6	27.5	27.2	19.8	2.0	21.8	51.0	2.5	49.8
	2세대가구	(2,880)	16.9	21.0	30.8	27.0	4.3	31.3	37.9	2.8	56.2
	3세대가구	(80)	32.5	16.5	24.6	23.8	2.5	26.4	49.0	2.5	49.5
	기타	(3)	0.0	22.5	67.7	9.8	0.0	9.8	22.5	2.9	57.5
지역	서울	(821)	8.4	20.6	38.0	29.5	3.5	33.1	28.9	3.0	59.9
	인천/경기	(1,491)	21.0	19.3	29.4	26.9	3.4	30.3	40.3	2.7	54.5
	대전/충청/세종	(477)	16.2	34.0	25.2	23.2	1.3	24.5	50.3	2.6	51.9
	광주/전라/제주	(474)	29.1	23.8	25.2	17.1	4.9	21.9	52.9	2.4	49.0
	부산/울산/경남	(666)	21.6	25.3	26.1	21.1	5.9	27.0	46.9	2.6	52.9
	대구/경북	(425)	26.1	19.2	27.2	24.7	2.8	27.5	45.3	2.6	51.8
	강원	(141)	16.0	25.2	40.0	18.1	0.7	18.7	41.2	2.6	52.4
직업	사무직	(915)	12.3	19.4	32.0	30.5	5.8	36.3	31.7	3.0	59.6
	서비스/판매직	(1,613)	19.7	24.0	30.1	23.3	3.0	26.3	43.6	2.7	53.2
	생산직	(556)	31.1	24.9	23.6	18.5	1.9	20.4	56.0	2.4	47.0
	학생	(528)	11.0	20.1	31.7	31.4	5.8	37.2	31.1	3.0	60.2
	주부	(668)	20.2	24.1	29.6	24.3	1.8	26.1	44.3	2.6	52.7
	기타	(19)	33.6	18.3	28.9	7.1	12.1	19.2	51.9	2.5	49.1
	무직	(195)	37.0	22.3	29.3	9.5	1.9	11.4	59.3	2.2	43.4
학력	초/중/고등학생	(376)	12.8	19.1	31.2	31.6	5.4	37.0	31.8	3.0	59.6
	대학생/대학원생	(189)	11.7	19.8	30.7	30.5	7.4	37.9	31.5	3.0	60.4
	고졸이하	(1,888)	27.2	23.8	26.6	20.2	2.2	22.4	51.0	2.5	49.3
	대졸이상	(2,042)	14.3	22.5	32.3	26.9	4.1	31.0	36.7	2.8	56.8
가구소득	100만원 미만	(92)	33.7	20.4	22.5	18.1	5.4	23.5	54.0	2.4	48.2
	100-199만원	(214)	35.1	23.4	28.5	10.4	2.7	13.0	58.5	2.2	44.4
	200-299만원	(440)	27.5	21.7	27.8	21.3	1.7	23.0	49.2	2.5	49.6
	300-399만원	(808)	20.5	25.1	30.8	21.4	2.2	23.6	45.6	2.6	52.0
	400-499만원	(1,056)	17.9	21.0	30.6	27.1	3.5	30.6	38.8	2.8	55.5
	500-599만원	(1,027)	13.1	24.4	31.0	28.0	3.6	31.6	37.4	2.8	56.9
	600-699만원	(480)	13.9	21.9	29.0	28.6	6.6	35.2	35.7	2.9	58.4
	700만원 이상	(378)	24.3	19.5	27.5	23.6	5.1	28.7	43.8	2.7	53.2

〈통계표 50〉 Bb10-6. OTT 서비스 이용 방식 - 오프라인 저장(다운로드) 기능을 이용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	24.3	27.3	27.9	17.8	2.7	20.5	51.6	2.5	49.5
성별	남성	(2,220)	24.5	27.3	28.6	16.8	2.8	19.6	51.8	2.5	49.2
	여성	(2,275)	24.0	27.3	27.3	18.7	2.6	21.3	51.4	2.5	49.7
연령	10대	(458)	16.8	24.7	32.2	21.7	4.6	26.3	41.5	2.7	54.5
	20대	(538)	13.2	28.9	30.2	24.2	3.4	27.6	42.1	2.8	55.1
	30대	(697)	14.9	23.2	32.1	26.8	3.0	29.8	38.1	2.8	55.9
	40대	(824)	21.6	30.3	28.4	16.1	3.6	19.6	51.9	2.5	49.9
	50대	(875)	28.1	27.0	27.5	14.9	2.4	17.4	55.1	2.4	47.3
	60대	(856)	33.9	30.2	22.9	11.9	1.2	13.1	64.0	2.2	43.3
	70세 이상	(246)	50.4	22.0	20.4	7.3	0.0	7.3	72.3	1.8	36.9
가족구성	독신가구	(226)	29.1	19.6	30.2	18.9	2.2	21.1	48.7	2.5	49.1
	1세대가구	(1,306)	29.4	29.8	27.0	12.3	1.5	13.8	59.2	2.3	45.4
	2세대가구	(2,880)	21.2	27.0	28.4	20.1	3.3	23.4	48.2	2.6	51.5
	3세대가구	(80)	36.2	20.8	22.1	19.1	1.9	21.0	57.0	2.3	45.9
	기타	(3)	0.0	56.4	33.8	9.8	0.0	9.8	56.4	2.5	50.7
지역	서울	(821)	11.0	28.8	32.2	24.3	3.8	28.0	39.8	2.8	56.2
	인천/경기	(1,491)	25.2	23.5	27.4	20.3	3.5	23.8	48.7	2.5	50.7
	대전/충청/세종	(477)	19.1	37.0	26.4	16.0	1.4	17.4	56.2	2.4	48.7
	광주/전라/제주	(474)	37.4	24.4	25.0	10.3	2.9	13.3	61.8	2.2	43.4
	부산/울산/경남	(666)	25.8	32.3	24.3	15.8	1.9	17.7	58.0	2.4	47.2
	대구/경북 강원	(425) (141)	36.4 20.0	21.3 31.9	27.3 42.9	14.1 4.7	0.9 0.6	15.0 5.2	57.7 51.9	2.2 2.3	44.4 46.8
직업	사무직	(915)	17.2	27.0	29.3	22.6	4.0	26.6	44.1	2.7	53.9
	서비스/판매직	(1,613)	24.0	26.8	27.8	19.4	1.9	21.4	50.8	2.5	49.7
	생산직	(556)	34.9	29.8	25.0	9.0	1.4	10.3	64.7	2.1	42.4
	학생	(528)	15.8	25.4	32.3	21.8	4.7	26.5	41.2	2.7	54.8
	주부	(668)	25.9	29.7	27.8	13.7	2.9	16.5	55.6	2.4	47.6
	기타	(19)	39.5	9.6	19.4	21.5	10.0	31.5	49.1	2.5	50.6
	무직	(195)	44.9	25.0	20.5	9.6	0.0	9.6	69.9	1.9	39.0
학력	초/중/고등학생	(376)	16.7	24.2	32.6	21.5	5.0	26.5	40.9	2.7	54.8
	대학생/대학원생	(189)	18.9	23.8	29.2	23.1	5.0	28.1	42.7	2.7	54.3
	고졸이하	(1,888)	32.7	27.0	24.2	14.6	1.6	16.2	59.7	2.3	45.1
	대졸이상	(2,042)	18.3	28.6	30.4	19.6	3.1	22.7	46.9	2.6	52.1
가구소득	100만원 미만	(92)	46.5	20.9	21.4	9.1	2.2	11.3	67.4	2.0	39.9
	100-199만원	(214)	42.2	26.9	18.2	11.7	1.0	12.7	69.1	2.0	40.5
	200-299만원	(440)	34.6	23.4	26.2	15.2	0.6	15.8	58.0	2.2	44.8
	300-399만원	(808)	26.8	29.0	26.3	15.4	2.5	17.9	55.8	2.4	47.6
	400-499만원	(1,056)	22.1	27.6	29.9	17.3	3.1	20.4	49.7	2.5	50.3
	500-599만원	(1,027)	15.6	27.7	32.4	21.7	2.6	24.2	43.3	2.7	53.6
	600-699만원	(480)	19.8	26.5	28.3	21.5	4.0	25.5	46.3	2.6	52.7
	700만원 이상	(378)	26.5	29.4	22.3	17.5	4.3	21.8	55.9	2.4	48.7

〈통계표 51〉 Bb10-7. OTT 서비스 이용 방식 - 픽처인픽처(PIP, 화면 속 화면) 기능을 이용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	28.2	29.1	26.7	13.9	2.1	16.0	57.3	2.3	46.5
성별	남성	(2,220)	28.2	29.0	26.4	14.1	2.3	16.4	57.2	2.3	46.6
	여성	(2,275)	28.2	29.2	26.9	13.8	1.9	15.7	57.4	2.3	46.4
연령	10대	(458)	21.0	24.0	34.4	17.5	3.1	20.6	45.0	2.6	51.5
	20대	(538)	17.7	27.7	30.6	20.8	3.2	24.0	45.4	2.6	52.8
	30대	(697)	20.9	27.2	29.2	19.9	2.9	22.7	48.1	2.6	51.3
	40대	(824)	27.1	29.7	27.4	14.3	1.5	15.8	56.8	2.3	46.7
	50대	(875)	31.0	29.8	25.7	11.2	2.4	13.5	60.8	2.2	44.8
	60대	(856)	37.5	32.8	21.3	7.6	0.8	8.4	70.3	2.0	40.3
	70세 이상	(246)	47.4	29.2	16.1	6.1	1.1	7.2	76.6	1.8	36.9
가족구성	독신가구	(226)	31.7	23.9	27.9	14.9	1.7	16.5	55.6	2.3	46.2
	1세대가구	(1,306)	33.0	31.7	23.9	10.3	1.0	11.3	64.8	2.1	42.9
	2세대가구	(2,880)	25.3	28.4	27.9	15.8	2.6	18.4	53.6	2.4	48.4
	3세대가구	(80)	46.4	26.3	22.4	4.1	0.9	5.0	72.7	1.9	37.4
	기타	(3)	33.9	22.5	43.6	0.0	0.0	0.0	56.4	2.1	41.9
지역	서울	(821)	14.5	34.0	30.3	19.1	2.1	21.2	48.5	2.6	52.1
	인천/경기	(1,491)	27.7	24.4	27.8	16.9	3.1	20.1	52.1	2.4	48.7
	대전/충청/세종	(477)	23.6	41.2	24.0	11.1	0.1	11.2	64.8	2.2	44.6
	광주/전라/제주	(474)	42.7	26.3	21.7	6.5	2.9	9.4	68.9	2.0	40.1
	부산/울산/경남	(666)	30.4	28.7	25.3	13.7	1.9	15.6	59.1	2.3	45.6
	대구/경북 강원	(425) (141)	43.1 25.1	25.3 32.2	21.7 40.7	9.3 2.0	0.6 0.0	9.9 2.0	68.4 57.3	2.0 2.2	39.8 43.9
직업	사무직	(915)	22.7	26.4	28.5	19.7	2.8	22.5	49.1	2.5	50.7
	서비스/판매직	(1,613)	27.2	30.2	27.3	13.5	1.8	15.3	57.4	2.3	46.5
	생산직	(556)	38.1	32.3	19.6	7.8	2.3	10.0	70.4	2.0	40.8
	학생	(528)	19.5	24.8	34.7	17.5	3.6	21.1	44.2	2.6	52.2
	주부	(668)	31.5	31.6	24.3	11.4	1.1	12.5	63.1	2.2	43.8
	기타	(19)	52.3	13.1	24.8	6.8	3.1	9.8	65.3	2.0	39.1
	무직	(195)	44.8	27.8	19.9	7.4	0.2	7.5	72.6	1.9	38.1
학력	초/중/고등학생	(376)	21.0	24.1	34.6	16.9	3.4	20.3	45.1	2.6	51.5
	대학생/대학원생	(189)	19.2	26.6	29.8	19.3	5.1	24.3	45.8	2.6	52.9
	고졸이하	(1,888)	35.4	28.8	23.3	10.4	2.1	12.5	64.2	2.2	43.0
	대졸이상	(2,042)	23.8	30.5	28.0	16.2	1.6	17.7	54.3	2.4	48.3
가구소득	100만원 미만	(92)	47.0	20.3	22.5	8.8	1.4	10.2	67.3	2.0	39.4
	100-199만원	(214)	42.3	32.0	19.8	5.0	0.9	5.9	74.3	1.9	38.0
	200-299만원	(440)	36.9	27.2	23.5	10.9	1.6	12.4	64.1	2.1	42.6
	300-399만원	(808)	29.9	29.0	27.8	12.4	0.9	13.3	58.9	2.3	45.1
	400-499만원	(1,056)	27.8	29.5	28.2	12.1	2.4	14.6	57.3	2.3	46.4
	500-599만원	(1,027)	18.9	30.2	29.7	18.4	2.8	21.2	49.2	2.6	51.2
	600-699만원	(480)	23.1	27.1	27.5	19.5	2.9	22.4	50.1	2.5	50.4
	700만원 이상	(378)	35.0	30.4	19.4	12.8	2.3	15.1	65.4	2.2	43.4

〈통계표 52〉 Bb10-8. OTT 서비스 이용 방식 - 백그라운드 재생 기능을 이용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	26.5	29.7	27.6	14.5	1.8	16.3	56.1	2.4	47.1
성별	남성	(2,220)	26.7	28.4	28.8	13.9	2.3	16.1	55.1	2.4	47.3
	여성	(2,275)	26.2	30.9	26.5	15.1	1.3	16.4	57.1	2.3	46.9
연령	10대	(458)	19.0	28.8	31.3	18.3	2.6	20.9	47.8	2.6	51.3
	20대	(538)	15.3	30.2	29.2	22.2	3.2	25.3	45.5	2.7	53.5
	30대	(697)	17.0	28.3	32.5	20.9	1.4	22.3	45.3	2.6	52.3
	40대	(824)	25.8	28.9	29.1	13.4	2.9	16.2	54.7	2.4	47.7
	50대	(875)	30.4	30.6	25.6	12.6	0.7	13.4	61.0	2.2	44.5
	60대	(856)	36.0	31.4	23.9	7.6	1.1	8.7	67.4	2.1	41.3
	70세 이상	(246)	46.4	27.4	18.5	6.9	0.8	7.6	73.8	1.9	37.6
가족구성	독신가구	(226)	27.2	29.0	28.3	12.4	3.2	15.5	56.2	2.4	47.1
	1세대가구	(1,306)	31.9	31.7	26.0	9.5	0.8	10.4	63.6	2.2	43.1
	2세대가구	(2,880)	23.5	28.9	28.6	16.9	2.1	19.0	52.4	2.5	49.0
	3세대가구	(80)	40.7	26.0	17.4	13.8	2.2	16.0	66.7	2.1	42.2
	기타	(3)	33.9	22.5	43.6	0.0	0.0	0.0	56.4	2.1	41.9
지역	서울	(821)	12.5	29.8	33.6	22.5	1.5	24.0	42.3	2.7	54.1
	인천/경기	(1,491)	25.0	26.8	28.2	17.2	2.8	20.0	51.8	2.5	49.2
	대전/충청/세종	(477)	22.0	47.1	23.5	6.9	0.5	7.4	69.1	2.2	43.4
	광주/전라/제주	(474)	42.6	23.8	24.3	6.6	2.7	9.3	66.4	2.0	40.6
	부산/울산/경남	(666)	29.5	27.6	27.3	14.0	1.6	15.6	57.1	2.3	46.1
	대구/경북	(425)	40.9	29.2	17.9	11.6	0.3	11.9	70.1	2.0	40.2
	강원	(141)	25.1	30.6	42.3	2.0	0.0	2.0	55.7	2.2	44.2
직업	사무직	(915)	20.2	25.6	32.4	18.9	3.0	21.8	45.8	2.6	51.8
	서비스/판매직	(1,613)	26.8	30.6	26.2	14.9	1.5	16.3	57.5	2.3	46.7
	생산직	(556)	38.4	29.5	22.6	8.7	0.8	9.5	67.9	2.0	40.8
	학생	(528)	17.3	28.9	31.3	19.6	2.9	22.6	46.2	2.6	52.4
	주부	(668)	25.6	35.4	26.9	10.6	1.5	12.1	61.0	2.3	45.4
	기타	(19)	52.3	9.6	22.7	12.4	3.1	15.4	61.9	2.0	40.9
	무직	(195)	43.9	25.5	23.9	6.6	0.0	6.6	69.5	1.9	38.6
학력	초/중/고등학생	(376)	19.3	27.8	31.7	18.2	3.1	21.2	47.1	2.6	51.6
	대학생/대학원생	(189)	15.3	32.3	24.7	23.7	3.9	27.7	47.6	2.7	53.7
	고졸이하	(1,888)	34.5	28.9	24.9	11.0	0.8	11.7	63.4	2.1	42.9
	대졸이상	(2,042)	21.4	30.5	29.6	16.2	2.3	18.5	51.8	2.5	49.5
가구소득	100만원 미만	(92)	39.3	32.1	20.0	6.5	2.0	8.5	71.4	2.0	40.0
	100-199만원	(214)	40.6	30.0	23.5	5.3	0.5	5.9	70.6	2.0	39.0
	200-299만원	(440)	35.5	26.9	24.5	12.2	0.9	13.1	62.4	2.2	43.2
	300-399만원	(808)	28.6	32.7	24.6	11.7	2.4	14.1	61.3	2.3	45.3
	400-499만원	(1,056)	25.9	29.1	28.1	16.0	0.8	16.9	55.0	2.4	47.4
	500-599만원	(1,027)	18.4	31.4	31.4	16.6	2.2	18.8	49.8	2.5	50.6
	600-699만원	(480)	19.5	26.5	31.5	20.3	2.2	22.5	46.0	2.6	51.8
	700만원 이상	(378)	32.7	26.1	25.0	12.9	3.2	16.1	58.9	2.3	45.6

〈통계표 53〉 Bb10-9. OTT 서비스 이용 방식 - 실시간 채팅(동시시청) 기능을 이용한다

단위 : %

최근 1년 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,495)	28.8	27.5	27.5	14.8	1.4	16.2	56.3	2.3	46.5
성별	남성	(2,220)	27.5	26.8	29.8	14.1	1.8	15.9	54.3	2.4	47.2
	여성	(2,275)	30.1	28.3	25.2	15.5	0.9	16.5	58.3	2.3	45.8
연령	10대	(458)	21.8	23.6	33.1	19.6	1.9	21.5	45.4	2.6	51.2
	20대	(538)	19.5	29.4	26.3	22.0	2.7	24.7	49.0	2.6	51.8
	30대	(697)	20.7	28.2	32.6	17.3	1.3	18.6	48.9	2.5	50.1
	40대	(824)	28.3	27.8	26.4	16.0	1.5	17.5	56.1	2.3	46.9
	50대	(875)	31.3	28.6	26.7	12.5	1.0	13.5	59.9	2.2	44.7
	60대	(856)	37.7	27.4	25.4	8.7	0.9	9.6	65.0	2.1	41.5
	70세 이상	(246)	47.4	24.6	18.8	9.1	0.0	9.1	72.1	1.9	37.9
가족구성	독신가구	(226)	32.3	24.7	25.2	16.7	1.1	17.8	57.0	2.3	45.9
	1세대가구	(1,306)	32.8	29.1	25.7	11.8	0.6	12.3	61.9	2.2	43.6
	2세대가구	(2,880)	26.2	27.1	28.7	16.3	1.8	18.1	53.3	2.4	48.1
	3세대가구	(80)	48.8	25.1	18.2	7.0	0.9	7.9	73.9	1.9	37.2
	기타	(3)	33.9	22.5	33.8	9.8	0.0	9.8	56.4	2.2	43.9
지역	서울	(821)	16.0	31.3	27.7	22.9	2.0	24.9	47.3	2.6	52.7
	인천/경기	(1,491)	25.2	21.7	32.4	19.5	1.2	20.7	46.9	2.5	50.0
	대전/충청/세종	(477)	23.7	44.2	23.3	8.6	0.3	8.9	67.9	2.2	43.5
	광주/전라/제주	(474)	43.2	25.5	23.2	4.9	3.3	8.2	68.7	2.0	39.9
	부산/울산/경남	(666)	33.5	25.9	25.2	14.1	1.4	15.4	59.4	2.2	44.8
	대구/경북 강원	(425) (141)	48.5 29.5	26.0 29.9	19.2 38.5	6.1 2.0	0.2 0.0	6.3 2.0	74.5 59.4	1.8 2.1	36.7 42.6
직업	사무직	(915)	22.5	25.2	27.3	23.5	1.5	24.9	47.8	2.6	51.2
	서비스/판매직	(1,613)	27.9	30.1	27.0	13.7	1.3	15.0	58.0	2.3	46.1
	생산직	(556)	39.1	25.9	26.4	7.6	1.0	8.6	65.0	2.1	41.1
	학생	(528)	21.3	24.2	33.4	18.5	2.6	21.1	45.5	2.6	51.4
	주부	(668)	31.6	30.7	25.7	11.0	1.0	12.0	62.3	2.2	43.8
	기타	(19)	57.7	7.9	21.6	5.2	7.5	12.7	65.6	2.0	39.4
	무직	(195)	44.8	21.9	25.7	7.5	0.1	7.6	66.7	2.0	39.2
학력	초/중/고등학생	(376)	22.6	23.3	33.6	18.3	2.2	20.5	45.9	2.5	50.8
	대학생/대학원생	(189)	20.8	27.1	27.7	19.2	5.1	24.3	48.0	2.6	52.1
	고졸이하	(1,888)	36.1	26.1	25.9	11.1	0.7	11.9	62.2	2.1	42.9
	대졸이상	(2,042)	24.0	29.7	27.7	17.2	1.5	18.6	53.6	2.4	48.5
가구소득	100만원 미만	(92)	51.4	19.8	18.2	10.6	0.0	10.6	71.2	1.9	37.6
	100-199만원	(214)	44.7	30.8	15.6	8.3	0.5	8.8	75.6	1.9	37.8
	200-299만원	(440)	35.4	24.0	28.6	11.5	0.5	12.0	59.4	2.2	43.5
	300-399만원	(808)	29.6	30.2	29.4	9.4	1.4	10.8	59.8	2.2	44.5
	400-499만원	(1,056)	27.7	28.9	29.7	12.1	1.6	13.7	56.6	2.3	46.2
	500-599만원	(1,027)	21.8	26.1	30.9	19.7	1.5	21.2	47.8	2.5	50.6
	600-699만원	(480)	23.7	25.5	26.9	22.5	1.5	24.0	49.2	2.5	50.5
	700만원 이상	(378)	33.8	28.6	16.1	19.6	1.9	21.5	62.4	2.3	45.4

〈통계표 54〉 C1-1. 콘텐츠 제작국가 - 한국 콘텐츠 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	0.5	1.1	11.0	46.0	41.5	87.5	1.6	4.3	85.4
성별	남성	(1,250)	0.4	0.9	11.7	47.2	39.8	87.0	1.3	4.3	85.0
	여성	(1,437)	0.5	1.3	10.4	44.9	42.9	87.8	1.8	4.3	85.7
연령	10대	(318)	0.9	0.4	10.6	50.1	38.0	88.0	1.3	4.2	84.8
	20대	(472)	0.5	0.7	11.1	45.0	42.7	87.7	1.2	4.3	85.8
	30대	(616)	0.1	1.5	11.2	44.6	42.6	87.2	1.6	4.3	85.6
	40대	(629)	0.8	0.9	9.8	47.1	41.3	88.4	1.7	4.3	85.4
	50대	(434)	0.5	1.2	11.9	47.8	38.6	86.4	1.7	4.2	84.6
	60대	(190)	0.0	2.2	10.6	37.9	49.3	87.2	2.2	4.3	86.8
	70세 이상	(28)	0.0	0.0	21.4	46.3	32.3	78.6	0.0	4.1	82.2
가족구성	독신가구	(132)	1.4	0.9	13.2	40.7	43.7	84.4	2.4	4.2	84.9
	1세대가구	(537)	0.7	1.3	10.3	41.6	46.1	87.6	2.0	4.3	86.2
	2세대가구	(1,971)	0.2	1.1	10.5	47.7	40.5	88.2	1.2	4.3	85.5
	3세대가구	(46)	7.4	0.5	30.2	37.8	24.2	62.0	7.8	3.7	74.2
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	39.9	0.0	39.9	0.0	3.4	68.0
지역	서울	(593)	0.3	2.5	7.2	57.9	32.1	90.0	2.8	4.2	83.8
	인천/경기	(884)	0.2	0.6	6.9	51.7	40.6	92.4	0.7	4.3	86.4
	대전/충청/세종	(270)	0.1	0.6	11.6	44.6	43.1	87.7	0.7	4.3	86.0
	광주/전라/제주	(259)	0.2	0.7	23.6	31.9	43.6	75.5	0.9	4.2	83.6
	부산/울산/경남	(392)	1.6	1.4	16.6	32.4	48.0	80.4	3.0	4.2	84.8
	대구/경북	(209)	0.9	0.0	9.3	39.2	50.6	89.8	0.9	4.4	87.7
	강원	(80)	0.6	0.7	18.3	28.6	51.9	80.5	1.2	4.3	86.1
직업	사무직	(721)	0.5	0.7	10.9	49.2	38.7	87.9	1.2	4.2	85.0
	서비스/판매직	(944)	0.1	1.5	7.7	49.5	41.2	90.7	1.7	4.3	86.0
	생산직	(210)	1.2	1.2	17.1	36.7	43.7	80.4	2.5	4.2	84.1
	학생	(375)	0.4	0.8	10.8	48.0	39.9	87.9	1.2	4.3	85.2
	주부	(367)	0.4	0.6	12.4	38.9	47.8	86.6	1.0	4.3	86.6
	기타	(15)	9.2	0.0	23.2	18.8	48.8	67.6	9.2	4.0	79.6
	무직	(55)	1.3	4.1	34.2	18.8	41.7	60.5	5.3	4.0	79.1
학력	초/중/고등학생	(244)	0.6	0.5	12.5	49.5	36.8	86.3	1.2	4.2	84.3
	대학생/대학원생	(166)	0.0	5.4	7.5	41.6	45.5	87.1	5.4	4.3	85.5
	고졸이하	(740)	0.5	1.0	10.4	45.3	42.8	88.0	1.5	4.3	85.8
	대졸이상	(1,537)	0.5	0.8	11.4	46.2	41.1	87.4	1.2	4.3	85.4
가구소득	100만원 미만	(32)	3.6	0.0	20.6	30.0	45.8	75.8	3.6	4.1	82.9
	100-199만원	(32)	0.0	0.2	16.2	13.9	69.7	83.6	0.2	4.5	90.6
	200-299만원	(154)	2.6	1.3	14.7	45.4	36.0	81.4	3.9	4.1	82.2
	300-399만원	(455)	1.0	2.4	12.2	44.2	40.3	84.5	3.3	4.2	84.1
	400-499만원	(675)	0.3	1.5	8.0	46.9	43.3	90.2	1.8	4.3	86.3
	500-599만원	(737)	0.0	0.6	9.6	50.5	39.2	89.7	0.6	4.3	85.7
	600-699만원	(333)	0.1	0.6	7.4	47.9	44.0	91.9	0.7	4.4	87.0
	700만원 이상	(267)	0.0	0.1	20.8	37.8	41.3	79.1	0.1	4.2	84.1

〈통계표 55〉 C1-2. 콘텐츠 제작국가 - 해외 콘텐츠 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	2.8	6.9	27.9	47.8	14.6	62.4	9.7	3.6	72.9
성별	남성	(1,250)	2.6	6.2	26.3	49.4	15.5	65.0	8.7	3.7	73.9
	여성	(1,437)	3.0	7.5	29.4	46.3	13.8	60.1	10.5	3.6	72.1
연령	10대	(318)	3.6	3.6	28.9	47.6	16.3	63.9	7.1	3.7	73.9
	20대	(472)	1.8	5.4	27.3	45.9	19.6	65.5	7.2	3.8	75.2
	30대	(616)	2.1	7.3	22.9	53.6	14.1	67.7	9.4	3.7	74.1
	40대	(629)	3.2	4.9	26.0	50.9	15.0	65.9	8.2	3.7	73.9
	50대	(434)	3.2	9.1	34.5	43.6	9.4	53.1	12.4	3.5	69.4
	60대	(190)	1.9	12.9	36.3	37.2	11.8	49.0	14.8	3.4	68.8
	70세 이상	(28)	17.9	25.7	24.0	19.3	13.0	32.4	43.6	2.8	56.8
가족구성	독신가구	(132)	2.5	3.8	26.9	46.0	20.8	66.8	6.3	3.8	75.8
	1세대가구	(537)	3.9	6.9	29.9	44.4	14.8	59.2	10.9	3.6	71.8
	2세대가구	(1,971)	2.4	7.1	27.0	49.2	14.3	63.6	9.5	3.7	73.2
	3세대가구	(46)	9.9	3.9	47.0	31.5	7.8	39.3	13.7	3.2	64.7
	기타	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	60.0
지역	서울	(593)	1.4	5.4	26.0	55.5	11.6	67.1	6.8	3.7	74.1
	인천/경기	(884)	0.8	6.3	20.7	58.5	13.6	72.1	7.2	3.8	75.5
	대전/충청/세종	(270)	0.9	8.0	25.9	46.9	18.3	65.2	8.9	3.7	74.7
	광주/전라/제주	(259)	8.2	7.7	43.8	23.9	16.4	40.2	15.9	3.3	66.5
	부산/울산/경남	(392)	5.4	8.6	30.5	37.4	18.0	55.5	14.1	3.5	70.8
	대구/경북	(209)	6.8	8.3	34.7	35.1	15.0	50.2	15.1	3.4	68.7
	강원	(80)	0.6	4.2	47.6	35.5	12.1	47.6	4.8	3.5	70.9
직업	사무직	(721)	2.7	5.3	25.2	52.9	13.9	66.8	8.0	3.7	74.0
	서비스/판매직	(944)	2.6	8.2	25.1	50.0	14.1	64.1	10.8	3.6	73.0
	생산직	(210)	5.4	4.3	37.0	38.6	14.7	53.3	9.7	3.5	70.6
	학생	(375)	3.4	4.0	27.5	48.1	17.1	65.1	7.4	3.7	74.3
	주부	(367)	1.8	10.7	34.3	40.6	12.5	53.2	12.5	3.5	70.3
	기타	(15)	0.0	0.8	46.2	15.6	37.4	53.0	0.8	3.9	77.9
	무직	(55)	1.8	10.4	33.2	31.5	23.1	54.6	12.2	3.6	72.7
학력	초/중/고등학생	(244)	3.8	4.6	28.7	48.2	14.7	63.0	8.4	3.7	73.1
	대학생/대학원생	(166)	2.0	3.1	28.2	45.9	20.8	66.7	5.1	3.8	76.1
	고졸이하	(740)	3.5	9.4	30.5	45.3	11.3	56.6	12.9	3.5	70.3
	대졸이상	(1,537)	2.4	6.4	26.6	49.1	15.5	64.6	8.8	3.7	73.8
가구소득	100만원 미만	(32)	6.2	3.5	27.6	31.0	31.8	62.7	9.7	3.8	75.7
	100-199만원	(32)	0.5	10.8	47.5	17.5	23.6	41.2	11.3	3.5	70.6
	200-299만원	(154)	4.7	7.5	30.6	47.1	10.2	57.3	12.2	3.5	70.1
	300-399만원	(455)	3.2	7.8	28.2	47.3	13.4	60.8	11.0	3.6	72.0
	400-499만원	(675)	2.1	8.5	29.5	44.9	15.0	59.9	10.6	3.6	72.4
	500-599만원	(737)	2.7	4.7	26.7	50.8	15.0	65.8	7.5	3.7	74.1
	600-699만원	(333)	3.4	7.1	22.8	53.9	12.8	66.7	10.5	3.7	73.1
	700만원 이상	(267)	2.1	6.3	29.5	45.7	16.4	62.1	8.4	3.7	73.6

〈통계표 56〉 C2-1. 시리즈물/드라마 시즌제 - 단일시즌 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	0.9	2.8	21.8	56.0	18.6	74.6	3.7	3.9	77.7
성별	남성	(1,250)	1.1	2.2	22.1	56.7	17.8	74.6	3.3	3.9	77.6
	여성	(1,437)	0.7	3.2	21.5	55.4	19.2	74.6	4.0	3.9	77.8
연령	10대	(318)	1.7	2.8	20.7	55.0	19.8	74.8	4.5	3.9	77.7
	20대	(472)	0.4	3.1	23.4	54.7	18.3	73.0	3.5	3.9	77.5
	30대	(616)	0.6	3.5	19.9	57.5	18.3	75.9	4.2	3.9	77.9
	40대	(629)	1.1	2.2	22.7	55.7	18.3	74.0	3.3	3.9	77.6
	50대	(434)	0.9	2.9	21.5	55.4	19.3	74.7	3.8	3.9	77.9
	60대	(190)	1.3	0.8	20.3	60.1	17.4	77.5	2.1	3.9	78.3
	70세 이상	(28)	0.0	3.0	37.8	42.3	16.9	59.3	3.0	3.7	74.6
가족구성	독신가구	(132)	1.3	1.6	25.0	53.7	18.4	72.1	2.9	3.9	77.2
	1세대가구	(537)	0.7	3.5	23.8	54.7	17.4	72.0	4.2	3.8	76.9
	2세대가구	(1,971)	0.8	2.6	20.5	57.2	18.9	76.1	3.4	3.9	78.1
	3세대가구	(46)	6.6	4.3	40.9	29.2	19.1	48.2	10.9	3.5	70.0
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	0.0	39.9	39.9	0.0	3.8	76.0
지역	서울	(593)	0.0	3.8	16.8	63.9	15.5	79.4	3.8	3.9	78.2
	인천/경기	(884)	0.4	1.6	16.4	64.5	17.1	81.6	2.0	4.0	79.3
	대전/충청/세종	(270)	0.1	1.4	26.6	53.6	18.3	71.9	1.5	3.9	77.7
	광주/전라/제주	(259)	1.9	1.4	32.3	39.1	25.4	64.5	3.2	3.8	77.0
	부산/울산/경남	(392)	3.4	5.7	29.0	38.6	23.3	61.9	9.1	3.7	74.5
	대구/경북	(209)	1.1	3.2	23.3	56.2	16.3	72.4	4.3	3.8	76.7
	강원	(80)	0.6	1.2	28.5	51.0	18.8	69.7	1.7	3.9	77.3
직업	사무직	(721)	0.8	4.1	20.0	56.2	18.8	75.1	4.9	3.9	77.6
	서비스/판매직	(944)	0.6	2.1	19.4	60.3	17.6	77.9	2.6	3.9	78.5
	생산직	(210)	2.1	2.8	25.0	50.7	19.3	70.1	5.0	3.8	76.5
	학생	(375)	1.6	2.8	22.5	54.2	18.9	73.1	4.4	3.9	77.2
	주부	(367)	0.3	2.2	23.7	53.7	20.2	73.9	2.4	3.9	78.3
	기타	(15)	4.0	0.0	57.3	11.6	27.1	38.7	4.0	3.6	71.6
	무직	(55)	1.6	1.0	45.4	39.1	13.0	52.1	2.5	3.6	72.2
학력	초/중/고등학생	(244)	2.2	3.4	22.8	53.9	17.8	71.7	5.6	3.8	76.3
	대학생/대학원생	(166)	0.5	0.9	20.6	56.4	21.5	78.0	1.4	4.0	79.5
	고졸이하	(740)	1.7	2.0	24.1	56.4	15.8	72.2	3.7	3.8	76.5
	대졸이상	(1,537)	0.4	3.2	20.6	56.1	19.7	75.8	3.6	3.9	78.3
가구소득	100만원 미만	(32)	7.6	1.4	24.5	52.6	13.9	66.5	9.0	3.6	72.8
	100-199만원	(32)	1.9	0.0	37.7	35.7	24.7	60.4	1.9	3.8	76.3
	200-299만원	(154)	1.0	1.8	31.0	55.2	10.9	66.1	2.9	3.7	74.6
	300-399만원	(455)	1.1	1.7	23.5	57.6	16.1	73.7	2.8	3.9	77.2
	400-499만원	(675)	1.2	3.4	21.6	54.0	19.8	73.8	4.6	3.9	77.6
	500-599만원	(737)	0.4	2.9	20.4	58.9	17.4	76.3	3.3	3.9	78.0
	600-699만원	(333)	0.7	3.9	16.5	57.0	21.9	78.9	4.6	4.0	79.1
	700만원 이상	(267)	0.7	2.0	22.1	52.5	22.8	75.3	2.7	3.9	78.9

〈통계표 57〉 C2-2. 시리즈물/드라마 시즌제 - 시즌제(파트제 포함) 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	1.7	7.0	30.6	47.4	13.3	60.7	8.8	3.6	72.7
성별	남성	(1,250)	2.2	7.5	29.6	48.6	12.0	60.6	9.7	3.6	72.1
	여성	(1,437)	1.3	6.6	31.4	46.3	14.3	60.7	7.9	3.7	73.2
연령	10대	(318)	2.3	8.5	29.9	46.0	13.4	59.3	10.8	3.6	71.9
	20대	(472)	1.0	5.0	28.9	48.7	16.5	65.2	5.9	3.7	74.9
	30대	(616)	0.6	3.9	32.1	48.3	15.1	63.4	4.5	3.7	74.7
	40대	(629)	1.6	9.9	28.0	47.5	13.0	60.5	11.5	3.6	72.1
	50대	(434)	2.0	7.4	31.9	48.8	9.9	58.7	9.3	3.6	71.5
	60대	(190)	1.6	10.7	34.6	43.4	9.6	53.0	12.3	3.5	69.7
	70세 이상	(28)	32.8	0.0	44.6	22.6	0.0	22.6	32.8	2.6	51.4
가족구성	독신가구	(132)	0.5	3.4	34.0	49.1	12.9	62.1	3.9	3.7	74.1
	1세대가구	(537)	2.7	5.6	33.8	45.1	12.9	58.0	8.2	3.6	72.0
	2세대가구	(1,971)	1.4	7.7	29.1	48.4	13.5	61.8	9.1	3.6	73.0
	3세대가구	(46)	8.8	6.6	47.3	28.8	8.6	37.3	15.4	3.2	64.3
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	0.0	39.9	39.9	0.0	3.8	76.0
지역	서울	(593)	1.0	7.1	28.5	55.2	8.2	63.4	8.1	3.6	72.5
	인천/경기	(884)	1.9	6.4	22.8	55.1	13.8	68.9	8.3	3.7	74.5
	대전/충청/세종	(270)	0.7	4.0	31.3	50.2	13.8	64.1	4.7	3.7	74.5
	광주/전라/제주	(259)	2.8	9.5	42.5	30.6	14.6	45.2	12.3	3.4	69.0
	부산/울산/경남	(392)	2.5	7.9	33.6	37.0	19.1	56.1	10.4	3.6	72.5
	대구/경북	(209)	1.7	8.2	36.5	39.3	14.3	53.6	9.9	3.6	71.2
	강원	(80)	1.3	7.9	62.3	20.5	7.9	28.5	9.2	3.3	65.2
직업	사무직	(721)	2.1	6.7	27.1	48.3	15.8	64.1	8.8	3.7	73.8
	서비스/판매직	(944)	1.5	5.5	30.2	50.7	12.1	62.8	7.0	3.7	73.3
	생산직	(210)	2.1	10.3	38.4	38.8	10.5	49.2	12.4	3.5	69.0
	학생	(375)	2.3	8.7	28.1	47.0	13.9	60.9	11.0	3.6	72.3
	주부	(367)	0.9	7.5	33.8	45.4	12.4	57.8	8.3	3.6	72.2
	기타	(15)	0.0	14.0	53.2	21.6	11.1	32.7	14.0	3.3	66.0
	무직	(55)	2.0	8.6	43.5	33.1	12.8	45.9	10.6	3.5	69.2
학력	초/중/고등학생	(244)	2.1	8.7	31.6	47.6	10.0	57.6	10.8	3.5	70.9
	대학생/대학원생	(166)	2.1	7.2	27.8	43.4	19.5	62.9	9.3	3.7	74.2
	고졸이하	(740)	3.0	7.5	33.7	46.9	9.0	55.8	10.5	3.5	70.3
	대졸이상	(1,537)	1.0	6.5	29.3	48.0	15.2	63.2	7.5	3.7	74.0
가구소득	100만원 미만	(32)	9.8	0.4	32.2	48.0	9.6	57.6	10.2	3.5	69.4
	100-199만원	(32)	1.0	8.3	30.4	51.5	8.8	60.3	9.3	3.6	71.8
	200-299만원	(154)	3.1	4.1	34.4	52.3	6.1	58.4	7.2	3.5	70.8
	300-399만원	(455)	1.6	7.4	35.6	46.9	8.4	55.4	9.0	3.5	70.6
	400-499만원	(675)	2.4	7.4	30.1	44.1	16.1	60.1	9.7	3.6	72.8
	500-599만원	(737)	0.5	6.3	27.2	51.6	14.4	65.9	6.8	3.7	74.6
	600-699만원	(333)	1.4	7.3	28.1	47.4	15.9	63.3	8.6	3.7	73.8
	700만원 이상	(267)	2.5	9.4	33.2	41.5	13.4	54.9	11.9	3.5	70.8

〈통계표 58〉 C3-1. 콘텐츠 편성방식 - 일괄편성 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	0.8	3.0	25.4	52.3	18.5	70.8	3.8	3.8	76.9
성별	남성	(1,250)	1.3	3.8	26.5	51.7	16.7	68.4	5.1	3.8	75.8
	여성	(1,437)	0.4	2.3	24.5	52.9	20.0	72.9	2.7	3.9	78.0
연령	10대	(318)	1.4	2.8	28.8	51.0	16.0	67.0	4.2	3.8	75.5
	20대	(472)	0.2	2.3	22.3	55.2	20.0	75.2	2.5	3.9	78.5
	30대	(616)	0.4	2.2	28.8	46.7	21.9	68.5	2.6	3.9	77.5
	40대	(629)	1.0	3.8	24.0	51.5	19.6	71.1	4.9	3.8	77.0
	50대	(434)	0.8	3.3	24.9	54.3	16.7	71.0	4.1	3.8	76.5
	60대	(190)	1.6	3.8	20.2	63.7	10.7	74.5	5.4	3.8	75.6
	70세 이상	(28)	0.0	7.2	39.6	53.3	0.0	53.3	7.2	3.5	69.2
가족구성	독신가구	(132)	0.1	1.9	28.4	43.2	26.4	69.6	2.0	3.9	78.8
	1세대가구	(537)	0.3	2.2	28.0	49.2	20.3	69.5	2.5	3.9	77.4
	2세대가구	(1,971)	0.9	3.1	24.4	54.1	17.5	71.6	4.0	3.8	76.9
	3세대가구	(46)	4.1	11.9	30.3	38.4	15.3	53.8	16.0	3.5	69.8
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	39.9	0.0	39.9	0.0	3.4	68.0
지역	서울	(593)	0.0	3.3	24.2	56.4	16.1	72.5	3.3	3.9	77.1
	인천/경기	(884)	0.8	2.0	16.9	63.9	16.5	80.4	2.7	3.9	78.7
	대전/충청/세종	(270)	0.0	3.6	34.1	48.4	13.9	62.3	3.6	3.7	74.5
	광주/전라/제주	(259)	1.2	1.9	37.0	36.5	23.4	59.9	3.1	3.8	75.8
	부산/울산/경남	(392)	2.3	6.4	33.9	32.9	24.4	57.4	8.7	3.7	74.2
	대구/경북	(209)	0.9	1.4	22.3	50.9	24.5	75.4	2.3	4.0	79.3
	강원	(80)	0.6	1.9	28.2	57.5	11.9	69.4	2.5	3.8	75.6
직업	사무직	(721)	0.8	3.3	25.7	48.2	22.0	70.2	4.1	3.9	77.4
	서비스/판매직	(944)	0.3	3.5	22.8	57.2	16.1	73.3	3.9	3.9	77.1
	생산직	(210)	2.0	1.9	30.2	47.9	18.0	65.9	3.9	3.8	75.6
	학생	(375)	1.3	2.9	28.0	51.2	16.6	67.8	4.2	3.8	75.8
	주부	(367)	0.6	1.9	22.9	53.7	20.8	74.6	2.5	3.9	78.5
	기타	(15)	0.0	0.0	44.7	26.5	28.8	55.3	0.0	3.8	76.8
	무직	(55)	1.3	3.0	42.5	45.0	8.2	53.1	4.3	3.6	71.1
학력	초/중/고등학생	(244)	1.6	3.1	30.6	51.9	12.8	64.7	4.7	3.7	74.3
	대학생/대학원생	(166)	0.7	2.9	21.5	48.9	25.9	74.9	3.6	4.0	79.3
	고졸이하	(740)	1.1	3.7	24.6	56.4	14.2	70.5	4.9	3.8	75.7
	대졸이상	(1,537)	0.5	2.7	25.4	50.8	20.6	71.4	3.2	3.9	77.7
가구소득	100만원 미만	(32)	6.2	0.0	33.9	27.2	32.6	59.8	6.2	3.8	76.0
	100-199만원	(32)	0.0	1.7	25.0	51.5	21.7	73.3	1.7	3.9	78.6
	200-299만원	(154)	1.6	2.3	30.9	49.5	15.7	65.2	3.9	3.8	75.1
	300-399만원	(455)	0.5	3.7	28.6	51.4	15.8	67.2	4.2	3.8	75.7
	400-499만원	(675)	0.5	3.3	25.4	51.7	19.1	70.8	3.8	3.9	77.1
	500-599만원	(737)	0.8	2.2	22.5	57.9	16.6	74.5	3.0	3.9	77.5
	600-699만원	(333)	0.5	3.0	23.4	51.3	21.8	73.1	3.5	3.9	78.2
	700만원 이상	(267)	1.3	4.4	26.2	46.4	21.7	68.1	5.7	3.8	76.6

〈통계표 59〉 C3-2. 콘텐츠 편성방식 - 회차별 편성 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	2.3	9.7	31.3	47.0	9.7	56.7	12.0	3.5	70.4
성별	남성	(1,250)	2.2	10.3	32.2	44.6	10.6	55.2	12.6	3.5	70.2
	여성	(1,437)	2.3	9.2	30.4	49.1	9.0	58.0	11.5	3.5	70.6
연령	10대	(318)	2.7	10.7	30.9	45.7	10.0	55.8	13.3	3.5	70.0
	20대	(472)	1.8	8.5	28.4	47.9	13.4	61.3	10.3	3.6	72.5
	30대	(616)	2.4	10.6	31.7	45.6	9.6	55.2	13.1	3.5	69.9
	40대	(629)	2.8	8.7	31.5	47.1	9.9	57.0	11.5	3.5	70.5
	50대	(434)	1.3	10.3	32.0	49.5	6.9	56.4	11.6	3.5	70.1
	60대	(190)	2.9	10.5	32.5	46.2	7.9	54.0	13.5	3.5	69.1
	70세 이상	(28)	0.0	10.0	47.7	42.3	0.0	42.3	10.0	3.3	66.5
가족구성	독신가구	(132)	1.1	6.3	33.1	44.6	14.9	59.5	7.4	3.7	73.2
	1세대가구	(537)	2.0	7.5	34.2	49.7	6.5	56.2	9.6	3.5	70.2
	2세대가구	(1,971)	2.4	10.5	29.8	47.0	10.3	57.3	12.9	3.5	70.5
	3세대가구	(46)	4.1	13.5	51.9	24.5	6.0	30.5	17.6	3.1	63.0
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	0.0	39.9	39.9	0.0	3.8	76.0
지역	서울	(593)	0.3	8.9	26.4	57.2	7.1	64.4	9.2	3.6	72.4
	인천/경기	(884)	2.2	8.1	27.6	53.0	9.2	62.1	10.3	3.6	71.8
	대전/충청/세종	(270)	0.9	7.6	31.3	50.1	10.1	60.2	8.5	3.6	72.2
	광주/전라/제주	(259)	2.7	9.8	43.4	31.1	13.0	44.1	12.5	3.4	68.4
	부산/울산/경남	(392)	5.3	14.6	33.0	33.3	13.8	47.2	19.9	3.4	67.2
	대구/경북 강원	(209) (80)	4.2 0.9	12.1 11.6	29.7 64.4	45.0 17.9	8.9 5.2	54.0 23.1	16.3 12.5	3.4 3.1	68.5 63.0
직업	사무직	(721)	2.2	8.7	30.2	49.4	9.4	58.9	10.9	3.6	71.0
	서비스/판매직	(944)	2.0	9.5	28.1	50.4	10.0	60.4	11.5	3.6	71.4
	생산직	(210)	2.5	8.5	37.9	40.7	10.4	51.1	11.0	3.5	69.6
	학생	(375)	2.9	10.6	31.0	44.7	10.8	55.5	13.5	3.5	70.0
	주부	(367)	1.8	12.4	34.4	44.0	7.4	51.4	14.2	3.4	68.6
	기타	(15)	8.2	16.9	48.4	8.5	18.1	26.6	25.1	3.1	62.3
	무직	(55)	3.3	7.3	50.3	26.5	12.6	39.1	10.7	3.4	67.5
학력	초/중/고등학생	(244)	1.9	11.8	31.8	45.6	8.9	54.5	13.7	3.5	69.6
	대학생/대학원생	(166)	4.2	6.7	27.1	45.6	16.4	61.9	11.0	3.6	72.6
	고졸이하	(740)	2.0	9.5	33.2	46.0	9.2	55.3	11.6	3.5	70.2
	대졸이상	(1,537)	2.2	9.8	30.7	47.8	9.4	57.2	12.1	3.5	70.5
가구소득	100만원 미만	(32)	11.8	4.6	29.2	43.8	10.6	54.4	16.4	3.4	67.4
	100-199만원	(32)	2.7	14.7	34.6	30.8	17.2	48.0	17.4	3.5	69.0
	200-299만원	(154)	3.1	6.8	34.3	49.2	6.5	55.7	9.9	3.5	69.8
	300-399만원	(455)	0.8	12.2	35.4	44.0	7.5	51.5	13.0	3.5	69.0
	400-499만원	(675)	1.6	8.8	31.1	48.2	10.3	58.6	10.3	3.6	71.4
	500-599만원	(737)	1.7	6.4	30.7	50.6	10.6	61.1	8.1	3.6	72.4
	600-699만원	(333)	3.4	12.8	24.7	47.5	11.7	59.2	16.1	3.5	70.3
	700만원 이상	(267)	5.1	15.1	32.3	39.4	8.1	47.5	20.2	3.3	66.1

〈통계표 60〉 C4-1. 콘텐츠 유형 - OTT 오리지널 콘텐츠 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	1.1	3.8	17.6	51.8	25.7	77.6	4.9	4.0	79.5
성별	남성	(1,250)	1.7	4.6	19.4	51.3	23.1	74.4	6.3	3.9	77.9
	여성	(1,437)	0.6	3.1	16.0	52.3	28.0	80.3	3.7	4.0	80.8
연령	10대	(318)	1.6	3.0	18.6	49.1	27.7	76.8	4.6	4.0	79.6
	20대	(472)	0.3	2.2	14.8	52.8	29.9	82.8	2.4	4.1	82.0
	30대	(616)	0.6	4.6	17.5	54.2	23.2	77.4	5.2	3.9	79.0
	40대	(629)	0.8	3.9	18.0	51.6	25.7	77.2	4.8	4.0	79.5
	50대	(434)	1.7	3.7	18.7	49.1	26.8	75.9	5.4	4.0	79.1
	60대	(190)	3.5	6.8	16.3	54.8	18.8	73.5	10.2	3.8	75.7
	70세 이상	(28)	0.0	0.0	38.4	44.7	16.9	61.6	0.0	3.8	75.7
가족구성	독신가구	(132)	0.4	1.7	19.6	43.5	34.7	78.2	2.2	4.1	82.1
	1세대가구	(537)	0.6	4.4	18.3	56.6	20.1	76.7	5.0	3.9	78.2
	2세대가구	(1,971)	1.2	3.7	17.0	51.6	26.6	78.1	4.9	4.0	79.7
	3세대가구	(46)	4.1	5.9	26.8	33.4	29.9	63.3	10.0	3.8	75.8
	기타	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	60.0
지역	서울	(593)	0.3	6.5	11.2	56.3	25.8	82.0	6.7	4.0	80.2
	인천/경기	(884)	1.4	2.4	16.4	56.9	23.0	79.9	3.8	4.0	79.5
	대전/충청/세종	(270)	0.6	2.4	16.4	58.0	22.6	80.6	3.0	4.0	79.9
	광주/전라/제주	(259)	0.9	2.0	30.9	37.5	28.7	66.2	2.9	3.9	78.2
	부산/울산/경남	(392)	2.6	6.1	21.2	40.0	30.1	70.2	8.7	3.9	77.8
	대구/경북 강원	(209) (80)	0.3 0.6	2.6 1.7	12.0 36.2	52.4 45.2	32.7 16.3	85.1 61.5	2.9 2.2	4.1 3.8	82.9 75.0
직업	사무직	(721)	1.1	4.0	15.7	54.2	25.0	79.3	5.1	4.0	79.6
	서비스/판매직	(944)	0.9	4.4	17.6	53.0	24.1	77.1	5.3	4.0	79.0
	생산직	(210)	2.5	3.3	21.1	48.2	25.0	73.2	5.7	3.9	78.0
	학생	(375)	1.3	2.6	19.6	48.7	27.8	76.5	3.9	4.0	79.8
	주부	(367)	0.3	2.9	14.5	52.4	29.9	82.3	3.3	4.1	81.7
	기타	(15)	0.0	2.1	20.0	39.6	38.3	77.9	2.1	4.1	82.8
	무직	(55)	1.6	8.1	35.9	34.9	19.6	54.5	9.7	3.6	72.6
학력	초/중/고등학생	(244)	1.8	3.3	21.5	50.0	23.4	73.4	5.1	3.9	78.0
	대학생/대학원생	(166)	0.3	2.5	14.8	45.8	36.6	82.4	2.8	4.2	83.2
	고졸이하	(740)	1.2	4.3	21.1	50.8	22.6	73.4	5.5	3.9	77.9
	대졸이상	(1,537)	1.0	3.8	15.6	53.3	26.4	79.7	4.8	4.0	80.1
가구소득	100만원 미만	(32)	7.6	3.8	20.6	40.6	27.4	68.0	11.4	3.8	75.3
	100-199만원	(32)	0.0	2.7	27.2	36.2	33.9	70.1	2.7	4.0	80.3
	200-299만원	(154)	1.6	7.3	18.6	51.2	21.4	72.6	8.8	3.8	76.7
	300-399만원	(455)	0.3	5.3	22.6	50.1	21.6	71.7	5.7	3.9	77.5
	400-499만원	(675)	0.6	3.9	14.0	53.9	27.6	81.5	4.5	4.0	80.8
	500-599만원	(737)	0.7	2.7	15.0	57.2	24.3	81.6	3.4	4.0	80.3
	600-699만원	(333)	0.4	1.3	15.0	51.3	32.0	83.3	1.7	4.1	82.7
	700만원 이상	(267)	4.4	5.1	26.4	39.0	25.1	64.1	9.5	3.8	75.1

〈통계표 61〉 C4-2. 콘텐츠 유형 - 특정 OTT에서만 볼 수 있는 독점 콘텐츠(오리지널 콘텐츠 제외) 선호도
단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	1.1	6.1	27.7	48.6	16.4	65.0	7.2	3.7	74.6
성별	남성	(1,250)	1.1	7.1	27.3	48.2	16.4	64.6	8.2	3.7	74.3
	여성	(1,437)	1.1	5.3	28.2	49.1	16.4	65.4	6.4	3.7	74.9
연령	10대	(318)	1.6	5.5	28.2	47.0	17.7	64.7	7.1	3.7	74.7
	20대	(472)	0.5	4.1	25.0	51.9	18.5	70.3	4.6	3.8	76.7
	30대	(616)	0.5	4.3	31.9	46.4	16.9	63.4	4.8	3.8	75.0
	40대	(629)	1.5	7.6	27.1	46.0	17.8	63.8	9.1	3.7	74.2
	50대	(434)	0.8	7.8	24.4	53.7	13.2	66.9	8.6	3.7	74.1
	60대	(190)	2.7	7.5	31.4	48.9	9.4	58.3	10.3	3.5	70.9
	70세 이상	(28)	0.0	22.8	19.3	41.0	16.9	57.9	22.8	3.5	70.4
가족구성	독신가구	(132)	0.2	3.5	22.2	49.0	25.1	74.1	3.7	4.0	79.1
	1세대가구	(537)	1.2	5.1	28.0	53.7	12.2	65.8	6.2	3.7	74.1
	2세대가구	(1,971)	1.0	6.6	27.7	47.7	17.1	64.8	7.5	3.7	74.7
	3세대가구	(46)	8.8	8.4	41.4	32.6	8.8	41.4	17.2	3.2	64.8
	기타	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	60.0
지역	서울	(593)	0.0	9.5	21.1	56.2	13.2	69.4	9.5	3.7	74.6
	인천/경기	(884)	0.9	5.2	27.7	50.5	15.7	66.2	6.1	3.7	75.0
	대전/충청/세종	(270)	1.0	3.4	23.8	55.8	15.9	71.7	4.5	3.8	76.4
	광주/전라/제주	(259)	1.1	3.4	34.1	37.4	24.0	61.4	4.6	3.8	75.9
	부산/울산/경남	(392)	3.1	7.8	33.2	34.3	21.6	55.9	10.9	3.6	72.7
	대구/경북	(209)	0.9	6.5	28.5	51.1	13.1	64.2	7.3	3.7	73.8
	강원	(80)	2.0	1.0	41.4	48.2	7.5	55.6	2.9	3.6	71.6
직업	사무직	(721)	1.1	6.2	28.1	44.7	19.9	64.6	7.3	3.8	75.2
	서비스/판매직	(944)	1.2	6.8	27.3	51.3	13.4	64.7	8.0	3.7	73.8
	생산직	(210)	0.5	6.1	29.5	47.6	16.3	63.9	6.6	3.7	74.6
	학생	(375)	1.2	5.6	28.0	47.6	17.6	65.1	6.8	3.7	75.0
	주부	(367)	0.7	4.3	26.3	52.9	15.8	68.7	5.0	3.8	75.8
	기타	(15)	4.0	0.0	23.8	44.9	27.3	72.2	4.0	3.9	78.3
	무직	(55)	3.3	10.9	33.2	38.7	13.9	52.6	14.2	3.5	69.8
학력	초/중/고등학생	(244)	1.7	6.9	29.9	43.7	17.8	61.5	8.5	3.7	73.8
	대학생/대학원생	(166)	0.2	3.4	21.8	53.6	20.9	74.5	3.7	3.9	78.3
	고졸이하	(740)	1.6	8.0	30.0	49.3	11.1	60.4	9.6	3.6	72.1
	대졸이상	(1,537)	0.9	5.4	27.0	48.6	18.2	66.7	6.3	3.8	75.6
가구소득	100만원 미만	(32)	3.6	3.9	27.7	39.0	25.8	64.8	7.5	3.8	75.9
	100-199만원	(32)	1.9	2.7	45.9	40.6	8.9	49.6	4.6	3.5	70.4
	200-299만원	(154)	2.6	5.8	26.2	50.3	15.2	65.4	8.3	3.7	73.9
	300-399만원	(455)	0.6	4.8	30.8	50.1	13.7	63.8	5.4	3.7	74.3
	400-499만원	(675)	0.3	7.6	22.7	52.9	16.5	69.4	7.9	3.8	75.5
	500-599만원	(737)	1.0	7.9	29.2	45.7	16.2	61.9	8.9	3.7	73.7
	600-699만원	(333)	1.1	3.4	24.2	47.7	23.5	71.3	4.6	3.9	77.8
	700만원 이상	(267)	2.8	4.2	34.7	45.7	12.6	58.3	7.0	3.6	72.2

〈통계표 62〉 C4-3. 콘텐츠 유형 - 여러 OTT나 TV에서 볼 수 있는 비독점 콘텐츠 선호도

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	0.9	5.2	28.8	51.8	13.2	65.1	6.2	3.7	74.2
성별	남성	(1,250)	0.7	6.6	30.7	50.3	11.7	62.0	7.4	3.7	73.1
	여성	(1,437)	1.1	4.0	27.2	53.2	14.5	67.7	5.1	3.8	75.2
연령	10대	(318)	2.6	5.2	29.2	49.3	13.7	63.0	7.8	3.7	73.3
	20대	(472)	0.2	6.5	25.6	53.2	14.5	67.7	6.6	3.8	75.1
	30대	(616)	0.8	4.3	27.0	54.0	13.9	67.8	5.2	3.8	75.1
	40대	(629)	0.7	5.0	28.8	50.4	15.1	65.4	5.8	3.7	74.8
	50대	(434)	0.5	6.5	30.9	53.2	8.9	62.1	7.0	3.6	72.7
	60대	(190)	2.1	1.7	37.9	48.2	10.1	58.3	3.8	3.6	72.5
	70세 이상	(28)	0.0	12.1	23.5	47.5	16.9	64.4	12.1	3.7	73.8
가족구성	독신가구	(132)	0.1	6.8	34.6	49.2	9.3	58.5	6.9	3.6	72.1
	1세대가구	(537)	0.9	3.0	26.3	55.9	13.9	69.7	3.9	3.8	75.8
	2세대가구	(1,971)	0.8	5.6	28.8	51.7	13.0	64.7	6.5	3.7	74.1
	3세대가구	(46)	8.7	8.4	38.8	20.7	23.4	44.0	17.1	3.4	68.3
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	0.0	39.9	39.9	0.0	3.8	76.0
지역	서울	(593)	0.0	7.8	22.9	59.1	10.2	69.3	7.8	3.7	74.3
	인천/경기	(884)	0.8	2.8	24.9	61.9	9.6	71.5	3.6	3.8	75.3
	대전/충청/세종	(270)	0.5	5.6	31.7	51.3	10.8	62.2	6.1	3.7	73.3
	광주/전라/제주	(259)	1.5	3.8	39.8	31.7	23.2	54.9	5.3	3.7	74.3
	부산/울산/경남	(392)	2.0	6.7	34.8	36.5	20.0	56.5	8.7	3.7	73.2
	대구/경북 강원	(209) (80)	2.3 0.6	8.5 0.0	29.0 39.7	42.3 53.1	17.9 6.6	60.2 59.7	10.8 0.6	3.7 3.7	73.0 73.0
직업	사무직	(721)	0.4	5.3	25.5	54.5	14.3	68.8	5.7	3.8	75.4
	서비스/판매직	(944)	0.7	5.2	28.8	53.6	11.7	65.3	5.9	3.7	74.1
	생산직	(210)	1.2	4.9	37.2	48.2	8.6	56.8	6.1	3.6	71.6
	학생	(375)	2.3	6.1	28.2	49.6	13.8	63.3	8.4	3.7	73.3
	주부	(367)	1.0	4.4	29.1	49.5	15.9	65.4	5.4	3.7	75.0
	기타	(15)	0.0	0.4	27.7	38.2	33.6	71.8	0.4	4.1	81.0
	무직	(55)	1.5	5.8	42.2	34.7	15.9	50.6	7.3	3.6	71.5
학력	초/중/고등학생	(244)	2.5	5.2	31.0	47.5	13.7	61.2	7.7	3.6	72.9
	대학생/대학원생	(166)	1.5	7.5	21.0	53.8	16.2	70.0	9.0	3.8	75.1
	고졸이하	(740)	1.0	5.6	30.8	50.7	11.9	62.6	6.6	3.7	73.4
	대졸이상	(1,537)	0.6	4.8	28.3	52.9	13.5	66.3	5.4	3.7	74.8
가구소득	100만원 미만	(32)	6.2	4.8	38.0	42.6	8.3	51.0	11.0	3.4	68.4
	100-199만원	(32)	0.5	6.2	21.9	56.2	15.2	71.4	6.7	3.8	75.9
	200-299만원	(154)	3.1	7.6	34.1	41.7	13.4	55.1	10.7	3.5	70.9
	300-399만원	(455)	0.6	4.6	33.8	50.2	10.8	61.0	5.1	3.7	73.2
	400-499만원	(675)	0.3	4.1	25.9	55.1	14.6	69.7	4.4	3.8	75.9
	500-599만원	(737)	0.8	6.2	25.5	54.8	12.7	67.5	6.9	3.7	74.5
	600-699만원	(333)	0.6	5.2	25.2	53.6	15.4	69.0	5.8	3.8	75.6
	700만원 이상	(267)	2.1	5.2	37.5	42.6	12.6	55.2	7.3	3.6	71.7

〈통계표 63〉 C5. 선호하는 유료 OTT 서비스 시리즈물/드라마 콘텐츠 1편 당 길이

단위 : 분

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	30분 미만	30분 이상~45분 미만	45분 이상~60분 미만	60분 이상~75분 미만	75분 이상	평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	4.8	20.7	14.9	36.8	22.7	59.0
성별	남성	(1,250)	5.4	22.0	15.5	35.6	21.5	58.1
	여성	(1,437)	4.4	19.6	14.4	37.9	23.7	59.7
연령	10대	(318)	8.0	29.9	13.2	28.2	20.7	55.3
	20대	(472)	3.4	18.5	14.1	37.7	26.3	60.6
	30대	(616)	5.8	18.2	13.9	40.2	21.9	58.6
	40대	(629)	3.6	20.2	14.0	36.8	25.4	60.4
	50대	(434)	5.7	18.5	17.9	39.5	18.4	58.1
	60대	(190)	1.5	22.2	20.5	34.0	21.8	60.4
	70세 이상	(28)	7.2	45.9	4.2	25.8	16.9	50.2
가족구성	독신가구	(132)	4.7	24.1	17.6	33.9	19.8	57.8
	1세대가구	(537)	3.0	22.6	15.6	37.8	21.0	58.7
	2세대가구	(1,971)	5.3	20.0	14.6	36.6	23.4	59.1
	3세대가구	(46)	6.1	19.2	10.8	43.1	20.8	58.2
	기타	(2)	0.0	17.5	0.0	82.5	0.0	62.0
지역	서울	(593)	7.0	24.7	15.7	29.9	22.7	56.8
	인천/경기	(884)	1.9	15.8	14.0	37.6	30.7	63.1
	대전/충청/세종	(270)	8.2	33.4	19.9	32.1	6.4	50.7
	광주/전라/제주	(259)	6.3	26.1	14.5	27.1	26.0	59.1
	부산/울산/경남	(392)	4.2	14.8	11.3	49.5	20.2	60.0
	대구/경북	(209)	7.0	19.8	17.8	43.3	12.1	55.5
	강원	(80)	2.7	16.8	12.9	48.9	18.8	60.0
직업	사무직	(721)	5.0	19.2	15.1	38.0	22.7	58.9
	서비스/판매직	(944)	3.6	21.7	15.4	36.1	23.1	59.1
	생산직	(210)	6.1	17.9	14.8	40.4	20.7	59.0
	학생	(375)	7.3	28.2	13.5	29.0	22.0	56.2
	주부	(367)	4.1	13.6	14.6	42.9	24.8	62.1
	기타	(15)	13.0	34.9	4.0	45.3	2.9	48.6
	무직	(55)	4.7	26.6	18.3	31.6	18.8	56.7
학력	초/중/고등학생	(244)	8.5	32.8	12.8	26.8	19.1	53.9
	대학생/대학원생	(166)	5.1	20.0	14.9	32.1	27.9	60.6
	고졸이하	(740)	4.8	23.0	13.4	35.2	23.7	59.0
	대졸이상	(1,537)	4.3	17.8	16.0	39.8	22.2	59.5
가구소득	100만원 미만	(32)	15.7	24.3	14.3	30.6	15.1	50.7
	100-199만원	(32)	6.4	32.5	28.8	9.3	23.0	56.6
	200-299만원	(154)	7.7	30.7	8.9	30.1	22.5	55.6
	300-399만원	(455)	3.8	21.5	14.3	38.3	22.2	59.7
	400-499만원	(675)	5.1	21.7	16.0	35.4	21.9	58.5
	500-599만원	(737)	5.6	20.5	14.5	35.3	24.1	58.6
	600-699만원	(333)	3.9	15.0	15.0	38.3	27.8	61.7
	700만원 이상	(267)	1.9	17.3	16.0	48.5	16.4	59.6

〈통계표 64〉 C6. 유료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)(1)

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	콘텐츠의 주제 및 소재(내용)	출연진 또는 감독, 작가	미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성	콘텐츠의 최신성	예고편/미리 보기	주변 지인(가족, 친구 등)의 추천
▣ 전체 ▣		(2,687)	77.0	38.6	36.4	35.6	34.8	34.2
성별	남성	(1,250)	76.4	38.9	36.1	32.6	32.7	31.5
	여성	(1,437)	77.5	38.4	36.6	38.2	36.6	36.6
연령	10대	(318)	76.1	35.7	32.5	37.6	40.2	41.0
	20대	(472)	76.8	38.2	34.1	39.1	35.0	26.2
	30대	(616)	76.6	34.8	41.8	31.8	36.3	33.1
	40대	(629)	78.6	43.5	37.5	37.3	35.1	35.9
	50대	(434)	76.5	37.6	33.9	33.9	32.0	34.3
	60대	(190)	74.1	37.7	34.8	35.8	26.5	42.9
	70세 이상	(28)	93.9	73.6	26.9	23.3	27.8	21.1
가족구성	독신가구	(132)	76.4	45.2	33.8	43.1	34.9	30.3
	1세대가구	(537)	75.8	37.9	38.4	31.3	34.2	31.4
	2세대가구	(1,971)	77.5	38.4	36.1	36.6	34.8	35.4
	3세대가구	(46)	71.8	36.3	32.1	22.9	41.4	29.7
	기타	(2)	60.1	82.5	39.9	17.5	42.6	17.5
지역	서울	(593)	81.6	45.4	28.7	41.3	33.5	37.6
	인천/경기	(884)	76.7	38.3	42.7	33.4	34.4	32.6
	대전/충청/세종	(270)	65.9	25.1	38.8	27.6	26.8	30.1
	광주/전라/제주	(259)	75.4	34.6	26.7	31.8	31.0	29.5
	부산/울산/경남	(392)	73.5	35.6	30.3	36.0	39.3	29.4
	대구/경북 강원	(209) (80)	87.2 80.5	45.9 46.2	49.2 43.2	44.8 29.4	50.6 23.6	48.3 43.6
직업	사무직	(721)	76.1	39.2	39.7	33.8	28.8	32.8
	서비스/판매직	(944)	78.1	40.2	36.8	38.2	38.2	34.0
	생산직	(210)	75.3	32.8	36.6	33.8	36.5	35.9
	학생	(375)	77.2	35.1	33.7	37.2	39.2	38.5
	주부	(367)	77.7	41.6	35.1	33.8	34.1	32.6
	기타	(15)	52.7	21.3	25.9	39.2	43.2	37.1
	무직	(55)	77.1	35.1	17.3	21.4	19.7	32.2
학력	초/중/고등학생	(244)	74.8	33.0	28.8	37.4	39.1	39.4
	대학생/대학원생	(166)	82.2	42.7	43.4	38.0	47.0	40.0
	고졸이하	(740)	75.1	40.5	34.8	36.7	36.3	38.7
	대졸이상	(1,537)	77.8	38.1	37.6	34.5	32.0	30.7
가구소득	100만원 미만	(32)	73.7	33.6	41.1	35.5	43.7	23.2
	100-199만원	(32)	70.5	38.2	24.4	34.8	44.1	49.0
	200-299만원	(154)	74.7	37.8	31.0	44.6	32.2	26.1
	300-399만원	(455)	78.7	34.5	33.3	40.0	38.9	24.7
	400-499만원	(675)	75.4	38.2	33.8	35.6	35.7	37.1
	500-599만원	(737)	78.3	41.8	41.8	36.3	31.9	38.4
	600-699만원	(333)	76.0	45.6	41.1	29.5	33.8	39.4
	700만원 이상	(267)	78.4	30.4	31.6	28.4	33.6	29.4

〈통계표 65〉 C6. 유료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)(2)

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	콘텐츠 인기 순위	콘텐츠 리뷰(평점, 리뷰 영상 등)	TV, 인터넷 등 광고/홍보	알고리즘 추천	원작 (웹툰, 만화, 소설 등)	시상식 수상작
▣ 전체 ▣		(2,687)	33.3	31.6	24.9	20.6	6.4	6.4
성별	남성	(1,250)	32.8	31.0	24.4	20.4	6.4	4.0
	여성	(1,437)	33.7	32.0	25.4	20.7	6.5	8.5
연령	10대	(318)	34.4	32.6	24.9	21.7	7.9	6.7
	20대	(472)	34.9	39.3	22.6	24.4	6.7	7.6
	30대	(616)	36.5	32.5	24.3	24.7	6.7	7.2
	40대	(629)	34.9	33.4	23.8	17.7	7.8	6.2
	50대	(434)	29.8	26.3	29.1	15.0	5.6	5.7
	60대	(190)	22.9	18.4	30.3	20.4	0.7	3.8
	70세 이상	(28)	9.3	0.0	0.0	5.8	0.0	0.0
가족구성	독신가구	(132)	42.2	37.2	25.2	24.2	6.4	6.5
	1세대가구	(537)	25.3	33.9	29.5	14.8	7.6	4.4
	2세대가구	(1,971)	35.1	30.6	23.9	22.1	6.0	7.0
	3세대가구	(46)	23.0	32.3	15.3	14.2	13.7	3.2
	기타	(2)	0.0	17.5	42.6	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(593)	29.6	28.0	17.4	13.9	3.9	6.1
	인천/경기	(884)	33.7	37.9	30.1	26.8	10.0	6.9
	대전/충청/세종	(270)	34.1	21.6	27.3	19.5	3.4	8.1
	광주/전라/제주	(259)	31.7	28.2	21.1	11.5	4.8	3.5
	부산/울산/경남	(392)	32.3	26.1	24.4	19.3	8.2	6.0
	대구/경북 강원	(209) (80)	41.2 42.2	38.0 43.3	27.7 22.5	29.0 18.1	2.4 3.7	7.1 6.0
직업	사무직	(721)	32.1	32.6	22.4	19.9	6.2	7.1
	서비스/판매직	(944)	32.5	33.5	28.7	22.8	6.0	6.4
	생산직	(210)	31.2	28.4	25.5	15.6	5.3	3.8
	학생	(375)	33.9	31.7	23.7	21.1	7.9	5.7
	주부	(367)	37.8	29.1	21.3	20.5	7.9	7.4
	기타 무직	(15) (55)	51.3 31.0	34.0 12.6	28.1 21.2	23.7 6.1	2.5 5.0	4.0 5.6
학력	초/중/고등학생	(244)	31.3	29.6	24.8	17.3	8.4	5.7
	대학생/대학원생	(166)	41.8	36.5	25.0	32.0	6.4	10.7
	고졸이하	(740)	28.7	25.3	26.4	18.5	6.3	5.1
	대졸이상	(1,537)	34.9	34.4	24.2	20.9	6.2	6.7
가구소득	100만원 미만	(32)	34.3	24.5	23.8	20.4	5.1	6.2
	100-199만원	(32)	37.6	22.5	18.3	31.2	4.7	4.5
	200-299만원	(154)	32.0	24.6	25.4	14.9	4.7	6.7
	300-399만원	(455)	33.5	35.8	22.5	21.6	4.6	6.8
	400-499만원	(675)	31.8	33.0	24.0	20.8	6.9	5.9
	500-599만원	(737)	32.6	33.4	24.5	17.8	8.2	5.3
	600-699만원 700만원 이상	(333) (267)	38.1 32.6	31.5 21.8	30.5 26.0	21.9 26.1	6.3 5.1	9.1 6.6

〈통계표 66〉 C7. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 시청하는 영상 콘텐츠 장르(중복응답)

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	영화	드라마	예능/오락	스포츠 중계	시사/교양	애니 메이션	다큐 멘터리	생활/정보
▣ 전체 ▣		(2,687)	81.1	68.5	57.6	14.5	12.5	10.5	6.8	6.6
성별	남성	(1,250)	79.6	59.9	56.7	26.1	13.4	8.5	7.3	5.2
	여성	(1,437)	82.5	75.9	58.3	4.4	11.8	12.2	6.3	7.8
연령	10대	(318)	76.0	52.5	67.1	12.3	6.4	26.7	4.1	4.7
	20대	(472)	84.4	73.2	63.8	12.6	11.9	7.7	4.9	5.7
	30대	(616)	79.6	68.9	65.6	15.2	15.2	14.5	6.4	6.8
	40대	(629)	82.7	72.3	54.8	17.0	12.6	9.3	7.6	6.6
	50대	(434)	82.5	68.5	47.3	13.2	14.4	1.9	8.0	7.2
	60대	(190)	80.7	69.3	37.6	17.1	10.7	2.1	8.8	6.9
	70세 이상	(28)	64.1	70.1	22.8	0.0	18.0	0.0	26.9	26.9
가족구성	독신가구	(132)	88.0	71.5	62.7	15.0	12.0	9.3	9.0	8.7
	1세대가구	(537)	81.2	75.3	56.6	13.6	13.5	6.5	5.3	6.6
	2세대가구	(1,971)	80.6	66.4	57.6	14.6	12.4	11.6	7.1	6.4
	3세대가구	(46)	85.1	68.3	55.1	17.4	11.4	12.3	4.6	8.5
	기타	(2)	60.1	100.0	0.0	0.0	0.0	17.5	0.0	0.0
지역	서울	(593)	76.2	70.9	64.5	14.5	9.3	7.2	7.4	8.0
	인천/경기	(884)	83.9	64.6	61.6	14.4	17.1	13.9	5.8	3.5
	대전/충청/세종	(270)	79.2	72.7	49.3	12.5	7.5	7.5	4.4	8.2
	광주/전라/제주	(259)	75.9	61.6	56.3	20.8	16.2	10.4	8.1	8.0
	부산/울산/경남	(392)	83.9	69.6	49.1	12.8	7.1	11.3	8.5	6.9
	대구/경북 강원	(209) (80)	83.3 92.3	77.0 74.5	57.9 34.5	16.6 3.6	18.4 2.5	8.3 8.3	9.3 1.4	12.7 2.8
직업	사무직	(721)	81.0	69.4	56.2	16.5	14.8	11.1	6.0	6.8
	서비스/판매직	(944)	83.9	71.3	57.1	13.3	13.4	4.7	6.7	5.9
	생산직	(210)	77.2	61.7	54.1	29.6	17.7	4.9	9.6	5.7
	학생	(375)	77.3	55.5	66.9	12.8	7.2	24.8	4.2	4.5
	주부	(367)	79.4	77.1	56.7	4.9	10.0	12.7	7.8	10.1
	기타 무직	(15) (55)	78.8 90.0	65.6 66.4	50.4 40.5	15.2 25.7	14.7 2.8	43.9 2.8	6.5 18.0	0.4 10.9
학력	초/중/고등학생	(244)	71.7	51.1	66.5	12.0	7.2	28.2	4.0	3.9
	대학생/대학원생	(166)	88.3	68.5	67.9	17.6	10.6	17.4	6.2	6.9
	고졸이하	(740)	79.9	69.2	53.4	14.0	12.2	5.8	7.9	7.5
	대졸이상	(1,537)	82.4	70.9	57.1	14.7	13.8	9.2	6.7	6.6
가구소득	100만원 미만	(32)	80.7	65.0	56.6	11.8	5.6	17.2	8.1	11.0
	100-199만원	(32)	81.6	66.9	45.8	8.8	3.4	11.8	16.0	11.9
	200-299만원	(154)	80.5	72.4	54.5	12.8	10.9	8.9	9.0	8.9
	300-399만원	(455)	77.7	65.2	56.5	18.1	13.8	11.8	7.2	6.2
	400-499만원	(675)	81.6	68.2	60.3	13.9	10.0	9.0	5.8	5.1
	500-599만원	(737)	80.8	68.6	56.7	10.1	14.0	8.7	6.3	6.9
	600-699만원	(333)	84.1	72.6	66.2	19.0	16.5	17.3	7.6	10.1
	700만원 이상	(267)	83.5	67.7	47.6	18.3	10.8	8.4	6.2	3.5

〈통계표 67〉 C8. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 장르(중복응답)

단위 : %

유료 OTT 영화/드라마 시청 선호하는 사람		사레수 (명)	멜로 / 로맨스	액션 / 어드벤처	코미디 / 시트콤	휴먼 드라마	미스터리 / 스릴러 / 서스펜스	SF / 판타지	범죄 / 스와르	공포 / 호러	역사물	뮤지컬	성인 / 예로
▣ 전체 ▣		(2,476)	54.9	53.2	51.8	39.3	37.0	31.9	29.4	18.9	9.1	2.4	1.6
성별	남성	(1,124)	37.8	65.8	45.8	32.9	42.8	37.9	37.9	23.5	7.4	1.7	1.5
	여성	(1,352)	69.2	42.7	56.9	44.7	32.1	27.0	22.4	15.0	10.5	3.0	1.7
연령	10대	(273)	48.5	48.8	62.7	29.7	33.3	44.3	24.8	23.6	5.5	2.3	0.0
	20대	(437)	64.4	55.9	56.7	32.7	36.2	36.3	31.7	20.5	5.1	1.8	1.1
	30대	(572)	56.3	57.0	55.2	37.8	33.8	33.2	29.1	20.2	8.1	3.9	2.0
	40대	(590)	52.6	52.6	48.6	45.7	43.0	30.9	28.0	17.7	9.2	1.6	2.3
	50대	(405)	57.1	51.1	44.8	43.3	37.0	20.1	30.7	17.7	10.4	1.8	2.4
	60대	(176)	45.3	49.0	40.0	45.1	32.6	28.4	34.5	12.8	21.6	4.2	0.7
	70세 이상	(23)	15.4	44.0	45.4	40.7	52.6	32.9	25.8	0.0	27.2	0.0	0.0
가족 구성	독신가구	(124)	51.5	55.2	51.1	32.5	42.4	35.4	33.9	27.8	7.3	3.3	1.5
	1세대가구	(495)	58.6	52.2	50.7	38.5	35.3	29.8	30.2	20.7	12.1	3.1	2.5
	2세대가구	(1,815)	54.0	52.8	52.1	40.3	37.4	32.3	28.4	17.7	8.4	2.1	1.4
	3세대가구	(41)	64.1	74.8	55.2	29.1	23.7	27.7	56.0	22.6	9.3	5.3	0.9
	기타	(2)	57.4	60.1	100.0	39.9	0.0	60.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(549)	55.2	49.6	54.3	36.6	32.7	23.7	25.2	11.3	6.9	1.8	1.2
	인천/경기	(813)	52.9	52.5	54.3	40.3	41.6	40.2	25.3	21.1	9.0	2.7	1.5
	대전/충청/세종	(250)	42.6	51.2	48.5	31.7	34.2	32.9	27.0	24.2	6.7	1.2	1.8
	광주/전라/제주	(226)	53.2	47.6	46.6	41.9	33.8	22.9	30.5	19.3	9.2	0.8	1.7
	부산/울산/경남	(367)	61.3	54.3	45.9	39.6	32.8	31.6	34.4	19.6	7.4	2.8	1.8
	대구/경북 강원	(196) (77)	60.3 75.4	61.5 82.7	60.4 41.2	45.2 49.9	44.1 38.4	28.4 36.7	43.9 48.3	22.3 20.1	20.1 13.2	3.3 9.5	0.8 6.5
직업	사무직	(668)	56.0	51.6	49.8	39.8	40.2	33.2	27.0	17.5	9.7	2.4	2.0
	서비스/판매직	(891)	54.8	55.8	50.7	40.8	37.1	31.0	32.7	19.3	8.5	2.9	1.9
	생산직	(186)	43.6	64.4	43.3	37.2	42.2	28.0	36.8	21.6	6.9	0.1	0.6
	학생	(326)	49.3	50.7	60.8	30.5	35.0	44.7	25.8	22.1	5.3	2.3	0.4
	주부	(341)	68.0	43.4	56.0	45.0	30.0	23.4	22.8	15.5	13.3	3.0	1.7
	기타	(13)	63.3	65.7	78.0	38.5	13.7	8.7	26.2	19.6	3.1	0.0	7.9
	무직	(51)	31.4	65.9	37.7	35.1	38.4	26.6	45.0	23.1	15.7	0.0	0.9
학력	초/중/고등학생	(202)	43.2	48.7	65.9	30.5	31.5	44.0	22.7	23.4	4.8	2.4	0.0
	대학생/대학원생	(157)	56.1	52.8	53.2	36.8	40.6	43.3	32.7	24.4	7.2	1.5	1.7
	고졸이하	(691)	55.7	52.3	50.6	37.7	33.7	25.6	33.0	15.4	9.1	1.8	1.7
	대졸이상	(1,426)	56.1	54.3	50.3	41.7	38.9	32.0	28.3	19.3	9.9	2.8	1.8
가구 소득	100만원 미만	(27)	48.7	63.4	43.1	28.8	32.9	39.2	43.4	26.0	12.3	3.2	0.0
	100-199만원	(31)	50.9	44.1	45.9	26.1	22.1	23.1	20.3	16.1	22.8	1.6	0.2
	200-299만원	(146)	54.9	51.2	57.4	35.5	31.5	23.8	24.3	19.5	8.5	2.7	0.6
	300-399만원	(405)	50.6	49.2	48.8	39.9	37.3	32.4	29.6	22.1	8.4	1.5	2.3
	400-499만원	(622)	51.9	57.2	54.2	39.1	38.4	28.5	28.9	18.0	9.9	2.9	1.7
	500-599만원	(691)	58.9	51.8	50.0	42.6	37.1	37.0	31.8	20.7	8.4	1.8	1.6
	600-699만원	(307)	59.9	56.1	58.0	38.3	36.7	32.4	30.3	16.6	11.7	3.8	1.7
	700만원 이상	(248)	53.7	50.8	47.0	36.7	38.4	30.2	25.5	13.0	5.0	2.5	1.3

〈통계표 68〉 C8-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 소재(중복응답)(1)

단위 : %

유료 OTT 영화/드라마 시청 선호하는 사람	사례수 (명)	수사/추리	가족	청춘/성장	재난/전쟁	복수	초능력 /히어로	직업/직장	시간 여행
▣ 전체 ▣	(2,476)	57.8	53.4	39.5	36.2	26.7	24.4	24.3	21.1
성별	남성 (1,124)	68.7	38.5	28.6	44.3	27.8	28.4	25.4	18.2
	여성 (1,352)	48.7	65.8	48.6	29.5	25.7	21.1	23.4	23.6
연령	10대 (273)	55.9	40.4	57.6	39.7	21.6	35.9	14.0	26.5
	20대 (437)	56.7	48.9	54.7	34.4	26.1	28.1	25.7	25.7
	30대 (572)	57.0	53.4	37.4	32.6	28.4	27.7	24.0	20.7
	40대 (590)	62.4	55.8	35.5	37.7	28.6	22.9	29.3	21.2
	50대 (405)	55.3	58.5	28.7	34.4	26.1	16.4	22.3	16.6
	60대 (176)	57.5	64.1	22.5	43.8	22.6	13.8	25.9	15.6
	70세 이상 (23)	46.2	59.6	10.2	52.6	44.2	0.0	27.8	0.0
가족구성	독신가구 (124)	70.0	35.6	40.3	37.5	28.9	30.3	28.3	23.6
	1세대가구 (495)	60.5	57.8	35.6	36.1	28.5	20.5	26.0	22.2
	2세대가구 (1,815)	56.3	53.5	40.8	36.3	26.0	25.1	23.7	20.8
	3세대가구 (41)	54.0	51.8	27.9	31.8	29.2	24.4	19.1	15.0
	기타 (2)	17.5	17.5	17.5	17.5	17.5	60.1	60.1	17.5
지역	서울 (549)	48.8	55.6	42.2	26.2	21.1	21.4	17.3	22.1
	인천/경기 (813)	63.7	54.0	40.5	39.2	23.2	26.2	31.1	19.5
	대전/충청/세종 (250)	60.4	39.4	32.2	31.5	29.3	24.0	22.3	20.1
	광주/전라/제주 (226)	52.7	53.7	38.4	33.1	29.3	18.0	26.7	18.7
	부산/울산/경남 (367)	57.4	49.1	42.2	42.4	27.3	24.4	16.6	16.4
	대구/경북 (196)	60.2	63.9	36.8	49.3	35.5	31.9	24.3	38.2
직업	강원 (77)	61.3	69.6	30.6	37.8	61.6	28.5	39.5	21.5
	사무직 (668)	58.8	56.2	38.6	39.1	27.0	23.4	26.0	18.8
	서비스/판매직 (891)	57.9	53.4	37.5	38.0	27.7	23.6	27.6	22.6
	생산직 (186)	76.6	43.5	21.8	41.5	30.6	22.9	24.8	13.7
	학생 (326)	57.0	38.7	57.0	39.7	22.8	35.3	15.5	26.4
	주부 (341)	45.9	70.4	41.7	20.7	26.4	18.8	22.4	21.1
학력	기타 (13)	41.5	51.6	50.7	33.6	40.6	11.4	14.9	22.1
	무직 (51)	62.7	33.7	21.5	30.6	12.9	30.0	14.8	19.4
	초/중/고등학생 (202)	51.6	42.2	57.6	35.3	19.7	38.0	12.8	26.5
	대학생/대학원생 (157)	66.9	35.2	53.3	54.4	29.5	37.8	24.5	32.1
가구소득	고졸이하 (691)	55.3	55.2	35.1	34.6	25.4	18.3	21.0	18.3
	대졸이상 (1,426)	58.8	56.1	37.5	35.1	28.0	24.0	27.6	20.6
	100만원 미만 (27)	62.4	24.9	37.2	42.3	31.2	34.5	24.0	36.2
	100-199만원 (31)	69.8	41.4	30.6	30.3	7.0	16.9	16.7	12.4
	200-299만원 (146)	52.6	52.7	44.7	26.4	20.9	27.2	25.2	17.7
	300-399만원 (405)	58.3	49.8	37.4	33.4	29.0	23.7	25.1	20.8
	400-499만원 (622)	61.4	52.4	39.4	38.1	24.5	21.0	24.8	17.6
	500-599만원 (691)	58.4	53.5	42.0	36.7	30.0	25.4	24.1	23.1
600-699만원 (307)	54.7	59.1	41.0	38.0	28.8	26.3	26.0	23.4	
700만원 이상 (248)	50.9	59.5	32.6	38.1	21.7	27.4	21.0	23.9	

〈통계표 69〉 C8-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 영화 또는 드라마의 소재(중복응답)(2)

단위 : %

유료 OTT 영화/드라마 시청 선호하는 사람		사례수 (명)	불륜/막장	정치	좀비 /크리처 /오컬트	실존 인물 /실화	스포츠	예술 (음악 /미술 등)	여성 서사	GL/BL
■ 전체 ■		(2,476)	19.6	14.1	12.7	9.1	7.3	4.9	2.1	0.3
성별	남성	(1,124)	13.7	18.7	16.2	9.3	13.2	2.2	0.3	0.1
	여성	(1,352)	24.5	10.3	9.8	9.0	2.4	7.2	3.6	0.4
연령	10대	(273)	9.6	7.2	19.0	8.2	6.7	6.2	0.7	0.2
	20대	(437)	20.6	11.1	16.8	6.7	10.2	7.1	3.6	0.0
	30대	(572)	21.9	13.5	14.4	9.0	7.5	5.2	3.2	0.0
	40대	(590)	17.4	12.0	11.8	10.0	5.5	3.6	0.9	0.2
	50대	(405)	23.9	16.5	7.7	10.6	6.8	3.9	2.2	1.2
	60대	(176)	20.0	29.3	4.1	10.0	8.4	3.8	1.1	0.0
	70세 이상	(23)	42.2	61.0	0.0	15.2	7.1	0.0	0.0	0.0
가족구성	독신가구	(124)	20.1	13.8	18.4	10.5	9.0	8.7	0.9	0.0
	1세대가구	(495)	23.5	20.0	13.0	7.6	8.2	4.4	2.8	0.0
	2세대가구	(1,815)	18.8	12.5	12.1	9.1	6.9	4.6	2.0	0.4
	3세대가구	(41)	9.1	14.0	17.8	20.9	10.0	8.6	3.4	0.0
	기타	(2)	17.5	0.0	17.5	100.0	0.0	57.4	0.0	0.0
지역	서울	(549)	22.2	12.4	7.8	6.7	5.3	4.5	2.3	0.0
	인천/경기	(813)	15.2	14.2	12.1	8.3	5.9	4.4	0.6	0.3
	대전/충청/세종	(250)	17.2	11.5	17.3	5.4	3.7	1.9	1.5	0.4
	광주/전라/제주	(226)	22.1	18.3	10.5	11.8	10.8	4.5	0.9	0.0
	부산/울산/경남	(367)	17.6	13.1	14.9	11.8	10.5	5.8	3.4	0.8
	대구/경북	(196)	29.8	14.6	20.2	14.5	14.2	11.1	7.1	0.0
	강원	(77)	32.1	24.3	16.8	13.2	6.7	3.7	3.1	0.0
직업	사무직	(668)	15.6	13.7	12.9	8.6	5.5	5.2	1.4	0.0
	서비스/판매직	(891)	20.4	16.6	12.3	8.3	8.0	4.5	2.7	0.1
	생산직	(186)	18.0	18.2	15.4	10.7	17.9	0.4	0.0	0.0
	학생	(326)	11.5	8.7	18.1	8.7	7.2	6.3	1.4	0.2
	주부	(341)	35.1	9.8	7.2	11.6	2.2	7.1	4.0	1.5
	기타	(13)	36.9	4.1	11.9	6.4	17.2	3.3	2.8	0.0
	무직	(51)	7.3	25.8	11.1	10.8	14.4	0.5	0.6	0.0
학력	초/중/고등학생	(202)	8.1	7.4	20.1	7.5	4.8	5.8	0.4	0.3
	대학생/대학원생	(157)	20.3	20.9	20.8	14.9	14.2	10.6	5.9	0.0
	고졸이하	(691)	19.6	16.2	8.5	7.8	7.8	3.8	1.4	0.3
	대졸이상	(1,426)	21.2	13.3	12.8	9.4	6.8	4.7	2.3	0.3
가구소득	100만원 미만	(27)	18.7	20.2	23.6	7.3	10.9	4.2	0.0	0.0
	100-199만원	(31)	5.4	23.4	13.6	14.2	2.5	7.0	0.0	0.0
	200-299만원	(146)	22.8	13.3	14.6	7.4	9.4	4.8	1.9	0.0
	300-399만원	(405)	22.2	14.1	12.9	5.7	6.6	3.8	0.9	0.1
	400-499만원	(622)	20.9	14.7	11.0	8.7	6.0	3.6	2.1	0.4
	500-599만원	(691)	18.8	14.5	11.6	9.9	7.9	5.9	2.9	0.0
	600-699만원	(307)	20.9	12.6	14.7	13.3	7.4	7.2	3.0	1.2
	700만원 이상	(248)	13.0	11.6	15.1	8.9	9.6	4.4	1.5	0.1

〈통계표 70〉 C9. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 예능/오락 콘텐츠의 장르(중복응답)

단위 : %

유료 OTT 예능/오락 시청 선호하는 사람		사례수 (명)	리얼 버라이어 티	관찰 예능	코미디쇼	토크쇼	오디션 /서바이벌	음악 방송	퀴즈	시사/교양
■ 전체 ■		(1,547)	83.9	51.4	41.9	37.1	28.5	12.9	9.9	9.4
성별	남성	(709)	84.9	52.1	38.9	34.5	29.0	9.4	10.2	11.2
	여성	(838)	83.0	50.8	44.5	39.3	28.1	15.9	9.7	7.8
연령	10대	(214)	79.7	45.6	45.8	29.1	35.1	17.7	10.4	2.4
	20대	(301)	84.0	50.7	36.3	31.4	35.0	20.1	9.1	8.4
	30대	(404)	90.4	52.6	43.0	40.0	29.1	8.5	10.0	11.0
	40대	(345)	83.9	52.1	44.0	37.8	24.5	7.9	8.0	9.4
	50대	(206)	73.0	50.8	42.4	46.3	24.6	14.3	9.2	12.6
	60대	(71)	88.3	59.0	33.9	40.3	11.3	14.6	14.9	15.7
	70세 이상	(6)	100.0	100.0	74.4	25.6	0.0	0.0	100.0	0.0
가족구성	독신가구	(83)	85.6	52.1	40.4	37.2	27.3	21.6	9.7	9.7
	1세대가구	(304)	85.3	52.3	44.5	42.9	28.4	16.9	8.0	8.6
	2세대가구	(1,135)	83.6	51.1	41.6	35.9	28.4	11.2	10.4	9.3
	3세대가구	(25)	74.6	50.2	32.1	25.1	38.6	13.7	10.3	20.8
지역	서울	(383)	80.7	50.7	43.5	41.1	23.1	17.0	4.5	7.6
	인천/경기	(545)	81.4	48.1	45.7	37.5	28.2	10.7	13.0	8.4
	대전/충청/세종	(133)	82.8	39.7	36.0	33.1	23.3	13.1	8.1	6.8
	광주/전라/제주	(146)	89.6	57.5	26.6	36.4	18.1	9.2	8.2	9.3
	부산/울산/경남	(193)	91.3	52.4	45.9	34.4	43.4	16.2	8.4	10.4
	대구/경북 강원	(121) (27)	87.3 84.0	68.8 66.5	41.2 29.6	34.3 28.7	41.5 30.4	9.9 10.0	20.8 5.5	21.1 6.2
직업	사무직	(406)	81.5	53.2	38.4	40.2	35.8	13.9	13.8	10.8
	서비스/판매직	(539)	87.0	51.9	43.6	40.2	24.5	10.0	8.6	11.0
	생산직	(114)	92.1	52.5	39.1	28.1	20.9	9.3	6.2	9.4
	학생	(251)	80.2	47.3	44.9	29.3	35.5	17.2	10.4	3.1
	주부	(208)	80.5	52.4	43.3	35.4	21.4	15.4	7.1	8.8
	기타	(7)	80.3	45.7	64.9	60.3	20.9	11.1	16.5	17.9
	무직	(22)	82.2	39.9	25.2	51.2	23.5	15.3	6.9	15.1
학력	초/중/고등학생	(162)	75.8	45.0	48.1	29.9	36.3	17.9	12.3	2.1
	대학생/대학원생	(113)	89.5	52.9	45.7	40.2	32.5	24.7	12.9	8.7
	고졸이하	(395)	84.9	49.0	38.2	38.4	27.3	12.5	5.2	9.8
	대졸이상	(877)	84.2	53.5	42.0	37.5	27.2	10.7	11.2	10.6
가구소득	100만원 미만	(18)	68.6	34.2	36.4	23.9	19.4	33.4	12.4	7.5
	100-199만원	(15)	74.4	42.1	41.2	29.3	13.1	33.1	7.4	18.1
	200-299만원	(84)	86.8	47.8	29.1	46.8	30.4	11.6	12.7	7.8
	300-399만원	(257)	86.1	50.1	43.8	31.6	21.7	17.4	7.4	8.6
	400-499만원	(407)	83.7	47.1	45.0	40.2	21.9	7.7	9.1	6.6
	500-599만원	(418)	85.7	54.3	40.5	36.8	35.9	13.6	11.2	10.3
	600-699만원	(221)	86.2	59.0	40.4	36.8	39.3	14.4	10.5	11.0
	700만원 이상	(127)	70.6	51.0	44.8	36.8	22.8	11.6	10.6	13.9

〈통계표 71〉 C9-1. 평소 유료 OTT 서비스를 통해 즐겨보는 예능/오락 콘텐츠의 소재(중복응답)

단위 : %

유료 OTT 예능/오락 시청 선호하는 사람		사례수 (명)	여행	음식/ 요리	음악/ 공연	게임/ 추리	스포츠 /운동	연애	미스 터리/ 공포	가족/ 육아	패션/ 뷰티	지식/ 정보	동물	밀리 터리
■ 전체 ■		(1,547)	59.2	55.4	53.8	30.6	28.1	22.3	20.7	15.1	12.5	10.0	7.2	1.1
성별	남성	(709)	53.3	45.0	46.4	38.0	45.7	19.6	27.6	9.2	4.3	10.1	6.9	2.0
	여성	(838)	64.1	64.2	60.0	24.3	13.2	24.5	14.9	20.2	19.4	9.9	7.4	0.4
연령	10대	(214)	46.2	43.1	63.5	44.4	24.8	24.4	22.6	7.5	16.9	7.4	9.2	1.1
	20대	(301)	61.2	52.6	58.3	32.2	24.2	25.1	22.6	7.1	11.3	8.4	5.6	1.1
	30대	(404)	59.7	58.4	50.2	32.0	31.3	25.8	24.3	22.9	17.5	10.0	6.8	1.0
	40대	(345)	59.7	58.4	49.4	24.9	29.3	21.4	20.3	15.3	8.4	11.7	6.9	2.1
	50대	(206)	61.5	61.7	53.0	20.8	27.6	14.4	11.6	14.2	7.7	11.4	7.1	0.4
	60대	(71)	73.5	56.2	51.0	23.1	32.4	5.9	16.6	24.4	10.4	10.6	3.3	0.0
	70세 이상	(6)	100.0	25.6	25.6	100.0	25.6	74.4	0.0	74.4	0.0	25.6	100.0	0.0
가족구성	독신가구	(83)	65.6	58.1	56.1	34.0	30.6	23.4	17.3	8.3	14.4	9.2	6.1	1.1
	1세대가구	(304)	62.7	58.1	54.0	31.6	30.7	23.3	21.6	12.3	12.1	12.7	5.0	0.8
	2세대가구	(1,135)	58.0	55.4	53.8	29.7	27.0	22.3	20.4	16.2	12.5	9.2	7.5	1.2
	3세대가구	(25)	49.2	14.3	40.1	42.9	36.8	6.3	34.3	21.8	12.3	17.5	20.0	1.6
지역	서울	(383)	65.6	61.6	50.1	22.8	29.5	18.0	15.3	12.5	17.5	8.9	3.4	2.1
	인천/경기	(545)	57.1	59.0	62.0	34.6	24.1	21.1	21.7	15.3	8.6	5.8	8.8	0.1
	대전/충청/세종	(133)	52.0	31.5	57.2	28.8	33.5	18.2	21.7	12.8	8.6	6.8	6.8	0.1
	광주/전라/제주	(146)	55.8	45.2	39.6	29.7	29.2	21.1	12.6	13.7	9.4	14.9	6.4	2.7
	부산/울산/경남	(193)	55.9	55.5	50.2	26.8	26.5	28.4	30.5	13.6	16.0	15.8	10.1	1.1
	대구/경북 강원	(121) (27)	63.4 67.9	58.6 50.3	48.7 47.0	44.5 35.5	38.0 23.8	36.5 24.4	28.9 7.8	28.3 20.4	18.7 2.9	19.9 13.3	9.6 2.5	2.4 0.0
직업	사무직	(406)	55.4	59.5	49.9	27.9	32.7	22.6	21.1	14.9	9.6	13.0	6.6	1.2
	서비스/판매직	(539)	63.9	60.2	54.9	28.1	27.8	22.7	22.9	14.5	14.2	9.2	7.1	1.2
	생산직	(114)	57.1	38.7	39.8	39.3	42.1	22.8	24.9	11.0	2.1	8.4	5.2	1.7
	학생	(251)	48.1	41.0	62.2	44.9	25.4	25.9	21.5	8.0	16.7	7.7	8.0	1.2
	주부	(208)	70.2	63.9	54.9	20.0	13.1	15.9	12.4	28.5	15.5	8.1	8.9	0.5
	기타	(7)	66.9	30.2	60.2	19.8	24.7	36.4	0.0	15.3	4.9	34.3	6.8	8.5
	무직	(22)	43.7	35.8	57.2	34.4	52.5	17.0	16.2	9.8	4.8	17.4	2.5	0.0
학력	초/중/고등학생	(162)	39.6	39.7	64.3	44.8	25.7	19.0	23.5	8.3	16.4	5.8	9.7	1.1
	대학생/대학원생	(113)	66.8	51.3	60.1	43.2	28.5	36.7	28.5	11.2	27.2	18.2	10.9	2.2
	고졸이하	(395)	60.8	58.8	54.9	26.4	26.4	20.4	16.4	13.4	8.2	7.1	6.2	0.9
	대졸이상	(877)	61.1	57.2	50.5	28.2	29.3	21.9	21.1	17.7	11.8	11.0	6.7	1.1
가구소득	100만원 미만	(18)	51.4	34.8	54.0	43.2	27.2	25.0	16.5	1.7	16.3	9.2	6.5	0.0
	100-199만원	(15)	71.0	50.1	59.0	50.4	22.0	23.6	25.9	9.8	7.1	19.5	7.2	0.0
	200-299만원	(84)	68.8	60.1	59.7	24.4	31.0	24.5	18.6	6.8	10.7	6.7	7.2	0.8
	300-399만원	(257)	58.2	51.1	56.4	26.2	27.9	15.8	23.0	12.8	12.0	8.9	4.3	1.1
	400-499만원	(407)	63.9	51.4	49.7	32.8	20.6	20.8	19.1	15.6	10.5	8.8	9.6	1.1
	500-599만원	(418)	57.0	60.3	55.1	31.0	33.6	26.1	24.3	16.4	15.4	10.1	8.4	1.2
	600-699만원	(221)	58.3	61.6	48.1	26.9	27.1	27.2	16.0	21.8	13.8	13.5	7.5	2.1
	700만원 이상	(127)	48.0	49.6	62.3	37.1	35.2	16.7	18.8	10.9	9.2	10.5	0.6	0.0

〈통계표 72〉 C10. 스포츠 중계 시청을 위하여 OTT 서비스 구독 여부

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	예	아니오
▣ 전체 ▣		(2,687)	15.4	84.6
성별	남성	(1,250)	25.0	75.0
	여성	(1,437)	6.9	93.1
연령	10대	(318)	9.3	90.7
	20대	(472)	16.3	83.7
	30대	(616)	20.5	79.5
	40대	(629)	15.1	84.9
	50대	(434)	14.0	86.0
	60대	(190)	12.6	87.4
	70세 이상	(28)	0.0	100.0
가족구성	독신가구	(132)	16.5	83.5
	1세대가구	(537)	16.1	83.9
	2세대가구	(1,971)	15.0	85.0
	3세대가구	(46)	19.6	80.4
	기타	(2)	42.6	57.4
지역	서울	(593)	14.6	85.4
	인천/경기	(884)	17.0	83.0
	대전/충청/세종	(270)	12.9	87.1
	광주/전라/제주	(259)	24.2	75.8
	부산/울산/경남	(392)	12.5	87.5
	대구/경북	(209)	10.5	89.5
	강원	(80)	8.7	91.3
직업	사무직	(721)	20.4	79.6
	서비스/판매직	(944)	13.4	86.6
	생산직	(210)	23.1	76.9
	학생	(375)	11.2	88.8
	주부	(367)	9.9	90.1
	기타	(15)	23.6	76.4
	무직	(55)	15.5	84.5
학력	초/중/고등학생	(244)	9.3	90.7
	대학생/대학원생	(166)	13.9	86.1
	고졸이하	(740)	13.3	86.7
	대졸이상	(1,537)	17.5	82.5
가구소득	100만원 미만	(32)	21.3	78.7
	100-199만원	(32)	9.5	90.5
	200-299만원	(154)	11.3	88.7
	300-399만원	(455)	18.0	82.0
	400-499만원	(675)	13.3	86.7
	500-599만원	(737)	13.9	86.1
	600-699만원	(333)	19.0	81.0
	700만원 이상	(267)	17.9	82.1

〈통계표 73〉 C11-1. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - TV 공개 회차를 따라잡기 위해 시청한다

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	9.3	26.2	29.2	32.0	3.4	35.4	35.5	2.9	58.8
성별	남성	(1,250)	9.5	27.7	27.1	31.7	4.0	35.8	37.2	2.9	58.6
	여성	(1,437)	9.0	24.9	31.0	32.2	2.8	35.0	34.0	2.9	59.0
연령	10대	(318)	10.5	24.7	31.0	30.8	2.9	33.7	35.2	2.9	58.2
	20대	(472)	7.7	24.7	29.2	35.0	3.4	38.4	32.4	3.0	60.3
	30대	(616)	8.7	30.5	27.0	29.1	4.7	33.7	39.2	2.9	58.1
	40대	(629)	9.9	25.5	28.7	32.9	3.0	35.9	35.4	2.9	58.7
	50대	(434)	7.6	22.7	33.0	34.4	2.5	36.8	30.2	3.0	60.3
	60대	(190)	14.0	27.1	29.0	26.2	3.8	30.0	41.0	2.8	55.8
	70세 이상	(28)	13.2	37.7	8.4	40.7	0.0	40.7	50.9	2.8	55.3
가족구성	독신가구	(132)	9.3	23.3	32.0	33.1	2.3	35.4	32.6	3.0	59.1
	1세대가구	(537)	8.8	23.7	33.3	29.0	5.2	34.2	32.5	3.0	59.6
	2세대가구	(1,971)	9.3	27.1	27.8	32.8	3.0	35.8	36.4	2.9	58.6
	3세대가구	(46)	14.5	26.6	29.6	27.3	2.1	29.4	41.1	2.8	55.2
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	39.9	0.0	39.9	0.0	3.4	68.0
지역	서울	(593)	1.5	24.2	26.5	45.5	2.3	47.8	25.7	3.2	64.6
	인천/경기	(884)	10.3	26.4	26.9	31.4	4.9	36.3	36.8	2.9	58.8
	대전/충청/세종	(270)	9.8	33.2	26.2	28.3	2.5	30.8	43.0	2.8	56.1
	광주/전라/제주	(259)	15.1	27.7	36.5	15.5	5.2	20.6	42.8	2.7	53.6
	부산/울산/경남	(392)	8.9	20.6	32.7	34.7	3.0	37.7	29.5	3.0	60.5
	대구/경북	(209)	17.9	26.0	33.7	21.5	0.9	22.4	43.9	2.6	52.3
	강원	(80)	13.5	37.8	30.8	18.0	0.0	18.0	51.2	2.5	50.6
직업	사무직	(721)	8.3	21.8	33.0	31.4	5.6	37.0	30.1	3.0	60.8
	서비스/판매직	(944)	9.5	29.3	22.9	35.5	2.8	38.3	38.8	2.9	58.6
	생산직	(210)	9.7	30.5	31.7	27.3	0.8	28.1	40.2	2.8	55.8
	학생	(375)	10.3	25.1	31.2	30.4	2.9	33.4	35.4	2.9	58.1
	주부	(367)	8.3	24.9	33.0	31.5	2.2	33.8	33.2	2.9	58.9
	기타	(15)	20.0	47.3	21.4	7.9	3.4	11.3	67.3	2.3	45.5
	무직	(55)	13.0	25.5	39.4	16.7	5.3	22.1	38.6	2.8	55.2
학력	초/중/고등학생	(244)	10.7	21.6	34.5	30.7	2.6	33.3	32.3	2.9	58.6
	대학생/대학원생	(166)	10.0	28.5	24.7	33.9	2.9	36.8	38.5	2.9	58.2
	고졸이하	(740)	8.8	26.3	30.9	31.5	2.5	34.1	35.1	2.9	58.5
	대졸이상	(1,537)	9.2	26.7	28.0	32.2	4.0	36.2	35.8	3.0	59.0
가구소득	100만원 미만	(32)	15.4	22.1	29.2	28.7	4.6	33.4	37.5	2.9	57.0
	100-199만원	(32)	12.3	32.2	42.7	12.9	0.0	12.9	44.5	2.6	51.2
	200-299만원	(154)	10.9	18.0	38.4	32.1	0.6	32.7	28.9	2.9	58.7
	300-399만원	(455)	10.0	24.5	33.4	30.0	2.0	32.0	34.6	2.9	57.9
	400-499만원	(675)	6.6	27.5	26.0	36.0	4.0	39.9	34.1	3.0	60.6
	500-599만원	(737)	7.1	25.2	31.1	32.4	4.2	36.6	32.3	3.0	60.3
	600-699만원	(333)	10.0	24.4	25.1	36.1	4.5	40.5	34.4	3.0	60.1
	700만원 이상	(267)	17.6	35.4	22.9	21.8	2.4	24.1	53.0	2.6	51.2

〈통계표 74〉 C11-2. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 한꺼번에 몰아서 시청한다

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	5.6	17.5	29.3	37.6	10.1	47.6	23.1	3.3	65.8
성별	남성	(1,250)	5.4	18.5	30.3	36.3	9.6	45.8	23.9	3.3	65.2
	여성	(1,437)	5.8	16.6	28.4	38.7	10.5	49.2	22.4	3.3	66.3
연령	10대	(318)	5.0	18.5	27.0	40.3	9.2	49.5	23.5	3.3	66.0
	20대	(472)	2.7	15.2	32.3	37.1	12.6	49.7	18.0	3.4	68.3
	30대	(616)	5.2	18.7	30.2	37.3	8.7	46.0	23.9	3.3	65.1
	40대	(629)	6.1	16.1	29.4	36.4	12.1	48.4	22.2	3.3	66.4
	50대	(434)	4.7	19.1	28.2	40.5	7.5	48.0	23.8	3.3	65.4
	60대	(190)	15.3	16.8	25.4	35.9	6.6	42.5	32.1	3.0	60.3
	70세 이상	(28)	7.4	29.8	22.4	13.5	26.9	40.4	37.2	3.2	64.6
가족구성	독신가구	(132)	6.2	14.2	26.6	42.7	10.3	53.0	20.4	3.4	67.4
	1세대가구	(537)	6.3	19.3	30.1	35.6	8.7	44.3	25.6	3.2	64.2
	2세대가구	(1,971)	5.4	17.4	29.4	37.8	10.0	47.8	22.8	3.3	65.9
	3세대가구	(46)	4.5	12.1	19.1	36.7	27.5	64.3	16.6	3.7	74.2
	기타	(2)	0.0	0.0	42.6	57.4	0.0	57.4	0.0	3.6	71.5
지역	서울	(593)	1.2	15.0	28.3	49.5	5.9	55.5	16.2	3.4	68.8
	인천/경기	(884)	8.6	16.4	29.7	36.1	9.2	45.3	25.0	3.2	64.2
	대전/충청/세종	(270)	3.8	21.6	30.4	38.0	6.2	44.2	25.4	3.2	64.2
	광주/전라/제주	(259)	8.5	27.0	27.2	23.1	14.2	37.3	35.5	3.1	61.5
	부산/울산/경남	(392)	3.3	16.9	27.0	32.7	20.0	52.7	20.2	3.5	69.8
	대구/경북 강원	(209) (80)	3.4 19.3	8.1 30.9	35.2 29.2	43.5 19.2	9.9 1.5	53.3 20.6	11.5 50.2	3.5 2.5	69.7 50.5
직업	사무직	(721)	4.2	14.5	32.9	38.1	10.2	48.3	18.7	3.4	67.1
	서비스/판매직	(944)	6.1	16.8	28.0	40.2	8.8	49.0	22.9	3.3	65.8
	생산직	(210)	6.9	23.3	32.7	27.6	9.5	37.1	30.2	3.1	61.9
	학생	(375)	4.1	18.9	26.9	39.3	10.8	50.1	23.0	3.3	66.8
	주부	(367)	7.1	19.0	27.3	35.7	10.9	46.5	26.1	3.2	64.8
	기타	(15)	2.4	13.4	16.5	51.1	16.6	67.7	15.8	3.7	73.2
	무직	(55)	11.9	26.6	21.2	20.8	19.4	40.3	38.5	3.1	61.9
학력	초/중/고등학생	(244)	5.2	21.8	27.5	38.6	6.9	45.5	27.0	3.2	64.0
	대학생/대학원생	(166)	2.2	13.4	22.8	44.0	17.5	61.5	15.7	3.6	72.2
	고졸이하	(740)	7.2	18.3	26.3	39.5	8.8	48.3	25.5	3.2	64.9
	대졸이상	(1,537)	5.3	16.9	31.7	35.8	10.4	46.2	22.2	3.3	65.8
가구소득	100만원 미만	(32)	14.0	16.9	27.0	34.6	7.5	42.1	30.9	3.0	61.0
	100-199만원	(32)	18.6	12.8	20.7	35.4	12.5	47.9	31.4	3.1	62.1
	200-299만원	(154)	6.6	14.1	33.1	39.0	7.2	46.2	20.6	3.3	65.2
	300-399만원	(455)	5.3	22.9	32.2	32.5	7.1	39.6	28.2	3.1	62.6
	400-499만원	(675)	4.2	18.4	28.2	37.0	12.3	49.3	22.5	3.3	67.0
	500-599만원	(737)	4.0	15.2	31.0	42.1	7.6	49.7	19.2	3.3	66.8
	600-699만원	(333)	4.5	14.2	28.7	39.6	13.0	52.6	18.7	3.4	68.5
	700만원 이상	(267)	12.3	19.2	21.8	32.4	14.3	46.7	31.5	3.2	63.4

〈통계표 75〉 C11-3. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	14.4	28.7	30.8	22.2	4.0	26.2	43.1	2.7	54.5
성별	남성	(1,250)	13.6	27.8	31.1	23.8	3.8	27.5	41.4	2.8	55.2
	여성	(1,437)	15.0	29.5	30.5	20.8	4.2	25.0	44.5	2.7	53.9
연령	10대	(318)	11.9	26.8	33.1	24.1	4.0	28.1	38.7	2.8	56.3
	20대	(472)	13.5	31.6	26.9	25.1	2.8	27.9	45.2	2.7	54.4
	30대	(616)	14.2	26.0	31.9	22.6	5.4	28.0	40.2	2.8	55.8
	40대	(629)	14.0	30.3	31.7	19.9	4.1	24.0	44.3	2.7	54.0
	50대	(434)	12.5	28.8	34.7	20.8	3.3	24.1	41.3	2.7	54.7
	60대	(190)	23.6	29.0	21.1	22.0	4.2	26.2	52.6	2.5	50.8
	70세 이상	(28)	33.1	24.1	28.6	14.2	0.0	14.2	57.2	2.2	44.8
가족구성	독신가구	(132)	18.0	26.7	26.8	24.7	3.8	28.5	44.7	2.7	53.9
	1세대가구	(537)	13.9	35.7	29.3	17.0	4.0	21.0	49.7	2.6	52.3
	2세대가구	(1,971)	13.8	27.0	31.5	23.6	4.0	27.6	40.8	2.8	55.4
	3세대가구	(46)	31.4	27.0	25.3	11.1	5.2	16.3	58.4	2.3	46.3
	기타	(2)	0.0	17.5	42.6	39.9	0.0	39.9	17.5	3.2	64.5
지역	서울	(593)	13.2	27.3	30.0	23.5	6.1	29.6	40.4	2.8	56.4
	인천/경기	(884)	13.7	24.9	29.0	27.5	4.9	32.4	38.6	2.9	57.0
	대전/충청/세종	(270)	14.8	38.6	31.7	14.4	0.5	14.9	53.4	2.5	49.5
	광주/전라/제주	(259)	20.2	28.0	35.0	14.8	2.0	16.8	48.2	2.5	50.1
	부산/울산/경남	(392)	12.5	31.2	29.6	23.4	3.4	26.7	43.7	2.7	54.8
	대구/경북 강원	(209) (80)	14.8 17.7	26.9 43.9	37.2 28.2	17.8 8.9	3.3 1.4	21.1 10.3	41.7 61.5	2.7 2.3	53.6 46.5
직업	사무직	(721)	11.8	31.2	30.2	22.2	4.6	26.8	43.0	2.8	55.3
	서비스/판매직	(944)	16.0	24.6	32.0	23.8	3.6	27.4	40.6	2.7	54.9
	생산직	(210)	18.2	30.3	33.6	16.2	1.7	17.8	48.6	2.5	50.5
	학생	(375)	10.9	28.2	32.2	24.9	3.8	28.7	39.1	2.8	56.5
	주부	(367)	13.9	34.6	27.4	18.9	5.1	24.1	48.5	2.7	53.4
	기타	(15)	18.0	32.7	11.3	17.9	20.0	38.0	50.7	2.9	57.9
	무직	(55)	30.4	24.7	23.6	20.4	0.9	21.3	55.1	2.4	47.3
학력	초/중/고등학생	(244)	11.1	26.4	34.2	24.1	4.2	28.3	37.5	2.8	56.8
	대학생/대학원생	(166)	14.3	32.3	26.3	24.9	2.3	27.2	46.6	2.7	53.7
	고졸이하	(740)	18.5	25.3	33.0	19.9	3.3	23.2	43.8	2.6	52.9
	대졸이상	(1,537)	12.9	30.3	29.6	22.7	4.5	27.1	43.2	2.8	55.1
가구소득	100만원 미만	(32)	28.4	27.0	21.3	19.2	4.1	23.3	55.4	2.4	48.7
	100-199만원	(32)	29.6	25.6	21.1	17.9	5.8	23.7	55.2	2.4	48.9
	200-299만원	(154)	18.0	31.5	24.3	24.1	2.1	26.2	49.6	2.6	52.1
	300-399만원	(455)	16.6	29.2	31.2	21.2	1.8	23.0	45.8	2.6	52.5
	400-499만원	(675)	11.5	27.5	34.6	23.0	3.4	26.4	39.0	2.8	55.9
	500-599만원	(737)	10.3	27.8	33.6	24.2	4.1	28.3	38.1	2.8	56.8
	600-699만원	(333)	13.4	27.5	27.9	24.1	7.0	31.1	40.9	2.8	56.8
	700만원 이상	(267)	24.5	33.9	22.3	13.5	5.8	19.3	58.3	2.4	48.5

〈통계표 76〉 C11-4. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 재생목록(짤)에 추가만 하고 시청하지 않는다

단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,687)	13.8	29.0	36.9	18.1	2.2	20.3	42.8	2.7	53.2
성별	남성	(1,250)	13.7	29.2	35.6	18.7	2.8	21.5	42.9	2.7	53.5
	여성	(1,437)	13.9	28.7	38.1	17.5	1.7	19.2	42.7	2.6	52.8
연령	10대	(318)	12.3	28.9	37.6	19.1	2.1	21.2	41.2	2.7	53.9
	20대	(472)	12.2	27.4	41.6	16.6	2.3	18.8	39.6	2.7	53.9
	30대	(616)	14.3	26.7	37.5	17.8	3.8	21.6	41.0	2.7	54.0
	40대	(629)	15.0	28.1	35.2	20.3	1.4	21.7	43.0	2.7	53.0
	50대	(434)	12.0	32.4	35.5	18.0	2.2	20.2	44.4	2.7	53.2
	60대	(190)	19.6	30.8	34.8	14.8	0.0	14.8	50.4	2.4	49.0
	70세 이상	(28)	13.2	59.4	17.2	10.3	0.0	10.3	72.6	2.2	44.9
가족구성	독신가구	(132)	11.4	30.8	40.7	15.9	1.2	17.0	42.2	2.6	52.9
	1세대가구	(537)	15.7	28.2	38.3	16.2	1.6	17.8	43.9	2.6	51.9
	2세대가구	(1,971)	13.0	29.2	36.5	18.8	2.4	21.3	42.2	2.7	53.7
	3세대가구	(46)	32.5	24.2	27.2	13.9	2.1	16.0	56.8	2.3	45.8
	기타	(2)	0.0	39.9	60.1	0.0	0.0	0.0	39.9	2.6	52.0
지역	서울	(593)	8.9	27.3	40.5	20.5	2.8	23.2	36.2	2.8	56.2
	인천/경기	(884)	13.0	21.1	40.5	22.1	3.3	25.4	34.1	2.8	56.3
	대전/충청/세종	(270)	9.7	39.9	31.5	18.6	0.4	18.9	49.6	2.6	52.0
	광주/전라/제주	(259)	22.0	29.2	37.2	10.3	1.3	11.6	51.1	2.4	48.0
	부산/울산/경남	(392)	14.3	35.5	31.8	16.5	1.8	18.3	49.9	2.6	51.2
	대구/경북	(209)	23.1	32.4	32.1	11.6	0.8	12.4	55.5	2.3	46.9
	강원	(80)	21.0	49.3	26.2	3.5	0.0	3.5	70.3	2.1	42.4
직업	사무직	(721)	12.6	27.7	37.2	19.8	2.6	22.5	40.3	2.7	54.4
	서비스/판매직	(944)	14.0	29.7	35.8	18.6	2.0	20.5	43.7	2.6	53.0
	생산직	(210)	19.9	26.3	37.6	14.4	1.9	16.3	46.2	2.5	50.4
	학생	(375)	11.3	30.3	37.5	18.8	2.1	20.9	41.6	2.7	54.0
	주부	(367)	12.6	30.8	37.9	16.2	2.5	18.7	43.4	2.7	53.0
	기타	(15)	24.3	17.4	39.3	19.0	0.0	19.0	41.7	2.5	50.6
	무직	(55)	27.0	25.5	39.3	7.9	0.3	8.2	52.5	2.3	45.8
학력	초/중/고등학생	(244)	12.5	29.2	36.4	19.3	2.6	21.9	41.7	2.7	54.1
	대학생/대학원생	(166)	11.9	32.3	39.8	15.0	1.1	16.1	44.1	2.6	52.2
	고졸이하	(740)	16.8	27.7	36.8	16.6	2.2	18.7	44.5	2.6	51.9
	대졸이상	(1,537)	12.8	29.2	36.8	18.9	2.3	21.2	42.0	2.7	53.7
가구소득	100만원 미만	(32)	17.1	31.2	32.0	15.0	4.6	19.7	48.4	2.6	51.8
	100-199만원	(32)	18.0	36.1	38.0	7.9	0.0	7.9	54.1	2.4	47.2
	200-299만원	(154)	15.4	28.0	39.9	16.1	0.6	16.7	43.4	2.6	51.7
	300-399만원	(455)	15.7	26.6	40.0	16.1	1.6	17.7	42.3	2.6	52.3
	400-499만원	(675)	12.5	30.4	37.8	17.1	2.1	19.3	42.9	2.7	53.2
	500-599만원	(737)	10.0	31.4	37.2	18.6	2.9	21.4	41.3	2.7	54.6
	600-699만원	(333)	12.2	23.7	36.4	26.2	1.6	27.7	35.9	2.8	56.2
	700만원 이상	(267)	24.8	28.8	28.2	15.1	3.1	18.1	53.6	2.4	48.5

〈통계표 77〉 C11-5. 유료 OTT 서비스 시청 습관 - 영상 콘텐츠 시청 후 원작 콘텐츠(웹툰, 웹소설 등)를 찾아본다
단위 : %

최근 1년 유료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(2,687)	16.9	26.3	34.7	19.8	2.2	22.0	43.3	2.6	52.8
성별	남성	(1,250)	15.2	25.9	37.1	20.2	1.7	21.8	41.1	2.7	53.4
	여성	(1,437)	18.5	26.7	32.6	19.5	2.7	22.2	45.2	2.6	52.2
연령	10대	(318)	13.2	20.0	39.4	25.4	2.1	27.4	33.2	2.8	56.6
	20대	(472)	13.2	23.1	34.4	27.3	2.0	29.3	36.3	2.8	56.4
	30대	(616)	14.0	28.0	36.5	18.3	3.2	21.5	42.0	2.7	53.7
	40대	(629)	17.5	27.2	33.3	19.5	2.5	22.0	44.7	2.6	52.5
	50대	(434)	17.5	30.3	36.0	15.1	1.1	16.2	47.8	2.5	50.4
	60대	(190)	38.3	25.2	23.1	11.6	1.8	13.4	63.5	2.1	42.7
	70세 이상	(28)	22.0	43.6	34.4	0.0	0.0	0.0	65.6	2.1	42.5
가족구성	독신가구	(132)	17.1	25.0	38.9	17.9	1.1	19.0	42.1	2.6	52.2
	1세대가구	(537)	21.2	26.4	31.5	19.9	1.0	21.0	47.6	2.5	50.6
	2세대가구	(1,971)	15.5	26.5	35.5	19.9	2.5	22.4	42.1	2.7	53.5
	3세대가구	(46)	27.5	22.5	25.0	20.6	4.5	25.1	49.9	2.5	50.4
	기타	(2)	0.0	0.0	60.1	39.9	0.0	39.9	0.0	3.4	68.0
지역	서울	(593)	12.5	26.4	39.8	18.2	3.2	21.4	38.9	2.7	54.6
	인천/경기	(884)	13.8	20.6	35.5	27.5	2.6	30.1	34.4	2.8	56.9
	대전/충청/세종	(270)	13.2	40.3	30.5	16.0	0.0	16.0	53.5	2.5	49.9
	광주/전라/제주	(259)	27.4	26.3	36.5	8.7	1.2	9.9	53.7	2.3	46.0
	부산/울산/경남	(392)	16.5	29.9	29.6	21.0	3.1	24.1	46.3	2.6	52.9
	대구/경북 강원	(209) (80)	34.5 19.9	19.1 44.9	30.8 30.7	14.3 4.5	1.2 0.0	15.5 4.5	53.6 64.9	2.3 2.2	45.7 43.9
직업	사무직	(721)	15.0	26.7	32.4	22.2	3.6	25.8	41.8	2.7	54.5
	서비스/판매직	(944)	17.8	26.0	36.9	18.4	0.9	19.2	43.9	2.6	51.7
	생산직	(210)	22.8	29.2	34.2	13.2	0.6	13.8	52.0	2.4	47.9
	학생	(375)	12.2	20.7	39.8	24.7	2.7	27.4	32.8	2.9	57.0
	주부	(367)	16.6	30.8	31.4	17.7	3.6	21.3	47.3	2.6	52.2
	기타	(15)	26.5	13.9	20.3	33.4	5.9	39.3	40.4	2.8	55.7
	무직	(55)	37.4	28.0	19.1	15.5	0.0	15.5	65.4	2.1	42.6
학력	초/중/고등학생	(244)	12.1	19.4	40.5	25.9	2.1	28.0	31.5	2.9	57.3
	대학생/대학원생	(166)	12.8	25.8	36.5	20.9	3.9	24.8	38.7	2.8	55.4
	고졸이하	(740)	23.7	26.9	31.9	16.8	0.7	17.5	50.6	2.4	48.8
	대졸이상	(1,537)	14.9	27.2	34.9	20.2	2.8	23.0	42.1	2.7	53.7
가구소득	100만원 미만	(32)	10.2	30.6	38.9	16.4	3.9	20.3	40.8	2.7	54.6
	100-199만원	(32)	40.9	9.0	42.3	6.3	1.4	7.7	49.9	2.2	43.7
	200-299만원	(154)	19.9	25.2	34.8	20.0	0.2	20.2	45.0	2.6	51.1
	300-399만원	(455)	17.7	26.0	36.9	17.8	1.6	19.4	43.7	2.6	51.9
	400-499만원	(675)	17.0	26.7	34.7	20.1	1.4	21.6	43.7	2.6	52.4
	500-599만원	(737)	13.6	26.5	36.7	20.9	2.2	23.2	40.1	2.7	54.3
	600-699만원	(333)	12.1	26.1	34.4	24.0	3.4	27.4	38.2	2.8	56.1
	700만원 이상	(267)	26.8	28.2	24.2	16.1	4.8	20.8	55.0	2.4	48.8

〈통계표 78〉 D1. 무료 OTT 서비스 이용 시 콘텐츠 선택 기준(중복응답)

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자	사례수 (명)	콘텐츠의 주제	콘텐츠 인기 순위	콘텐츠의 최신성	출연진	콘텐츠 제목 및 썸네일	알고리즘 추천	조회수/관심(좋아요) 수	주변 지인(가족, 친구 등)의 추천	미리 보기	미디어(뉴스, 방송, SNS 등)에서의 화제성	채널(크리에이터, 제작진)	콘텐츠의 길이	
▣ 전체 ▣	(4,283)	71.1	32.5	32.1	30.3	29.9	26.8	24.2	22.5	21.9	21.5	19.1	14.5	
성별	남성	(2,144)	71.1	32.8	33.7	29.5	28.0	27.1	24.0	21.7	21.1	21.3	19.4	14.6
	여성	(2,139)	71.1	32.2	30.6	31.0	31.7	26.5	24.4	23.4	22.7	21.7	18.8	14.3
연령	10대	(441)	71.6	37.3	33.9	33.5	36.4	29.5	30.9	24.4	26.1	16.8	23.5	14.9
	20대	(504)	77.9	38.4	34.7	32.6	42.9	25.3	24.8	19.7	22.4	20.3	24.8	17.4
	30대	(644)	69.9	36.6	38.6	35.4	33.8	25.2	27.5	21.1	25.2	18.7	23.5	13.3
	40대	(767)	70.1	34.3	36.2	33.2	34.3	25.6	27.3	21.6	24.2	22.6	18.8	16.5
	50대	(835)	70.0	30.1	28.4	28.5	27.2	27.6	21.8	23.2	22.6	22.9	17.9	16.0
	60대	(851)	68.0	27.3	26.1	25.4	18.4	27.4	20.3	23.8	16.9	23.4	13.5	12.0
	70세 이상	(241)	76.6	21.2	27.8	20.0	16.0	28.5	14.1	25.2	12.6	24.7	13.0	7.4
가족 구성	독신가구	(222)	69.2	30.0	32.9	24.0	33.5	24.2	23.4	21.6	27.7	24.9	22.0	16.8
	1세대가구	(1,271)	72.1	28.7	28.5	28.6	21.5	23.0	21.6	22.0	17.7	23.1	14.8	13.5
	2세대가구	(2,708)	70.9	34.7	33.8	31.6	33.7	29.0	25.6	22.9	23.2	20.5	21.1	15.0
	3세대가구	(79)	68.8	23.4	29.8	28.8	24.4	22.7	17.6	20.8	26.5	19.8	12.9	6.8
	기타	(3)	33.8	32.3	33.8	46.4	0.0	0.0	9.8	9.8	43.6	9.8	33.9	9.8
지역	서울	(785)	69.1	32.4	34.8	32.8	34.3	27.4	17.4	28.0	20.7	20.7	20.4	10.0
	인천/경기	(1,429)	65.7	33.9	30.6	32.7	28.8	30.0	27.5	18.7	24.8	20.3	21.2	16.3
	대전/충청/세종	(459)	62.3	27.7	35.0	20.7	33.7	28.4	30.3	19.2	19.5	18.9	12.3	13.9
	광주/전라/제주	(447)	78.5	27.2	27.9	30.3	27.9	13.3	18.7	22.7	16.6	23.2	11.0	11.6
	부산/울산/경남	(629)	77.1	31.6	28.1	27.4	25.0	22.2	22.3	18.3	22.6	16.0	19.3	14.8
	대구/경북	(408)	85.5	38.5	42.0	31.1	30.1	34.0	27.2	39.3	24.3	30.8	25.0	19.9
직업	강원	(126)	72.7	38.3	26.0	33.3	30.7	29.1	25.2	10.5	12.8	38.9	21.1	14.5
	사무직	(854)	69.0	31.9	33.4	34.2	33.9	23.5	24.3	20.5	23.1	23.5	24.1	15.5
	서비스/판매직	(1,545)	72.1	33.8	32.7	30.8	28.2	27.0	24.0	24.4	23.5	23.5	17.4	12.6
	생산직	(541)	73.9	29.1	31.6	23.5	23.9	29.7	22.0	21.1	19.2	21.2	14.4	16.2
	학생	(507)	70.9	38.5	34.3	32.9	38.3	28.4	30.5	24.0	24.8	16.8	22.7	16.1
	주부	(626)	66.9	30.8	29.7	31.2	31.5	28.1	23.7	20.0	18.9	16.1	19.8	15.0
	기타 무직	(18)	64.3	46.4	30.6	25.0	30.7	14.2	41.2	35.6	30.9	24.0	26.4	34.4
학력	무직	(192)	78.9	22.5	26.1	18.5	15.3	24.5	14.5	24.1	12.7	26.8	12.2	12.2
	초/중/고등학생	(362)	70.1	35.3	33.2	32.0	33.5	27.6	29.4	24.3	25.2	14.8	22.7	15.4
	대학생/대학원생	(180)	76.5	45.6	37.7	40.5	50.7	29.1	30.5	27.2	28.1	25.1	21.2	17.1
	고졸이하	(1,843)	70.2	29.9	29.0	26.2	23.4	28.5	18.7	24.8	19.5	23.5	15.4	13.1
가구 소득	대졸이상	(1,898)	71.6	33.3	34.5	32.9	33.5	24.8	27.9	19.6	23.1	20.4	21.9	15.4
	100만원 미만	(89)	74.6	33.2	21.9	21.7	28.8	22.3	13.8	20.0	11.7	20.2	15.1	9.5
	100-199만원	(212)	76.6	20.0	21.5	20.5	15.6	29.1	18.4	28.0	12.3	26.2	10.5	11.1
	200-299만원	(427)	71.5	30.7	29.4	25.8	23.2	24.3	19.2	28.5	18.2	25.6	17.2	14.7
	300-399만원	(770)	70.4	34.6	37.3	31.0	33.7	27.1	23.2	19.3	23.0	16.6	17.2	16.0
	400-499만원	(1,009)	70.4	32.4	33.9	27.3	27.4	25.7	25.2	21.4	23.0	22.6	17.9	14.6
	500-599만원	(974)	72.9	35.5	33.0	34.7	34.2	26.9	27.9	24.3	20.8	20.2	23.3	12.7
	600-699만원	(453)	65.0	32.9	32.0	36.9	32.6	28.9	26.2	21.1	25.4	21.8	25.2	16.2
700만원 이상	(348)	72.7	28.9	25.6	29.9	30.1	29.1	22.4	19.9	28.0	24.2	16.4	16.4	

〈통계표 79〉 D2-1. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 채널을 구독하거나 재생목록에 추가한다

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,283)	13.0	22.5	27.5	33.2	3.8	37.0	35.5	2.9	58.4
성별	남성	(2,144)	12.7	23.5	26.8	32.8	4.2	37.0	36.2	2.9	58.5
	여성	(2,139)	13.4	21.5	28.2	33.5	3.4	37.0	34.9	2.9	58.4
연령	10대	(441)	8.8	19.9	23.8	43.8	3.7	47.5	28.7	3.1	62.7
	20대	(504)	9.5	15.1	29.2	41.0	5.2	46.2	24.7	3.2	63.4
	30대	(644)	4.7	20.8	27.6	41.8	5.1	46.9	25.5	3.2	64.4
	40대	(767)	11.5	21.1	28.1	34.8	4.5	39.3	32.6	3.0	59.9
	50대	(835)	15.8	24.1	30.0	27.1	3.0	30.1	39.9	2.8	55.5
	60대	(851)	16.9	30.6	24.9	25.0	2.6	27.6	47.5	2.7	53.2
	70세 이상	(241)	32.0	17.4	29.1	18.9	2.6	21.5	49.4	2.4	48.5
가족구성	독신가구	(222)	18.4	22.5	25.9	29.2	4.0	33.2	40.9	2.8	55.6
	1세대가구	(1,271)	15.5	23.9	28.9	28.8	2.8	31.7	39.4	2.8	55.9
	2세대가구	(2,708)	11.0	21.8	27.3	35.8	4.2	40.0	32.8	3.0	60.1
	3세대가구	(79)	27.4	26.6	14.8	25.1	6.2	31.3	53.9	2.6	51.2
	기타	(3)	0.0	22.5	77.5	0.0	0.0	0.0	22.5	2.8	55.5
지역	서울	(785)	6.0	20.4	26.8	43.6	3.3	46.8	26.3	3.2	63.6
	인천/경기	(1,429)	11.3	21.7	27.0	35.6	4.5	40.1	33.0	3.0	60.1
	대전/충청/세종	(459)	15.1	30.7	24.3	29.1	0.8	29.9	45.8	2.7	54.0
	광주/전라/제주	(447)	22.1	21.1	30.5	21.3	5.0	26.3	43.2	2.7	53.2
	부산/울산/경남	(629)	11.2	18.3	32.1	34.6	3.8	38.4	29.5	3.0	60.3
	대구/경북	(408)	24.9	25.6	18.3	25.5	5.8	31.3	50.4	2.6	52.3
	강원	(126)	7.3	31.8	45.9	14.7	0.4	15.1	39.1	2.7	53.8
직업	사무직	(854)	8.0	18.5	29.3	38.6	5.6	44.2	26.5	3.2	63.1
	서비스/판매직	(1,545)	13.1	24.6	25.5	33.4	3.4	36.7	37.7	2.9	57.9
	생산직	(541)	19.3	25.3	27.1	25.5	2.9	28.4	44.5	2.7	53.5
	학생	(507)	8.4	19.3	24.4	43.8	4.1	47.9	27.7	3.2	63.2
	주부	(626)	12.7	21.7	33.0	29.3	3.4	32.7	34.3	2.9	57.8
	기타	(18)	31.8	9.2	44.5	10.2	4.4	14.5	41.0	2.5	49.2
	무직	(192)	28.5	28.3	25.4	15.5	2.4	17.8	56.8	2.3	47.0
학력	초/중/고등학생	(362)	9.1	20.6	23.9	43.1	3.2	46.3	29.7	3.1	62.1
	대학생/대학원생	(180)	8.8	19.7	20.6	43.9	7.0	50.8	28.6	3.2	64.1
	고졸이하	(1,843)	17.8	26.2	26.3	27.2	2.6	29.7	44.0	2.7	54.1
	대졸이상	(1,898)	9.6	19.6	30.0	36.0	4.8	40.9	29.1	3.1	61.4
가구소득	100만원 미만	(89)	31.3	21.7	21.2	22.3	3.5	25.8	53.0	2.5	49.0
	100-199만원	(212)	23.4	27.2	30.4	17.5	1.5	19.0	50.6	2.5	49.3
	200-299만원	(427)	16.9	26.6	25.9	27.1	3.4	30.5	43.6	2.7	54.7
	300-399만원	(770)	14.1	23.6	28.6	31.4	2.3	33.7	37.7	2.8	56.8
	400-499만원	(1,009)	13.0	21.2	26.0	37.5	2.3	39.8	34.2	2.9	59.0
	500-599만원	(974)	7.5	22.0	29.5	36.2	4.8	41.0	29.5	3.1	61.8
	600-699만원	(453)	8.4	18.2	30.4	36.6	6.5	43.1	26.5	3.1	62.9
	700만원 이상	(348)	16.6	23.1	21.7	31.1	7.5	38.6	39.7	2.9	57.9

〈통계표 80〉 D2-2. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 댓글 작성, 좋아요 등 의견을 표현한다

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(4,283)	21.8	26.6	26.9	20.0	4.8	24.7	48.4	2.6	51.9
성별	남성	(2,144)	21.8	27.5	26.5	19.0	5.1	24.1	49.4	2.6	51.6
	여성	(2,139)	21.7	25.7	27.3	20.9	4.5	25.4	47.3	2.6	52.2
연령	10대	(441)	16.1	20.7	28.6	27.5	7.0	34.5	36.9	2.9	57.7
	20대	(504)	13.8	28.9	29.2	23.1	5.0	28.2	42.7	2.8	55.3
	30대	(644)	15.3	26.1	30.0	23.0	5.6	28.6	41.4	2.8	55.5
	40대	(767)	20.8	26.0	27.6	19.6	6.0	25.6	46.8	2.6	52.8
	50대	(835)	25.2	24.2	28.3	18.6	3.8	22.4	49.3	2.5	50.3
	60대	(851)	27.9	30.4	21.2	16.6	3.9	20.5	58.3	2.4	47.6
	70세 이상	(241)	35.4	30.6	24.3	8.9	0.8	9.7	66.0	2.1	41.8
가족구성	독신가구	(222)	32.2	19.5	23.3	20.8	4.2	25.0	51.7	2.5	49.1
	1세대가구	(1,271)	25.1	32.1	25.3	14.4	3.0	17.4	57.3	2.4	47.6
	2세대가구	(2,708)	18.9	24.5	28.1	22.6	5.8	28.4	43.5	2.7	54.4
	3세대가구	(79)	35.6	27.2	21.7	14.7	0.8	15.5	62.8	2.2	43.6
	기타	(3)	22.5	33.9	33.8	9.8	0.0	9.8	56.4	2.3	46.2
지역	서울	(785)	15.4	25.7	31.3	23.5	4.1	27.6	41.2	2.8	55.0
	인천/경기	(1,429)	20.4	22.5	27.6	21.5	7.9	29.4	43.0	2.7	54.8
	대전/충청/세종	(459)	22.5	35.8	23.0	18.0	0.7	18.7	58.3	2.4	47.7
	광주/전라/제주	(447)	30.5	25.2	24.1	15.2	5.0	20.2	55.7	2.4	47.8
	부산/울산/경남	(629)	24.3	25.7	23.8	21.5	4.7	26.2	50.0	2.6	51.3
	대구/경북	(408)	27.8	29.8	25.5	16.1	0.8	16.9	57.5	2.3	46.5
	강원	(126)	10.7	43.3	36.4	9.0	0.5	9.6	54.1	2.5	49.1
직업	사무직	(854)	17.7	22.5	33.1	19.8	6.8	26.6	40.2	2.8	55.1
	서비스/판매직	(1,545)	21.2	28.3	27.0	19.6	3.9	23.5	49.5	2.6	51.3
	생산직	(541)	29.4	28.8	23.9	14.3	3.6	17.9	58.2	2.3	46.8
	학생	(507)	15.2	22.7	27.2	28.0	6.9	34.9	37.9	2.9	57.7
	주부	(626)	20.0	30.0	23.5	22.2	4.2	26.4	50.1	2.6	52.1
	기타	(18)	42.5	28.6	17.7	11.3	0.0	11.3	71.1	2.0	39.5
	무직	(192)	43.8	23.5	18.0	12.1	2.6	14.7	67.3	2.1	41.2
학력	초/중/고등학생	(362)	15.1	22.0	28.3	26.5	8.1	34.5	37.1	2.9	58.1
	대학생/대학원생	(180)	16.5	24.7	26.2	27.8	4.7	32.5	41.3	2.8	55.9
	고졸이하	(1,843)	28.2	26.4	24.8	16.6	4.0	20.6	54.6	2.4	48.3
	대졸이상	(1,898)	17.2	27.9	28.7	21.3	4.9	26.2	45.1	2.7	53.8
가구소득	100만원 미만	(89)	46.8	19.7	14.0	15.3	4.2	19.5	66.5	2.1	42.1
	100-199만원	(212)	34.5	30.1	19.4	14.1	1.8	15.9	64.7	2.2	43.7
	200-299만원	(427)	27.7	26.3	27.1	17.4	1.5	18.9	54.1	2.4	47.7
	300-399만원	(770)	24.6	27.8	24.0	18.6	4.9	23.6	52.4	2.5	50.3
	400-499만원	(1,009)	19.8	26.4	27.2	21.6	5.1	26.6	46.2	2.7	53.1
	500-599만원	(974)	14.6	26.0	30.6	24.5	4.3	28.8	40.6	2.8	55.6
	600-699만원	(453)	17.6	21.7	32.2	19.6	8.8	28.5	39.3	2.8	56.1
	700만원 이상	(348)	24.8	32.5	23.3	13.8	5.6	19.4	57.3	2.4	48.6

〈통계표 81〉 D2-3. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 영상 내용보다 다른 사람들의 반응(댓글, 채팅 등)을 살피는 데 관심이 있다

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(4,283)	19.6	28.5	29.0	19.6	3.3	22.9	48.1	2.6	51.7
성별	남성	(2,144)	19.6	29.2	28.2	19.6	3.4	23.0	48.8	2.6	51.6
	여성	(2,139)	19.5	27.8	29.8	19.6	3.3	22.9	47.3	2.6	51.9
연령	10대	(441)	12.8	21.7	32.6	26.0	6.9	32.8	34.6	2.9	58.5
	20대	(504)	11.2	26.3	31.2	27.7	3.5	31.3	37.5	2.9	57.2
	30대	(644)	13.6	27.1	32.4	23.4	3.6	27.0	40.6	2.8	55.3
	40대	(767)	19.2	28.3	26.8	22.1	3.7	25.8	47.4	2.6	52.6
	50대	(835)	22.7	28.4	29.7	15.6	3.7	19.3	51.0	2.5	49.8
	60대	(851)	25.7	33.9	25.5	13.2	1.6	14.8	59.7	2.3	46.2
	70세 이상	(241)	34.0	31.5	25.4	9.1	0.0	9.1	65.6	2.1	41.9
가족구성	독신가구	(222)	23.3	24.6	30.2	18.0	3.9	21.9	47.9	2.5	50.9
	1세대가구	(1,271)	22.8	33.0	27.5	15.8	0.9	16.7	55.8	2.4	47.8
	2세대가구	(2,708)	17.3	27.0	29.6	21.8	4.3	26.1	44.3	2.7	53.7
	3세대가구	(79)	33.4	20.5	27.0	11.2	7.9	19.2	53.9	2.4	48.0
	기타	(3)	22.5	0.0	57.9	19.7	0.0	19.7	22.5	2.7	55.0
지역	서울	(785)	11.5	27.9	28.5	26.2	6.0	32.1	39.4	2.9	57.5
	인천/경기	(1,429)	18.5	23.3	30.2	23.9	4.1	28.0	41.8	2.7	54.4
	대전/충청/세종	(459)	20.3	45.5	20.3	13.2	0.7	13.9	65.9	2.3	45.7
	광주/전라/제주	(447)	32.0	25.8	25.5	13.2	3.6	16.8	57.7	2.3	46.1
	부산/울산/경남	(629)	20.9	29.2	29.0	18.4	2.6	21.0	50.0	2.5	50.5
	대구/경북	(408)	25.4	28.3	34.8	11.1	0.3	11.4	53.8	2.3	46.5
	강원	(126)	9.5	36.3	44.4	9.8	0.0	9.8	45.8	2.5	50.9
직업	사무직	(854)	15.5	25.4	30.5	24.2	4.4	28.6	40.9	2.8	55.3
	서비스/판매직	(1,545)	19.5	30.0	27.9	19.9	2.7	22.6	49.5	2.6	51.3
	생산직	(541)	27.8	32.5	23.8	13.8	2.2	16.0	60.2	2.3	46.0
	학생	(507)	12.5	22.3	33.1	25.6	6.4	32.0	34.9	2.9	58.2
	주부	(626)	17.5	31.1	32.2	16.6	2.5	19.1	48.6	2.6	51.1
	기타	(18)	39.5	14.4	32.5	8.5	5.0	13.5	53.9	2.3	45.0
	무직	(192)	38.1	28.5	24.1	7.9	1.4	9.3	66.6	2.1	41.2
학력	초/중/고등학생	(362)	12.5	22.9	32.1	25.5	7.0	32.5	35.4	2.9	58.3
	대학생/대학원생	(180)	14.5	23.7	34.0	22.1	5.7	27.8	38.2	2.8	56.2
	고졸이하	(1,843)	26.0	30.1	26.2	15.9	1.9	17.8	56.0	2.4	47.5
	대졸이상	(1,898)	15.1	28.5	30.7	21.8	3.8	25.7	43.7	2.7	54.1
가구소득	100만원 미만	(89)	33.4	25.5	26.0	11.6	3.6	15.1	58.9	2.3	45.3
	100-199만원	(212)	34.7	27.3	26.2	10.2	1.6	11.8	62.0	2.2	43.3
	200-299만원	(427)	26.1	28.0	28.7	16.0	1.2	17.2	54.1	2.4	47.6
	300-399만원	(770)	20.9	31.3	30.1	15.9	1.9	17.8	52.2	2.5	49.3
	400-499만원	(1,009)	17.1	29.6	29.5	20.9	2.9	23.8	46.7	2.6	52.6
	500-599만원	(974)	13.8	26.5	30.9	26.3	2.4	28.7	40.3	2.8	55.4
	600-699만원	(453)	13.8	28.4	27.4	19.4	11.1	30.4	42.2	2.9	57.1
	700만원 이상	(348)	26.3	27.1	24.7	17.6	4.2	21.8	53.4	2.5	49.3

〈통계표 82〉 D2-4. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 동일한 콘텐츠를 여러 번 시청한다

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(4,283)	17.2	27.6	29.4	22.3	3.5	25.8	44.8	2.7	53.4
성별	남성	(2,144)	17.6	27.0	29.7	21.8	3.9	25.7	44.6	2.7	53.5
	여성	(2,139)	16.9	28.1	29.2	22.7	3.1	25.8	45.0	2.7	53.4
연령	10대	(441)	15.8	20.1	33.9	27.1	3.0	30.1	35.9	2.8	56.3
	20대	(504)	11.2	24.4	34.2	27.2	2.9	30.2	35.6	2.9	57.3
	30대	(644)	14.1	24.3	32.2	24.1	5.3	29.4	38.4	2.8	56.4
	40대	(767)	18.1	29.1	29.3	19.1	4.4	23.5	47.2	2.6	52.5
	50대	(835)	20.4	29.3	26.8	21.4	2.0	23.4	49.7	2.6	51.1
	60대	(851)	16.9	31.9	27.6	20.0	3.6	23.7	48.8	2.6	52.3
	70세 이상	(241)	28.2	30.3	19.9	19.1	2.5	21.6	58.5	2.4	47.5
가족구성	독신가구	(222)	22.2	27.3	24.7	23.6	2.2	25.8	49.5	2.6	51.3
	1세대가구	(1,271)	17.5	31.4	28.0	20.0	3.1	23.0	49.0	2.6	51.9
	2세대가구	(2,708)	16.4	25.9	30.5	23.3	3.9	27.2	42.3	2.7	54.5
	3세대가구	(79)	29.0	23.2	28.1	18.4	1.3	19.7	52.2	2.4	47.9
	기타	(3)	0.0	0.0	33.8	66.2	0.0	66.2	0.0	3.7	73.2
지역	서울	(785)	12.2	22.1	33.9	28.4	3.4	31.8	34.3	2.9	57.7
	인천/경기	(1,429)	17.0	26.4	28.1	23.0	5.5	28.5	43.3	2.7	54.7
	대전/충청/세종	(459)	19.9	39.0	25.9	14.2	1.0	15.2	58.9	2.4	47.5
	광주/전라/제주	(447)	29.7	25.9	27.6	14.1	2.8	16.8	55.6	2.3	46.9
	부산/울산/경남	(629)	14.8	29.0	30.0	23.9	2.3	26.2	43.8	2.7	54.0
	대구/경북	(408)	17.4	23.5	28.9	26.9	3.3	30.2	41.0	2.8	55.0
	강원	(126)	8.8	45.3	35.0	10.8	0.0	10.8	54.1	2.5	49.6
직업	사무직	(854)	14.4	26.3	30.4	24.8	4.1	28.9	40.6	2.8	55.6
	서비스/판매직	(1,545)	18.3	26.6	29.2	22.2	3.6	25.8	45.0	2.7	53.2
	생산직	(541)	22.0	30.5	27.7	17.1	2.7	19.8	52.5	2.5	49.6
	학생	(507)	14.6	21.7	33.9	26.7	3.1	29.8	36.3	2.8	56.4
	주부	(626)	13.2	32.5	28.2	22.4	3.7	26.0	45.7	2.7	54.2
	기타	(18)	27.4	15.3	33.4	15.4	8.5	24.0	42.6	2.6	52.5
	무직	(192)	26.4	33.3	23.5	14.7	2.0	16.8	59.7	2.3	46.5
학력	초/중/고등학생	(362)	15.1	19.8	33.9	28.0	3.2	31.2	34.9	2.8	56.9
	대학생/대학원생	(180)	13.7	27.4	35.3	20.7	2.9	23.6	41.1	2.7	54.3
	고졸이하	(1,843)	20.8	28.3	26.4	21.2	3.3	24.5	49.1	2.6	51.6
	대졸이상	(1,898)	14.5	28.4	31.0	22.3	3.8	26.2	42.9	2.7	54.5
가구소득	100만원 미만	(89)	29.4	26.7	19.4	23.9	0.6	24.5	56.1	2.4	47.9
	100-199만원	(212)	19.0	31.5	27.9	20.1	1.6	21.7	50.4	2.5	50.8
	200-299만원	(427)	18.7	31.2	25.5	22.6	2.1	24.7	49.9	2.6	51.6
	300-399만원	(770)	19.7	27.5	30.4	18.7	3.7	22.4	47.2	2.6	51.8
	400-499만원	(1,009)	17.3	28.1	29.6	21.7	3.3	25.0	45.4	2.7	53.1
	500-599만원	(974)	12.2	25.9	33.7	24.6	3.5	28.1	38.1	2.8	56.3
	600-699만원	(453)	13.8	23.6	29.5	28.4	4.6	33.1	37.5	2.9	57.3
	700만원 이상	(348)	24.2	29.2	23.1	17.7	5.8	23.4	53.4	2.5	50.3

〈통계표 83〉 D2-5. 무료 OTT 서비스 시청 습관 - 채널 멤버십(유료)을 구독하거나 후원기능 (슈퍼챗, 별풍선 등)을 이용한다

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	전혀 그렇지 않다	다소 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	매우 그렇다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(4,283)	29.3	28.8	27.5	13.0	1.5	14.5	58.0	2.3	45.7
성별	남성	(2,144)	28.7	29.1	26.9	13.0	2.2	15.3	57.8	2.3	46.2
	여성	(2,139)	29.8	28.4	28.1	12.9	0.8	13.7	58.2	2.3	45.3
연령	10대	(441)	26.8	24.3	28.6	17.8	2.4	20.3	51.1	2.4	49.0
	20대	(504)	24.9	28.6	32.2	13.0	1.4	14.3	53.5	2.4	47.5
	30대	(644)	22.9	27.8	28.3	17.8	3.2	20.9	50.7	2.5	50.1
	40대	(767)	27.1	27.6	31.4	12.4	1.5	13.9	54.7	2.3	46.7
	50대	(835)	30.9	26.9	29.4	11.8	1.0	12.8	57.8	2.3	45.0
	60대	(851)	34.8	34.4	19.2	10.7	0.9	11.6	69.2	2.1	41.7
	70세 이상	(241)	41.5	30.3	23.0	5.2	0.0	5.2	71.8	1.9	38.4
가족구성	독신가구	(222)	34.6	27.8	24.2	12.3	1.2	13.4	62.4	2.2	43.5
	1세대가구	(1,271)	31.8	30.6	25.9	10.9	0.9	11.8	62.3	2.2	43.7
	2세대가구	(2,708)	27.2	28.0	28.8	14.2	1.7	15.9	55.2	2.4	47.0
	3세대가구	(79)	42.9	29.5	16.0	6.4	5.2	11.6	72.4	2.0	40.3
	기타	(3)	33.9	32.3	33.8	0.0	0.0	0.0	66.2	2.0	40.0
지역	서울	(785)	17.4	29.9	32.9	18.2	1.5	19.8	47.3	2.6	51.3
	인천/경기	(1,429)	26.8	24.4	30.0	16.3	2.5	18.8	51.2	2.4	48.7
	대전/충청/세종	(459)	25.7	42.5	20.7	10.7	0.3	11.1	68.2	2.2	43.5
	광주/전라/제주	(447)	50.7	20.6	21.6	5.5	1.7	7.2	71.2	1.9	37.4
	부산/울산/경남	(629)	29.9	31.7	25.7	11.5	1.2	12.6	61.7	2.2	44.4
	대구/경북 강원	(408) (126)	44.3 15.9	26.2 43.6	23.2 33.9	6.3 6.6	0.0 0.0	6.3 6.6	70.5 59.5	1.9 2.3	38.3 46.3
직업	사무직	(854)	25.7	26.1	27.8	18.4	2.0	20.4	51.8	2.4	49.0
	서비스/판매직	(1,545)	26.6	30.3	29.7	11.9	1.6	13.4	56.9	2.3	46.3
	생산직	(541)	39.9	27.1	23.4	7.9	1.7	9.5	67.1	2.0	40.8
	학생	(507)	26.3	24.8	29.1	17.4	2.4	19.8	51.1	2.4	48.9
	주부	(626)	28.0	34.2	25.5	12.0	0.2	12.2	62.3	2.2	44.4
	기타	(18)	51.0	15.6	28.5	4.9	0.0	4.9	66.6	1.9	37.5
	무직	(192)	46.1	27.0	21.9	4.4	0.6	5.0	73.1	1.9	37.3
학력	초/중/고등학생	(362)	25.7	24.4	29.7	17.4	2.8	20.2	50.1	2.5	49.4
	대학생/대학원생	(180)	28.1	27.7	28.2	14.9	1.1	16.0	55.8	2.3	46.7
	고졸이하	(1,843)	34.9	28.9	25.3	9.7	1.2	11.0	63.7	2.1	42.7
	대졸이상	(1,898)	24.6	29.6	29.1	15.1	1.6	16.7	54.2	2.4	47.9
가구소득	100만원 미만	(89)	54.1	20.8	18.0	5.9	1.2	7.1	75.0	1.8	35.8
	100-199만원	(212)	43.4	27.6	21.6	6.9	0.5	7.4	71.0	1.9	38.7
	200-299만원	(427)	33.5	31.6	24.6	9.9	0.3	10.3	65.1	2.1	42.4
	300-399만원	(770)	31.2	30.4	27.5	10.5	0.4	10.9	61.6	2.2	43.7
	400-499만원	(1,009)	27.7	32.1	28.0	10.4	1.9	12.3	59.7	2.3	45.3
	500-599만원	(974)	21.7	26.3	32.9	17.4	1.7	19.1	48.0	2.5	50.2
	600-699만원	(453)	24.7	23.7	27.7	20.7	3.3	24.0	48.4	2.5	50.8
	700만원 이상	(348)	36.5	28.4	20.1	12.6	2.4	15.0	64.9	2.2	43.2

〈통계표 84〉 D3. 최근 1년 스포츠 콘텐츠(1분 내외의 짧은 콘텐츠) 이용 경험

단위 : %

최근 1년 무료 OTT 이용자		사례수 (명)	있다	없다
■ 전체 ■		(4,283)	69.6	30.4
성별	남성	(2,144)	69.2	30.8
	여성	(2,139)	70.0	30.0
연령	10대	(441)	85.0	15.0
	20대	(504)	84.9	15.1
	30대	(644)	79.2	20.8
	40대	(767)	75.6	24.4
	50대	(835)	63.3	36.7
	60대	(851)	54.3	45.7
	70세 이상	(241)	40.0	60.0
가족구성	독신가구	(222)	75.3	24.7
	1세대가구	(1,271)	57.8	42.2
	2세대가구	(2,708)	74.5	25.5
	3세대가구	(79)	73.1	26.9
	기타	(3)	100.0	0.0
지역	서울	(785)	68.5	31.5
	인천/경기	(1,429)	71.3	28.7
	대전/충청/세종	(459)	64.7	35.3
	광주/전라/제주	(447)	65.1	34.9
	부산/울산/경남	(629)	73.0	27.0
	대구/경북	(408)	70.5	29.5
	강원	(126)	70.0	30.0
직업	사무직	(854)	76.2	23.8
	서비스/판매직	(1,545)	65.3	34.7
	생산직	(541)	63.8	36.2
	학생	(507)	85.2	14.8
	주부	(626)	66.1	33.9
	기타	(18)	88.1	11.9
	무직	(192)	58.8	41.2
학력	초/중/고등학생	(362)	84.6	15.4
	대학생/대학원생	(180)	85.9	14.1
	고졸이하	(1,843)	60.5	39.5
	대졸이상	(1,898)	73.9	26.1
가구소득	100만원 미만	(89)	67.5	32.5
	100-199만원	(212)	53.0	47.0
	200-299만원	(427)	56.1	43.9
	300-399만원	(770)	73.5	26.5
	400-499만원	(1,009)	70.0	30.0
	500-599만원	(974)	73.0	27.0
	600-699만원	(453)	75.5	24.5
	700만원 이상	(348)	69.2	30.8

〈통계표 85〉 D4. 숏폼 콘텐츠 시청 이유(중복응답)

단위 : %

숏폼 이용자		사례수 (명)	짧은 시간에 여러 영상을 볼 수 있어서	자투리 시간에 영상을 시청할 수 있어서	흥미로운 영상이 연속적으로 재생되어서	재미있는 부분만 볼 수 있어서	썸네일이 흥미로워서	습관적으로	링크 공유 등 주변 지인에게 추천 받아서
▣ 전체 ▣		(2,979)	68.4	59.7	54.2	47.2	16.5	11.4	6.9
성별	남성	(1,483)	69.3	60.2	55.3	46.7	15.8	10.7	6.8
	여성	(1,497)	67.5	59.2	53.1	47.7	17.2	12.1	6.9
연령	10대	(375)	68.4	63.3	56.6	52.9	20.7	12.1	10.0
	20대	(428)	69.6	63.1	51.3	46.9	18.6	10.9	7.3
	30대	(510)	70.9	58.6	58.0	47.1	20.4	9.6	5.7
	40대	(580)	69.3	65.1	57.1	48.0	16.0	11.3	5.9
	50대	(529)	66.3	57.9	53.7	49.0	15.1	14.1	7.3
	60대	(462)	65.5	52.0	49.0	42.0	10.6	11.4	5.0
	70세 이상	(96)	69.3	50.7	47.7	38.1	9.1	6.7	10.7
가족구성	독신가구	(167)	71.6	57.3	52.3	48.0	21.4	9.9	10.0
	1세대가구	(734)	65.2	58.9	49.4	44.9	15.6	11.5	6.5
	2세대가구	(2,017)	69.7	60.0	56.2	48.5	16.6	11.5	6.9
	3세대가구	(57)	54.1	70.2	47.4	31.3	10.1	10.9	0.9
	기타	(3)	77.5	23.9	100.0	9.8	0.0	22.5	0.0
지역	서울	(538)	66.2	54.8	62.2	43.9	18.5	13.3	7.2
	인천/경기	(1,019)	71.9	63.3	56.9	51.1	16.5	11.1	8.7
	대전/충청/세종	(297)	67.0	52.3	43.6	42.6	15.4	6.4	4.3
	광주/전라/제주	(291)	60.0	51.6	44.9	41.4	20.9	5.9	4.1
	부산/울산/경남	(459)	62.9	65.3	49.4	42.5	14.7	16.5	6.4
	대구/경북 강원	(288) (88)	77.9 71.9	65.8 51.3	57.2 56.0	54.8 57.1	12.6 15.1	14.8 1.2	6.2 5.5
직업	사무직	(651)	68.6	58.6	57.0	49.0	19.6	11.4	5.3
	서비스/판매직	(1,008)	71.5	60.0	57.0	48.3	14.1	10.3	6.9
	생산직	(345)	66.8	62.8	46.7	41.7	17.3	14.1	5.8
	학생	(432)	68.2	63.0	56.0	51.8	21.1	12.1	10.2
	주부	(414)	64.2	56.2	52.8	41.8	14.7	11.8	6.4
	기타	(15)	66.9	73.2	50.9	52.9	18.3	4.7	18.5
	무직	(113)	59.9	51.7	34.5	46.2	6.7	9.8	5.4
학력	초/중/고등학생	(306)	66.6	62.7	56.3	52.0	19.5	11.3	9.1
	대학생/대학원생	(155)	70.4	65.9	59.0	53.7	23.2	14.5	12.4
	고졸이하	(1,116)	67.1	56.9	50.9	45.9	13.0	12.0	5.5
	대졸이상	(1,402)	69.6	60.6	55.9	46.6	17.9	10.6	6.8
가구소득	100만원 미만	(60)	68.7	39.4	53.2	47.9	22.5	14.0	3.9
	100-199만원	(112)	59.2	48.8	39.1	45.5	12.0	12.4	8.8
	200-299만원	(240)	70.9	60.2	47.8	45.3	13.5	11.5	6.2
	300-399만원	(566)	71.1	59.4	51.9	46.2	11.7	12.3	5.2
	400-499만원	(707)	66.9	62.6	53.6	45.6	16.8	8.4	8.8
	500-599만원	(711)	70.2	62.0	59.4	48.8	18.6	12.8	7.0
	600-699만원	(342)	66.6	55.2	63.4	50.0	21.5	14.1	8.2
	700만원 이상	(241)	65.3	61.1	46.5	48.5	17.2	9.5	3.3

〈통계표 86〉 D5-1.숏폼 유형 - 오리지널 숏폼 선호도

단위 : %

숏폼 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
■ 전체 ■		(2,979)	0.6	1.5	19.2	54.0	24.6	78.6	2.2	4.0	80.1
성별	남성	(1,483)	0.7	1.7	21.1	53.0	23.4	76.5	2.4	4.0	79.4
	여성	(1,497)	0.6	1.3	17.4	55.0	25.7	80.7	1.9	4.0	80.8
연령	10대	(375)	0.2	1.2	13.8	54.7	30.0	84.7	1.5	4.1	82.6
	20대	(428)	0.5	0.5	15.7	57.6	25.7	83.3	1.0	4.1	81.5
	30대	(510)	0.9	1.0	19.6	51.4	27.1	78.5	1.9	4.0	80.6
	40대	(580)	1.4	2.7	17.0	55.1	23.7	78.9	4.1	4.0	79.4
	50대	(529)	0.4	0.5	20.7	55.0	23.4	78.4	0.9	4.0	80.1
	60대	(462)	0.3	2.9	26.5	50.7	19.6	70.3	3.2	3.9	77.3
	70세 이상	(96)	0.0	1.2	24.9	53.7	20.2	73.9	1.2	3.9	78.6
가족구성	독신가구	(167)	1.1	0.6	20.2	54.0	24.1	78.1	1.7	4.0	79.9
	1세대가구	(734)	0.6	1.8	24.4	51.0	22.3	73.2	2.4	3.9	78.5
	2세대가구	(2,017)	0.5	1.4	16.8	55.6	25.8	81.3	1.9	4.0	80.9
	3세대가구	(57)	3.6	5.0	35.3	41.4	14.6	56.0	8.7	3.6	71.7
	기타	(3)	0.0	0.0	77.5	22.5	0.0	22.5	0.0	3.2	64.5
지역	서울	(538)	0.0	0.8	12.8	65.5	20.9	86.5	0.8	4.1	81.3
	인천/경기	(1,019)	0.3	0.5	17.0	63.4	18.8	82.1	0.8	4.0	79.9
	대전/충청/세종	(297)	0.6	3.8	23.3	39.7	32.5	72.3	4.4	4.0	80.0
	광주/전라/제주	(291)	0.6	1.8	26.5	41.0	30.1	71.1	2.4	4.0	79.7
	부산/울산/경남	(459)	2.5	3.2	20.6	41.9	31.8	73.7	5.7	4.0	79.5
	대구/경북	(288)	0.2	1.3	21.0	48.5	29.0	77.5	1.5	4.0	80.9
	강원	(88)	0.0	1.1	33.9	48.2	16.7	65.0	1.1	3.8	76.1
직업	사무직	(651)	1.0	0.4	17.1	56.5	25.0	81.5	1.4	4.0	80.8
	서비스/판매직	(1,008)	0.7	2.1	19.2	55.3	22.7	78.0	2.8	4.0	79.5
	생산직	(345)	0.6	2.2	26.9	44.3	26.0	70.3	2.8	3.9	78.6
	학생	(432)	0.2	1.1	13.4	54.7	30.6	85.3	1.3	4.1	82.9
	주부	(414)	0.4	1.4	20.0	54.6	23.7	78.3	1.7	4.0	80.0
	기타	(15)	0.4	3.8	17.7	45.0	33.1	78.1	4.2	4.1	81.3
	무직	(113)	1.0	1.9	28.7	55.0	13.4	68.4	2.9	3.8	75.6
학력	초/중/고등학생	(306)	0.3	1.3	12.6	57.1	28.8	85.8	1.6	4.1	82.6
	대학생/대학원생	(155)	0.1	1.2	14.0	52.6	32.2	84.8	1.3	4.2	83.1
	고졸이하	(1,116)	0.4	1.4	21.7	55.2	21.2	76.5	1.8	4.0	79.1
	대졸이상	(1,402)	1.0	1.7	19.3	52.6	25.5	78.1	2.6	4.0	80.0
가구소득	100만원 미만	(60)	0.0	0.1	28.0	50.4	21.5	71.9	0.1	3.9	78.7
	100-199만원	(112)	1.5	2.8	35.3	40.4	20.0	60.4	4.3	3.7	74.9
	200-299만원	(240)	1.7	2.4	21.4	54.0	20.6	74.6	4.1	3.9	77.9
	300-399만원	(566)	0.8	1.8	20.6	53.6	23.2	76.9	2.6	4.0	79.3
	400-499만원	(707)	0.4	1.7	14.8	55.8	27.2	83.1	2.1	4.1	81.5
	500-599만원	(711)	0.4	1.2	19.6	55.2	23.6	78.8	1.6	4.0	80.1
	600-699만원	(342)	0.7	1.2	13.8	58.2	26.1	84.4	1.8	4.1	81.6
	700만원 이상	(241)	0.4	0.5	24.0	47.6	27.5	75.1	0.9	4.0	80.3

〈통계표 87〉 D5-2.숯품 유형 - 재가공형 숯품 선호도

단위 : %

숯품 이용자		사례수 (명)	전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	보통이다	선호한다	매우 선호한다	T2(4+5)	B2(1+2)	평균	100점 평균
▣ 전체 ▣		(2,979)	2.1	5.4	32.6	46.0	13.9	59.8	7.5	3.6	72.8
성별	남성	(1,483)	2.3	5.4	34.3	44.5	13.5	58.0	7.7	3.6	72.3
	여성	(1,497)	1.9	5.5	31.0	47.4	14.3	61.6	7.4	3.7	73.3
연령	10대	(375)	1.2	3.7	25.0	51.4	18.7	70.1	4.9	3.8	76.5
	20대	(428)	1.2	6.7	32.0	43.7	16.5	60.2	7.9	3.7	73.5
	30대	(510)	3.9	4.5	28.8	50.1	12.7	62.8	8.4	3.6	72.6
	40대	(580)	2.3	5.1	30.3	49.5	12.9	62.4	7.4	3.7	73.1
	50대	(529)	1.9	5.9	32.9	45.3	14.0	59.3	7.8	3.6	72.7
	60대	(462)	2.0	6.5	43.4	37.3	10.8	48.1	8.5	3.5	69.7
	70세 이상	(96)	0.9	5.9	46.6	37.2	9.3	46.5	6.9	3.5	69.6
가족구성	독신가구	(167)	1.3	7.5	33.3	41.7	16.3	57.9	8.8	3.6	72.8
	1세대가구	(734)	2.8	4.2	41.1	40.1	11.8	51.9	7.0	3.5	70.8
	2세대가구	(2,017)	1.9	5.7	28.9	48.9	14.6	63.5	7.6	3.7	73.7
	3세대가구	(57)	3.6	6.1	51.5	30.9	7.8	38.8	9.7	3.3	66.6
	기타	(3)	0.0	0.0	77.5	22.5	0.0	22.5	0.0	3.2	64.5
지역	서울	(538)	0.2	0.9	30.9	58.0	9.9	67.9	1.1	3.8	75.3
	인천/경기	(1,019)	3.8	4.2	26.8	52.9	12.3	65.2	7.9	3.7	73.2
	대전/충청/세종	(297)	0.5	6.4	34.5	38.9	19.8	58.7	6.8	3.7	74.2
	광주/전라/제주	(291)	0.7	5.0	45.5	29.0	19.8	48.8	5.7	3.6	72.4
	부산/울산/경남	(459)	3.3	11.1	31.7	36.9	16.9	53.8	14.5	3.5	70.6
	대구/경북 강원	(288) (88)	1.4 0.0	10.0 1.5	34.3 60.4	40.8 36.2	13.5 1.9	54.3 38.1	11.4 1.5	3.6 3.4	71.0 67.7
직업	사무직	(651)	2.5	3.7	28.8	50.3	14.6	65.0	6.2	3.7	74.2
	서비스/판매직	(1,008)	1.2	6.3	34.1	46.3	12.0	58.3	7.6	3.6	72.3
	생산직	(345)	4.3	8.7	43.6	32.7	10.6	43.4	13.0	3.4	67.3
	학생	(432)	1.2	3.8	25.1	50.4	19.5	69.8	5.0	3.8	76.6
	주부	(414)	2.5	5.3	31.2	45.4	15.7	61.0	7.8	3.7	73.3
	기타	(15)	0.0	10.9	31.1	46.9	11.1	58.0	10.9	3.6	71.6
	무직	(113)	3.1	3.0	42.0	43.6	8.2	51.8	6.2	3.5	70.1
학력	초/중/고등학생	(306)	1.5	4.5	24.5	51.2	18.3	69.5	6.0	3.8	76.1
	대학생/대학원생	(155)	0.4	2.5	26.6	49.5	21.1	70.6	2.9	3.9	77.7
	고졸이하	(1,116)	2.5	6.3	38.1	41.2	11.9	53.1	8.8	3.5	70.7
	대졸이상	(1,402)	2.1	5.3	30.8	48.2	13.7	61.9	7.4	3.7	73.2
가구소득	100만원 미만	(60)	5.5	5.8	23.7	51.9	13.1	65.0	11.3	3.6	72.3
	100-199만원	(112)	2.1	3.2	46.4	35.2	13.2	48.4	5.3	3.5	70.8
	200-299만원	(240)	3.1	6.5	48.6	34.5	7.3	41.9	9.6	3.4	67.3
	300-399만원	(566)	2.4	6.9	36.0	40.3	14.4	54.7	9.3	3.6	71.5
	400-499만원	(707)	3.3	5.3	32.0	42.6	16.8	59.4	8.6	3.6	72.9
	500-599만원	(711)	0.8	4.8	28.7	51.8	13.9	65.7	5.6	3.7	74.6
	600-699만원	(342)	0.0	4.3	24.1	59.0	12.6	71.6	4.3	3.8	76.0
	700만원 이상	(241)	2.9	5.8	30.5	48.0	12.8	60.8	8.7	3.6	72.4

〈통계표 88〉 E1. 최근 1년 OTT 서비스 미이용 이유(중복응답)

단위 : %

최근 1년 OTT 미이용자		사례수 (명)	TV 방송 채널 시청으로 충분해서	영상 콘텐츠에 관심이 없어서	비용이 부담스러워서	가입 및 이용방법을 몰라서	이용할 수 있는 시간이 부족해서	교육차원에서 OTT를 허용하지 않아서
▣ 전체 ▣		(538)	77.9	29.7	15.0	12.5	8.9	0.2
성별	남성	(280)	80.2	30.9	15.4	12.3	9.3	0.3
	여성	(258)	75.4	28.5	14.7	12.8	8.4	0.0
연령	10대	(21)	44.2	36.7	38.0	0.0	23.7	2.6
	20대	(2)	53.8	29.8	57.6	0.0	45.8	0.0
	30대	(12)	57.1	30.8	47.4	0.0	28.3	0.0
	40대	(31)	60.5	48.3	23.3	0.0	25.9	1.0
	50대	(59)	73.0	28.6	9.9	1.3	12.4	0.0
	60대	(192)	82.1	27.8	15.2	14.7	10.9	0.0
	70세 이상	(221)	82.6	28.5	10.7	17.3	1.0	0.0
가족구성	독신가구	(64)	74.2	22.2	9.7	27.2	5.4	0.0
	1세대가구	(278)	84.7	29.4	14.5	8.2	6.1	0.0
	2세대가구	(188)	69.5	32.7	17.9	13.5	14.1	0.5
	3세대가구	(7)	64.3	32.0	8.6	22.0	11.3	0.0
지역	서울	(101)	92.1	27.9	14.3	9.7	6.8	0.0
	인천/경기	(119)	69.4	35.2	28.9	12.5	11.6	0.0
	대전/충청/세종	(74)	74.9	28.1	7.7	7.2	7.2	0.4
	광주/전라/제주	(82)	76.8	23.9	11.2	17.1	9.2	0.7
	부산/울산/경남	(87)	81.0	29.5	3.7	2.9	8.4	0.0
	대구/경북 강원	(65) (11)	74.1 64.4	31.3 34.9	17.2 26.5	30.9 7.7	9.4 9.1	0.0 0.0
직업	사무직	(31)	68.6	31.5	21.6	6.0	18.6	0.0
	서비스/판매직	(158)	79.7	36.0	21.9	10.6	17.3	0.2
	생산직	(126)	79.5	27.3	10.2	14.8	5.0	0.0
	학생	(22)	43.2	36.5	39.4	0.0	24.8	2.6
	주부	(103)	73.8	30.8	10.5	13.3	2.2	0.0
	기타 무직	(1) (97)	0.0 88.4	0.0 19.8	100.0 6.8	0.0 16.8	0.0 1.0	0.0 0.0
학력	초/중/고등학생	(20)	46.3	38.5	35.0	0.0	20.0	2.8
	대학생/대학원생	(3)	0.0	31.2	100.0	0.0	43.7	0.0
	고졸이하	(464)	80.6	29.7	13.5	14.3	7.0	0.0
	대졸이상	(51)	70.5	26.2	16.2	2.0	19.9	0.6
가구소득	100만원 미만	(72)	74.6	19.7	3.6	16.3	2.7	0.0
	100-199만원	(109)	90.1	21.6	6.3	16.6	1.9	0.0
	200-299만원	(100)	85.1	36.1	10.1	15.4	4.6	0.0
	300-399만원	(95)	69.8	46.0	17.3	2.9	6.2	0.6
	400-499만원	(68)	71.4	29.8	31.6	12.8	19.5	0.0
	500-599만원	(56)	69.6	29.1	30.1	12.6	15.1	0.0
	600-699만원	(23)	79.5	12.1	13.6	12.1	36.2	0.0
	700만원 이상	(15)	65.3	21.8	22.8	4.7	21.4	2.1

〈통계표 89〉 E2. 향후 OTT 서비스 이용 의향

단위 : %

최근 1년 OTT 미이용자		사례수 (명)	있다	없다
▣ 전체 ▣		(538)	9.2	90.8
성별	남성	(280)	9.2	90.8
	여성	(258)	9.1	90.9
연령	10대	(21)	63.7	36.3
	20대	(2)	75.4	24.6
	30대	(12)	23.4	76.6
	40대	(31)	20.0	80.0
	50대	(59)	11.1	88.9
	60대	(192)	7.2	92.8
	70세 이상	(221)	2.2	97.8
가족구성	독신가구	(64)	6.3	93.7
	1세대가구	(278)	3.9	96.1
	2세대가구	(188)	18.3	81.7
	3세대가구	(7)	0.0	100.0
지역	서울	(101)	5.7	94.3
	인천/경기	(119)	9.9	90.1
	대전/충청/세종	(74)	6.0	94.0
	광주/전라/제주	(82)	9.3	90.7
	부산/울산/경남	(87)	6.2	93.8
	대구/경북	(65)	17.6	82.4
	강원	(11)	26.8	73.2
직업	사무직	(31)	17.4	82.6
	서비스/판매직	(158)	8.4	91.6
	생산직	(126)	8.6	91.4
	학생	(22)	63.9	36.1
	주부	(103)	4.5	95.5
	기타	(1)	0.0	100.0
	무직	(97)	1.1	98.9
학력	초/중/고등학생	(20)	61.9	38.1
	대학생/대학원생	(3)	68.8	31.2
	고졸이하	(464)	6.2	93.8
	대졸이상	(51)	11.7	88.3
가구소득	100만원 미만	(72)	1.5	98.5
	100-199만원	(109)	6.7	93.3
	200-299만원	(100)	4.4	95.6
	300-399만원	(95)	10.8	89.2
	400-499만원	(68)	6.6	93.4
	500-599만원	(56)	22.7	77.3
	600-699만원	(23)	30.8	69.2
	700만원 이상	(15)	12.6	87.4

〈통계표 90〉 E3. 최근 1개월 OTT 서비스 이용 이탈 이유(중복응답)

단위 : %

최근 1개월 OTT 이탈자		사례수 (명)	TV 방송 채널 시청으로 충분해서	이용할 시간이 부족해서	볼 만한 콘텐츠가 없어서	요금 인상, 계정 공유 제한 등 운영정책 변경으로 인해	비용이 부담 되어서	다른 콘텐츠를 이용하고 싶어서	콘텐츠를 선택하기 까지 시간이 너무 오래 걸려서	메뉴, 검색 등 기능 이용이 불편해서
▣ 전체 ▣		(38)	43.3	36.3	17.5	16.1	12.8	8.0	3.7	1.4
성별	남성	(21)	27.2	34.0	14.8	16.9	19.9	11.5	3.8	2.5
	여성	(17)	63.8	39.1	21.0	15.1	3.8	3.6	3.6	0.0
연령	10대	(5)	43.9	23.1	7.8	12.0	13.1	12.0	12.0	0.0
	20대	(1)	0.0	64.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.3
	30대	(4)	30.8	26.5	69.2	15.7	14.2	0.0	1.5	0.0
	40대	(7)	24.8	46.8	5.4	0.0	12.1	36.3	0.8	0.0
	50대	(8)	59.6	52.8	0.0	8.0	17.5	0.0	8.0	0.0
	60대	(9)	68.9	0.0	31.1	14.4	14.3	0.0	0.0	0.0
	70세 이상	(3)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
가족구성	독신가구	(2)	3.2	30.2	0.0	3.2	0.0	41.9	3.2	24.6
	1세대가구	(13)	37.9	42.3	21.0	30.6	15.4	4.5	0.4	0.0
	2세대가구	(21)	48.1	34.7	17.9	9.0	13.0	7.3	6.0	0.0
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울	(9)	69.9	48.4	0.0	30.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	인천/경기	(2)	66.7	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	대전/충청/세종	(5)	33.8	34.2	32.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전라/제주	(6)	39.1	27.7	21.8	31.2	32.7	0.0	20.8	0.0
	부산/울산/경남	(11)	28.3	23.9	24.0	0.0	15.0	23.2	0.5	5.0
	대구/경북	(4)	40.4	69.5	0.0	1.8	0.0	15.3	1.8	0.0
강원	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	
직업	사무직	(4)	33.5	30.3	66.5	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0
	서비스/판매직	(16)	36.8	52.4	9.5	22.1	9.3	0.0	4.3	3.3
	생산직	(7)	35.0	11.5	19.4	1.0	31.7	23.7	1.0	0.0
	학생	(5)	43.9	23.1	7.8	12.0	13.1	12.0	12.0	0.0
	주부	(5)	86.8	49.1	13.2	40.0	13.2	0.0	0.0	0.0
	기타	(0)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	무직	(2)	41.5	0.0	0.0	0.0	0.0	58.5	0.0	0.0
학력	초/중/고등학생	(5)	43.9	23.1	7.8	12.0	13.1	12.0	12.0	0.0
	대학생/대학원생	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸이하	(22)	44.8	43.6	15.3	21.3	12.3	4.0	0.0	0.0
	대졸이상	(9)	49.1	33.5	9.7	8.7	17.0	18.1	9.3	6.1
가구소득	100만원 미만	(2)	30.5	24.3	0.0	0.0	0.0	45.2	0.0	0.0
	200-299만원	(6)	1.6	52.2	27.8	50.6	0.0	10.7	1.0	9.3
	300-399만원	(11)	40.1	54.8	5.7	17.8	12.8	13.9	0.6	0.0
	400-499만원	(11)	76.8	21.0	17.5	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0
	500-599만원	(3)	35.8	17.9	46.2	17.4	38.1	0.0	17.4	0.0
	600-699만원	(4)	15.9	32.7	23.8	18.8	40.6	0.0	18.8	0.0
	700만원 이상	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

〈통계표 91〉 E3-1. OTT 서비스를 이용하지 않는 대신 이용한 콘텐츠(중복응답)

단위 : %

최근 1개월 OTT 대신 다른 콘텐츠 이용		사례수 (명)	게임	만화/웹툰 (출판만화, 웹툰)	음악
▣ 전체 ▣		(3)	29.2	51.1	19.7
성별	남성	(2)	36.4	63.6	0.0
	여성	(1)	0.0	0.0	100.0
연령	10대	(1)	0.0	0.0	100.0
	40대	(2)	36.4	63.6	0.0
가족구성	독신가구	(1)	100.0	0.0	0.0
	1세대가구	(1)	0.0	0.0	100.0
	2세대가구	(2)	0.0	100.0	0.0
지역	부산/울산/경남	(2)	36.4	63.6	0.0
	대구/경북	(1)	0.0	0.0	100.0
직업	생산직	(2)	0.0	100.0	0.0
	학생	(1)	0.0	0.0	100.0
	무직	(1)	100.0	0.0	0.0
학력	초/중/고등학생	(1)	0.0	0.0	100.0
	고졸이하	(1)	100.0	0.0	0.0
	대졸이상	(2)	0.0	100.0	0.0
가구소득	100만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0
	200-299만원	(1)	0.0	0.0	100.0
	300-399만원	(2)	0.0	100.0	0.0

2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
연구책임 | 김 인 애 (데이터정책팀 선임연구원)
수행기관 | (주)한국리서치
P M: 임 정 관 ((주)한국리서치 부서장)
연구원: 한 지 혜 ((주)한국리서치 책임)
발행인 | 유 현 석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)
발행일 | 2024년 12월 20일
발행처 | 한국콘텐츠진흥원
주소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA24-27
ISBN_979-11-6677-282-5 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2024 온라인동영상서비스 이용행태 조사』 ○ ○쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.
* 본 통계는 국가승인통계가 아닙니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”