

KOFIC 연구 2019 - 05

2018년 영화소비자 행태조사

KOFIC 연구 2019 - 05

05

2018년 영화소비자 행태조사

KOFIC 영화진흥위원회
Korean Film Council

KOFIC 영화진흥위원회
Korean Film Council



KOFIC 연구 2019 - 05

2018년 영화소비자 행태조사

2018년 영화소비자 행태조사

영화진흥위원회 KOFIC 연구 2019-05

2018년 영화소비자 행태조사

조사수행기관 (주)글로벌리서치

책임연구원 임 규 건 (한양대학교 경영대학 교수)

김 보 영 (한양대학교 경영대학 교수)

공동연구원 김 영 완 ((주)글로벌리서치 부장)

송 니 은 (한양대학교 경영대학 박사수료)

조 성 민 (영화진흥위원회 영화정책연구원 수석연구원)

연구주관기관 영화진흥위원회

발행인 오 석 근

발행일 2019년 5월 15일

영화진흥위원회

부산시 해운대구 센텀중앙로 55

경남정보대 센텀산학캠퍼스 13층, 14층

전화 (051)720-4700

홈페이지 www.kofic.kr

효민디앤피/제작

부산시 부산진구 신천대로 102번길 17(부전동)

전화 (051)807-5100

홈페이지 www.hyomindnp.com

ISBN 978-89-8021-154-8 93680

© 영화진흥위원회, 2019

영화진흥위원회는 2000년 서울 거주자를 대상으로 시작해 2007년부터는 전국단위 조사로 확대하여 매년 소비자 행태조사를 실시하였습니다. 「2018년 영화소비자 행태조사」는 2016년 극장과 극장 외를 분리 조사한 이후 문화체육관광부가 격년으로 발표하는 국민여가활동조사, 문화향수실태조사의 결과를 참조하고 2년의 조사주기를 일치시키기 위해 2019년 1월 21일부터 29일까지 온라인 패널 및 면접 조사를 통해 진행하였습니다.

「2018년 영화소비자 행태조사」는 영화 관람객의 행동과 태도에 주목하여 영화 관람객의 다양하고 변화되는 영화관람 행태파악에 유용하도록 설문을 개선하여 데이터에 기반한 정책마련의 기초자료로 기능을 강화하였습니다. 그 결과 영화와 극장의 선택요인, 선호하는 영화장르, 영화 관람 동반인과 경로 등을 파악하였고, 온라인 영화 플랫폼과 영화상영관 관람의 상호보완 관계, 영화관람 서비스 시장의 소비자 지향성 등을 확인 할 수 있었습니다.

국내외 온라인 동영상 스트리밍 시장의 성장, 보편화된 모바일 시청 등 영화를 소비할 수 있는 다양한 플랫폼의 경쟁으로 영화의 소비 방식에도 큰 변화가 일어나고 있으며, 그에 따른 소비자의 선택방식도 지속적으로 달라질 것으로 보입니다.

본 조사결과가 영화관람객과 대면해야 하는 현업 종사자들과 마케팅 실무자들에게 우리나라 영화 관람객의 영화소비 조망에 유용한 기초자료로 기여하고 관련 연구자들에게 유의미한 연구자료로도 활용되기를 기대합니다.

2019. 5.

영화진흥위원회 영화정책연구원

일·러·두·기

- 본 보고서는 2019년 1월에 실시된 “2018년 영화소비자 행태조사”의 결과를 집계 분석한 결과입니다.
- 전국 만13세 이상 69세 이하 2018년 영화소비자 2,518명을 대상으로 조사를 수행하였으며, 조사에 대한 세부적인 내용은 조사 개요에서 상세히 설명합니다.
- 통계표 및 도표 내의 숫자는 반올림되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다.
- 통계표 및 도표에 사용된 기호의 뜻은 다음과 같습니다.
[-] 조사는 되었으나 정보가 없거나 0인 경우
[0.0] 조사 결과 값이 0의 근삿값인 경우
- 복수응답은 한 개 이상(‘1~3순위’ 또는 ‘모두 선택’ 등)을 응답한 결과치를 집계한 결과로, 세부 항목의 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 보고서 내 사례수와 결과치는 설계 가중치가 적용된 값입니다.
- 조사 항목에 대한 정의, 조사 기준 등 세부 사항은 부록편의 설문지에 기록되어 있습니다.
- 수록된 자료에 대한 의문이나 궁금하신 점은 영화진흥위원회 영화정책연구원 (051-720-4755)으로 문의하여 주시기 바랍니다.



2018년

영화소비자 행태조사

조사 대상 기간: 2019년 1월 21일 ~ 2019년 1월 29일



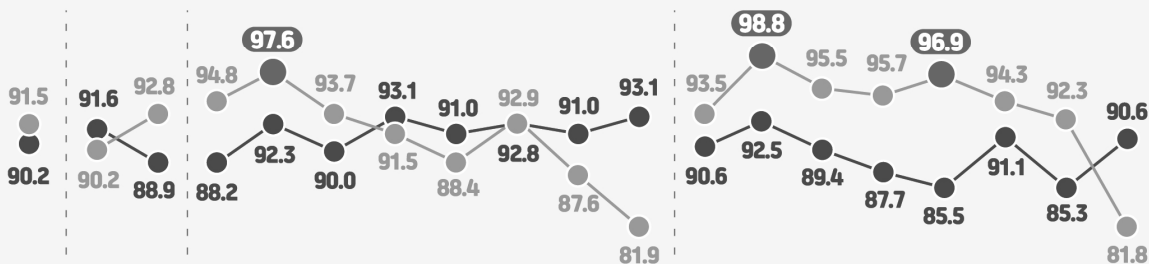
18년 극장 영화 관람률 91.5%, 20대 강세

18년 조사 결과 극장 영화 관람률은 91.5%, 극장 외 영화 관람률은 90.2%로 극장 영화 관람률은 여성이 92.8%로 남성보다 높고, 극장 외 영화 관람률은 남성이 91.6%로 여성보다 남성이 높게 나타났다. 연령층으로는 19세~24세 관람객이 영화관을 많이 찾았다.

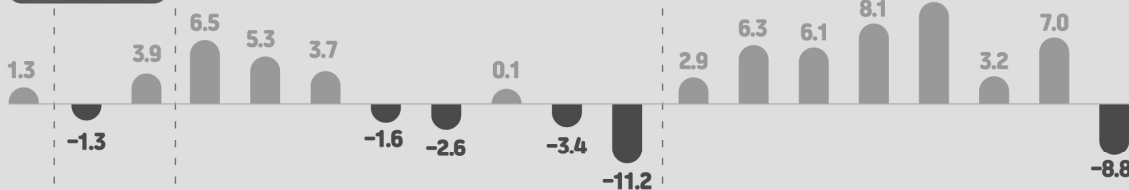
2018 영화 관람률

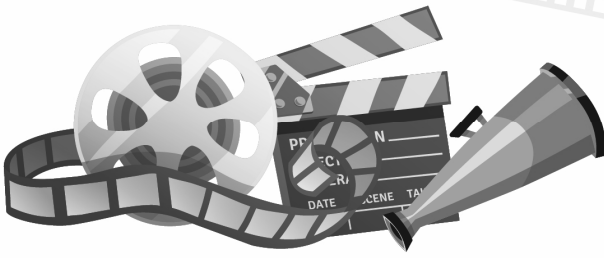
Base: 전체, N=2518, 단위: %, %p

● 극장 ● 극장 외



극장-극장 외





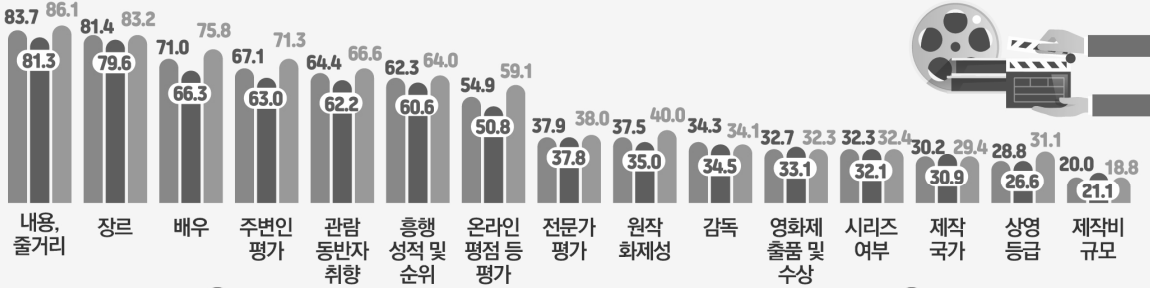
영화선택은 '스토리', 장르는 '액션'비중 높아

영화 선택에 있어 내용, 즐거리를 가장 많이 고려하고 있고 선호하는 장르로는 액션영화를 선택했다.

영화 선택 요인

Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%

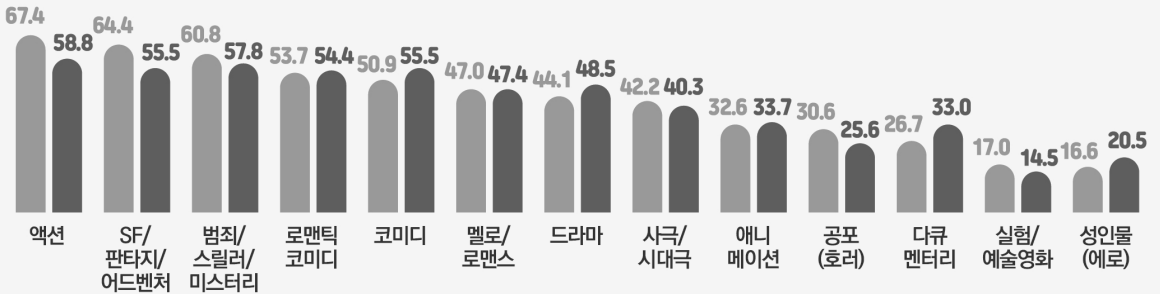
● 전체 ● 남성 ● 여성



영화 장르 선호도

Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%

● 극장 ● 극장 외



영화관 선택 고려사항으로 '원하는 영화, 시간'을 우선으로 꼽아

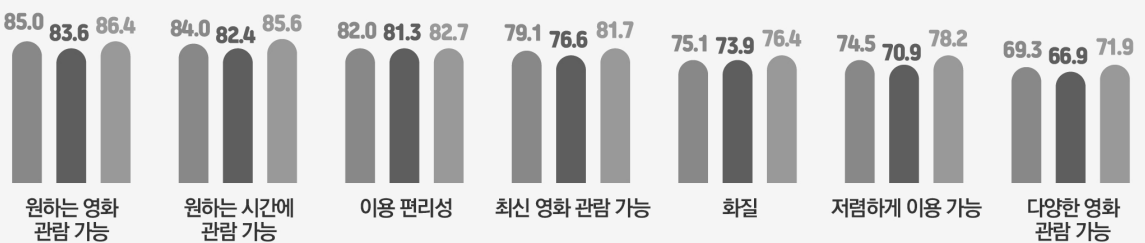
영화관 선택시 우선적으로 고려하는 요인은 원하는 영화를 원하는 시간에 편리하게 관람하는 것으로 나타났다.



극장 선택 요인

Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%

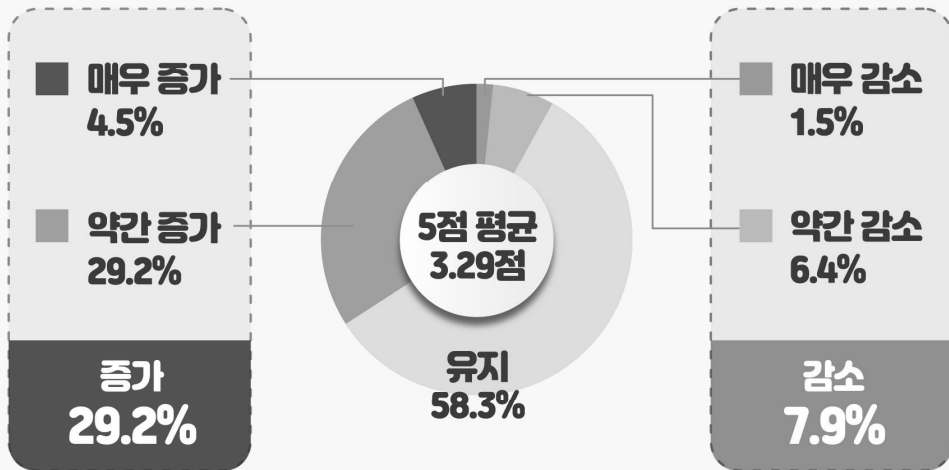
● 전체 ● 남성 ● 여성





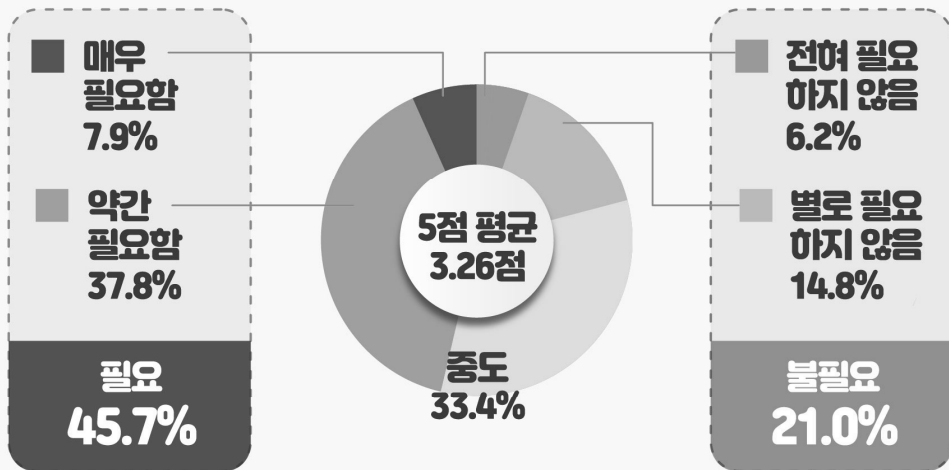
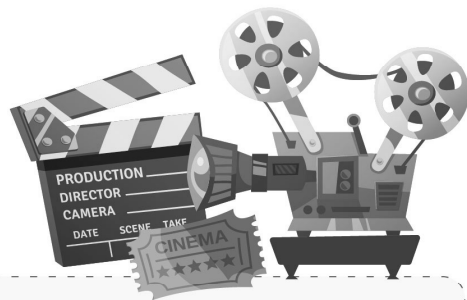
온라인 영화 플랫폼 등장이 영화관람 편수 증가로 이어져

온라인 영화 플랫폼 등장 전과 비교해 영화 관람횟수가 증가한 것으로 나타났으며 특히, 온라인 영화 플랫폼이 영화를 많이 보는 집단을 자극하여 총 영화 관람 편수의 증가로 이어졌다.



영화상영관 입장권 부과금 지속 의견 우세

영화상영관 입장권에 포함되어 있는 영화발전기금의 지속 의견이 46%로 높게 나타났다.



목차

제1장 조사 개요

1. 조사 목적	2
2. 조사 설계	2
3. 조사 내용	3
4. 표본 특성	4

제2장 조사 요약 7

제3장 주요 조사 결과

I. 영화 관람 일반 지표 18

1. 영화 관람률	18
2. 영화 관람 편수	20
3. 영화 소비 정도에 따른 집단 특성	22

II. 영화 선택 요인 28

1. 영화 관람 계기	28
2. 영화 정보 검색 경로	33
3. 영화 선택 요인	36
4. 영화 장르 선호도	41
5. 극장 선택 요인	50
6. 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인	55
7. 온라인 플랫폼의 영화 소비 영향력 인식	60

III. 영화 이용 행태 64

1. 영화 관람 경로 이용 행태	64
2. 2018년 영화 관람경험	86
3. 극장 외 영화 관람 특성	104



IV. 영화에 대한 의견	109
1. 극장 영화 관람 비용 수용 특성	109
2. 영화상영관 입장권 부과금 수용도	115
3. 영화 상영 시간 수용 특성	123
4. 영화 상영 전/중간 광고에 대한 의견	128
부록. 설문지	137

표 목차

[표1] 세분집단별 2018년 영화 관람률.....	19
[표2] 세분집단별 2018년 영화 관람 편수.....	21
[표3] 2018년 극장 영화 소비 집단 개요.....	24
[표4] 2018년 극장 외 영화 소비 집단 개요.....	25
[표5] 2018년 영화 소비 집단 개요.....	26
[표6] 2018년 영화 소비 성향 집단 개요.....	27
[표7] 세분집단별 극장 영화 관람 계기.....	30
[표8] 세분집단별 극장 외 영화 관람 계기.....	32
[표9] 세분집단별 영화 정보 검색 경로 고려율.....	35
[표10] 세분집단별 영화 선택 요인.....	39
[표11] 세분집단별 극장 영화 장르 선호도.....	44
[표12] 세분집단별 극장 외 영화 장르 선호도.....	48
[표13] 세분집단별 극장 선택 요인.....	53
[표14] 세분집단별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인.....	58
[표15] 세분집단별 극장 영화 동반 관람자.....	66
[표16] 세분집단별 극장 외 영화 동반 관람자.....	68
[표17] 세분집단별 2018년 영화 관람 경로.....	70
[표18] 세분집단별 극장 영화 관람 요일 및 시간대.....	73
[표19] 세분집단별 IPTV 영화 관람 요일 및 시간대.....	75
[표20] 세분집단별 케이블TV 영화 관람 요일 및 시간대.....	77
[표21] 세분집단별 OTT 영화 관람 요일 및 시간대.....	79
[표22] 세분집단별 영화 관람 경로 선호도.....	81
[표23] 세분집단별 영화 관람 경로 만족도.....	83
[표24] 세분집단별 2019년 경로별 영화 관람 의향.....	85
[표25] 세분집단별 2018년 영화 재관람 경험.....	88
[표26] 세분집단별 2018년 독립예술영화 관람경험.....	90
[표27] 세분집단별 독립예술영화 경로 선호도.....	92
[표28] 세분집단별 2018년 특별관 영화 관람 경험 및 횟수.....	94
[표29] 세분집단별 2018년 프리미엄 영화관 관람경험 및 횟수.....	96



[표30] 세분집단별 2018년 극장 단체 관람경험 및 횟수.....	98
[표31] 세분집단별 2018년 극장 단체 관람 이유.....	100
[표32] 세분집단별 스크린 독과점 현상 경험 및 대응.....	103
[표33] 세분집단별 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률.....	106
[표34] 세분집단별 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용 희망률.....	108
[표35] 세분집단별 극장 영화표 구매/예매 방법.....	110
[표36] 세분집단별 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용 수준.....	112
[표37] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 인지 수준.....	116
[표38] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 필요성 인식.....	118
[표39] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 적정 수준 비율 인식.....	120
[표40] 세분집단별 극장 외 유료 영화의 영화상영관 입장권 부과금 징수 필요성 인식.....	122
[표41] 세분집단별 적정 영화 상영 시간 인식.....	124
[표42] 세분집단별 현 영화 상영 시간 피로도 인식.....	126
[표43] 세분집단별 영화 상영 시간 단축 시 영화 관람 빈도 증가 의향.....	127
[표44] 세분집단별 영화 상영 전/중간 광고 경험률.....	129
[표45] 세분집단별 체감 광고 길이.....	131
[표46] 세분집단별 영화 상영 전/중간 광고 선호도.....	133
[표47] 청불 수준 예고편 광고 경험률.....	135

그림 목차

[그림1] 2018년 영화 관람 편수.....	8
[그림2] 2018년 영화 관람률.....	18
[그림3] 2018년 영화 관람 편수.....	20
[그림4] 2018년 영화 고객 분류.....	22
[그림5] 극장과 극장 외 영화 관람 편수 상관 분석.....	23
[그림6] 영화 관람 계기.....	28
[그림7] 성별, 연령별 극장 영화 관람 계기.....	29
[그림8] 성별, 연령별 극장 외 영화 관람 계기.....	31
[그림9] 영화 정보 검색 경로 고려율.....	33
[그림10] 남성 연령대별 영화 정보 검색 경로 고려율.....	34
[그림11] 여성 연령대별 영화 정보 검색 경로 고려율.....	34
[그림12] 영화 선택 요인.....	36
[그림13] 남성 연령대별 영화 선택 요인.....	37
[그림14] 여성 연령대별 영화 선택 요인.....	38
[그림15] 영화 장르 선호도.....	41
[그림16] 성별 극장 영화 장르 선호도.....	41
[그림17] 남성 연령대별 극장 영화 장르 선호도.....	42
[그림18] 여성 연령대별 극장 영화 장르 선호도.....	43
[그림19] 성별 극장 외 영화 장르 선호도.....	46
[그림20] 남성 연령대별 극장 외 영화 장르 선호도.....	47
[그림21] 여성 연령대별 극장 외 영화 장르 선호도.....	47
[그림22] 극장 선택 요인.....	50
[그림23] 남성 연령대별 극장 선택 요인.....	51
[그림24] 여성 연령대별 극장 선택 요인.....	52
[그림25] 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인.....	55
[그림26] 남성 연령대별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인.....	56
[그림27] 여성 연령대별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인.....	57
[그림28] 온라인 플랫폼 극장 영화 관람 횟수 영향.....	60
[그림29] 성별, 연령별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향.....	61
[그림30] 영화 소비 정도별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향.....	61
[그림31] 온라인 플랫폼 총 영화 관람 횟수 영향.....	62
[그림32] 성별, 연령별 온라인 플랫폼 총 영향 관람 횟수 영향.....	63
[그림33] 영화 소비 정도별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향.....	63
[그림34] 경로별 영화 동반 관람자.....	64
[그림35] 성별 연령대별 극장 영화 동반 관람자.....	65
[그림36] 성별 연령대별 극장 외 영화 동반 관람자.....	67
[그림37] 성별 연령대별 2018년 영화 관람 경로.....	69
[그림38] 경로별 관람 요일 및 시간대.....	71



[그림39] 성별 연령대별 극장 관람 요일 및 시간대	72
[그림40] 성별 연령대별 IPTV 영화 관람 요일 및 시간대	74
[그림41] 성별 연령대별 케이블TV 영화 관람 요일 및 시간대	76
[그림42] 성별 연령대별 OTT 영화 관람 요일 및 시간대	78
[그림43] 영화 관람 경로 선호도	80
[그림44] 영화 관람 경로 만족도	82
[그림45] 2019년 경로별 영화 관람 의향	84
[그림46] 2018년 영화 재관람 경험률	86
[그림47] 2018년 영화 재관람 이유	87
[그림48] 2018년 독립예술영화 관람경험	89
[그림49] 독립예술영화 관람 경로 선호도	91
[그림50] 2018년 특별관 영화 관람경험 및 횟수	93
[그림51] 2018년 프리미엄 영화관 관람경험 및 횟수	95
[그림52] 2018년 극장 단체 관람경험 및 횟수	97
[그림53] 2018년 극장 단체 관람 이유	99
[그림54] 스크린 독과점 현상 경험률	101
[그림55] 스크린 독과점 현상 경험자의 대응	102
[그림56] 극장 외 영화 관람 장소	104
[그림57] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률	105
[그림58] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용 희망률	107
[그림59] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률 × 이용 의향률	108
[그림60] 극장 영화표 구매/예매 방법	109
[그림61] 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용 수준	111
[그림62] 극장 영화표 1인 가격 수용도	113
[그림63] 팝콘 & 음료수 콤보 세트 가격 수용도	114
[그림64] 영화상영관 입장권 부과금 인지 수준	115
[그림65] 영화상영관 입장권 부과금 필요성 인식	117
[그림66] 영화상영관 입장권 부과금 적정 수준 비율 인식	119
[그림67] 극장 외 유료 영화의 영화상영관 입장권 부과금 징수 필요성 인식	121
[그림68] 적정 영화 상영 시간 인식	123
[그림69] 현 영화 상영 시간 피로도 인식	125
[그림70] 영화 상영 시간 단축 시 영화 관람 빈도 증가 의향	127
[그림71] 영화 상영 전/중간 광고 경험률	128
[그림72] 체감 광고 길이	130
[그림73] 영화 상영 전/중간 광고 선호도	132
[그림74] 청불 수준 예고편 광고 경험률	134



제1장

조사 개요



1 조사 목적

- 본 조사는 전국에 거주하는 만13세~69세 남녀 중 극장 및 극장 외 영화 소비자를 대상으로 영화 소비 행태를 조사, 분석함으로써 한국 영화산업의 발전을 위한 기초 자료를 제공하려는 목적으로 실시하였음.

2 조사 설계

- 본 조사는 이전의 영화소비자 행태조사와 조사 대상 정의 및 조사 내용을 변경¹⁾하여 진행함에 따라 시계열 분석은 적용하지 않음.

구분	내용
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 1월 기준 전국에 거주하는 만 13~69세 남녀 • 2018년 동안 극장 및 극장 외 영화 1편 이상 경험자 • 글로벌리서치 온라인 패널 대상 진행
조사 지역	<ul style="list-style-type: none"> • 전국
조사 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 1월 21일(월) ~ 1월 29일(화)
조사 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2518 표본
자료 수집 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 구조화된 웹 설문지를 이용한 온라인 조사 • 단 만 60세~69세 표본은 온라인 조사와 전문 면접원에 의한 개별 대면 면접 조사를 병행함
표본 구성	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 말 주민등록인구 통계 기준 17개 시도, 성별, 연령별 비례 할당 (단, 제주, 세종은 강제비례할당으로 유효한 표본 수 확보)
표본 오차	<ul style="list-style-type: none"> • 95% 신뢰수준 $\pm 1.95\%p$
가중 처리	<ul style="list-style-type: none"> • 모집단의 17개 시도, 성별, 연령별 분포와 같도록 표본의 분포를 조정하여 분석함.
자료처리 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 수집된 자료는 Editing → Coding/Punching → Cleaning의 과정을 거쳐 SPSS 22.0 통계프로그램을 이용하여 처리함.
자료 분석 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 각 문항에 대한 백분율을 계산한 다음, 각 문항에 대해 인구 통계적 변수별로 분석하여 제표를 만들.
조사 기관	<ul style="list-style-type: none"> • (주)글로벌리서치

1) 이전 조사는 영화 관람 여부와 관계없이 전국 만 15세~59세 남녀 전체를 대상으로 함.

3 조사 내용

구분	내용
영화 관람 일반지표	<ul style="list-style-type: none"> • '18년 극장/극장 외 영화 관람 여부 • '18년 극장/극장 외 영화 관람 편수
전반적 영화 관람 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 극장/극장 외 영화 관람 동반자 • 극장/극장 외 영화 관람 이유 • 극장/극장 외 영화 장르 선호도 • 영화 선택 요인 • 영화 정보 검색 경로 고려도 • '18년 경로별 관람 요일/시간대 • '18년 관람 경로별 선호도, 만족도 • '19년 경로별 영화 관람 의향 • '18년 재관람 경험 및 이유 • '18년 독립예술영화 관람 경로 및 경로 선호도 • 체감 영화 길이
영화 광고 경험	<ul style="list-style-type: none"> • 극장/극장 외 영화 상영 전/중간 광고 경험 • 체감 광고 길이 • 영화 상영 전/중간 광고 선호도 • 청소년 관람가 영화 관람 시 '청소년 관람불가' 수준 광고 경험
극장 외 영화 관람 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인 • 극장 외 영화 관람 이용 기기 • 극장 외 영화 관람 희망 기기 • 극장 외 영화 관람 장소 • 온라인 영화 플랫폼의 극장 영화 관람 횟수 영향력 • 온라인 영화 플랫폼의 총 영화 관람 횟수 영향력
극장 영화 관람 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 극장 선택 요인 • 극장 영화표 구매/예매 방법 • 극장 1인 1회 지출 비용 • 극장 영화표 가격 수용도 • 극장 매점 콤보 세트 가격 수용도 • '18년 특별관 관람 횟수 • '18년 프리미엄 관람 횟수 • '18년 단체관람 횟수 및 이유 • '18년 스크린 독과점 경험
영화발전 기금 수용도	<ul style="list-style-type: none"> • 영화상영관 입장권 부과금 인지 수준 • 영화상영관 입장권 부과금 필요도 인식 • 영화상영관 입장권 부과금 적정 비율 인식 • 극장 외 유료 영화 영화상영관 입장권 부과금 적용에 대한 필요도 인식
인구 통계적 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 성별, 만연령 • 거주지 • 동거 가구원 수 및 자녀 특성 • 월평균 가구소득 • 직업 • 최종 학력

4 표본 특성

구분		비가중 표본		가중 표본	
		사례수(명)	백분율(%)	사례수(명)	백분율(%)
전체		(2518)	100.0	(2518)	100.0
성별	남성	(1265)	50.2	(1279)	50.8
	여성	(1253)	49.8	(1239)	49.2
연령대별	13~18세	(154)	6.1	(183)	7.3
	19~24세	(173)	6.9	(186)	7.4
	25~29세	(265)	10.5	(280)	11.1
	30~34세	(174)	6.9	(189)	7.5
	35~39세	(235)	9.3	(265)	10.5
	40~49세	(478)	19.0	(525)	20.9
	50~59세	(470)	18.7	(528)	21.0
	60~69세	(569)	22.6	(361)	14.3
지역별	서울	(461)	18.3	(488)	19.4
	부산	(168)	6.7	(168)	6.7
	대구	(123)	4.9	(122)	4.8
	인천	(163)	6.5	(147)	5.8
	광주	(74)	2.9	(72)	2.9
	대전	(78)	3.1	(73)	2.9
	울산	(59)	2.3	(57)	2.3
	세종	(41)	1.6	(18)	0.7
	경기	(607)	24.1	(638)	25.3
	강원	(77)	3.1	(73)	2.9
	충북	(78)	3.1	(74)	3.0
	충남	(101)	4.0	(101)	4.0
	전북	(85)	3.4	(86)	3.4
	전남	(85)	3.4	(84)	3.3
	경북	(122)	4.8	(125)	5.0
	경남	(156)	6.2	(161)	6.4
	제주	(40)	1.6	(31)	1.2
학력별	중/고등학생	(138)	5.5	(164)	6.5
	고졸이하	(774)	30.7	(706)	28.0
	대재이상	(1597)	63.4	(1641)	65.2
	기타	(9)	0.4	(7)	0.3

구분		비가중 표본		가중 표본	
		사례수(명)	백분율(%)	사례수(명)	백분율(%)
직업별	자영업/상업/농축산업	(385)	15.3	(340)	13.5
	블루칼라 ²⁾	(163)	6.5	(149)	5.9
	화이트칼라 ³⁾	(1075)	42.7	(1136)	45.1
	주부	(377)	15.0	(356)	14.1
	중/고등학생	(138)	5.5	(164)	6.5
	대학생/대학원생	(148)	5.9	(163)	6.5
	무직/기타	(232)	9.2	(208)	8.3
월평균 가구소득별	300만원 미만	(682)	27.1	(641)	25.5
	300~500만원 미만	(904)	35.9	(908)	36.1
	500만원 이상	(932)	37.0	(968)	38.5
자녀 특성별 (복수)	없다	(668)	28.8	(618)	26.6
	아동 자녀 (0~7세)	(243)	10.5	(265)	11.4
	취학 자녀 (초중고등학생)	(630)	27.1	(704)	30.3
	성인 자녀 (20세 이상)	(958)	41.3	(930)	40.0
동거 가구원 수	1~2인	(729)	29.0	(655)	26.0
	3~4인	(1598)	63.5	(1662)	66.0
	5인 이상	(191)	7.6	(202)	8.0

2) 블루칼라: 기능숙련공, 단순 노무직

3) 화이트칼라: 사무직/엔지니어, 경영/관리직, 전문/자유직



제2장

조사 요약

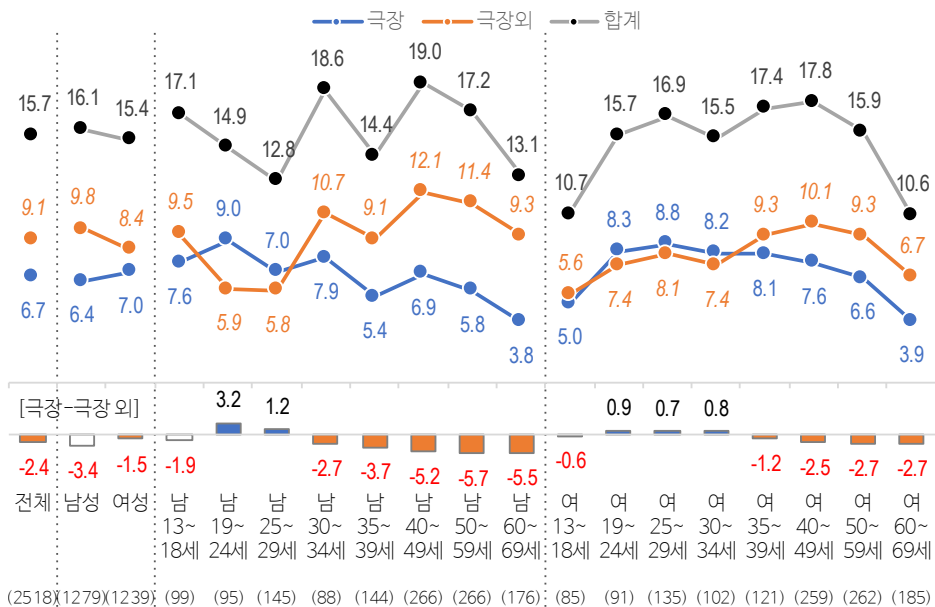


I. 영화 관람 일반지표

- 2018년 극장 영화 관람률은 91.5%, 극장 외 영화 관람률은 90.2%로 유사함.
2018년 1인당 영화 관람 편수는 극장 영화 6.7편, 극장 외 영화 9.1편으로 총 15.7편으로, 극장 외 영화 관람 편수가 +2.4편 정도 많음.

[그림1] 2018년 영화 관람 편수

(Base: 전체, N=2518, 단위: 평균 편수/년)



문] 귀하는 2018년 1년 동안 총 몇 편의 영화를 보셨습니까?

‘극장’에서 본 것과 ‘그 외(TV, PC, 모바일, OTT 등)’에서 본 것을 구분하여 응답해 주십시오.

- 극장 영화 관람률은 19~24세 남녀가 가장 높음. (남 98%, 여 99%)
- 극장 영화는 여성이 좀 더 많이(+0.6편) 보지만 극장 외 영화는 남성이 더 많이 (+1.4편) 봄.
- 연령대가 높을수록 극장 영화 관람률은 낮아지는 경향을 보이며, 30세 이상은 극장 외 영화를 더 많이 보며 19~29세는 극장 영화를 더 많이 봄.
- 서울에서 지방으로 갈수록 극장 영화 관람 편수가 줄어들지만, 극장 외 영화는 이런 경향이 나타나지 않음.

- 극장 영화 관람 편수와 극장 외 영화 관람 편수는 약한 정(+)의 상관관계(상관계수 +0.219)에 있는 것으로 분석됨. 즉 극장 영화를 많이 본 사람은 극장 외 영화도 많이 본 것으로, 이는 극장 영화와 극장 외 영화가 대체재 관계가 아닌 보완적 관계에 있는 것으로 해석할 수 있음.
- 극장 영화 및 극장 외 영화 관람 편수를 기준으로 구분한 각 영화 상위 집단의 특성은 아래와 같음
 - 극장 영화 상위 소비자(7편 이상)는 25~29세, 특히 25~29세 여성이 상대적으로 많고, 서울 거주, 월 500만 원 이상 상위 소득 가구의 특징을 보임.
 - 극장 외 영화 상위 소비자(9편 이상)는 남성, 40대, 특히 40~50대 남성이 상대적으로 많고, 역시 월 500만 원 이상 상위 소득 가구의 특징을 보임.
 - 극장 중심 관람자(극장 영화 60% 초과)는 25~29세 남성, 30~34세 여성, 50~59세 여성에서 상대적으로 많고, 극장 외 영화 중심 관람자(극장 영화 30% 미만)는 40~59세 남성, 60대 남녀, 월 300만 원 미만 하위 소득 가구 및 1~2인 가구의 특징을 보임.

Ⅱ. 영화 선택 요인

- 영화 관람 계기는 콘텐츠 자체의 매력(그 영화를 보고 싶어서, 극장 59%, 극장 외 44%) 때문이라는 응답이 지배적임. 다음으로 극장 영화는 ‘기분 전환을 위해’(25%), 극장 외 영화는 ‘시간을 보내기 위해’(27%) 영화를 관람함.
 - 수도권 거주자는 지방 대비 ‘그 영화가 보고 싶어서’ 극장 영화를 보고, 지방 거주자는 수도권 대비 ‘시간 보내기’로 극장 외 영화를 찾음.
- 영화 정보 검색 경로로 ‘주변인’(66%), ‘인터넷포털’(65%), ‘TV보도/프로그램’(63%), ‘인터넷 SNS’(51%) 등 구전 경로가 주로 고려되고 있음.
- 영화 선택 시 ‘내용/줄거리’(84%)와 ‘장르’(81%)를 가장 많이 고려함. 다음으로 ‘배우’(71%), ‘주변인 평가’(67%), ‘관람 동반자의 취향’(64%), ‘흥행 성적/순위’(62%), ‘온라인 평점/평가’(55%) 순으로 고려됨. 즉 콘텐츠 자체의 매력을 기초로 구전 반응을 기준으로 선택하는 것으로 해석할 수 있음.
- 극장 경로, 극장 외 경로 모두에서 선호 장르는 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘로맨틱 코미디’, ‘코미디’ 순임. ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘공포’는 극장 경로에서 더 선호되며, ‘코미디’, ‘드라마’, ‘다큐멘터리’는 극장 외 경로에서 더 선호됨.
- 극장 경로 선택 시 ‘원하는 영화(85%)를 원하는 시간(84%)에 편리하게 이용(82%)하는 것’이 가장 주요한 기준이며 다음으로 ‘최신 영화’(79%), ‘화질’(75%), ‘저렴한 가격’(75%) 순임.
 - ‘주차시설’(57%)은 주요 선택 요인은 아니지만, 연령대가 높을수록 주차시설 고려율이 증가하는 경향을 보이고, 특히 극장 외 영화 중심 이용자와 지방 중소도시 거주자의 주차시설 고려율이 높음.
- 극장 외 경로 선택 시에도 ‘원하는 영화(81%)를 원하는 시간(81%)에 편리하게 이용(80%)하는 것’이 가장 중요한 요인이나, 2차 요인은 ‘저렴함’(78%)과 ‘다양성’(76%), ‘최신성’(71%) 순으로 극장 경로 선택 요인과 차이를 보임.
 - 극장 외 경로 선택 2차 요인으로 영화 상위(다량) 이용자는 ‘다양성’과 ‘최신성’을, 극장 외 영화 중심 이용자는 ‘저렴함’을 중시하는 경향이 보임.

- 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수는 이전 대비 크게 변화 없음. ('유지' 61%, '증가' 26%, '감소' 13%, 5점 평균 3.14점) 하지만 총 영화 관람 횟수는 이전 대비 다소 증가함. ('유지' 58%, '증가' 34%, '감소' 8%, 5점 평균 3.29점)
 - 연령대가 낮을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수 및 총 영화 관람 편수가 증가했다는 의견이 많아짐.
 - 극장 영화 관람 편수가 많을수록, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수와 총 영화 관람 편수가 증가했다는 의견이 많아짐.
 - 온라인 영화 플랫폼은 영화를 많이 보는 집단을 자극하여 그들의 극장 영화 관람 횟수 및 총 영화 관람 편수를 증가시킨 것으로 이해됨.

Ⅲ. 영화 이용 행태

- 극장 영화는 주로 ‘가족/친척’(51%)과 관람하고 다음으로 ‘친구’(20%) 또는 ‘연인’(13%)과 관람함. 극장 영화를 많이 소비하는 집단일수록 ‘연인’ 동반 관람률 증가하지만, ‘가족/친척’ 동반 관람률은 감소함.
- 극장 외 영화는 주로 ‘혼자’(60%) 관람하고 다음으로 ‘가족/친척’(32%)과 관람함. 남성은 혼자 보는 경향이 많고, 여성은 상대적으로 ‘가족/친척’과 많이 봄. 극장 외 영화를 많이 소비하는 집단일수록 ‘혼자’ 관람률 증가함.
- 2018년 영화 관람 경로 경험률은 극장(92%), IPTV(55%), OTT(37%) 및 케이블 TV(35%) 순임. OTT 경로는 연령대가 낮을수록 경험률이 높고, 특히 13~34세 세대에서 높게 나타남.
- 극장 영화는 ‘주말/휴일’(61%)에, ‘저녁(18~23시)’(38%) 및 ‘오후(11~18시)’(34%)에 주로 관람함. 극장 외 영화 경로들에서는 ‘요일 관계없이’, ‘저녁(18~23시)’ 또는 ‘시간 관계없이’ 봄.
- 2018년 동일 영화 재관람 경험은 40%로, 연령대가 낮을수록 재관람 경험이 높음. 영화 재관람 이유는 ‘영화 내용이 좋아서’(61%), ‘다른 사람과 다시 봐야 하는 상황’(16%), ‘좋아하는 배우/감독’(10%) 순이었음.
- 2018년 독립예술영화(독립/예술/실험영화) 관람경험률은 41%이며, 관람 경로는 극장 18%, IPTV 16%, 케이블TV 11%, OTT 10% 순으로 다양한 경로에서 나타나고 있음.
독립예술영화 관람경험은 특히 19~24세 남성, 30~34세 남성, 50대 남성에서 높고, 대도시에서 높게 나타남.
- 2018년 특별관(3D, 4D, IMAX관 등) 영화 관람경험률은 39%이며, 관람자 대부분은 1~2회 관람함. 13~34세 남성과 19~39세 여성의 관람경험률이 높고, 서울 > 경기/인천 > 광역시 > 지방 순으로 나타났으며, 가구소득 수준에 비례하여 증가하는 경향을 보임.

- 2018년 프리미엄 영화관 관람경험률은 25%이며, 이용자 대부분은 1~2회 이용함.
30~34세 남성, 50대 남성, 35~39세 여성의 프리미엄 영화관 관람경험률이 높고, 특히 30~34세 남성의 이용 횟수가 많은 편임. 서울과 광역시 거주자의 프리미엄 영화관 관람경험이 높고, 특히 서울에서 높게 나타남. 가구소득 수준이 높을수록 프리미엄 영화관 관람경험이 높음.
- 2018년 극장 단체 관람경험률은 16%이며, 경험자 대부분은 1~2회 경험함.
13~18세 남녀의 경험률이 높고, 서울 및 대도시 거주자의 경험률이 높은 편임.
연령대가 높을수록 '동호회' 극장 단체 관람률이 증가함.
- 2018년 스크린 독과점 현상 경험률은 30%임. 남성보다 여성이 스크린 독과점 현상을 더 많이 경험했으며, 특히 19~29세 여성은 절반 정도가 경험한 것으로 응답함.
 - 스크린 독과점 현상 경험자 중 46%(전체 중 13%)는 원하는 영화를 보지 못함.
 - 서울/수도권은 스크린 독과점 현상을 더 많이 경험하지만 타 극장/경로에서 해결함. 반면 지방은 스크린 독과점 현상을 덜 경험하지만, 극장이 많지 않아 해당 극장의 타 영화로 유입되는 경향을 보임.
- 극장 외 영화는 주로 집(93%)에서 관람하고, 관람 장비/기기는 TV(74%), 스마트폰(56%), 데스크탑(44%), 노트북(39%) 순임. 연령대가 높을수록 TV 이용률은 증가하지만 스마트폰 이용률은 감소함.
- 향후 극장 외 영화 관람 희망 장비/기기도 현재 이용하는 것과 크게 차이 없이 TV(74%), 스마트폰(48%), 데스크탑(44%), 노트북(40%) 순임. 하지만 현 이용률 대비 '스마트폰' 이용 의향은 감소(-8%p)하고 '빔프로젝터' 이용 의향이 증가(+19.3%p)함.

IV. 영화에 대한 의견

- 극장 영화표 예매율은 66%, 구매율은 34%로, 13~18세와 60대는 구매가 많고, 나머지 세대는 예매가 많음. 상대적으로 여성은 모바일 예매를, 남성은 PC 인터넷 예매를 많이 함.
- 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용은 8천~1만원 미만이 32%, 1만원~1만3천원 미만이 28%로 가장 많았음.
- 극장 영화 입장권 1인 최적 가격은 9,322원이며, 수용 가격대는 6,291~11,811원으로, 현 1만원 가격은 수용 가격대 범위 내에 있지만, 소비자 관점에서 적정 가격(무차별 가격) 9,258원보다 높고 최적 수요 관점 가격(최적 가격)보다도 높아, 극장 입장권 가격에 대한 부담이 다소 존재하는 것으로 해석됨.
- 극장 매점 팝콘(L)+음료(M2) 콤보 세트의 최적 가격은 8,279원이며, 수용 가격대는 5,799~11,761원으로, 현 8천5백원 가격은 수용 가격대 범위 내에 있고, 소비자 관점에서 적정 가격(무차별 가격) 8,520원과 유사하여, 매점 제품 가격에 대한 부담은 크지 않은 것으로 해석됨.
- 극장 영화 입장권 가격에 영화상영관 입장권 부과금 포함 인지율은 48%이며, ‘영화 입장권 포함 정도(3%) 및 사용처까지’ 인지하는 비율은 12% 수준임. 연령대가 높을수록 영화상영관 입장권 부과금의 영화 입장권 가격 포함 인지율이 증가하는 경향을 보임.
 - 2021년 종료되는 영화상영관 입장권 부과금 징수에 대해 영화 입장권 가격 포함 수준과 관계없이 ‘지속 필요하다’라는 의견이 46%, ‘필요 없다’라는 의견이 21%로, 지속 의견이 우세하며, 영화상영관 입장권 부과금의 적정 비율은 영화표 가격의 2.88%로 조사됨. 대체로 영화상영관 입장권 부과금 징수 지속에 대해 긍정적인 가운데, 특히 13~24세 남녀는 긍정적이며, 40세 이상 남성은 부정적임.
 - 한편 극장 외 유료 영화로의 영화상영관 입장권 부과금 확대에 대한 의견은 ‘불필요’ 41%, ‘필요’ 27%로 부정적인 태도를 보임.
- 적정 영화 상영 시간으로 57%가 ‘90~120분 미만’을 응답했으며, 13~18세는 19세 이상 성인들보다 120~150분 미만을 적정 상영 시간으로 더 많이 인식함.

- 13~18세 청소년 중 10%만이 현 영화 상영 시간(120분)에 대해 피로감을 느끼고 있으며, 영화 상영 시간이 단축되더라도 영화 관람 빈도가 증가할 것이라는 청소년은 13%에 불과함.
- 영화 상영 전/중간 광고 경험률은 '극장에서' 89%, '극장 외에서' 67%로 '극장 영화 광고' 노출이 더 많음. 노출자의 체감 광고 길이는 '극장 광고' 평균 10.1분, '극장 외 영화 광고' 평균 5.7분이었음.
- 극장 영화 광고에 대한 선호도는 '비선호' 49%, '선호' 16%였으며, 극장 외 영화 광고에 대한 선호도는 '비선호' 69%, '선호' 7%로, 영화 상영 전/중간 광고에 대한 선호도는 취약한 상태이며 특히 극장 외 광고에 대해 부정적임.



제3장

주요 조사 결과



I

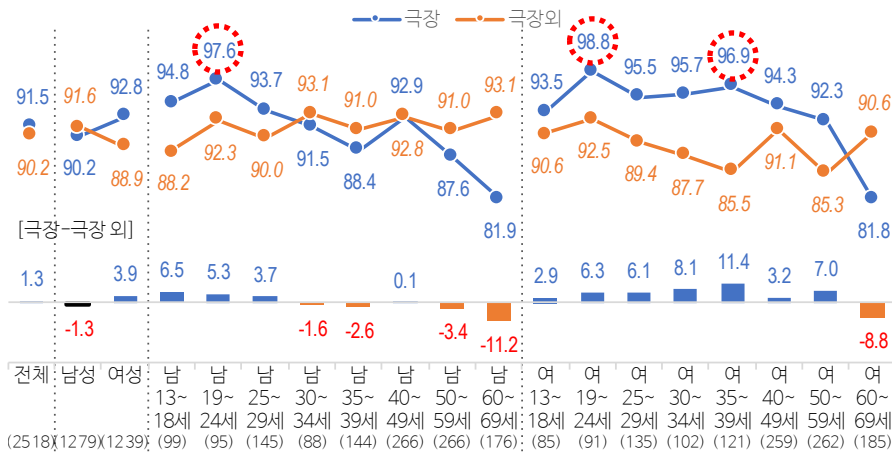
영화 관람 일반 지표

1 영화 관람률⁴⁾

- 2018년 극장 영화 관람률은 91.5%, 극장 외 영화 관람률은 90.2%로 유사함.
- 극장 영화 관람률은 남성보다 여성이 높고, 극장 외 영화 관람률은 여성보다 남성이 높음.
- 연령대가 높을수록 극장 영화 관람률은 낮아지는 경향을 보임.

[그림2] 2018년 영화 관람률

(Base: 전체, N=2518, 단위: %, %p)



문) 귀하는 2018년 1년 동안 총 몇 편의 영화를 보셨습니까?

'극장'에서 본 것과 '그 외(TV, PC, 모바일, OTT 등)'에서 본 것을 구분하여 응답해 주십시오.

- 남성은 극장과 극장 외 영화 관람률이 유사함. 반면 여성은 극장 영화 관람률이 92.8%로 남성보다 높은 편이지만 극장 외 영화 관람률은 88.9%로 남성보다 낮고, 여성의 극장 영화 관람률보다도 낮음.

4) 2018년 영화 관람률: 2018년 한 해 동안 극장 경로 및 극장 외 경로에서 영화 한 편 이상을 관람한 경험자의 비중

- 남성은 19~24세를 정점으로 연령대가 높을수록 극장 영화 관람률이 낮아지는 경향을 보임. 13~29세는 극장 외 영화보다 극장 영화 관람률이 높지만, 30~69세는 극장 외 영화 관람률이 높은 경향을 보임.
- 여성도 19~24세를 정점으로 연령대가 높을수록 극장 영화 관람률이 낮아지는 경향이 있으나 남성보다 그 정도는 약함. 60대 외 모든 연령대에서 극장 영화 관람률이 높음.
- 극장 외 영화 관람률은 지역이나 가구소득, 동거인 수에 따른 차이를 보이지 않음.
- 그러나, 극장 영화는 가구소득이 낮은 월 300만 원 미만 집단과 1~2인 가구에서 상대적으로 낮은 편임.

[표1] 세분집단별 2018년 영화 관람률

(단위: %, %p)

		사례수	극장	극장 외	[극장]-[극장 외]
전 체		(2518)	91.5	90.2	+1.3
권역별	서울	(488)	92.3	90.5	+1.8
	경기/인천권	(785)	92.7	90.5	+2.2
	광역시권	(492)	91.7	89.8	+1.9
	중소도시/군지역	(753)	89.6	90.1	-0.5
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	82.8	87.8	-5.0
	500만원 미만	(908)	93.1	90.0	+3.1
	500만원 이상	(968)	95.8	92.1	+3.6
가구원 수	1~2인	(655)	84.9	88.5	-3.5
	3~4인	(1662)	93.7	90.6	+3.1
	5인 이상	(202)	94.6	92.7	+1.9

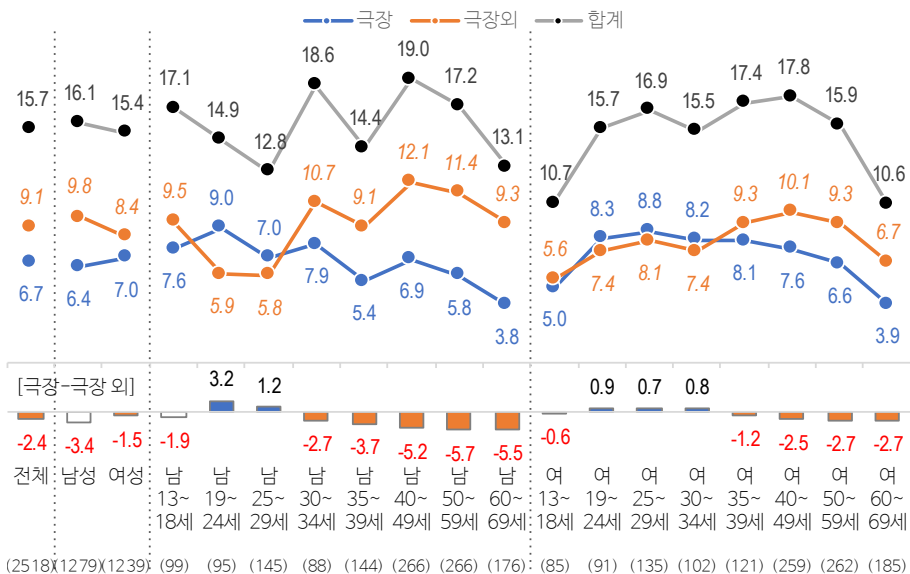
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2 영화 관람 편수

- 2018년 1인당 영화 관람 편수는 극장 영화 6.7편, 극장 외 영화 9.1편으로 총 15.7편임.
- 극장 영화는 여성이 좀 더 많이(+0.6편) 보지만 극장 외 영화는 남성이 더 많이(+1.4편) 봄.
- 30세 이상은 극장 외 영화를 더 많이 보며 19~29세는 극장 영화를 더 많이 봄.

[그림3] 2018년 영화 관람 편수

(Base: 전체, N=2518, 단위: 평균 편수/년)



문] 귀하는 2018년 1년 동안 총 몇 편의 영화를 보셨습니까?

'극장'에서 본 것과 '그 외(TV, PC, 모바일, OTT 등)'에서 본 것을 구분하여 응답해 주십시오.

- 극장 영화는 연령대가 높을수록 관람 편수가 적어지는 경향을 보이지만, 극장 외 영화는 연령대가 높을수록 관람 편수가 많아지는 경향을 보임.
- 극장 영화는 남13~34세, 여19~49세 집단이 많이 보며, 극장 외 영화는 남40~59세, 남30~34세, 여40~49세가 많이 봄.
- 영화 전체로 보면 남13~18세, 남30~34세, 남40~59세, 여25~29세, 여35~49세가 많이 봄.
- 극장 외 영화보다 극장 영화를 많이 보는 세대는 남19~29세, 여19~34세임.

- 영화 관람률과 달리 영화 관람 편수는 지역별 차이를 보임.
서울, 경기/인천, 광역시, 중소도시/군지역으로 갈수록 극장 영화 관람 편수가 줄어들.
극장 외 영화는 이런 경향이 나타나지 않음.
- 가구소득 수준이 높을수록 극장 영화, 극장 외 영화 모두 관람 편수가 증가하는 경향을 보임.
- 가구원 수가 많을수록 역시 극장 영화, 극장 외 영화 모두 관람 편수가 증가하는 경향을 보임.
- 영화 소비는 가구소득 및 가구원 수에 비례하는 경향을 보이지만 극장 영화 소비는 수도권과 지방으로 양분되는 경향을 보임.

[표2] 세분집단별 2018년 영화 관람 편수

(단위: 평균 편수/년)

		사례수	극장	극장 외	합계	[극장]-[극장 외]
전 체		(2518)	6.7	9.1	15.7	-2.4
권역별	서울	(488)	7.6	9.3	17.0	-1.7
	경기/인천권	(785)	7.2	8.6	15.9	-1.4
	광역시권	(492)	6.9	9.1	16.1	-2.2
	중소도시/군지역	(753)	5.3	9.4	14.6	-4.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	4.9	6.9	11.8	-2.0
	500만원 미만	(908)	6.0	9.0	15.0	-3.0
	500만원 이상	(968)	8.4	10.6	19.0	-2.2
가구원 수	1~2인	(655)	5.7	8.9	14.6	-3.2
	3~4인	(1662)	6.9	9.1	16.0	-2.2
	5인 이상	(202)	7.4	9.6	17.1	-2.2

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

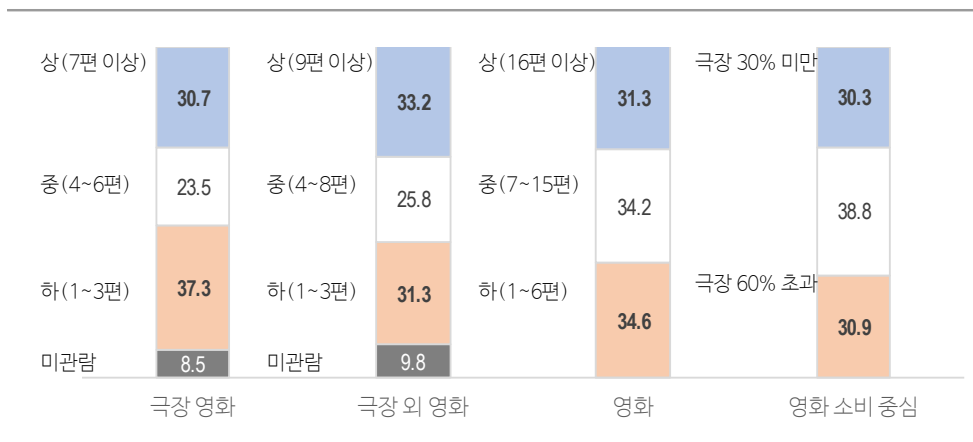
3 영화 소비 정도에 따른 집단 특성

1) 집단의 구분

- 2018년 극장, 극장 외 영화 관람 편수 기준으로 상위 30%를 상위 집단, 미관람과 별도로 하위 30%를 하위 집단으로 구분함.
- 극장 영화 상위 집단은 7편 이상 관람자였으며 하위 집단은 3편 이하 관람자였음.
극장 외 영화 상위 집단은 9편 이상, 하위 집단은 3편 이하 관람자였음.
전체 영화 상위 집단은 16편 이상, 하위 집단은 6편 이하 관람자였음.
- 또한 각 응답자별로 전체 영화 관람 편 수 중 극장 영화의 비중을 기준으로 상위 30% 수준을 ‘극장 중심 관람자’로, 하위 30%를 ‘극장 외 관람 중심 관람자’로 구분함.
극장 중심 관람자는 극장 영화가 60% 초과하는 관람자였으며, 극장 외 중심 관람자는 극장 영화가 30% 미만인 관람자였음.

[그림4] 2018년 영화 고객 분류

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)

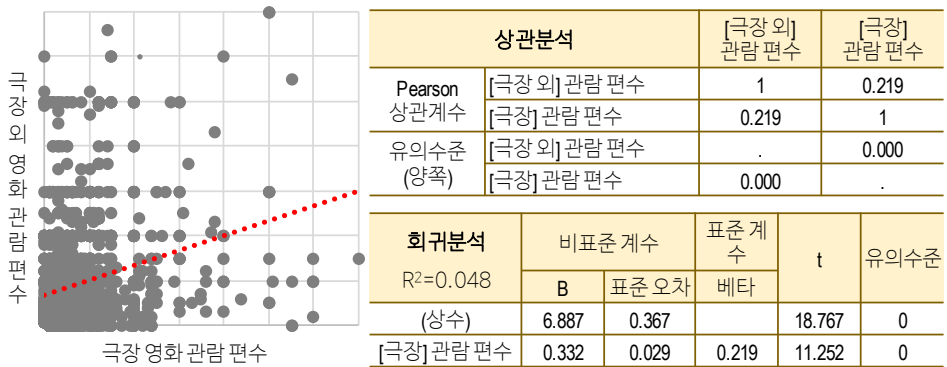


2) 극장 영화와 극장 외 영화 관람 편수 상관 분석

- 2018년 극장 영화와 극장 외 영화 관람 편수 간 상관 계수는 +0.219로 신뢰수준 99%에서 유의한 것으로 나타남.
- 극장 외 영화 관람 편수를 종속변수로 하고, 극장 영화 관람 편수를 독립변수로 한 회귀분석결과, 결정계수(R^2) 0.048, 회귀식은 $y=6.887+0.332x$ 로 분석됨.

[그림5] 극장과 극장 외 영화 관람 편수 상관 분석

(Base: 전체, N=2518)



3) 극장 영화 상위 집단의 특성

- 극장 영화 상위 소비자는 25~29세 특히 여25~29세에서 상대적으로 많이 나타남.
- 서울 거주, 월 500만 원 이상 소득 가구의 특징을 보임.

[표3] 2018년 극장 영화 소비 집단 개요

(단위: %)

		전체	상 (7편 이상)	중 (4~6편)	하 (1~3편)	미관람
사례수		(2518)	(774)	(592)	(938)	(214)
성별	남성	50.8	49.0	49.2	51.5	58.3
	여성	49.2	51.0	50.8	48.5	41.7
연령별	13~18세	7.3	7.0	9.1	6.8	5.0
	19~24세	7.4	8.8	9.2	6.4	1.5
	25~29세	11.1	15.8	11.7	7.8	7.1
	30~34세	7.5	9.4	8.0	6.1	5.5
	35~39세	10.5	10.4	8.7	12.0	9.6
	40~49세	20.9	21.1	21.6	21.4	15.8
	50~59세	21.0	21.3	21.3	19.6	24.9
	60~69세	14.3	6.3	10.4	19.8	30.6
성·연령별	남13~18세	3.9	4.5	4.8	3.2	2.4
	남19~24세	3.8	4.1	4.1	4.0	1.1
	남25~29세	5.7	6.9	6.4	4.7	4.3
	남30~34세	3.5	4.2	3.7	2.8	3.5
	남35~39세	5.7	5.5	4.3	6.4	7.8
	남40~49세	10.6	11.6	10.3	10.3	8.9
	남50~59세	10.6	9.6	10.8	10.1	15.5
	남60~69세	7.0	2.7	4.8	10.1	14.9
	여13~18세	3.4	2.6	4.3	3.6	2.6
	여19~24세	3.6	4.7	5.1	2.4	0.5
	여25~29세	5.4	8.9	5.3	3.1	2.9
	여30~34세	4.0	5.2	4.3	3.3	2.0
	여35~39세	4.8	4.9	4.4	5.6	1.7
	여40~49세	10.3	9.5	11.3	11.2	6.9
	여50~59세	10.4	11.7	10.5	9.5	9.4
	여60~69세	7.3	3.5	5.6	9.7	15.7
권역별	서울	19.4	25.4	16.9	16.5	17.6
	경기/인천권	31.2	32.5	32.6	30.3	26.7
	광역시권	19.5	18.6	21.1	19.4	19.1
	중소도시/군지역	29.9	23.6	29.5	33.9	36.7
월평균 가구소득	300만원 미만	25.5	14.9	20.2	31.6	51.6
	500만원 미만	36.1	31.9	39.7	38.8	29.2
	500만원 이상	38.5	53.2	40.1	29.6	19.1
가구원 수	1~2인	26.0	20.5	21.2	29.0	46.1
	3~4인	66.0	68.7	70.4	64.8	48.8
	5인 이상	8.0	10.7	8.4	6.1	5.1

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

4) 극장 외 영화 상위 집단의 특성

- 극장 외 영화 상위 소비자는 남성, 40대, 특히 남성 40~50대에서 상대적으로 많이 나타남.
- 월 500만 원 이상 소득 가구의 특징을 보임.

[표4] 2018년 극장 외 영화 소비 집단 개요

(단위: %)

		전체	상 (9편 이상)	중 (4~8편)	하 (1~3편)	미관람
사례수		(2518)	(835)	(650)	(787)	(246)
성별	남성	50.8	56.3	48.6	48.9	43.8
	여성	49.2	43.7	51.4	51.1	56.2
연령별	13~18세	7.3	5.4	7.1	9.2	8.0
	19~24세	7.4	4.7	10.8	7.9	5.7
	25~29세	11.1	9.9	12.0	11.5	11.7
	30~34세	7.5	6.9	6.8	8.8	7.6
	35~39세	10.5	11.4	10.1	9.3	12.4
	40~49세	20.9	26.9	19.6	16.7	17.2
	50~59세	21.0	23.5	18.1	19.3	25.4
	60~69세	14.3	11.3	15.6	17.3	12.0
성·연령별	남13~18세	3.9	3.7	3.2	4.6	4.7
	남19~24세	3.8	1.7	6.0	4.4	3.0
	남25~29세	5.7	3.7	6.3	7.5	5.9
	남30~34세	3.5	3.8	3.6	3.5	2.4
	남35~39세	5.7	6.6	5.6	5.0	5.3
	남40~49세	10.6	16.0	9.3	6.7	7.8
	남50~59세	10.6	14.2	7.6	9.4	9.8
	남60~69세	7.0	6.7	7.0	8.0	5.0
	여13~18세	3.4	1.8	3.9	4.7	3.2
	여19~24세	3.6	3.0	4.8	3.5	2.8
	여25~29세	5.4	6.2	5.7	4.1	5.8
	여30~34세	4.0	3.1	3.2	5.3	5.1
	여35~39세	4.8	4.8	4.4	4.3	7.1
	여40~49세	10.3	10.9	10.2	10.0	9.4
	여50~59세	10.4	9.3	10.5	9.9	15.6
	여60~69세	7.3	4.6	8.6	9.3	7.0
권역별	서울	19.4	20.6	19.6	18.1	18.8
	경기/인천권	31.2	31.0	33.4	29.8	30.4
	광역시권	19.5	18.6	18.5	21.1	20.4
	중소도시/군지역	29.9	29.9	28.5	31.0	30.4
월평균 가구소득	300만원 미만	25.5	18.2	27.2	29.8	31.9
	500만원 미만	36.1	35.5	36.4	36.1	37.1
	500만원 이상	38.5	46.4	36.4	34.1	31.0
가구원 수	1~2인	26.0	22.6	26.4	27.8	30.7
	3~4인	66.0	67.5	66.5	64.7	63.3
	5인 이상	8.0	9.8	7.0	7.5	6.0

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(푸른색) 또는 약한(붉은색) 칸임.

5) 영화 상위 집단의 특성

- 영화 상위 소비자는 극장 외 영화 소비자와 유사하게 남성 40~50대에서 상대적으로 많이 나타나며, 월 500만 원 이상 소득 가구의 특징을 보임.

[표5] 2018년 영화 소비 집단 개요

(단위: %)

		전체	상 (16편 이상)	중 (7~15편)	하 (1~6편)
사례수		(2518)	(787)	(861)	(870)
성별	남성	50.8	53.3	48.5	50.7
	여성	49.2	46.7	51.5	49.3
연령별	13~18세	7.3	6.2	7.5	8.0
	19~24세	7.4	7.1	8.4	6.6
	25~29세	11.1	11.8	12.8	8.9
	30~34세	7.5	7.1	8.9	6.6
	35~39세	10.5	11.0	9.5	11.1
	40~49세	20.9	24.8	20.1	18.1
	50~59세	21.0	23.1	20.0	19.9
	60~69세	14.3	8.8	12.8	20.9
성·연령별	남13~18세	3.9	4.0	3.9	3.8
	남19~24세	3.8	3.1	3.7	4.4
	남25~29세	5.7	4.9	6.8	5.5
	남30~34세	3.5	3.0	4.5	3.0
	남35~39세	5.7	6.1	4.8	6.3
	남40~49세	10.6	14.9	9.3	7.9
	남50~59세	10.6	12.6	9.2	10.1
	남60~69세	7.0	4.7	6.3	9.7
	여13~18세	3.4	2.2	3.6	4.1
	여19~24세	3.6	4.0	4.7	2.2
	여25~29세	5.4	6.9	6.0	3.4
	여30~34세	4.0	4.1	4.4	3.6
	여35~39세	4.8	4.9	4.6	4.8
	여40~49세	10.3	9.9	10.8	10.1
	여50~59세	10.4	10.6	10.8	9.8
	여60~69세	7.3	4.0	6.5	11.2
권역별	서울	19.4	22.3	19.1	17.0
	경기/인천권	31.2	32.4	30.2	31.0
	광역시권	19.5	18.6	19.8	20.0
	중소도시/군지역	29.9	26.6	30.9	31.9
월평균 가구소득	300만원 미만	25.5	15.9	23.3	36.3
	500만원 미만	36.1	33.9	38.1	36.0
	500만원 이상	38.5	50.2	38.6	27.7
가구원 수	1~2인	26.0	21.9	23.9	31.9
	3~4인	66.0	68.1	68.0	62.1
	5인 이상	8.0	10.0	8.1	6.0

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

6) 극장 영화 중심 및 극장 외 영화 중심 집단의 특성

- 남성은 극장 외 중심 관람자가 많고, 여성은 극장 중심 관람자가 많음.
- 극장 중심 관람자는 남25~29세, 여30~34세, 여50~59세에서, 극장 외 관람자는 남40~59세, 남녀60대, 월 300만 원 미만 소득 가구, 1~2인 가구의 특징을 보임.

[표6] 2018년 영화 소비 성향 집단 개요

(단위: %)

		전체	극장 중심 관람자	평균/보통	극장 외 중심 관람자
사례수		(2518)	(777)	(977)	(764)
성별	남성	50.8	46.3	49.8	56.6
	여성	49.2	53.7	50.2	43.4
연령별	13~18세	7.3	9.7	6.1	6.3
	19~24세	7.4	9.3	9.0	3.4
	25~29세	11.1	14.8	11.9	6.4
	30~34세	7.5	10.1	7.0	5.6
	35~39세	10.5	9.5	11.1	10.9
	40~49세	20.9	16.9	22.5	22.9
	50~59세	21.0	21.6	18.8	23.0
	60~69세	14.3	8.1	13.7	21.5
성·연령별	남13~18세	3.9	5.8	3.1	3.1
	남19~24세	3.8	4.4	5.0	1.6
	남25~29세	5.7	8.5	5.7	3.0
	남30~34세	3.5	4.0	3.4	3.1
	남35~39세	5.7	4.3	6.0	6.9
	남40~49세	10.6	7.7	11.2	12.7
	남50~59세	10.6	8.2	9.4	14.4
	남60~69세	7.0	3.4	6.2	11.7
	여13~18세	3.4	3.9	3.0	3.2
	여19~24세	3.6	4.9	4.0	1.9
	여25~29세	5.4	6.3	6.2	3.4
	여30~34세	4.0	6.1	3.7	2.4
	여35~39세	4.8	5.2	5.1	4.0
	여40~49세	10.3	9.2	11.3	10.2
	여50~59세	10.4	13.4	9.4	8.6
	여60~69세	7.3	4.7	7.5	9.8
권역별	서울	19.4	21.2	19.3	17.7
	경기/인천권	31.2	32.4	31.3	29.8
	광역시권	19.5	20.3	19.5	18.8
	중소도시/군지역	29.9	26.2	29.9	33.7
월평균 가구소득	300만원 미만	25.5	22.5	22.0	33.0
	500만원 미만	36.1	36.5	35.8	36.0
	500만원 이상	38.5	41.1	42.2	31.0
가구원 수	1~2인	26.0	22.7	24.2	31.7
	3~4인	66.0	68.7	67.5	61.3
	5인 이상	8.0	8.5	8.4	7.0

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

PART

제3장 주요 조사 결과

III

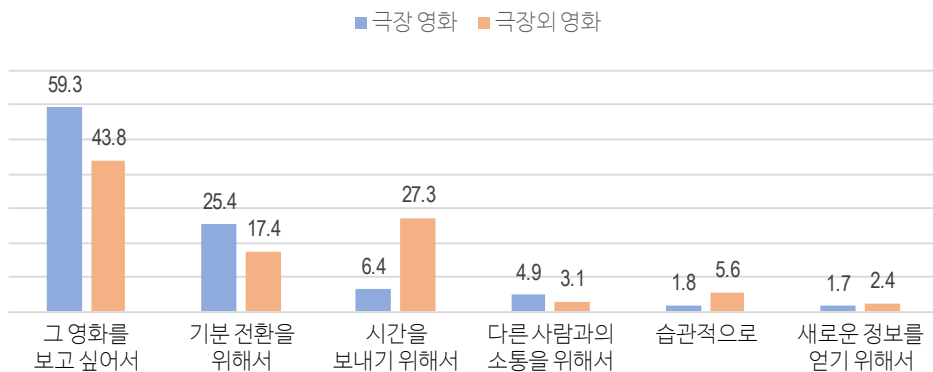
영화 선택 요인

1 영화 관람 계기

- 영화 관람 계기는 영화 콘텐츠 자체의 매력(그 영화를 보고 싶어서, 극장 59%, 극장 외 44%) 때문이라는 응답이 지배적임. 다음으로 극장 영화는 ‘기분 전환을 위해’(25%), 극장 외 영화는 ‘시간을 보내기 위해’(27%) 영화를 관람함.
- 극장 영화든 극장 외 영화든 해당 경로에서 영화를 많이 볼수록 영화 콘텐츠 자체의 매력 때문에 찾는 경향을 보임.
- 수도권 거주자는 지방 대비 ‘그 영화가 보고 싶어서’ 극장 영화를 보고, 지방 거주자는 수도권 대비 ‘시간 보내기’로 극장 외 영화를 찾음.

[그림6] 영화 관람 계기

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문] 귀하께서 ‘극장’과 ‘극장 외’에서 영화를 보시는 이유는 무엇입니까?

1) 극장 영화 관람 계기

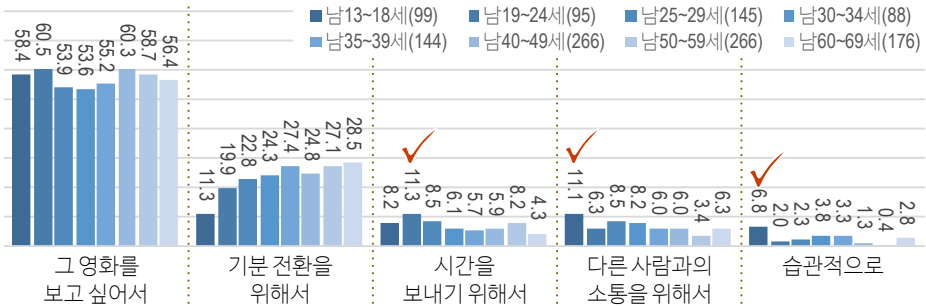
- 남성은 연령대가 높을수록 ‘기분 전환을 위해’ 극장 영화를 관람하는 경향을 보임. 타 세대보다 13~18세 남성은 ‘다른 사람과의 소통을 위해’, ‘습관적으로’ 극장 영화를 보며, 19~24세 남성은 ‘시간을 보내기 위해’ 극장 영화를 봄.

- 여성 19~29세와 50~59세는 타 세대보다 ‘그 영화를 보고 싶어서’ 극장 영화를 봄.
여성은 연령대가 낮을수록 ‘시간을 보내기 위해’ 극장 영화를 찾는 경향이 있음.

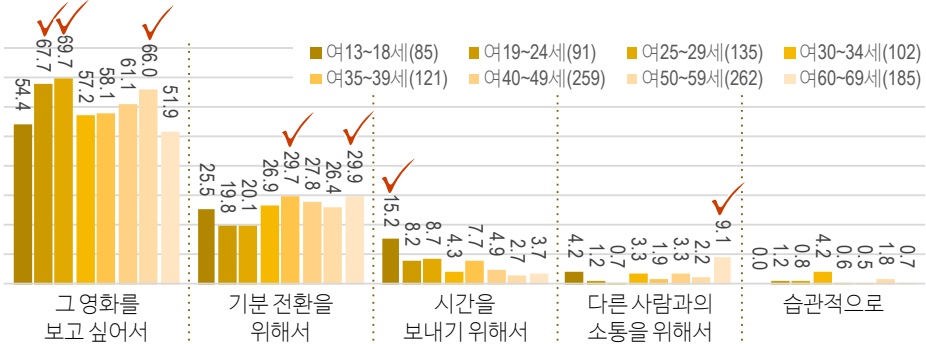
[그림기] 성별, 연령별 극장 영화 관람 계기

(Base: 전체, 단위: %)

【남성】



【여성】



문] 귀하께서 ‘극장’과 ‘극장 외’에서 영화를 보시는 이유는 무엇입니까?

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 ‘그 영화를 보고 싶어서’ 극장 영화를 보는 경향을 보임. 특히 2018년 4편 이상 극장 영화 관람자가 영화 콘텐츠 자체의 매력 때문에 극장 영화를 봄.
- 극장 영화 미관람자는 관람자보다 ‘기분 전환’ 또는 ‘시간 보내기’로 극장 영화를 봄.
- 극장 영화를 중심으로 보는 소비자는 ‘그 영화를 보고 싶어서’ 극장 영화를 보지만, 극장 외 영화를 중심으로 보는 소비자는 ‘기분 전환을 위해’ 극장 영화를 봄.

- 수도권(서울/인천/경기) 거주자는 지방 거주자보다 ‘그 영화를 보고 싶어서’ 극장 영화를 찾는 비율이 상대적으로 높음.

[표기] 세분집단별 극장 영화 관람 계기

(단위: %)

		사례수	그 영화를 보고 싶어서	기분 전환을 위해서	시간을 보내기 위해서	다른 사람과 소통을 위해서	습관적으로
전 체		(2518)	59.3	25.4	6.4	4.9	1.8
권역별	서울	(488)	60.2	24.9	5.3	4.9	2.1
	경기/인천권	(785)	63.0	24.3	4.6	4.9	1.4
	광역시권	(492)	54.7	26.9	8.2	5.8	2.2
	중소도시/군지역	(753)	57.8	25.7	8.0	4.3	1.7
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	54.4	25.8	7.7	6.0	2.6
	500만원 미만	(908)	60.4	25.1	7.5	3.5	1.8
	500만원 이상	(968)	61.6	25.3	4.7	5.4	1.1
가구원 수	1~2인	(655)	60.6	24.5	6.2	4.1	2.2
	3~4인	(1662)	57.9	26.6	6.5	5.2	1.6
	5인 이상	(202)	66.4	18.1	7.2	4.7	1.8
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	66.7	21.7	4.0	3.9	2.4
	중 (4~6편)	(592)	63.8	23.4	6.2	4.2	1.5
	하 (3편 이하)	(938)	54.0	28.3	7.7	5.5	1.5
	미관람	(214)	43.5	31.3	10.5	8.0	1.1
영화 관람 정도	상 (16편 이상)	(787)	63.3	24.1	4.4	5.0	1.5
	중 (7~15편)	(861)	62.9	24.2	5.5	4.1	2.0
	하 (6편 이하)	(870)	52.1	27.7	9.3	5.6	1.8
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	54.6	28.5	7.3	5.9	0.5
	보통	(977)	60.1	25.4	5.4	4.4	2.3
	극장 중심	(777)	62.9	22.3	6.9	4.5	2.2

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

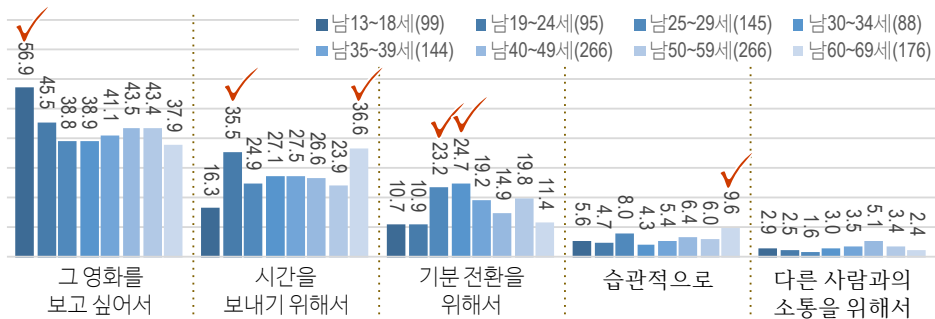
2) 극장 외 영화 관람 계기

- 타 세대보다 상대적으로 13~18세 남성은 ‘그 영화를 보고 싶어서’, 극장 외 영화를 보며, 19~24세 남성과 60대 남성은 ‘시간을 보내기 위해’, 25~34세 남성은 ‘기분 전환을 위해’ 극장 외 영화를 봄.
- 타 세대보다 상대적으로 13~18세 여성과 40대 여성은 ‘그 영화를 보고 싶어서’, 25~29세 여성은 ‘시간을 보내기 위해’, 19~24세 여성, 35~39세 여성, 50대 여성은 ‘기분 전환을 위해’ 극장 외 영화를 봄.

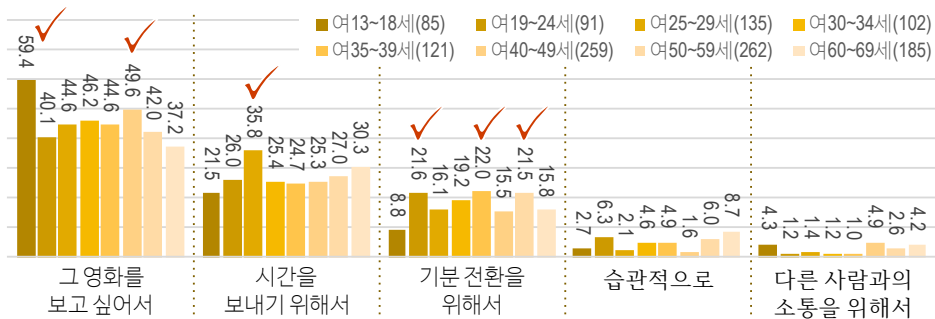
[그림8] 성별, 연령별 극장 외 영화 관람 계기

(Base: 전체, 단위: %)

[남성]



[여성]



문] 귀하께서 ‘극장’과 ‘극장 외’에서 영화를 보시는 이유는 무엇입니까?

- 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 ‘그 영화를 보고 싶어서’ 극장 외 영화를 보는 경향을 보임. 특히 2018년 4편 이상 극장 외 영화 관람자가 영화 콘텐츠 자체의 매력 때문에 극장 영화를 봄.

- 극장 외 영화 미관람자는 관람자 보다 ‘기본 전환’으로 극장 외 영화를 봄.
- 지방 거주자가 수도권 거주자보다 ‘시간 보내기’로 극장 외 영화를 보는 경향을 보임.
- 가구소득이 높을수록, 동거 가구원 수가 많을수록 ‘그 영화를 보고 싶어서’, 가구소득이 적을수록, 가구원 수가 적을수록 ‘시간 보내기 위해’ 극장 외 영화를 보는 경향을 보임.

[표8] 세분집단별 극장 외 영화 관람 계기

(단위: %)

		사례수	그 영화를 보고 싶어서	시간을 보내기 위해서	기본 전환을 위해서	습관적으로	다른 사람과 소통을 위해서
전 체		(2518)	43.8	27.3	17.4	5.6	3.1
권역별	서울	(488)	43.3	21.8	18.4	6.5	5.0
	경기/인천권	(785)	45.8	26.7	18.3	4.2	3.7
	광역시권	(492)	43.0	30.9	17.0	4.4	2.3
	중소도시/군지역	(753)	42.5	29.0	15.9	7.2	1.8
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	41.6	28.0	17.6	6.4	2.8
	500만원 미만	(908)	43.1	27.5	17.1	6.4	2.8
	500만원 이상	(968)	45.8	26.6	17.4	4.3	3.7
가구원 수	1~2인	(655)	40.4	29.6	16.8	7.5	3.3
	3~4인	(1662)	44.4	26.7	17.8	4.9	3.0
	5인 이상	(202)	49.2	23.9	15.7	5.4	3.1
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	46.0	26.4	16.0	7.4	2.2
	중 (4~8편)	(650)	46.8	24.6	17.1	5.1	3.7
	하 (3편 이하)	(787)	41.6	29.3	17.5	4.2	3.3
	미관람	(246)	34.7	30.2	21.9	5.0	4.1
영화 관람 정도	상 (16편 이상)	(787)	45.9	26.1	16.7	6.7	2.4
	중 (7~15편)	(861)	44.3	28.1	17.2	5.2	3.0
	하 (6편 이하)	(870)	41.2	27.4	18.1	5.0	3.8
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	46.9	26.4	16.6	6.8	1.3
	보통	(977)	44.4	26.1	16.9	5.8	4.2
	극장 중심	(777)	39.9	29.6	18.7	4.1	3.4

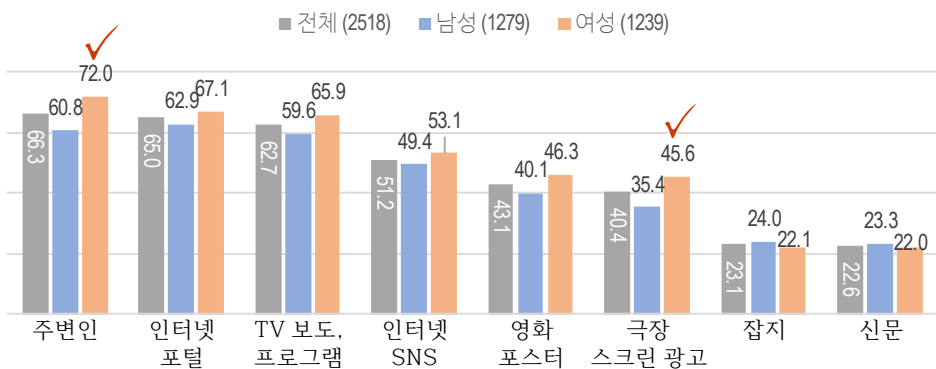
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2 영화 정보 검색 경로

- 영화 정보 검색 경로로 ‘주변인’, ‘인터넷포털’, ‘TV보도/프로그램’ 등이 주로 고려되고 있음.
- 대부분의 경로에서 남성보다 여성이 높은 고려율을 보이는 가운데, 특히 ‘주변인’과 ‘극장 스크린 광고’를 더 많이 고려하고 있음.

[그림9] 영화 정보 검색 경로 고려율

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

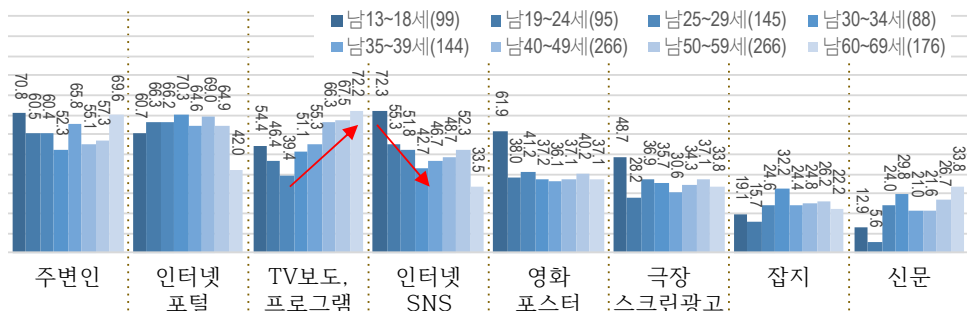


문] 귀하는 영화 선택을 위한 정보를 얻을 때, 다음 경로들을 어느 정도 고려하십니까?

- 13~18세 남성은 ‘주변인’ 및 ‘인터넷 SNS’ 등 구전 경로와 함께 ‘영화 포스터’ 및 ‘극장 스크린 광고’ 등 현장 매체의 영향을 많이 받음.
- 19~29세 남성은 ‘인터넷 포털’, ‘주변인’, ‘인터넷 SNS’ 등 구전 영향을 많이 받음.
- 30세 이상 남성은 연령대가 높을수록 ‘TV 보도, 프로그램’ 영향을 많이 받음.

[그림10] 남성 연령대별 영화 정보 검색 경로 고려율

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

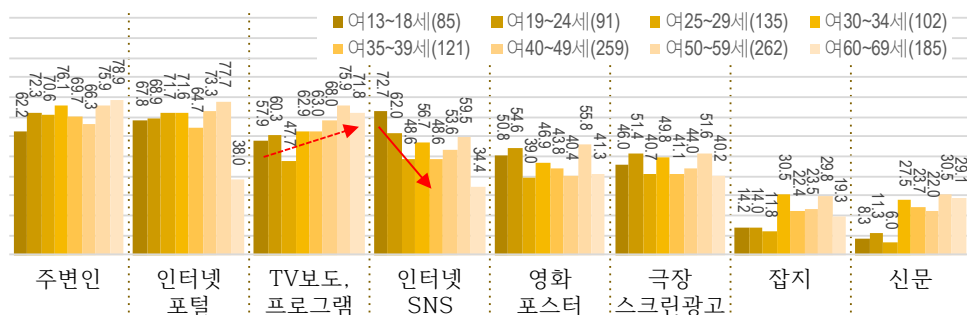


문] 귀하는 영화 선택을 위한 정보를 얻을 때, 다음 경로들을 어느 정도 고려하십니까?

- 13~18세, 19~24세 여성은 ‘인터넷 SNS’ 또는 ‘주변인’ 등 구전 경로와 함께 ‘영화 포스터’ 및 ‘극장 스크린 광고’ 등 현장 매체의 영향을 많이 받음.
- 25~29세, 30~34세 여성은 ‘주변인’과 ‘인터넷 포털’을 많이 검색 고려하지만, 30~34세 여성은 추가로 ‘잡지’, ‘신문’도 많이 고려함.
- 여성도 연령대가 높을수록 ‘TV 보도, 프로그램’ 영향을 많이 받음.

[그림11] 여성 연령대별 영화 정보 검색 경로 고려율

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하는 영화 선택을 위한 정보를 얻을 때, 다음 경로들을 어느 정도 고려하십니까?

[표9] 세분집단별 영화 정보 검색 경로 고려율

(단위: Top2%)

		사례수	주변인	인터넷 포털	TV	인터넷 SNS	영화 포스터	극장 스크린 광고	잡지	신문
전 체		(2518)	66.3	65.0	62.7	51.2	43.1	40.4	23.1	22.6
권역별	서울	(488)	70.4	65.8	57.7	51.4	41.9	44.6	25.2	23.1
	경기/인천권	(785)	66.0	65.9	66.2	52.5	45.1	41.6	21.5	20.0
	광역시권	(492)	65.3	67.6	62.8	51.0	44.4	40.7	27.2	28.0
	중소도시/군지역	(753)	64.6	61.7	62.3	49.9	41.1	36.2	20.7	21.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	58.2	57.0	57.3	44.1	41.0	33.9	18.2	18.8
	500만원 미만	(908)	66.0	64.5	62.2	49.5	43.6	43.6	22.6	22.0
	500만원 이상	(968)	71.9	70.6	66.8	57.6	44.1	41.7	26.7	25.9
가구원 수	1~2인	(655)	64.7	56.9	60.0	40.5	37.2	36.2	16.7	20.7
	3~4인	(1662)	67.2	68.3	63.3	54.3	44.2	41.5	25.4	23.6
	5인 이상	(202)	64.3	63.7	67.0	60.2	53.4	45.8	24.4	21.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	71.6	72.9	66.3	62.3	49.4	50.6	30.1	25.8
	중 (4~6편)	(592)	66.2	67.7	61.1	50.1	44.3	36.1	20.3	21.2
	하 (3편 이하)	(938)	63.5	59.6	61.3	45.4	39.7	37.7	20.9	22.1
	미관람	(214)	59.8	52.2	60.4	39.9	32.0	27.5	14.8	17.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	67.1	71.7	66.6	56.7	45.3	43.1	28.0	26.7
	중 (4~8편)	(650)	70.7	69.8	65.2	52.5	47.6	43.6	24.0	22.2
	하 (3편 이하)	(787)	64.7	56.6	58.5	48.1	39.5	36.4	20.5	20.2
	미관람	(246)	57.0	56.1	56.1	39.5	35.5	35.9	12.3	18.1
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	65.8	63.1	66.1	46.9	38.9	36.0	19.5	21.6
	보통	(977)	67.7	68.4	63.2	53.4	45.9	42.1	27.4	25.1
	극장 중심	(777)	65.0	62.4	58.7	52.7	43.8	42.6	21.1	20.6

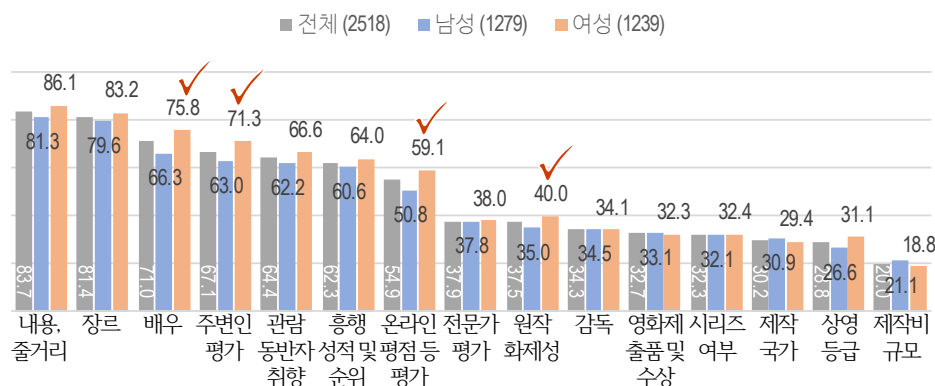
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

3 영화 선택 요인

- 영화 선택 시 ‘내용/줄거리’와 ‘장르’를 가장 많이 고려함.
- 그다음으로 ‘배우’, ‘주변인 평가’, ‘관람 동반자의 취향’, ‘흥행 성적/순위’, ‘온라인 평점/평가’ 순으로 고려됨.

[그림12] 영화 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



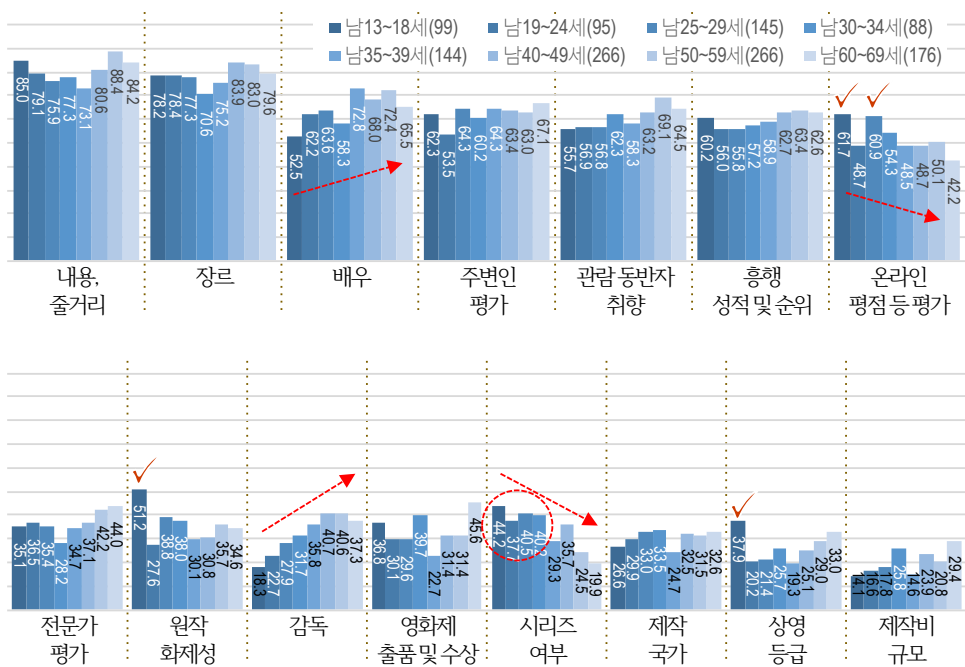
문] 귀하는 영화를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 외부의 평가/평판 요인은 ‘주변인 평가’, ‘온라인 평점/평가’, ‘전문가 평가’, ‘영화제 출품 및 수상’ 순으로 많이 고려되고 있어, 영화 선택에 있어 구전 효과가 중요하다는 것을 다시 확인할 수 있음.
- 대부분 요인에서 남성보다 여성의 고려율이 높은 가운데, 특히 ‘배우’, ‘주변인 평가’, ‘온라인 평점/평가’, ‘원작 화제성’ 등을 남성보다 더 많이 고려함.

- 남성은 연령대가 높을수록 ‘배우’와 ‘감독’을 고려하는 비중이 높아지지만, ‘온라인 평점/평가’와 ‘시리즈 여부’의 고려율을 낮아짐.
- 13~18세 남성은 ‘온라인 평점/평가’, ‘원작의 화제성’, ‘시리즈 여부’, ‘상영등급’ 등을 다른 세대 대비 많이 고려함.
- ‘시리즈 여부’는 13~34세 남성에서 특히 많이 고려되고 있음.

[그림13] 남성 연령대별 영화 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

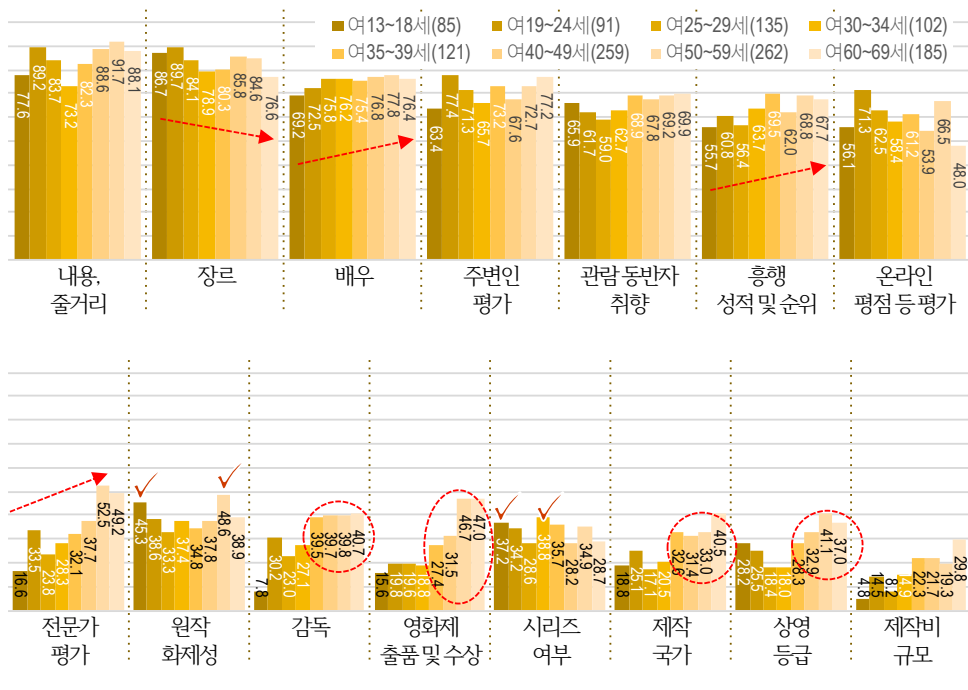


문] 귀하는 영화를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 여성은 연령대가 높을수록 ‘배우’와 ‘흥행 성적/순위’, ‘전문가 평가’를 고려하는 비중이 높아지지만, ‘장르’의 고려율을 낮아짐.
- 35세 이상은 34세 이하보다 ‘영화제 출품/수상’, ‘감독’, ‘제작국가’, ‘상영등급’을 더 고려하는 특성을 보임.

[그림14] 여성 연령대별 영화 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하는 영화를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 극장 영화 상위 이용자는 상대적으로 ‘배우’, ‘동반자 취향’, ‘온라인 평점/평가’, ‘원작 화제성’, ‘감독’, ‘시리즈 여부’, ‘제작국가’, ‘제작비 규모’를 더 고려함.
- 극장 외 영화 상위 이용자는 상대적으로 ‘배우’, ‘감독’, ‘시리즈 여부’, ‘제작국가’를 더 고려함.

[표10] 세분집단별 영화 선택 요인

(단위: Top2%)

		사례수	내용, 줄거리	장르	배우	주변인 평가	관람 동반자 취향	흥행성적 /순위	온라인 평점/평가
전 체		(2518)	83.7	81.4	71.0	67.1	64.4	62.3	54.9
권역별	서울	(488)	78.5	78.1	71.7	66.9	65.8	61.9	56.3
	경기/인천권	(785)	86.9	83.4	72.5	65.3	68.4	62.1	56.3
	광역시권	(492)	83.9	84.7	69.7	70.2	63.3	64.3	58.6
	중소도시/군지역	(753)	83.4	79.3	69.9	67.0	59.9	61.4	50.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	80.6	78.0	65.8	58.8	55.7	54.4	46.3
	500만원 미만	(908)	84.3	80.8	69.9	67.1	64.9	65.0	55.1
	500만원 이상	(968)	85.1	84.3	75.5	72.5	69.6	64.9	60.5
가구원 수	1~2인	(655)	82.8	78.9	70.9	64.8	59.1	61.1	50.7
	3~4인	(1662)	84.2	82.6	71.1	68.2	66.2	63.2	56.6
	5인 이상	(202)	82.2	79.6	70.1	65.1	66.6	58.0	55.3
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	86.3	84.1	80.5	69.5	68.7	64.8	62.5
	중 (4~6편)	(592)	82.7	82.8	70.8	70.4	66.5	65.8	57.0
	하 (3편 이하)	(938)	82.9	79.0	64.4	64.6	60.7	60.7	49.7
	미관람	(214)	80.2	78.2	66.3	59.8	58.6	50.4	44.4
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	86.6	84.0	78.5	69.7	68.3	64.3	57.3
	중 (4~8편)	(650)	85.9	84.3	69.6	69.3	64.4	65.0	58.4
	하 (3편 이하)	(787)	79.8	77.9	66.8	65.6	62.3	60.0	52.2
	미관람	(246)	80.3	76.0	62.5	56.7	57.5	55.5	46.1
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	85.9	83.1	71.8	67.2	63.5	60.8	51.2
	보통	(977)	82.1	82.3	71.9	67.0	66.3	63.6	57.2
	극장 중심	(777)	83.5	78.7	69.1	67.2	62.8	61.9	55.8

		사례수	전문가 평가	원작 화제성	감독	영화제 출품 /수상	시리즈 여부	제작 국가	상영 등급	제작비 규모
전 체		(2518)	37.9	37.5	34.3	32.7	32.3	30.2	28.8	20.0
권역별	서울	(488)	40.5	39.5	38.1	39.4	31.1	34.0	27.4	25.1
	경기/인천권	(785)	36.6	37.6	35.5	29.0	34.6	28.7	28.1	19.6
	광역시권	(492)	39.7	39.5	32.3	36.5	32.9	30.2	33.3	23.3
	중소도시/군지역	(753)	36.4	34.7	32.0	29.8	30.1	29.3	27.5	14.8
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	31.6	32.4	28.5	29.4	28.4	27.8	25.3	18.3
	500만원 미만	(908)	37.7	35.8	34.2	33.6	35.6	30.4	30.0	20.2
	500만원 이상	(968)	42.3	42.4	38.3	34.1	31.6	31.6	30.1	20.8
가구원 수	1~2인	(655)	33.4	32.8	33.2	32.6	30.3	29.6	22.7	17.9
	3~4인	(1662)	39.4	39.2	35.1	32.9	32.8	30.7	31.5	21.5
	5인 이상	(202)	40.3	38.5	31.2	31.6	34.4	28.2	26.1	14.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	40.2	43.6	43.8	34.9	39.9	34.8	30.1	24.4
	중 (4~6편)	(592)	38.0	37.9	32.7	30.5	31.0	28.7	28.4	17.0
	하 (3편 이하)	(938)	37.1	34.3	29.5	33.2	28.6	28.0	29.1	19.2
	미관람	(214)	32.8	28.2	25.7	28.5	24.1	27.0	24.1	15.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	41.2	39.2	43.6	35.5	36.9	34.8	29.5	22.9
	중 (4~8편)	(650)	38.3	37.2	33.2	33.2	32.4	30.5	30.4	16.7
	하 (3편 이하)	(787)	36.3	38.6	28.1	31.1	28.6	26.6	26.7	20.9
	미관람	(246)	30.9	28.6	25.6	27.4	27.8	25.1	29.1	15.5
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	35.8	33.5	33.6	31.4	28.8	29.7	27.1	17.8
	보통	(977)	41.7	39.9	37.4	36.0	34.6	33.5	29.9	22.1
	극장 중심	(777)	35.2	38.2	31.2	30.0	32.7	26.5	29.1	19.4

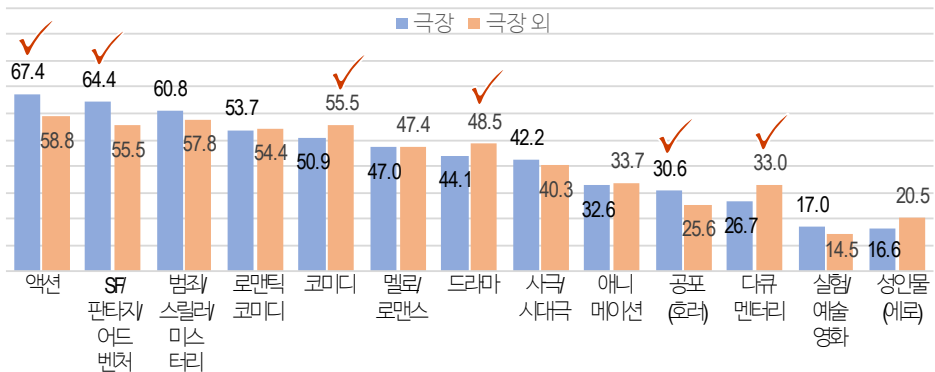
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

4 영화 장르 선호도

- 극장 영화, 극장 외 영화 모두에서 선호 장르는 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘로맨틱 코미디’, ‘코미디’ 순임.
- ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘공포’는 극장 영화로 더 선호되며, ‘코미디’, ‘드라마’, ‘다큐멘터리’는 극장 외 영화로 더 선호됨.

[그림15] 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



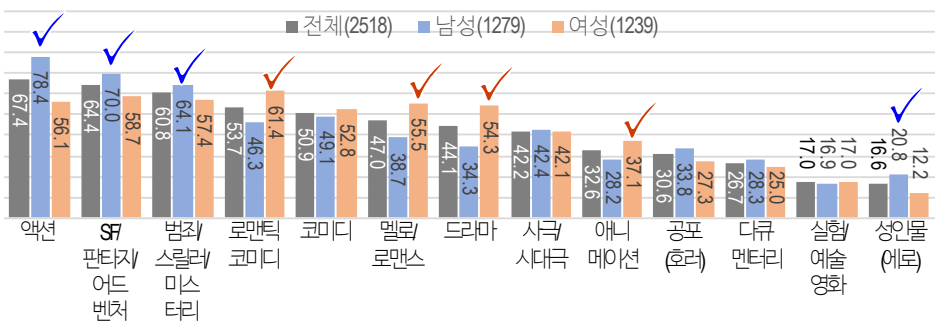
문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

1) 극장 영화 장르 선호도

- 남성은 여성보다 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘성인물’을 더 선호하며 여성은 남성보다 ‘로맨틱 코미디’, ‘멜로/로맨스’, ‘드라마’, ‘애니메이션’을 더 선호함.

[그림16] 성별 극장 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

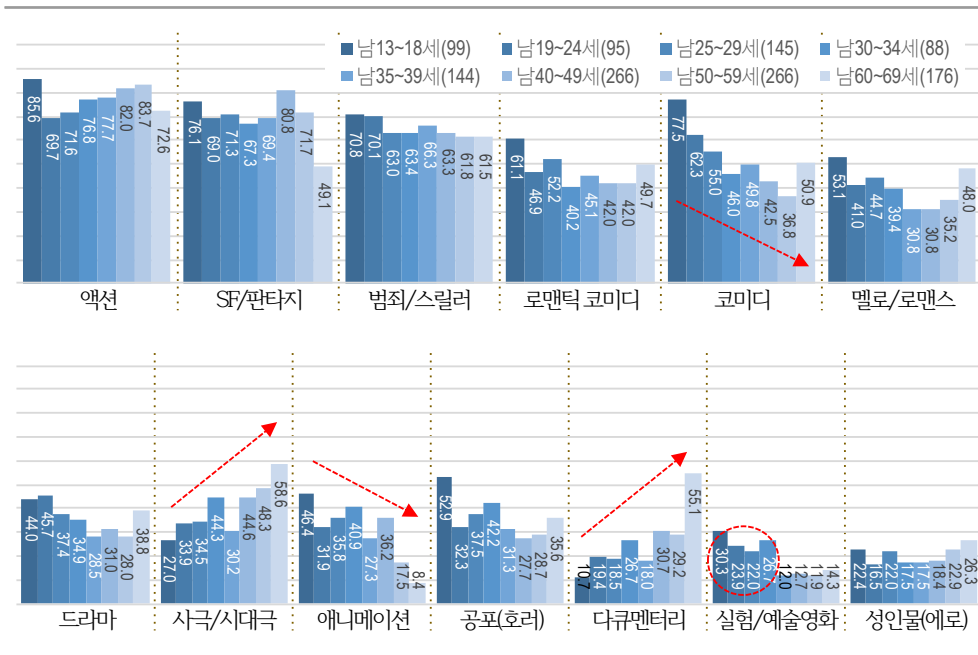


문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

- 남성은 연령대가 높을수록 '코미디'와 '애니메이션' 선호도가 낮아지지만, '사극/시대극', '다큐멘터리' 선호도가 높아짐.
- 35세 이상보다 34세 이하 남성이 실험/예술영화를 선호함.

[그림17] 남성 연령대별 극장 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

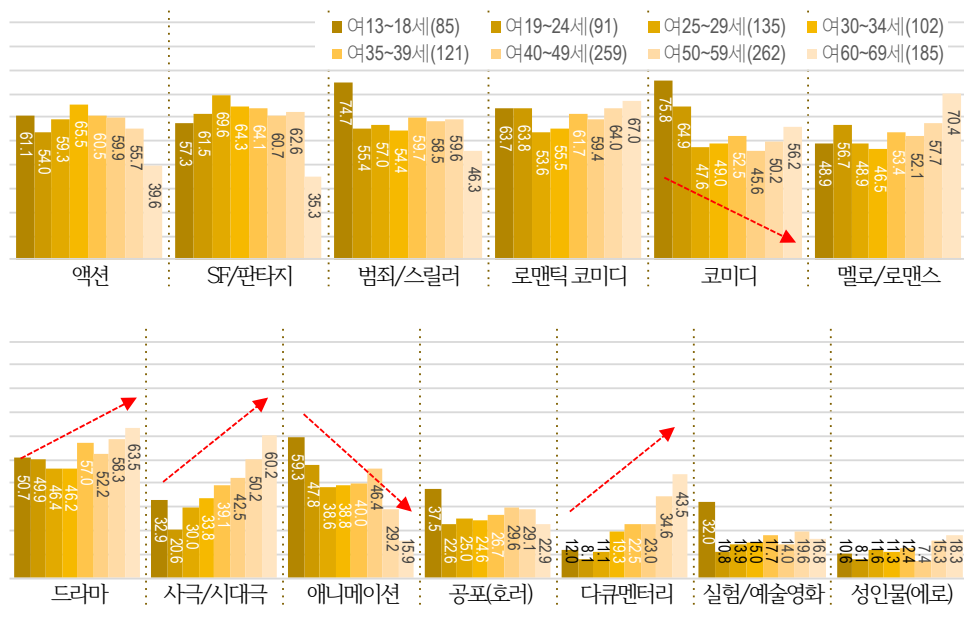


문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

- 여성은 연령대가 높을수록 ‘코미디’와 ‘애니메이션’ 선호도가 낮아지지만, ‘드라마’, ‘사극/시대극’, ‘다큐멘터리’ 선호도가 높아짐.
- 50~60대 여성은 타 세대보다 ‘로맨틱 코미디’, ‘멜로/로맨스’, ‘드라마’, ‘사극/시대극’, ‘다큐멘터리’를 더 선호함.

[그림18] 여성 연령대별 극장 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

- 극장 영화 상위 이용자는 타 집단 대비 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘코미디’, ‘드라마’, ‘애니메이션’을 더 선호하는 경향을 보임.
- 극장 중심 영화 이용자는 상대적으로 ‘로맨틱 코미디’, ‘코미디’ 장르를 더 선호함.
- 극장 영화 미관람자는 관람자 대비 ‘사극/시대극’ 선호도가 높음.

[표11] 세분집단별 극장 영화 장르 선호도

(단위: Top2%)

		사례수	액션	SF/ 판타지	범죄/ 스릴러	로맨틱 코미디	코미디	멜로/ 로맨스
전 체		(2518)	67.4	64.4	60.8	53.7	50.9	47.0
권역별	서울	(488)	65.6	63.9	63.7	54.6	52.2	48.4
	경기/인천권	(785)	68.7	68.0	60.8	54.4	51.3	43.0
	광역시권	(492)	70.5	65.1	62.1	55.5	54.3	53.0
	중소도시/군지역	(753)	65.3	60.7	58.1	51.3	47.5	46.2
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	60.7	57.2	55.9	51.1	50.2	44.5
	500만원 미만	(908)	69.1	64.3	59.6	50.9	50.0	46.2
	500만원 이상	(968)	70.4	69.4	65.2	58.1	52.3	49.3
가구원 수	1~2인	(655)	64.5	58.9	59.4	51.0	46.7	45.0
	3~4인	(1662)	68.4	66.0	61.1	54.6	52.1	47.2
	5인 이상	(202)	68.5	69.8	63.3	55.2	54.8	51.8
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	75.2	72.3	70.3	57.5	55.5	50.6
	중 (4~6편)	(592)	67.4	65.9	60.5	55.2	50.2	47.1
	하 (3편 이하)	(938)	62.7	59.0	54.8	51.2	48.7	44.7
	미관람	(214)	60.1	56.0	53.9	47.0	46.1	43.4
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	67.4	67.9	60.5	47.3	45.5	42.4
	보통	(977)	68.8	62.9	61.9	54.1	51.0	48.0
	극장 중심	(777)	65.8	63.0	59.8	59.6	56.1	50.1

		사례수	드라마	사극/ 시대극	애니 메이션	공포 (호러)	다큐 멘터리	실험/ 예술영화	성인물 (에로)
전 체		(2518)	44.1	42.2	32.6	30.6	26.7	17.0	16.6
권역별	서울	(488)	45.9	43.5	36.1	33.0	27.1	20.7	20.5
	경기/인천권	(785)	42.8	37.3	34.2	27.6	24.3	13.8	12.4
	광역시권	(492)	47.8	45.1	31.8	34.1	28.3	19.9	21.5
	중소도시/군지역	(753)	41.9	44.7	29.0	30.0	27.9	15.9	15.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	44.7	41.1	29.4	30.0	28.9	17.8	16.4
	500만원 미만	(908)	42.7	41.1	33.0	30.0	24.8	16.9	16.0
	500만원 이상	(968)	45.1	44.0	34.2	31.6	27.0	16.4	17.2
가구원 수	1~2인	(655)	44.6	43.9	23.5	26.4	30.6	15.9	15.9
	3~4인	(1662)	44.2	41.8	35.7	31.6	25.4	17.4	17.5
	5인 이상	(202)	42.1	40.6	36.5	36.4	24.5	16.6	11.0
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	49.9	41.8	36.8	33.5	27.1	20.2	15.8
	중 (4~6편)	(592)	42.9	41.7	31.5	30.8	23.1	14.2	16.6
	하 (3편 이하)	(938)	41.6	42.0	32.7	28.4	28.1	16.8	18.6
	미관람	(214)	37.4	46.4	19.7	29.1	28.7	13.4	10.7
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	37.9	42.0	27.7	29.3	27.2	14.4	13.8
	보통	(977)	46.2	43.1	34.4	33.4	27.1	17.9	18.3
	극장 중심	(777)	47.5	41.4	35.1	28.4	25.6	18.3	17.2

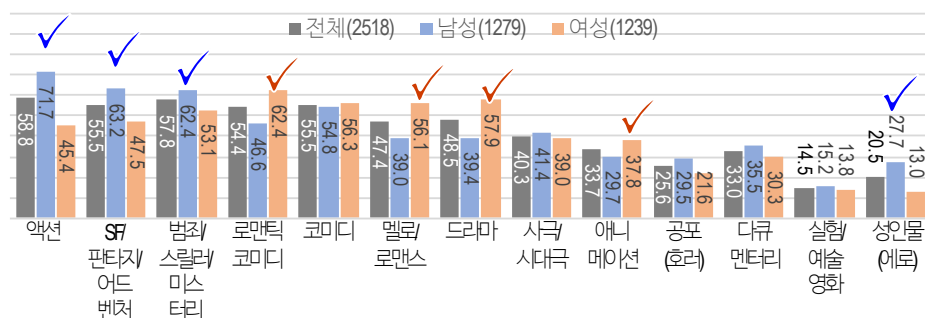
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 극장 외 영화 장르 선호도

- 극장 영화와 동일하게, 극장 외 영화 장르에 대해서도 남성은 여성보다 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘성인물’을 더 선호하며 여성은 남성보다 ‘로맨틱 코미디’, ‘멜로/로맨스’, ‘드라마’, ‘애니메이션’을 더 선호함.

[그림19] 성별 극장 외 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

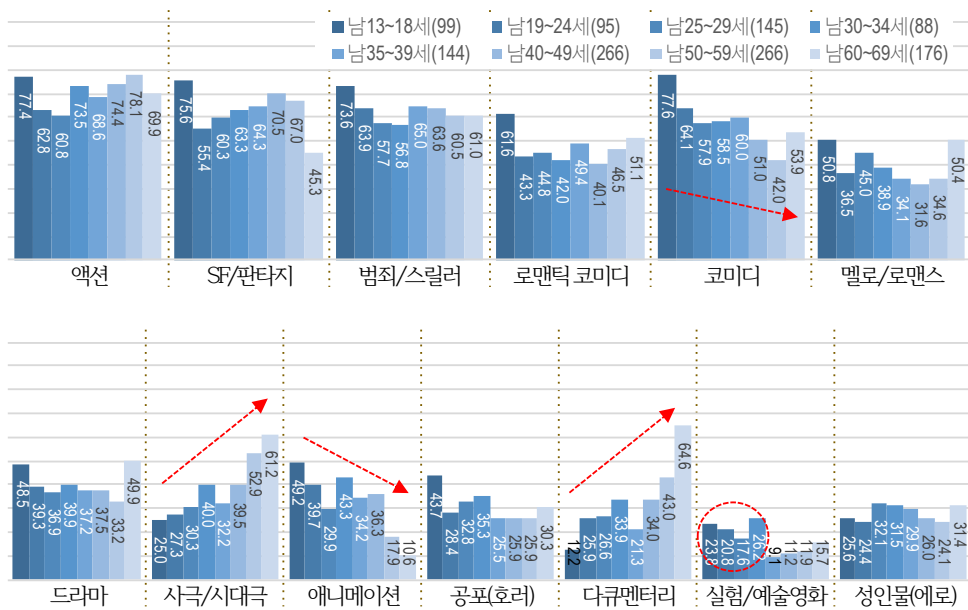


문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

- 성·연령대별 극장 외 영화 장르 선호도도 극장 영화 장르 선호도와 유사한 경향성을 보임.
- 남성은 연령대가 높을수록 ‘코미디’와 ‘애니메이션’ 선호도가 낮아지지만, ‘사극/시대극’, ‘다큐멘터리’ 선호도가 높아지고, 35세 이상보다 34세 이하 남성이 실험/예술영화를 선호함.
- 여성은 연령대가 높을수록 ‘애니메이션’ 선호도가 낮아지지만, ‘드라마’, ‘사극/시대극’, ‘다큐멘터리’ 선호도가 높아짐.

[그림20] 남성 연령대별 극장 외 영화 장르 선호도

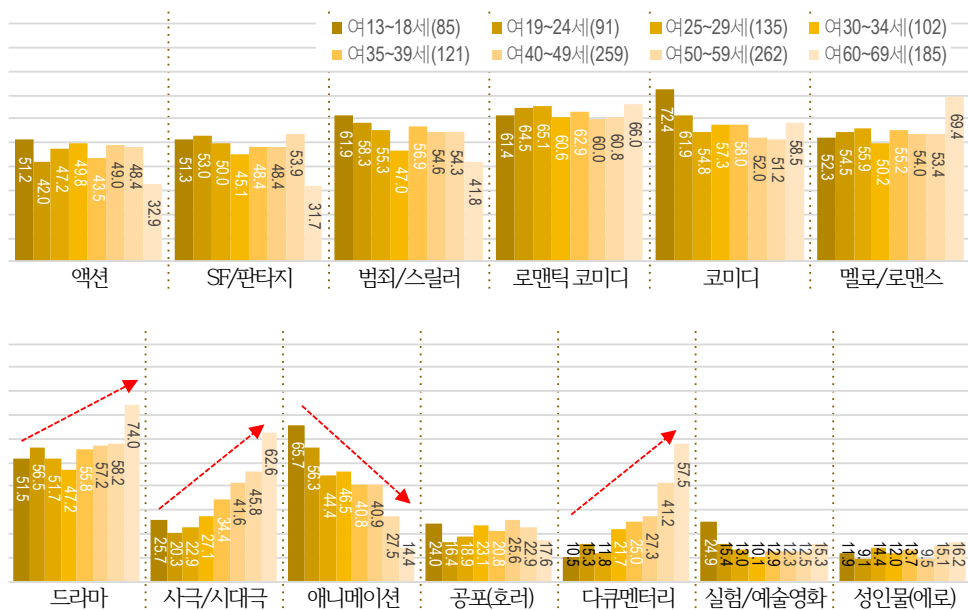
(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

[그림21] 여성 연령대별 극장 외 영화 장르 선호도

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하는 극장과 극장 외에서 영화를 보실 때, 다음 영화 장르를 어느 정도 선호하십니까?

- 극장 외 영화 상위 이용자는 타 집단 대비 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’를 더 선호하는 경향을 보이며, 중위 이용자는 ‘코미디’, ‘로맨틱 코미디’, ‘멜로/로맨스’, ‘드라마’를 더 선호하는 경향을 보임.
- 극장 외 중심 영화 이용자는 상대적으로 ‘액션’, ‘SF/판타지’, ‘범죄/스릴러’, ‘사극/시대극’, ‘다큐멘터리’ 장르를 더 선호함.

[표12] 세분집단별 극장 외 영화 장르 선호도

(단위: Top2%)

		사례수	액션	SF/ 판타지	범죄/ 스릴러	로맨틱 코미디	코미디	멜로/ 로맨스
전 체		(2518)	58.8	55.5	57.8	54.4	55.5	47.4
권역별	서울	(488)	55.9	52.1	61.5	56.3	57.4	48.5
	경기/인천권	(785)	60.2	58.3	57.6	54.6	55.6	44.0
	광역시권	(492)	57.5	58.7	57.3	57.7	58.5	52.2
	중소도시/군지역	(753)	60.0	52.7	56.0	50.7	52.3	47.0
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	55.3	51.2	55.2	50.3	53.7	45.2
	500만원 미만	(908)	60.1	54.8	57.1	51.2	52.9	44.7
	500만원 이상	(968)	59.8	59.0	60.2	60.1	59.2	51.3
가구원 수	1~2인	(655)	57.4	50.9	56.3	52.0	52.3	47.0
	3~4인	(1662)	59.1	56.7	57.5	54.7	55.7	46.9
	5인 이상	(202)	60.2	60.3	65.6	59.2	64.3	53.0
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	69.7	67.7	68.2	54.4	55.5	47.2
	중 (4~8편)	(650)	59.2	55.8	60.5	58.9	62.6	53.6
	하 (3편 이하)	(787)	49.6	46.6	48.7	52.8	53.6	46.4
	미관람	(246)	49.7	41.7	44.9	47.3	43.3	34.7
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	64.2	63.8	63.0	54.9	56.5	47.0
	보통	(977)	57.3	53.0	58.6	53.8	55.8	49.7
	극장 중심	(777)	55.2	50.4	51.7	54.5	54.3	44.8

		사례수	드라마	사극/ 시대극	애니 메이션	공포 (호러)	다큐 멘터리	실험/ 예술영화	성인물 (에로)
전 체		(2518)	48.5	40.3	33.7	25.6	33.0	14.5	20.5
권역별	서울	(488)	51.2	39.8	38.5	27.8	34.7	16.4	21.4
	경기/인천권	(785)	46.3	37.1	36.4	23.9	31.8	13.0	17.8
	광역시권	(492)	52.5	40.2	31.2	26.3	32.7	15.6	24.7
	중소도시/군지역	(753)	46.4	43.9	29.2	25.5	33.2	14.1	19.8
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	49.2	41.2	28.8	27.2	34.0	14.9	18.4
	500만원 미만	(908)	47.5	37.8	35.2	25.1	31.6	14.5	19.5
	500만원 이상	(968)	49.0	42.0	35.5	25.0	33.5	14.3	22.8
가구원 수	1~2인	(655)	52.6	43.7	25.4	23.5	40.5	13.4	20.1
	3~4인	(1662)	47.0	39.0	36.2	26.0	30.9	15.1	20.5
	5인 이상	(202)	47.0	39.1	39.3	29.6	25.6	13.5	21.1
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	49.9	42.3	37.6	29.0	35.1	17.7	23.0
	중 (4~8편)	(650)	52.6	43.0	36.0	24.1	33.4	15.0	20.1
	하 (3편 이하)	(787)	46.3	38.0	30.5	24.6	32.0	12.6	18.9
	미관람	(246)	40.3	33.3	24.2	21.1	27.6	8.4	17.4
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	50.2	46.4	33.6	26.4	39.8	15.6	19.9
	보통	(977)	48.6	38.5	34.5	26.0	32.9	14.8	20.5
	극장 중심	(777)	46.7	36.4	32.7	24.3	26.3	13.0	20.9

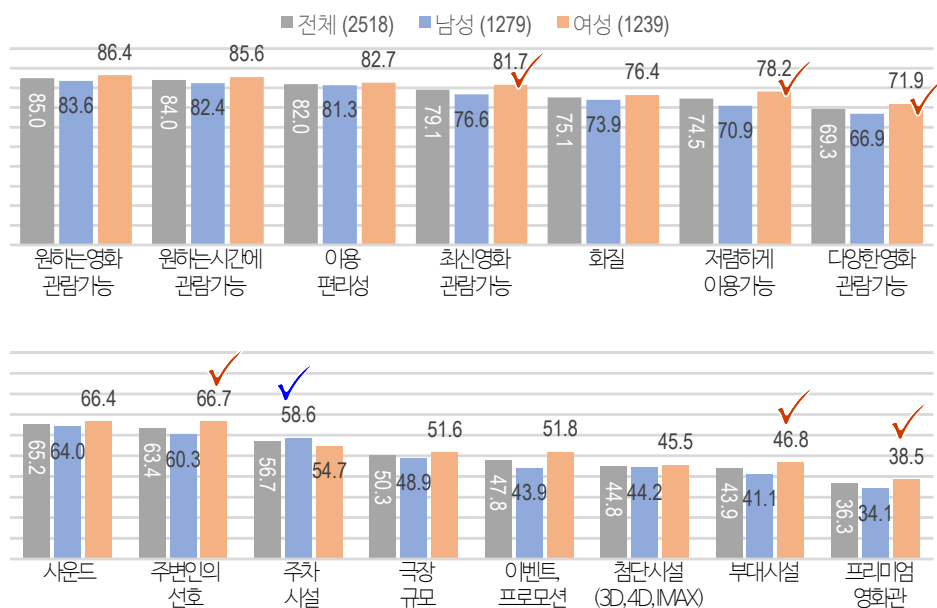
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

5 극장 선택 요인

- 극장 선택 시 '원하는 영화를 원하는 시간에 편리하게 이용하는 것'이 가장 주요한 기준이며 다음으로 '최신 영화', '화질', '저렴한 가격' 순임.
- 주차시설은 극장 선택의 주요 요인은 아니지만, 남녀 모두 연령대가 높을수록 주차시설 고려율이 증가하는 경향을 보임. 특히 극장 외 영화 중심 이용자와 지방 중소 도시 거주자의 주차시설 고려율이 높음.

[그림22] 극장 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



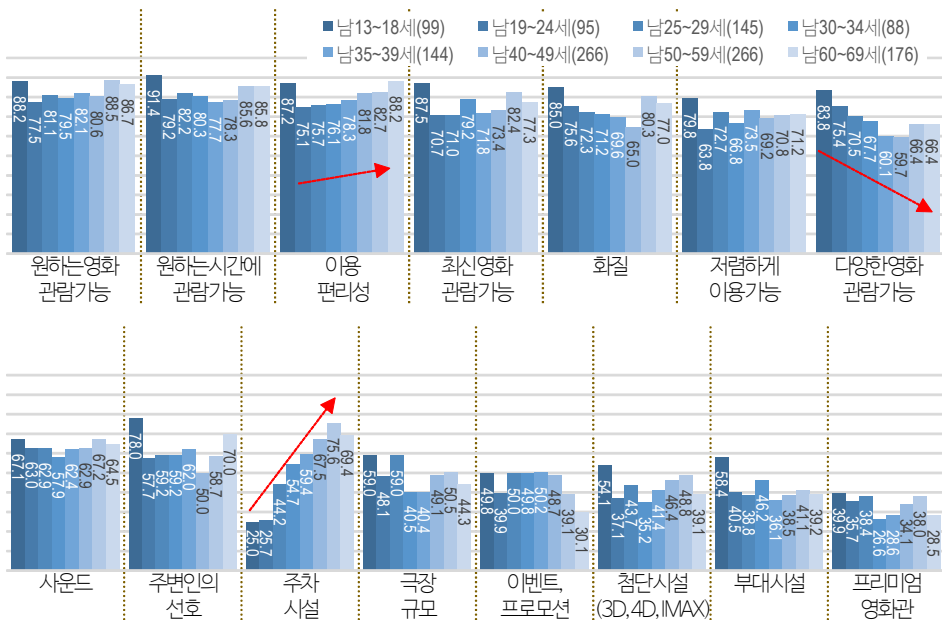
문] 귀하께서 영화 볼 극장을 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 남성보다 여성이 더 많은 항목을 고려하고 있으며, 특히 '최신 영화', '저렴한 비용', '다양한 영화 관람 가능', '주변인이 선호', '부대시설 수준', '프리미엄 영화관'을 남성보다 많이 고려함.
- 한편, 남성은 여성보다 주차시설을 더 많이 고려함.

- 남성은 연령대가 높아질수록 극장 선택 기준으로 '이용 편리성'과 '주차시설' 고려율이 증가하지만 '다양한 영화 관람 가능성' 고려율은 감소함.
- 13~18세 남성이 타 세대보다 '최신 영화', '화질', '다양한 영화 관람 가능성', '주변인의 선호', '첨단시설 및 부대시설'을 더 많이 고려함.

[그림23] 남성 연령대별 극장 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)

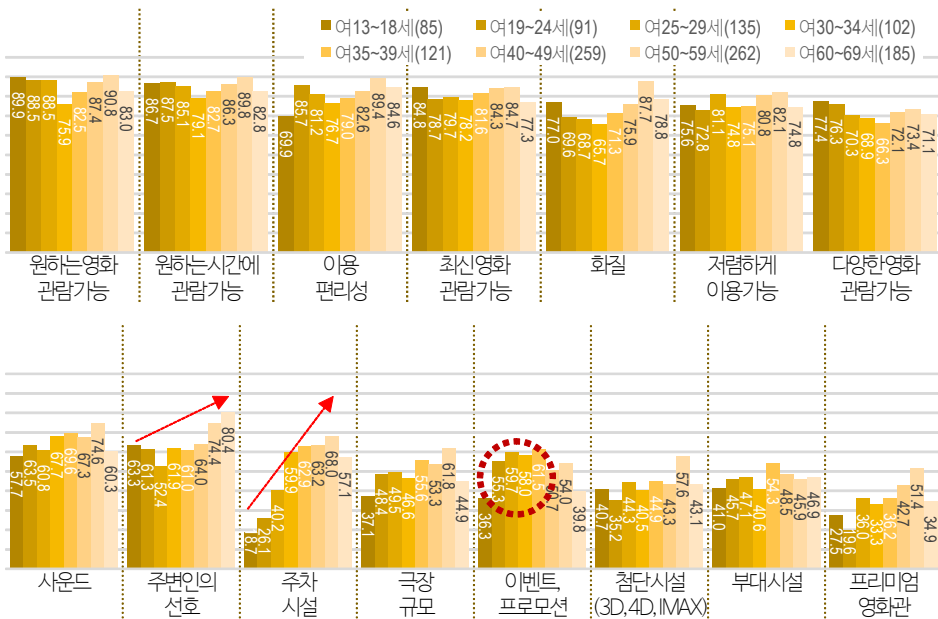


문] 귀하께서 영화 볼 극장을 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 여성도 연령대가 높아질수록 극장 선택 기준으로 '주차시설' 고려율이 증가하고, '주변인의 선호' 고려율도 증가함.
- 19~39세 여성이 타 세대보다 '이벤트, 프로모션'을 더 많이 고려함.

[그림24] 여성 연령대별 극장 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



문] 귀하께서 영화 볼 극장을 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 극장 영화 상위 이용자는 타 집단 대비 ‘최신 영화 관람 가능성’과 ‘다양한 영화 관람 가능성’, ‘사운드’, ‘극장 규모’, ‘이벤트/프로모션’, ‘첨단시설/부대시설/프리미엄 영화관’을 더 선호하는 경향을 보임.
- 주차시설은 극장 영화 중심 이용자보다 극장 외 영화 중심 이용자가, 수도권이나 대도시보다 지방 중소도시 이용자가 더 많이 고려하고 있음. 지방 극장 이용 활성화의 장애 요인이 주차 환경일 수도 있음.

[표13] 세분집단별 극장 선택 요인

(단위: Top2%)

		사례수	원하는 영화 관람 가능	원하는 시간 관람 가능	이용 편리성	최신 영화 관람 가능	화질	저렴하게 이용 가능	다양한 영화 관람 가능
전 체		(2518)	85.0	84.0	82.0	79.1	75.1	74.5	69.3
권역별	서울	(488)	85.6	82.5	81.9	79.6	76.8	73.5	67.4
	경기/인천권	(785)	87.2	87.0	83.4	82.1	74.8	74.3	71.8
	광역시권	(492)	83.6	82.2	80.2	78.5	74.8	77.0	67.9
	중소도시/군지역	(753)	83.2	82.9	81.8	76.0	74.6	73.7	68.9
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	81.3	79.6	80.1	73.5	70.5	73.9	68.0
	500만원 미만	(908)	84.3	84.9	79.6	78.1	75.5	75.6	67.6
	500만원 이상	(968)	88.0	86.0	85.5	83.8	77.9	73.9	71.8
가구원 수	1~2인	(655)	84.4	82.4	83.2	77.2	73.3	74.8	67.4
	3~4인	(1662)	85.2	84.4	81.1	79.5	75.5	74.3	69.6
	5인 이상	(202)	85.3	85.4	85.2	82.1	78.4	75.2	73.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	87.6	87.3	84.1	85.9	78.8	74.6	75.4
	중 (4~6편)	(592)	86.0	85.1	82.1	81.1	76.8	76.9	69.2
	하 (3편 이하)	(938)	83.3	81.4	81.1	74.9	72.4	74.4	66.7
	미관람	(214)	79.9	80.1	78.0	67.8	69.3	68.4	59.3
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	86.6	83.9	84.0	78.2	76.1	74.8	68.4
	보통	(977)	85.1	83.9	81.3	79.4	75.7	75.6	69.3
	극장 중심	(777)	83.2	84.2	80.9	79.6	73.5	72.9	70.2

		사례수	사운드	주변인의 선호	주차시설	극장규모	이벤트, 프로모션	첨단시설	부대시설	프리미엄 영화관
전 체		(2518)	65.2	63.4	56.7	50.3	47.8	44.8	43.9	36.3
권역별	서울	(488)	66.9	65.2	47.7	55.8	47.4	50.2	49.2	39.8
	경기/인천권	(785)	67.1	62.3	56.9	51.2	48.8	43.8	43.3	35.0
	광역시권	(492)	63.6	63.1	55.8	48.7	49.8	43.9	41.3	35.0
	중소도시/군지역	(753)	63.1	63.7	63.0	46.8	45.6	43.0	42.8	36.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	59.0	55.3	45.5	42.0	43.7	37.6	39.5	28.8
	500만원 미만	(908)	65.7	62.7	54.4	51.1	47.2	43.3	42.5	33.5
	500만원 이상	(968)	68.7	69.6	66.3	55.0	51.1	51.1	48.1	43.8
가구원 수	1~2인	(655)	62.2	61.6	56.0	47.5	45.1	40.1	39.8	28.4
	3~4인	(1662)	65.7	63.5	57.8	51.3	48.0	46.7	45.1	38.8
	5인 이상	(202)	70.2	68.6	50.3	51.0	54.3	44.7	47.0	40.6
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	72.6	63.7	55.9	58.9	53.2	52.6	50.0	44.4
	중 (4~6편)	(592)	64.5	65.8	55.4	50.1	48.9	44.0	43.3	32.4
	하 (3편 이하)	(938)	61.8	63.5	59.0	45.2	45.3	39.7	41.3	32.5
	미관람	(214)	54.8	55.3	53.6	41.8	36.3	41.6	34.8	33.8
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	64.0	64.1	61.5	46.5	41.9	44.6	41.0	34.6
	보통	(977)	67.4	64.3	55.4	53.9	51.3	47.6	46.6	38.8
	극장 중심	(777)	63.5	61.7	53.6	49.4	49.2	41.6	43.3	34.7

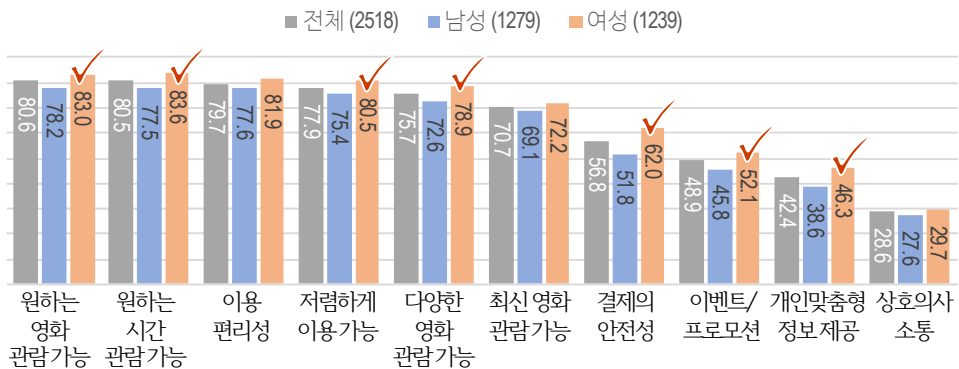
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

6 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인

- 극장 외 영화 관람 경로 선택 시에도 '원하는 영화를 원하는 시간에 편리하게 이용하는 것'이 가장 중요한 요인이나, 2차 요인은 '저렴함'과 '다양성', '최신성' 순으로 극장 선택 요인과 차이를 보임.
- 극장 외 영화 관람 경로 선택 2차 요인으로 극장 외 영화 상위(9편 이상) 이용자는 '다양성'과 '최신성'을, 극장 외 영화 중심 이용자는 '저렴함'을 중시하는 경향이 보임.

[그림25] 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인

(Base: 전체, 단위: 5점척도 Top2%)



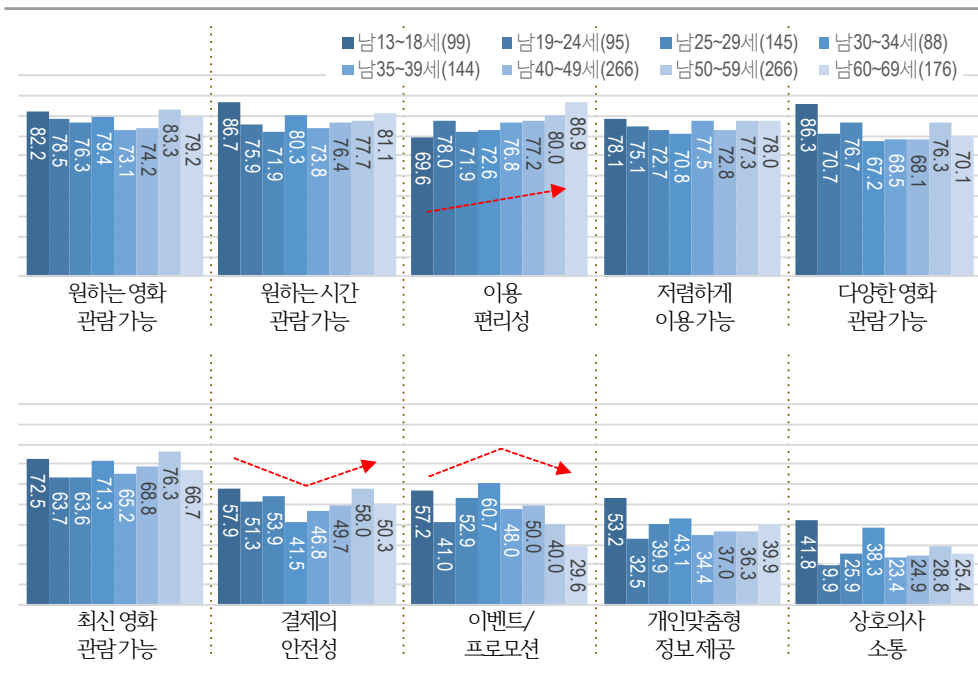
문] 귀하께서 영화 볼 극장 외 경로(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 남성보다 여성이 더 많은 항목을 고려하고 있으며, 특히 '결제의 안전성', '이벤트/프로모션', '개인 맞춤형 정보 제공'을 남성보다 많이 고려함.

- 남성은 연령대가 높을수록 ‘이용 편리성’ 고려율이 증가하는 경향을 보임.
- 남성은 30~34세를 기준으로 결제 안전성 고려율은 감소했다 증가하는 경향(V자)을 보이지만 이벤트/프로모션 고려율은 증가했다 감소하는 경향(역V자)을 보임.
- 13~18세 남성은 타 세대보다 ‘다양한 영화 관람 가능성’, ‘개인 맞춤형 정보 제공’, ‘상호의사소통’을 많이 고려함.

[그림26] 남성 연령대별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인

(Base: 전체, 단위: Top2%)

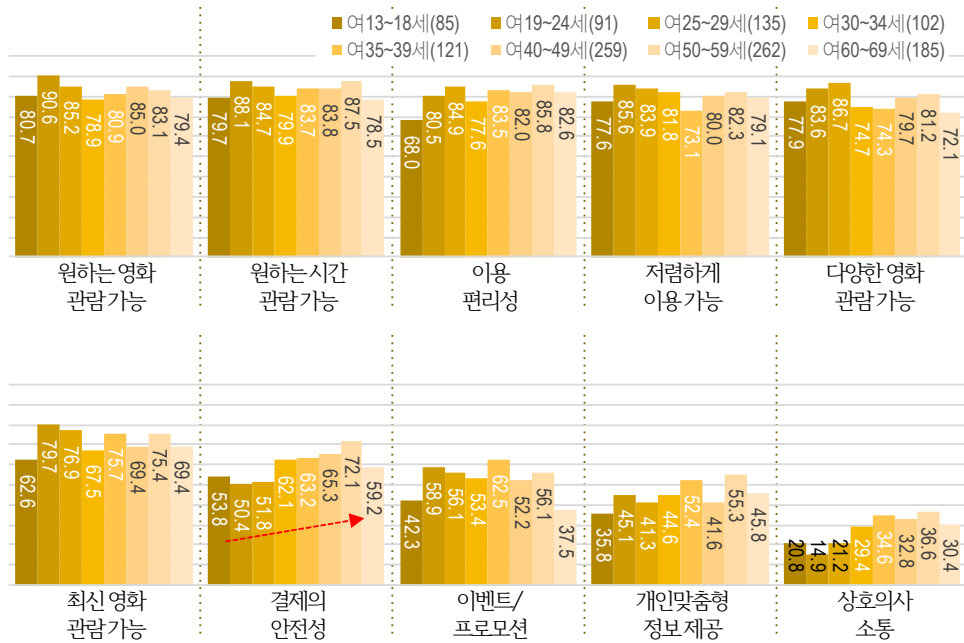


문] 귀하께서 영화 볼 극장 외 경로(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 여성은 연령대가 높을수록 ‘결제 안전성’ 고려율이 높아지는 경향을 보임.

[그림27] 여성 연령대별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인

(Base: 전체, 단위: Top2%)



문] 귀하께서 영화 볼 극장 외 경로(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

- 극장 외 영화 상위 이용자는 타 집단 대비 ‘원하는 영화 관람 가능’, ‘이용 편리성’, ‘다양한 영화 관람 가능성’을 더 고려하여 극장 외 경로를 선택함.
- 극장 외 영화 중심 이용자 역시 타 집단 대비 ‘원하는 영화 관람 가능’과 ‘이용 편리성’을 더 고려하며 더불어 ‘저렴한 이용’도 많이 고려함.

[표14] 세분집단별 극장 외 영화 관람 경로 선택 요인

(단위: Top2%)

		사례수	원하는 영화 관람 가능	원하는 시간 관람 가능	이용 편리성	저렴하게 이용 가능	다양한 영화 관람 가능
전 체		(2518)	80.6	80.5	79.7	77.9	75.7
권역별	서울	(488)	78.3	79.5	79.6	76.7	78.0
	경기/인천권	(785)	82.4	80.9	78.6	77.2	74.8
	광역시권	(492)	79.3	81.6	79.5	79.0	75.8
	중소도시/군지역	(753)	81.1	80.0	81.1	78.8	75.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	76.3	77.5	76.7	76.7	72.5
	500만원 미만	(908)	79.8	80.1	78.4	79.9	74.2
	500만원 이상	(968)	84.1	82.9	83.0	76.8	79.2
가구원 수	1~2인	(655)	79.5	79.4	80.3	77.2	74.0
	3~4인	(1662)	80.6	80.9	79.3	78.2	75.7
	5인 이상	(202)	83.7	81.0	81.4	77.5	81.7
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	86.1	83.5	85.0	79.9	81.3
	중 (4~8편)	(650)	82.2	82.6	82.3	79.3	79.8
	하 (3편 이하)	(787)	77.0	78.2	77.1	77.0	71.9
	미관람	(246)	69.3	72.2	63.6	70.4	57.9
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	84.7	83.8	85.1	82.1	78.7
	보통	(977)	79.9	79.6	80.2	76.5	77.5
	극장 중심	(777)	77.4	78.5	73.8	75.6	70.5

		사례수	최신 영화 관람 가능	결제 안전성	이벤트/ 프로모션	개인 맞춤형 정보 제공	상호의사 소통
전 체		(2518)	70.7	56.8	48.9	42.4	28.6
권역별	서울	(488)	73.3	57.5	50.9	44.8	32.7
	경기/인천권	(785)	70.0	55.0	48.4	40.5	26.1
	광역시권	(492)	70.8	57.4	51.5	42.2	29.0
	중소도시/군지역	(753)	69.6	58.0	46.5	42.8	28.4
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	65.4	51.1	43.6	38.2	23.9
	500만원 미만	(908)	70.9	54.8	49.5	41.8	30.0
	500만원 이상	(968)	73.9	62.6	52.0	45.7	30.5
가구원 수	1~2인	(655)	67.3	53.6	44.6	39.0	23.0
	3~4인	(1662)	71.7	57.8	50.2	43.1	30.5
	5인 이상	(202)	72.7	59.4	52.4	47.4	31.4
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	76.1	58.3	50.4	45.9	30.3
	중 (4~8편)	(650)	71.2	59.8	49.8	45.8	29.1
	하 (3편 이하)	(787)	67.7	55.6	49.4	39.7	29.1
	미관람	(246)	60.2	48.2	40.3	29.8	20.4
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	69.2	56.8	44.3	40.8	24.2
	보통	(977)	73.0	58.7	51.7	45.6	33.6
	극장 중심	(777)	69.1	54.6	50.1	39.8	26.7

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

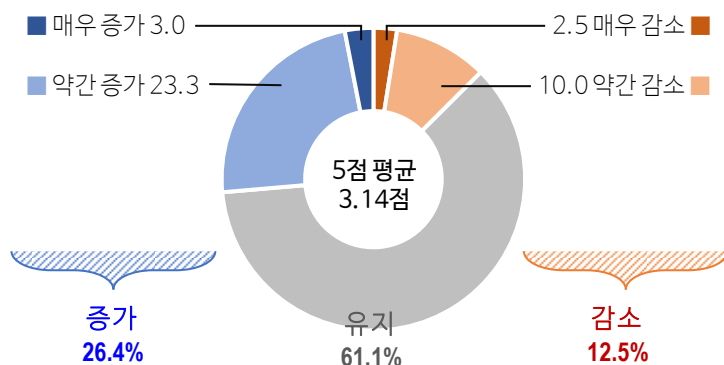
7 온라인 플랫폼의 영화 소비 영향력 인식

1) 온라인 플랫폼의 극장 영화 관람 횟수 영향

- 온라인 영화 플랫폼 등장 전과 비교해 극장 영화 관람 횟수는 ‘유지’ 61%, ‘증가’ 26%, ‘감소’ 13%, 5점 평균 3.14점으로 이전 대비 크게 변화 없는 것으로 응답함.
- 연령대가 낮을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 많아짐.
- 극장 영화 관람 편수가 많을수록, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 많아짐.
- 온라인 영화 플랫폼은 영화를 많이 보는 집단을 자극하여 그들의 극장 영화 관람 횟수도 증가시킨 것으로 이해됨.

[그림28] 온라인 플랫폼 극장 영화 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)



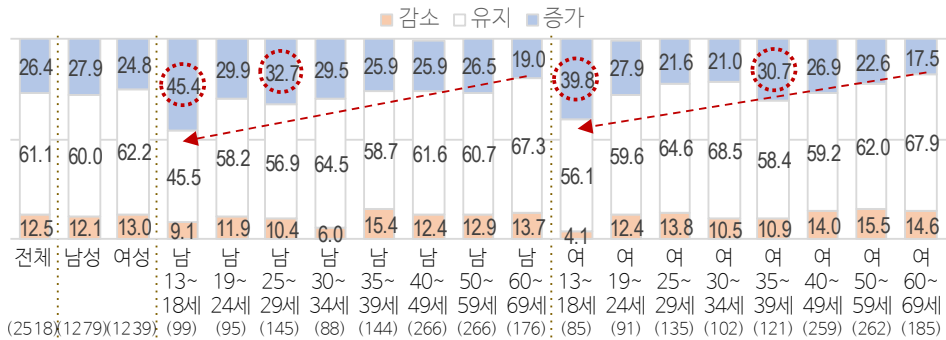
문] 최근 온라인 영화 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)이 많이 등장했습니다.

이런 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 극장 영화 관람 횟수는 어떻게 변했습니까?

- 연령대가 낮을수록 온라인 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 높게 나타남. 특히 남 13~18세, 남 25~29세, 여 13~18세, 여 35~39세에서 증가했다는 의견이 많음.

[그림29] 성별, 연령별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)



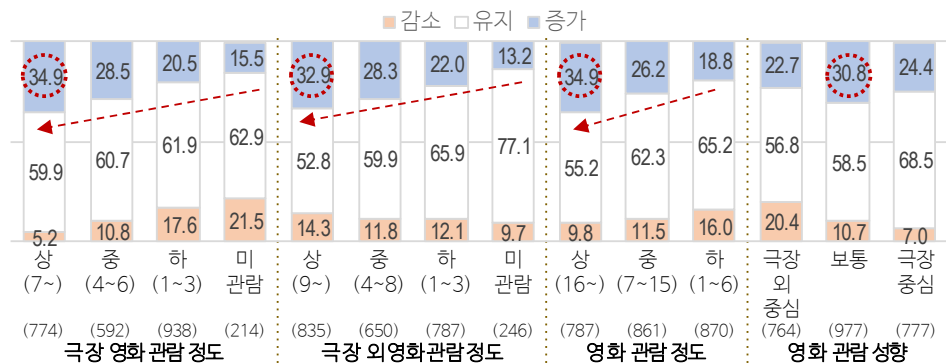
문] 최근 온라인 영화 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)이 많이 등장했습니다.

이런 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 극장 영화 관람 횟수는 어떻게 변했습니까?

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 온라인 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 높게 나타남.
- 영화 관람 성향으로는 극장과 극장 외 모두 보는 집단에서 증가했다는 의견이 많음.
- 온라인 플랫폼의 등장은 영화를 많이 보는 집단을 자극하여 극장 영화 관람 횟수도 증가시킨 것으로 이해할 수 있음.

[그림30] 영화 소비 정도별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)



문] 최근 온라인 영화 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)이 많이 등장했습니다.

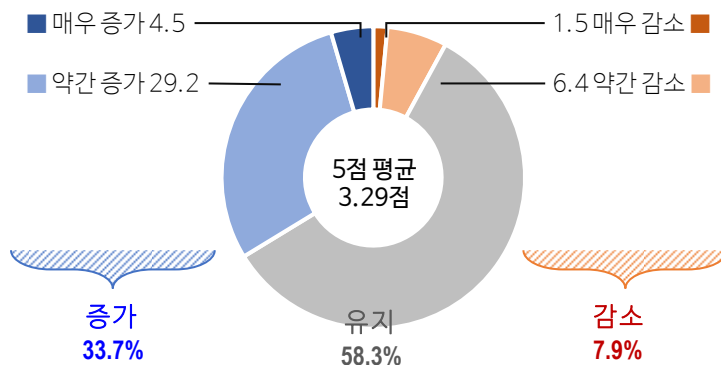
이런 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 극장 영화 관람 횟수는 어떻게 변했습니까?

2) 온라인 플랫폼의 총 영화 관람 횟수 영향

- 온라인 영화 플랫폼 등장 전과 비교해 총 영화 관람 횟수는 ‘유지’ 58%, ‘증가’ 34%, ‘감소’ 8%, 5점 평균 3.29점으로 이전 대비 다소 증가한 것으로 응답했으며, 앞서 극장 영화 관람 편수 변화보다 더 증가한 것임.
- 온라인 플랫폼의 극장 영화 관람 횟수에 대한 영향과 같은 경향으로, 연령대가 낮을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 총 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 많아짐.
- 극장 영화 관람 편수가 많을수록, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 온라인 영화 플랫폼 등장 전 대비 총 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 많아짐.
- 온라인 영화 플랫폼은 극장 영화 관람 편수도 약간 증가시켰으나 극장 외 영화 관람 편수 증가에도 기여하여 총 영화 관람 편수의 증가를 가져온 것으로 판단됨.

[그림31] 온라인 플랫폼 총 영화 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)

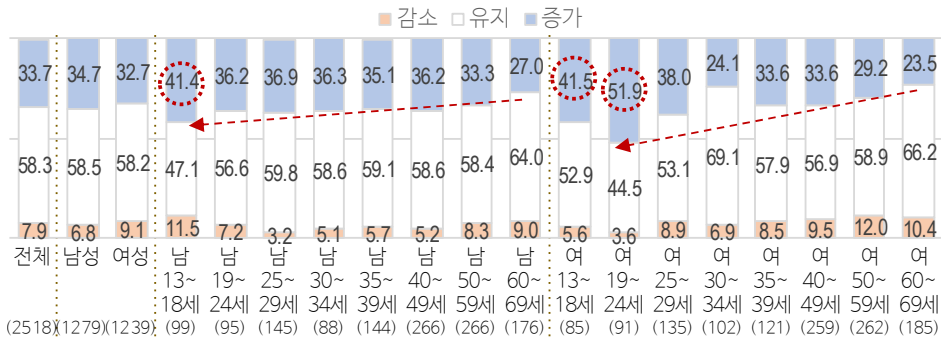


문] 그림, 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 영화 보는 총 횟수는 어떻게 변했습니까?

- 연령대가 낮을수록 온라인 플랫폼 등장 전 대비 총 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 높게 나타남. 특히 남 13~18세, 여 13~18세, 여 19~24세에서 증가했다는 의견이 많음.

[그림32] 성별, 연령별 온라인 플랫폼 총 영향 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)

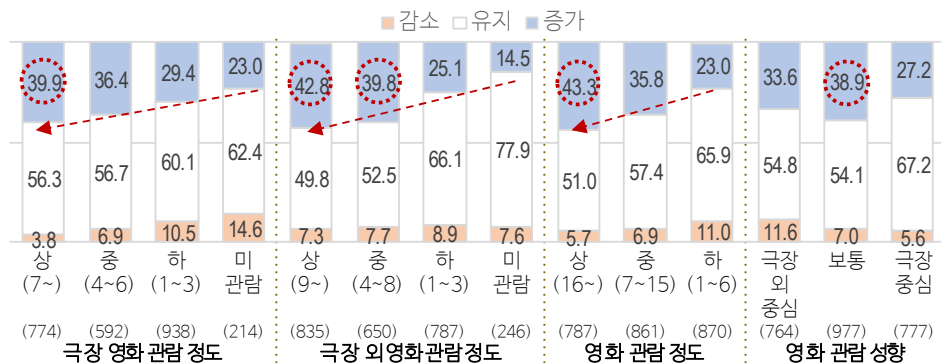


문] 그럼, 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 영화 보는 총 횟수는 어떻게 변했습니까?

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 온라인 플랫폼 등장 전 대비 극장 영화 관람 횟수가 증가했다는 의견이 높게 나타남.
- 영화 관람 성향으로는 극장과 극장 외 모두 보는 집단에서 증가했다는 의견이 많음.
- 온라인 플랫폼의 등장은 영화를 많이 보는 집단을 자극하여 극장 영화 관람 횟수도 증가시킨 것으로 이해할 수 있음.

[그림33] 영화 소비 정도별 온라인 플랫폼 극장 영향 관람 횟수 영향

(Base: 전체, 단위: %)



문] 그럼, 온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 영화 보는 총 횟수는 어떻게 변했습니까?

PART

제3장 주요 조사 결과

III

영화 이용 행태

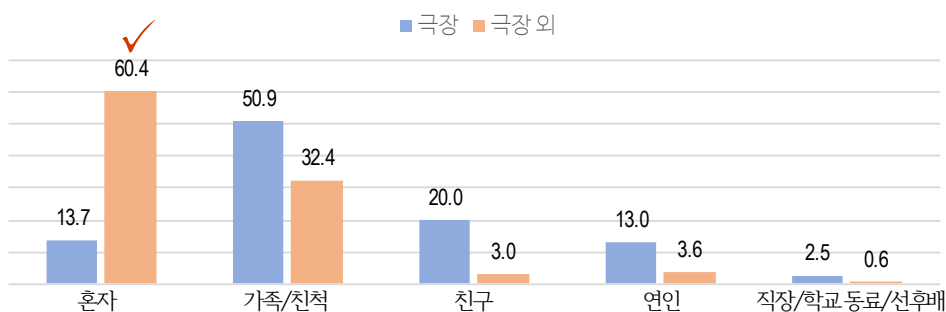
1 영화 관람 경로 이용 행태

1) 영화 동반 관람자

- 극장 영화는 주로 '가족/친척'과 관람하고 다음으로 '친구' 또는 '연인'과 관람함.
- 13~18세대는 주로 '친구'와, 20~30대는 '연인/친구' 또는 '혼자', 40세 이상은 '가족/친척'과 주로 봄.
- 극장 영화를 많이 소비하는 집단일수록 '연인' 동반 관람률 증가하지만, '가족/친척' 동반 관람률은 감소함.
- 극장 외 영화는 주로 '혼자' 관람하고 다음으로 '가족/친척'과 관람함.
- 남성은 혼자 보는 경향이 많고, 여성은 상대적으로 '가족/친척'과 많이 봄.
- 극장 외 영화를 많이 소비하는 집단일수록 '혼자' 관람률이 높음.

[그림34] 경로별 영화 동반 관람자

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문] 영화 관람 시 주로 다른 사람과 함께 보십니까?
그럼, 주로 함께 보시는 분은 누구입니까?

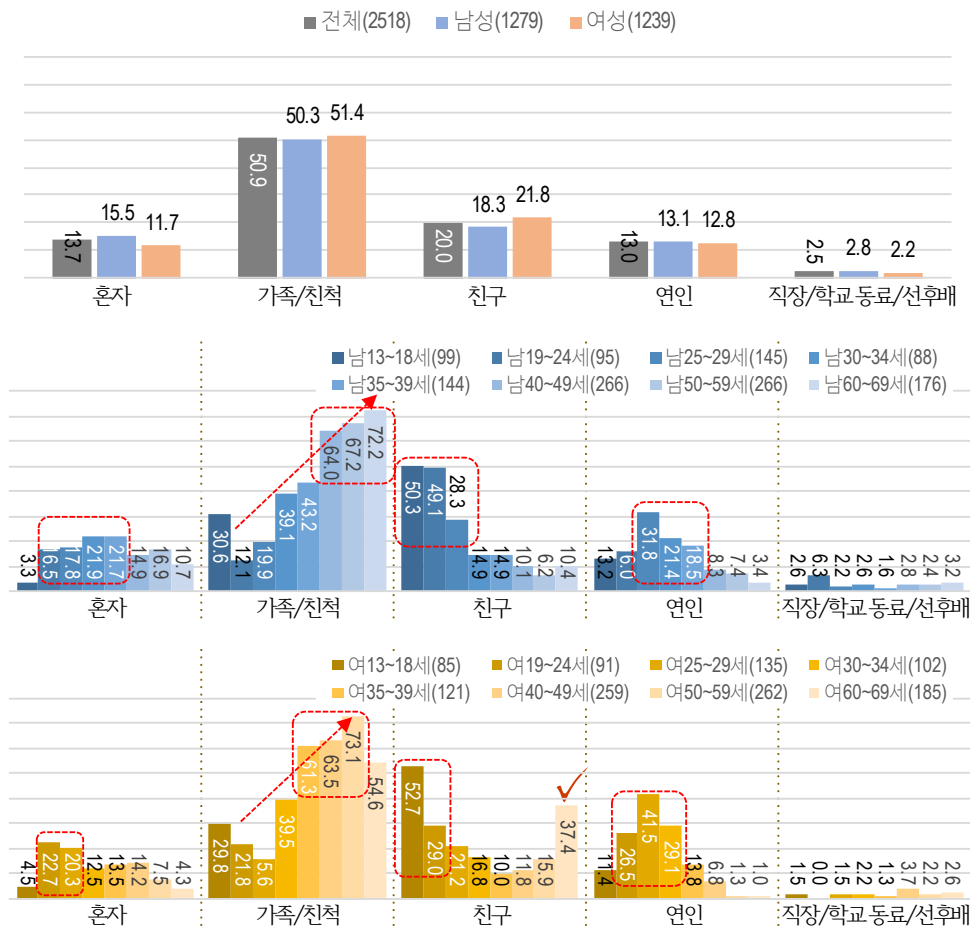
- 영화를 '혼자' 보는 경우가 극장 영화는 14%이지만, 극장 외 영화는 60%임.
- 극장 영화는 주로 '가족/친척'과 보며 다음으로 친구, 연인 및 혼자 순임.
극장 외 영화도 '혼자' 보는 것을 제외하면 '가족/친척'과 주로 봄.

① 극장 영화 동반 관람자

- 극장 영화 동반 관람자의 성별 차이는 거의 보이지 않음.
- 13~18세대는 주로 친구와 보며, 20~30대는 연인/친구 또는 혼자 보는 경향이 있으며, 40세 이상은 가족/친척과 주로 봄.

[그림35] 성별 연령대별 극장 영화 동반 관람자

(Base: 전체, 단위: %)



문] 영화 관람 시 주로 다른 사람과 함께 보십니까?
그럼, 주로 함께 보시는 분은 누구입니까?

- 극장 영화를 많이 소비하는 집단일수록 ‘연인’ 동반 관람률은 증가하지만, ‘가족/친척’ 동반 관람률은 감소함.
- 극장 중심 영화 관람자도 ‘연인’ 동반 관람률이 높고 ‘가족/친척’ 동반 관람률이 낮음.
- 월 300만원 미만 소득 가구와 1~2인 가구에서 ‘혼자’ 극장 관람률이 높음.

[표15] 세분집단별 극장 영화 동반 관람자

(단위: %)

		사례수	혼자	가족/친척	친구	연인	직장/학교 동료/선후배
전 체		(2518)	13.7	50.9	20.0	13.0	2.5
권역별	서울	(488)	12.0	48.8	19.1	16.6	3.4
	경기/인천권	(785)	13.8	53.6	18.3	12.8	1.5
	광역시권	(492)	12.4	46.7	24.7	12.4	3.8
	중소도시/군지역	(753)	15.4	52.0	19.3	11.1	2.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	21.4	40.2	24.5	11.3	2.7
	500만원 미만	(908)	11.2	51.7	21.0	13.3	2.8
	500만원 이상	(968)	10.9	57.1	16.1	13.7	2.1
가구원 수	1~2인	(655)	18.1	41.6	21.0	17.1	2.1
	3~4인	(1662)	12.6	54.6	19.3	10.6	2.9
	5인 이상	(202)	7.9	50.1	22.9	18.8	0.3
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	15.2	44.7	18.3	19.1	2.7
	중 (4~6편)	(592)	11.3	52.7	19.3	14.8	2.0
	하 (3편 이하)	(938)	11.4	56.4	20.9	8.5	2.7
	미관람	(214)	24.4	43.8	24.1	5.5	2.3
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	15.1	57.2	19.8	5.9	2.0
	보통	(977)	11.5	52.0	19.8	13.8	2.9
	극장 중심	(777)	15.0	43.2	20.4	18.9	2.5

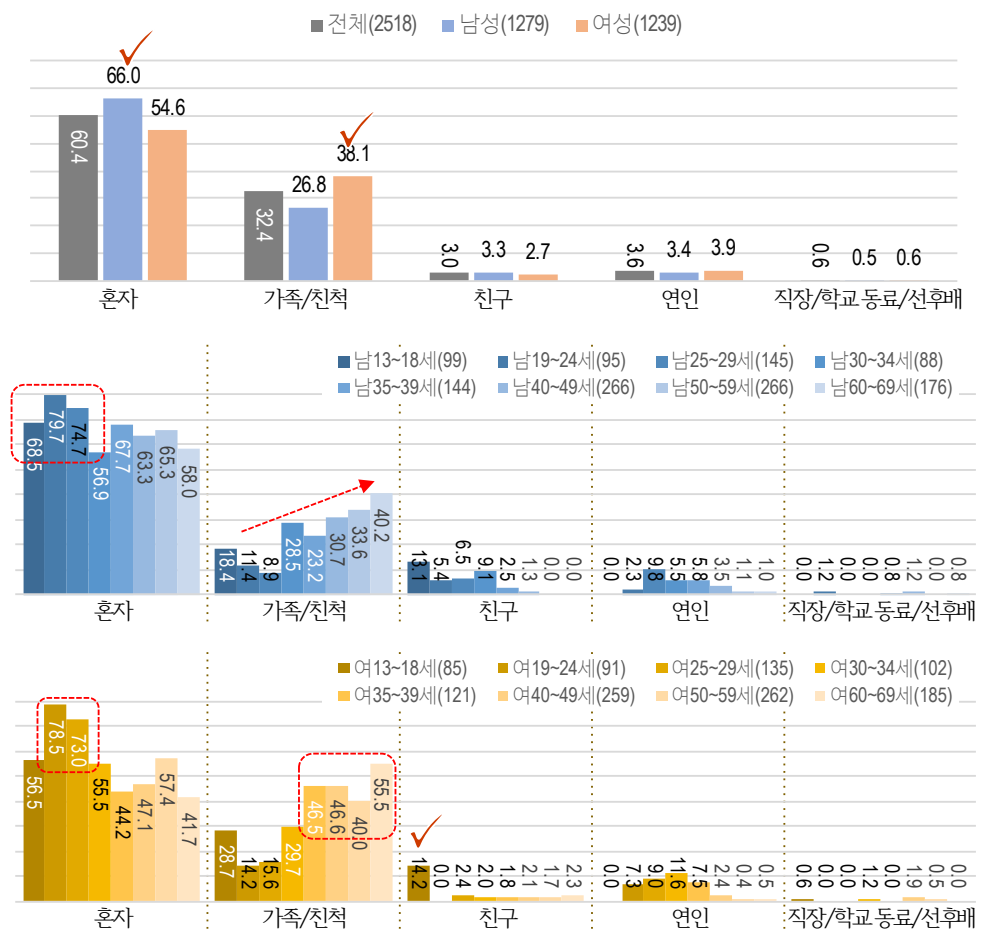
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

② 극장 외 영화 동반 관람자

- 여성보다 남성이 극장 외 영화를 혼자 보는 경향이 높고, 여성은 상대적으로 ‘가족/친척’과 많이 봄.
- 13~24세대는 혼자 보는 성향이 강하며, 30세 이상은 혼자 또는 가족/친척과 주로 봄.

[그림36] 성별 연령대별 극장 외 영화 동반 관람자

(Base: 전체, 단위: %)



문] 영화 관람 시 주로 다른 사람과 함께 보십니까?
그럼, 주로 함께 보시는 분은 누구입니까?

- 극장 외 영화를 많이 소비하는 집단일수록 ‘혼자’ 관람률 증가하고, 극장 외 중심 영화 관람자도 ‘혼자’ 관람률이 높음.

[표16] 세분집단별 극장 외 영화 동반 관람자

(단위: %)

		사례수	혼자	가족/친척	친구	연인	직장/학교 동료/선후배
전 체		(2518)	60.4	32.4	3.0	3.6	0.6
권역별	서울	(488)	58.8	31.8	3.5	4.9	1.0
	경기/인천권	(785)	58.2	35.3	2.8	3.5	0.3
	광역시권	(492)	63.5	27.1	3.8	4.7	0.9
	중소도시/군지역	(753)	61.7	33.1	2.5	2.4	0.4
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	65.9	25.8	4.8	3.0	0.4
	500만원 미만	(908)	59.1	33.4	2.5	4.6	0.3
	500만원 이상	(968)	58.0	35.7	2.3	3.1	0.9
가구원 수	1~2인	(655)	59.5	31.5	2.1	6.6	0.3
	3~4인	(1662)	60.7	32.8	3.2	2.6	0.8
	5인 이상	(202)	60.9	31.7	4.9	2.4	0.0
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	65.2	28.6	3.0	2.8	0.4
	중 (4~8편)	(650)	59.2	33.7	2.8	4.0	0.4
	하 (3편 이하)	(787)	53.6	37.8	3.4	4.0	1.1
	미관람	(246)	69.1	23.9	2.5	4.5	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	64.4	32.8	1.2	1.4	0.3
	보통	(977)	56.2	34.5	4.0	4.4	0.9
	극장 중심	(777)	61.7	29.2	3.7	4.9	0.5

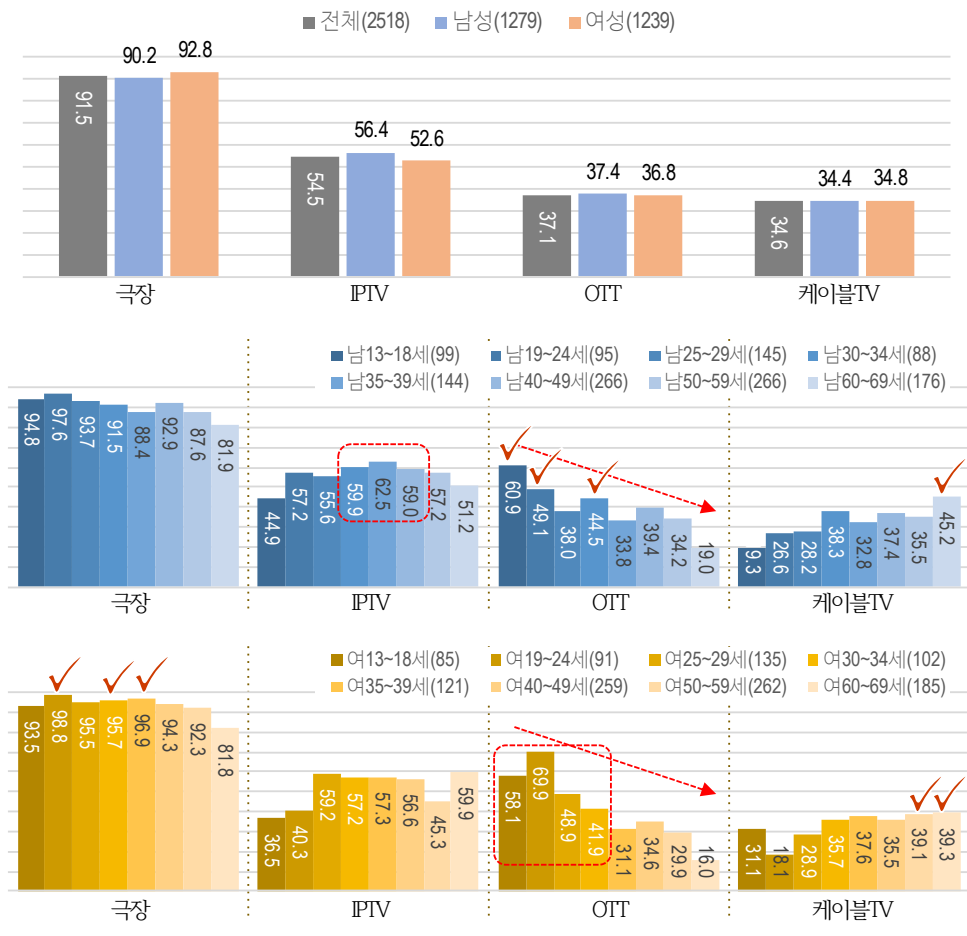
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 2018년 영화 관람 경로

- 2018년 영화 관람 경로 경험률은 극장, IPTV, OTT 및 케이블TV 순임.
- OTT 경로는 연령대가 낮을수록 경험률이 높고, 특히 13~34세 세대에서 높게 나타남.

[그림37] 성별 연령대별 2018년 영화 관람 경로

(Base: 전체, 단위: %)



문] 2018년에 영화를 보신 경로를 모두 선택해 주십시오.

OTT: 인터넷 기반의 동영상 서비스 (유튜브, 넷플릭스, 티빙, poq, 웹하드 등)

- 2018년 영화 관람 경로 경험률은 극장, IPTV, OTT 및 케이블TV 순임.
- 성별 관람 경로 차이는 보이지 않으며, OTT 경로는 연령대가 낮을수록 경험률이 높고, 특히 13~34세 세대에서 높게 나타남.

- 월 500만원 이상 소득 가구에서 영화 경험 경로가 다양하게 나타남.
- 극장 영화 상위 소비자도 극장 외 IPTV, OTT 등 영화 관람경험률이 높음.

[표17] 세분집단별 2018년 영화 관람 경로

(단위: %)

		사례수	극장	IPTV	OTT	케이블TV
전 체		(2518)	91.5	54.5	37.1	34.6
권역별	서울	(488)	92.3	58.4	34.8	32.4
	경기/인천권	(785)	92.7	55.6	42.5	31.1
	광역시권	(492)	91.7	51.8	36.4	38.4
	중소도시/군지역	(753)	89.6	52.7	33.6	37.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	82.8	45.7	34.0	35.0
	500만원 미만	(908)	93.1	52.8	34.8	36.1
	500만원 이상	(968)	95.8	61.9	41.4	32.9
가구원 수	1~2인	(655)	84.9	49.8	30.2	36.1
	3~4인	(1662)	93.7	55.2	38.8	34.7
	5인 이상	(202)	94.6	64.0	46.3	28.6
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	100.0	59.6	45.2	36.2
	중 (4~6편)	(592)	100.0	52.8	37.6	36.1
	하 (3편 이하)	(938)	100.0	51.7	30.1	32.9
	미관람	(214)	0.0	53.0	37.9	31.4
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	92.8	64.5	50.8	43.8
	중 (4~8편)	(650)	91.3	60.1	41.7	36.0
	하 (3편 이하)	(787)	87.7	56.3	30.5	34.4
	미관람	(246)	100.0	0.0	0.0	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	72.0	57.5	44.8	39.1
	보통	(977)	100.0	64.3	39.6	40.9
	극장 중심	(777)	100.0	39.4	26.5	22.2

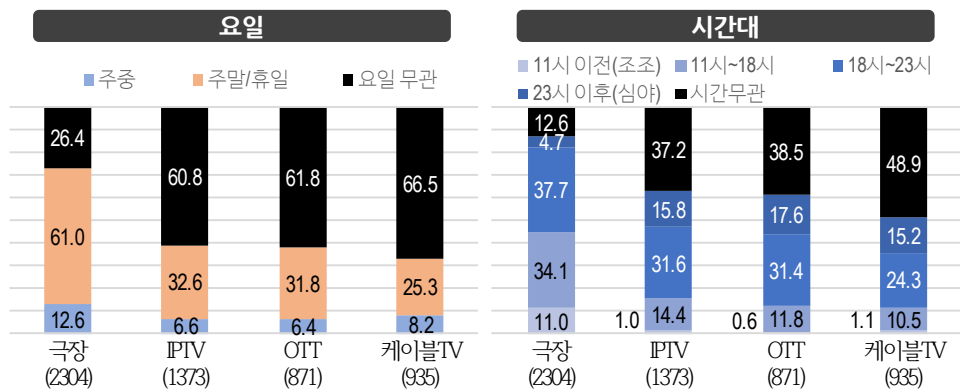
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

3) 경로별 관람 요일 및 시간대

- 극장 영화는 ‘주말/휴일’에, ‘저녁(18~23시)’ 및 ‘오후(11~18시)’에 주로 관람함.
- 극장 외 영화 경로들에서는 ‘요일 관계없이’, ‘저녁(18~23시)’ 또는 ‘시간 관계없이’ 봄.
- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 ‘요일과 시간 무관’ 극장 관람률이 증가하고,
- 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 ‘요일과 시간 무관’ 극장 외 경로 관람률이 증가함.

[그림38] 경로별 관람 요일 및 시간대

(Base: 각 경로 경험자 전체, 단위: %)



문] 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

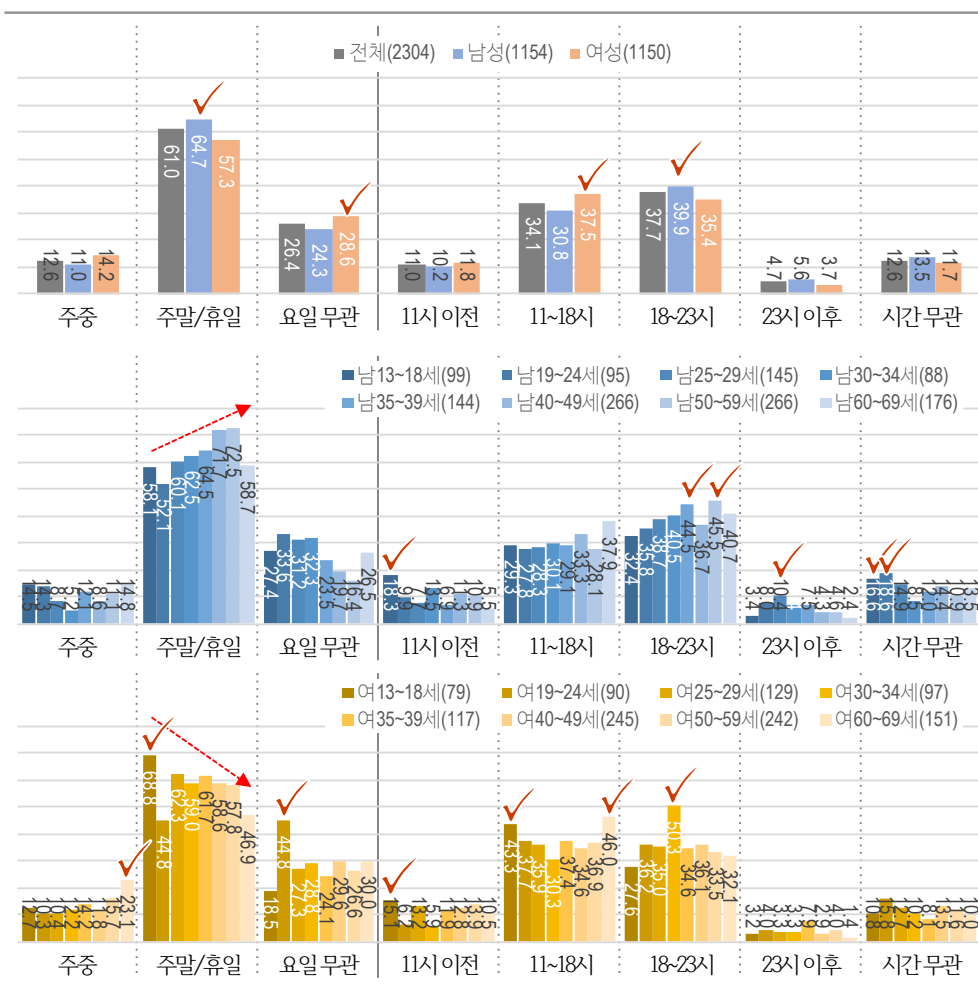
- 극장 영화는 ‘주말/휴일’에, ‘18~23시’ 및 ‘11~18시’에 주로 관람함.
- 극장 외 영화 경로들에서는 ‘요일 관계없이’ 주로 보고 다음으로 ‘주말/휴일’에 봄. 시간대는 ‘시간 관계없이’ 보거나 ‘18~23시’에 주로 봄.

① 극장 영화 관람 요일 및 시간대

- 남성은 ‘주말/휴일’, ‘저녁(18~23시)’에 극장 관람률이 높고, 여성은 ‘요일 무관’ 및 ‘주중’, ‘오후(11~18시)’ 관람률이 높음.
- 남성은 주말/휴일 극장 관람률이 연령대가 높을수록 증가하지만, 여성은 감소함.
- 상대적으로 13~18세는 ‘조조(11시 이전)’ 극장 관람률이 높음.

[그림39] 성별 연령대별 극장 관람 요일 및 시간대

(Base: 극장 경험자, 단위: %)



문] 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

- 극장 영화 관람 편수가 많은 집단일수록 '주중' 또는 '주중/휴일' 극장 관람률은 감소하고 '요일 무관' 및 '시간 무관' 극장 관람률이 증가함.

[표18] 세분집단별 극장 영화 관람 요일 및 시간대

(단위: %)

		사례수	요일			시간대				
			주중	주말 /휴일	요일 무관	11시 이전	11~18시	18~23시	23시 이후	시간 무관
전 체		(2304)	12.6	61.0	26.4	11.0	34.1	37.7	4.7	12.6
권역별	서울	(451)	11.0	57.8	31.1	10.5	28.9	40.5	6.4	13.8
	경기/인천권	(728)	11.6	64.8	23.7	12.0	37.2	36.8	3.3	10.7
	광역시권	(451)	13.8	56.9	29.3	10.4	32.1	37.1	6.0	14.5
	중소도시/군지역	(675)	13.8	61.9	24.3	10.6	35.7	37.1	4.0	12.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(531)	17.8	54.4	27.7	13.5	32.2	34.5	4.4	15.4
	500만원 미만	(846)	12.1	60.1	27.8	11.5	35.7	37.9	3.9	11.0
	500만원 이상	(927)	10.0	65.7	24.4	9.0	33.8	39.2	5.5	12.5
가구원 수	1~2인	(556)	15.8	56.6	27.6	9.0	33.5	41.5	3.0	13.0
	3~4인	(1557)	11.8	62.4	25.8	11.7	35.0	36.2	5.0	12.1
	5인 이상	(191)	9.6	62.4	28.1	10.8	28.9	38.7	6.4	15.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	10.3	57.9	31.7	9.1	29.8	40.2	5.2	15.7
	중 (4~6편)	(592)	11.9	61.2	26.8	13.1	32.2	37.2	4.8	12.7
	하 (3편 이하)	(938)	14.8	63.4	21.8	11.2	38.9	35.9	4.1	10.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(550)	15.4	62.4	22.2	12.2	37.4	35.2	3.8	11.4
	보통	(977)	10.9	60.7	28.4	11.0	33.5	38.0	4.7	12.7
	극장 중심	(777)	12.6	60.5	26.9	10.0	32.6	38.9	5.2	13.3

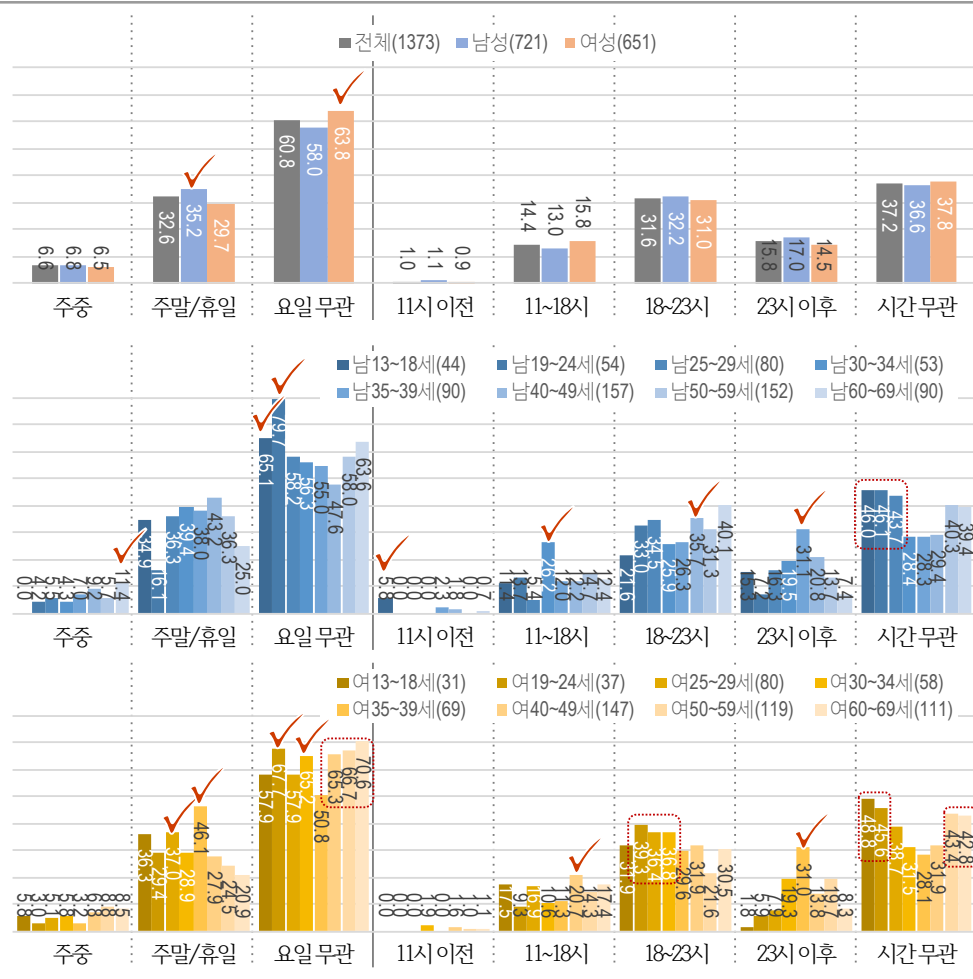
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

② IPTV 영화 관람 요일 및 시간대

- 남성은 ‘주말/휴일’에 IPTV 영화 관람률이 높고, 여성은 ‘요일 무관’ 관람률이 높음.
- IPTV 영화를 ‘요일 무관, 시간 무관’ 관람하는 경향은 ‘13~24세 남성’과 ‘50~69세 여성’에서 강하게 나타남.
- 상대적으로 ‘19~29세 남녀’는 18~23시에, ‘35~39세 남녀’는 23시 이후에 IPTV 영화 관람률이 높음.

[그림40] 성별 연령대별 IPTV 영화 관람 요일 및 시간대

(Base: IPTV 영화 경험자, 단위: %)



문] 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

- 극장 외 영화 관람 편수가 많은 집단일수록 ‘주중/휴일’ IPTV 영화 관람률은 감소하고 ‘요일 무관’ 및 ‘시간 무관’ 관람률은 증가함.

[표19] 세분집단별 IPTV 영화 관람 요일 및 시간대

(단위: %)

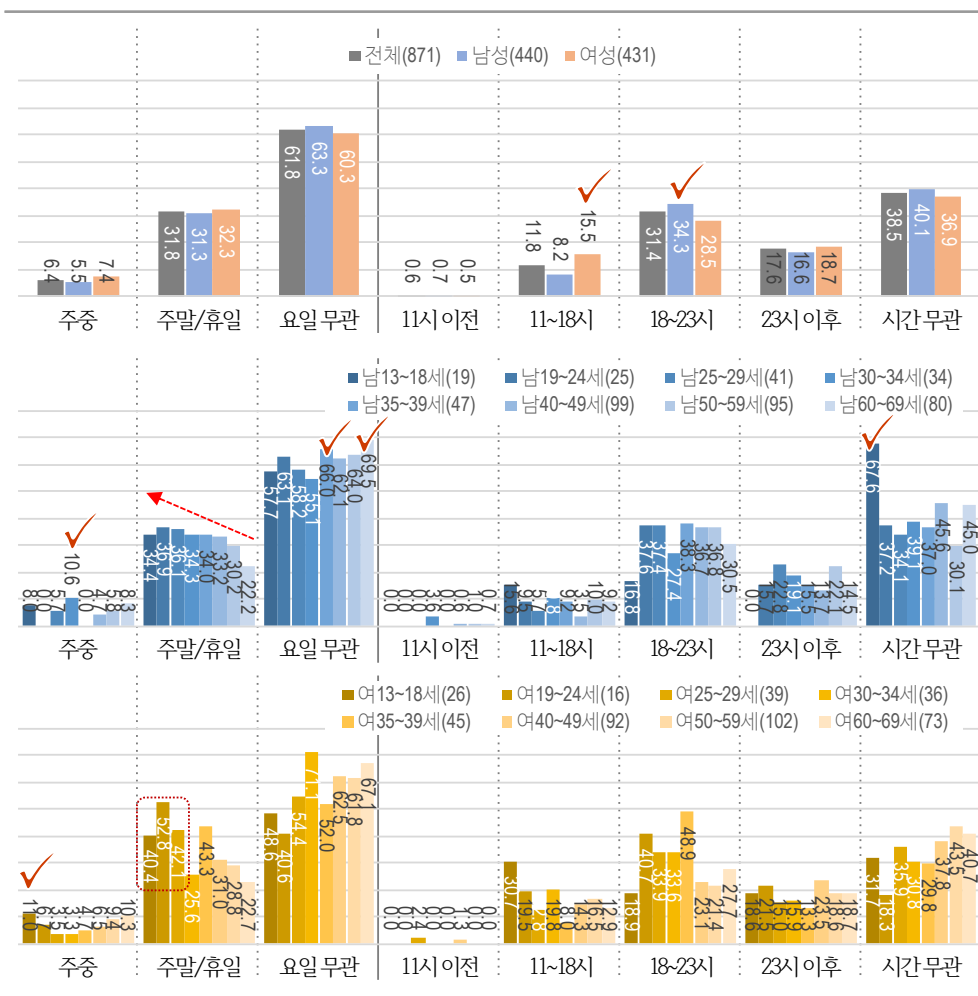
		사례수	요일			시간대				
			주중	주말/휴일	요일 무관	11시 이전	11~18시	18~23시	23시 이후	시간 무관
전 체		(1373)	6.6	32.6	60.8	1.0	14.4	31.6	15.8	37.2
권역별	서울	(285)	5.0	34.3	60.7	0.9	13.5	36.5	17.0	32.1
	경기/인천권	(436)	4.0	32.3	63.7	0.3	12.9	29.4	17.7	39.7
	광역시권	(255)	7.4	34.5	58.1	2.5	15.3	33.8	13.7	34.7
	중소도시/군지역	(397)	10.3	30.5	59.3	1.0	16.1	29.1	14.2	39.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(293)	8.8	27.0	64.2	2.0	16.5	32.6	9.7	39.2
	500만원 미만	(480)	5.8	36.3	57.9	0.5	15.2	30.5	16.8	37.0
	500만원 이상	(599)	6.3	32.4	61.4	0.9	12.7	32.0	18.0	36.3
가구원 수	1~2인	(326)	9.1	30.1	60.8	0.9	16.4	33.5	9.8	39.4
	3~4인	(917)	5.4	33.0	61.6	1.1	13.9	30.2	18.3	36.5
	5인 이상	(129)	9.3	35.9	54.8	0.8	12.6	36.9	13.0	36.7
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(539)	7.9	26.3	65.8	0.3	11.7	29.0	16.7	42.3
	중 (4~8편)	(391)	5.7	30.9	63.4	1.0	13.9	31.8	17.1	36.3
	하 (3편 이하)	(443)	5.9	41.8	52.3	1.8	18.0	34.7	13.7	31.8
영화 관람 성향	극장 외 중심	(439)	6.9	30.3	62.7	0.8	13.0	30.4	15.4	40.3
	보통	(628)	6.6	30.0	63.4	1.4	14.4	32.4	15.6	36.2
	극장 중심	(306)	6.4	41.1	52.5	0.4	16.3	31.7	16.9	34.7

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

③ 케이블TV 영화 관람 요일 및 시간대

- 상대적으로 여성은 ‘낮(11~18시)’에, 남성은 ‘저녁(18~23시)’에 케이블TV 영화 관람률이 높음.
- 남녀 모두 연령대가 낮을수록 ‘주말/휴일’에, 높을수록 ‘요일 무관’ 케이블TV 영화 관람률이 증가하는 경향을 보임

[그림41] 성별 연령대별 케이블TV 영화 관람 요일 및 시간대 (Base: 케이블TV 영화 경험자, 단위: %)



문] 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

- 극장 외 영화 관람 편수가 많은 집단일수록 ‘주중/휴일’ 케이블TV 영화 관람률은 감소하고 ‘요일 무관’ 및 ‘시간 무관’ 관람률은 증가함.

[표20] 세분집단별 케이블TV 영화 관람 요일 및 시간대

(단위: %)

		사례수	요일			시간대				
			주중	주말 /휴일	요일 무관	11시 이전	11~18시	18~23시	23시 이후	시간 무관
전 체		(871)	6.4	31.8	61.8	0.6	11.8	31.4	17.6	38.5
권역별	서울	(158)	9.1	32.9	57.9	0.6	9.6	40.3	16.8	32.7
	경기/인천권	(244)	4.1	35.5	60.4	0.5	13.9	27.5	17.6	40.4
	광역시권	(189)	7.1	30.2	62.7	1.4	13.5	31.5	15.9	37.7
	중소도시/군지역	(279)	6.4	29.0	64.6	0.2	10.0	29.7	19.3	40.8
월평균 가구소득	300만원 미만	(225)	6.7	27.3	66.0	0.2	11.6	34.3	12.6	41.3
	500만원 미만	(328)	6.4	34.9	58.7	1.0	12.4	29.1	22.2	35.3
	500만원 이상	(318)	6.2	31.8	62.0	0.5	11.3	31.8	16.6	39.9
가구원 수	1~2인	(237)	7.2	29.1	63.6	0.5	10.4	31.5	14.9	42.7
	3~4인	(576)	5.5	33.3	61.2	0.7	12.4	32.4	17.8	36.7
	5인 이상	(58)	12.2	28.2	59.7	0.0	11.6	21.0	27.8	39.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(366)	7.4	22.7	69.9	0.0	9.1	28.6	17.7	44.6
	중 (4~8편)	(234)	7.4	35.1	57.5	0.6	9.8	32.5	21.0	36.1
	하 (3편 이하)	(271)	4.3	41.2	54.5	1.4	17.2	34.3	14.6	32.5
영화 관람 성향	극장 외 중심	(299)	5.9	25.2	68.9	0.7	8.6	27.2	16.6	46.9
	보통	(399)	7.7	31.1	61.2	0.8	12.0	34.4	17.4	35.3
	극장 중심	(172)	4.5	44.8	50.7	0.0	16.7	31.9	19.9	31.5

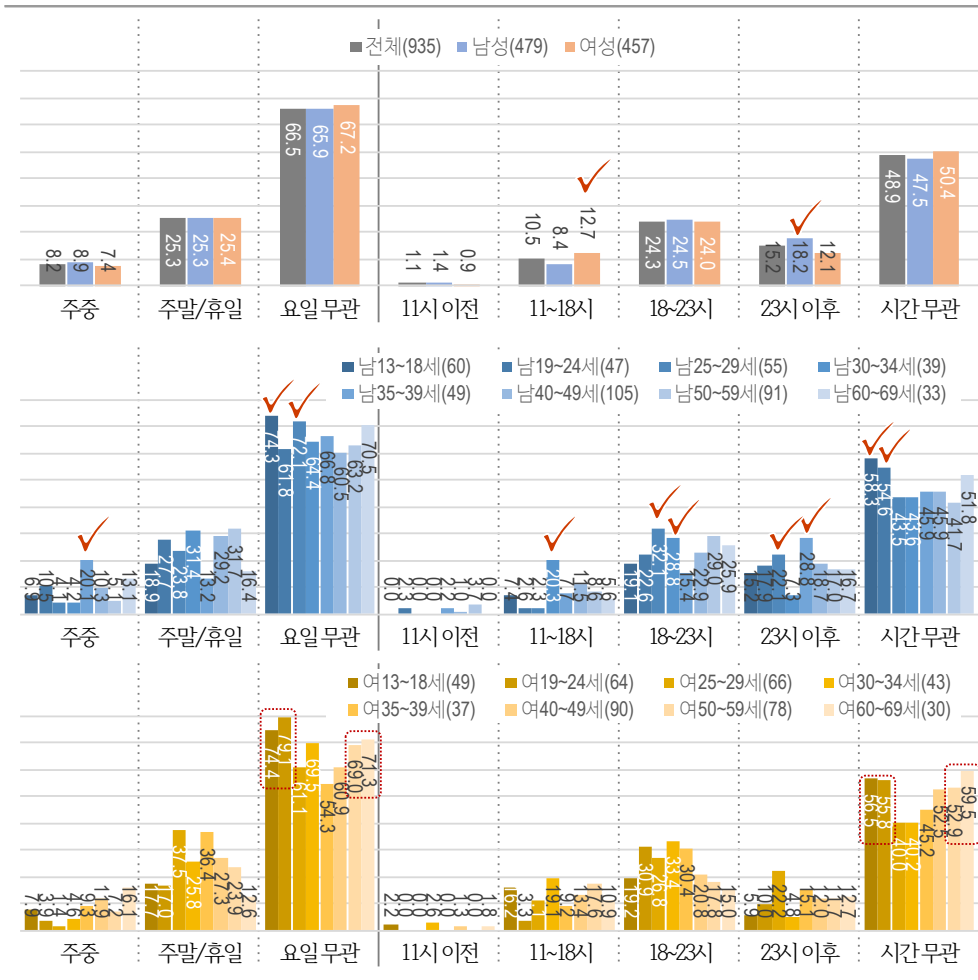
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

④ OTT 영화 관람 요일 및 시간대

- OTT 영화 관람 요일은 성별 차이를 보이지 않지만, 상대적으로 여성은 '낮(11~18시)'에, 남성은 '심야(23시 이후)'에 많이 보는 경향을 보임.
- 13~24세 남녀 모두 '요일, 시간 관계없이' OTT 영화를 보는 경향이 강함.

[그림42] 성별 연령대별 OTT 영화 관람 요일 및 시간대

(Base: OTT 영화 경험자, 단위: %)



문] 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

- 극장 외 영화 관람 편수가 많은 집단일수록 OTT 영화 ‘요일 무관’ 및 ‘시간 무관’ 관람률이 증가하는 경향을 보임.

[표21] 세분집단별 OTT 영화 관람 요일 및 시간대

(단위: %)

		사례수	요일			시간대				
			주중	주말 /휴일	요일 무관	11시 이전	11~18시	18~23시	23시 이후	시간 무관
전 체		(935)	8.2	25.3	66.5	1.1	10.5	24.3	15.2	48.9
권역별	서울	(170)	7.4	23.8	68.8	0.7	12.1	25.3	16.5	45.4
	경기/인천권	(333)	6.7	27.3	65.9	0.6	11.9	23.4	16.9	47.1
	광역시권	(179)	8.9	24.6	66.5	1.0	6.7	27.3	12.6	52.4
	중소도시/군지역	(253)	10.0	24.2	65.8	2.2	10.2	22.6	14.0	51.0
월평균 가구소득	300만원 미만	(218)	8.5	23.4	68.1	2.2	12.3	23.1	11.1	51.2
	500만원 미만	(317)	8.2	22.9	68.8	0.7	12.2	23.2	17.0	46.8
	500만원 이상	(401)	7.9	28.3	63.8	0.8	8.2	25.7	16.0	49.3
가구원 수	1~2인	(198)	9.8	26.6	63.6	1.7	11.2	32.1	9.6	45.5
	3~4인	(644)	6.7	25.4	67.9	1.1	10.4	21.8	17.1	49.5
	5인 이상	(93)	14.8	22.2	63.1	0.0	9.9	24.6	13.9	51.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(424)	9.7	19.2	71.1	0.8	11.6	19.8	13.5	54.3
	중 (4~8편)	(271)	8.4	26.4	65.3	1.6	6.8	29.8	17.2	44.6
	하 (3편 이하)	(240)	5.1	34.9	60.0	1.2	12.9	25.8	16.1	44.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(342)	9.2	22.8	67.9	0.9	10.5	23.0	14.9	50.7
	보통	(387)	8.7	23.1	68.2	1.3	9.6	25.6	14.0	49.5
	극장 중심	(206)	5.4	33.6	61.0	1.1	12.3	23.8	18.1	44.6

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

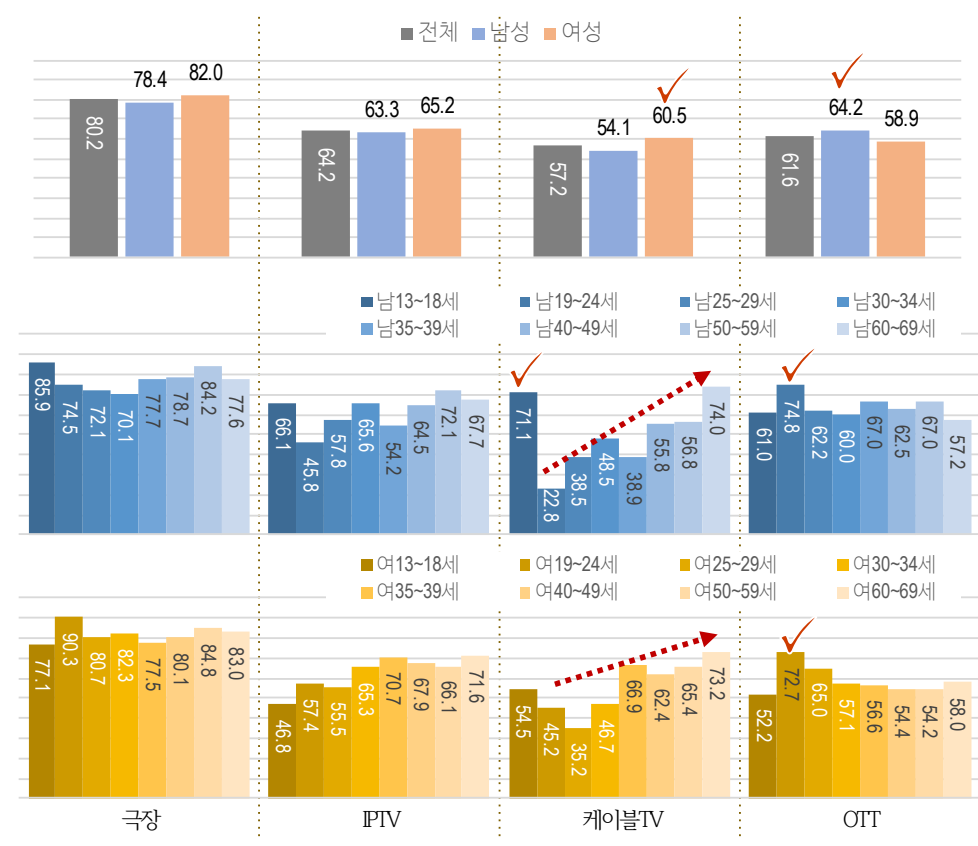
4) 영화 관람 경로 선호도 및 만족도

① 영화 관람 경로 선호도

- 영화 관람 경로로 극장 선호도 78%, IPTV 선호도 64%, OTT 선호도 62%, 케이블TV 선호도 57% 순임.
- 영화 관람 경로로 케이블TV 선호도는 19~34세에서 낮고 35세 이상에서 높게 나타남.

[그림43] 영화 관람 경로 선호도

(Base: 각 경로 영화 관람 경험자, 단위: Top2%)



문] 다음 각 경로별로 영화 관람 선호도, 만족도, 2019년 영화 관람 의향을 선택해 주십시오.

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 극장 선호도가 증가함.
- 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 극장, IPTV, 케이블TV, OTT 모든 경로 선호도가 증가함.

[표22] 세분집단별 영화 관람 경로 선호도

(단위: Top2%)

		극장		IPTV		케이블TV		OTT	
		사례수	선호율	사례수	선호율	사례수	선호율	사례수	선호율
전 체		(2304)	80.2	(1373)	64.2	(871)	57.2	(935)	61.6
권역별	서울	(451)	78.3	(285)	68.4	(158)	58.2	(170)	67.0
	경기/인천권	(728)	83.9	(436)	65.5	(244)	52.2	(333)	60.4
	광역시권	(451)	79.5	(255)	57.5	(189)	61.6	(179)	61.8
	중소도시/군지역	(675)	78.1	(397)	63.9	(279)	58.2	(253)	59.5
월평균 가구소득	300만원 미만	(531)	74.0	(293)	61.1	(225)	56.4	(218)	59.7
	500만원 미만	(846)	79.5	(480)	63.6	(328)	59.8	(317)	60.0
	500만원 이상	(927)	84.5	(599)	66.1	(318)	55.2	(401)	63.9
가구원 수	1~2인	(556)	77.6	(326)	65.8	(237)	60.6	(198)	56.1
	3~4인	(1557)	80.1	(917)	63.4	(576)	56.8	(644)	63.1
	5인 이상	(191)	88.7	(129)	65.7	(58)	48.2	(93)	63.4
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	91.2	(462)	63.7	(280)	55.4	(350)	61.9
	중 (4~6편)	(592)	84.6	(312)	64.4	(214)	51.3	(222)	63.2
	하 (3편 이하)	(938)	68.5	(485)	62.4	(309)	59.9	(282)	56.4
	미관람			(113)	72.7	(67)	71.5	(81)	74.4
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(774)	82.6	(539)	70.5	(366)	62.0	(424)	67.6
	중 (4~8편)	(594)	81.4	(391)	66.2	(234)	55.1	(271)	62.4
	하 (3편 이하)	(690)	74.9	(443)	54.6	(271)	52.7	(240)	50.2
	미관람	(246)	84.8						
영화 관람 성향	극장 외 중심	(550)	72.4	(439)	71.1	(299)	64.6	(342)	70.0
	보통	(977)	79.1	(628)	65.6	(399)	55.5	(387)	60.4
	극장 중심	(777)	87.2	(306)	51.3	(172)	48.6	(206)	50.1

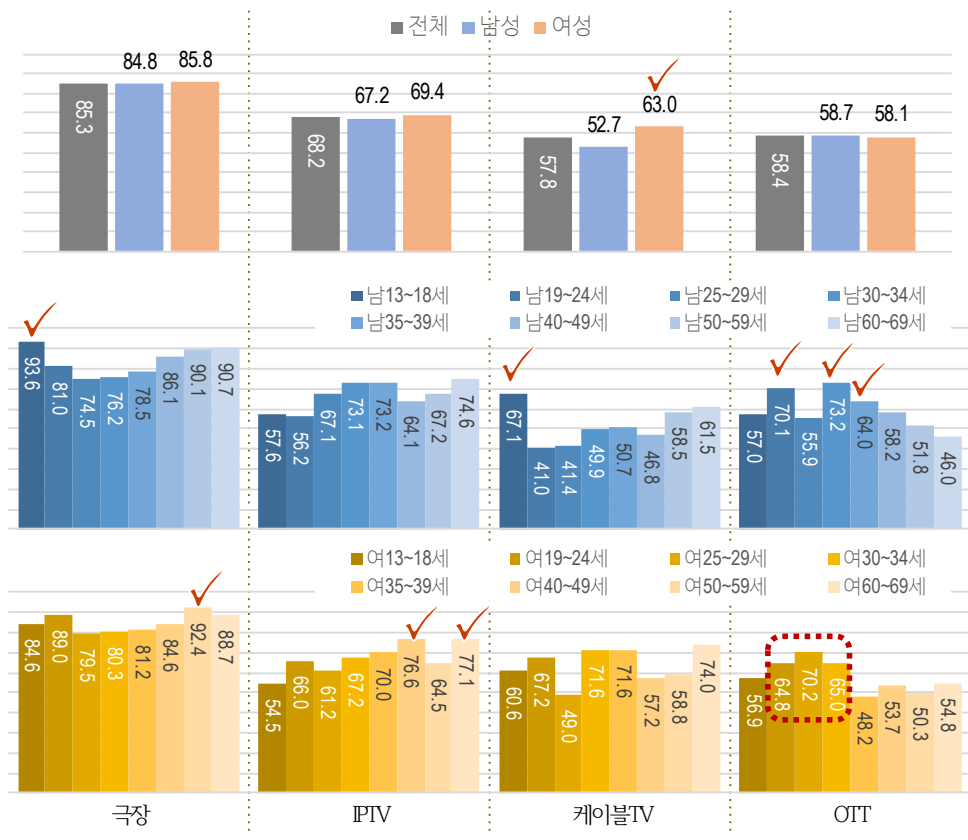
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

② 영화 관람 경로 만족도

- 영화 관람 경로로 극장 만족도는 85%, IPTV 만족도 68%, OTT 만족도 58%, 케이블TV 만족도 58% 순임.
- 영화 관람 경로로 케이블TV 만족도는 남성보다 여성에게서 높음.

[그림44] 영화 관람 경로 만족도

(Base: 각 경로 영화 관람 경험자, 단위: Top2%)



문] 다음 각 경로별로 영화 관람 선호도, 만족도, 2019년 영화 관람 의향을 선택해 주십시오.

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 극장과 OTT 경로 만족도가 증가함.
- 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 극장, IPTV, 케이블TV, OTT 모든 경로 만족도가 증가함.

[표23] 세분집단별 영화 관람 경로 만족도

(단위: Top2%)

		극장		IPTV		케이블TV		OTT	
		사례수	만족률	사례수	만족률	사례수	만족률	사례수	만족률
전 체		(2304)	85.3	(1373)	68.2	(871)	57.8	(935)	58.4
권역별	서울	(451)	83.9	(285)	67.0	(158)	57.9	(170)	66.0
	경기/인천권	(728)	87.6	(436)	72.4	(244)	58.0	(333)	56.5
	광역시권	(451)	85.2	(255)	63.4	(189)	60.4	(179)	58.6
	중소도시/군지역	(675)	83.9	(397)	67.7	(279)	55.8	(253)	55.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(531)	79.6	(293)	67.7	(225)	57.8	(218)	57.4
	500만원 미만	(846)	86.0	(480)	68.0	(328)	56.9	(317)	56.1
	500만원 이상	(927)	87.9	(599)	68.7	(318)	58.7	(401)	60.7
가구원 수	1~2인	(556)	83.2	(326)	70.5	(237)	60.4	(198)	55.6
	3~4인	(1557)	85.4	(917)	67.4	(576)	57.2	(644)	60.0
	5인 이상	(191)	90.6	(129)	68.9	(58)	53.0	(93)	53.4
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	90.8	(462)	67.9	(280)	56.9	(350)	63.7
	중 (4~6편)	(592)	88.0	(312)	68.8	(214)	55.3	(222)	57.4
	하 (3편 이하)	(938)	79.1	(485)	67.8	(309)	58.2	(282)	50.8
	미관람			(113)	70.3	(67)	67.7	(81)	64.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(774)	88.7	(539)	73.0	(366)	59.3	(424)	66.2
	중 (4~8편)	(594)	87.2	(391)	71.7	(234)	58.6	(271)	56.5
	하 (3편 이하)	(690)	79.6	(443)	59.4	(271)	55.0	(240)	46.7
	미관람	(246)	86.1						
영화 관람 성향	극장 외 중심	(550)	88.1	(439)	73.6	(299)	61.4	(342)	64.8
	보통	(977)	81.6	(628)	68.8	(399)	57.7	(387)	57.5
	극장 중심	(777)	88.0	(306)	59.4	(172)	51.7	(206)	49.3

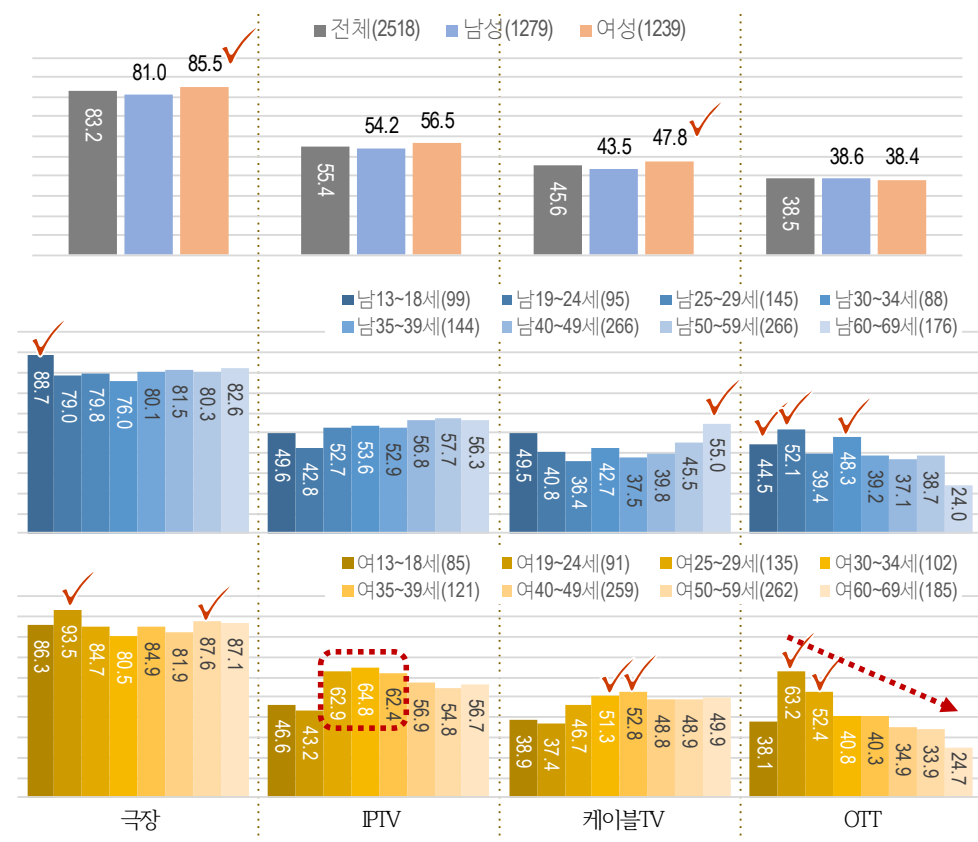
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

5) 2019년 경로별 영화 관람 의향

- 2019년 경로별 영화 관람 의향은 극장 83%, IPTV 55%, 케이블TV 46%, OTT 39% 순임.
- 2019년 극장 영화 관람 의향은 남성보다 여성이 높고, 특히 19~24세 여성과 50대 여성이 높은 의향을 보임.

[그림45] 2019년 경로별 영화 관람 의향

(Base: 전체, N=2518, 단위: Top2%)



문] 다음 각 경로별로 영화 관람 선호도, 만족도, 2019년 영화 관람 의향을 선택해 주십시오.

- OTT 경로 관람 의향은 35세 이하 연령대에서 관람 의향이 높고 특히 19~29세 여성, 19~24세 남성, 30~34세 남성, 13~18세 남성에서 높게 나타남.

[표24] 세분집단별 2019년 경로별 영화 관람 의향

(단위: Top2%)

		사례수	극장	IPTV	케이블TV	OTT
전 체		(2518)	83.2	55.4	45.6	38.5
권역별	서울	(488)	84.4	58.9	46.8	43.7
	경기/인천권	(785)	87.2	59.5	45.9	41.4
	광역시권	(492)	80.6	50.7	45.0	36.1
	중소도시/군지역	(753)	80.1	51.7	44.9	33.5
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	75.2	47.2	43.7	32.0
	500만원 미만	(908)	83.6	52.0	43.4	36.2
	500만원 이상	(968)	88.3	63.9	48.9	44.9
가구원 수	1~2인	(655)	81.2	50.6	45.7	31.6
	3~4인	(1662)	83.5	56.8	45.8	40.3
	5인 이상	(202)	87.9	59.3	44.2	45.6
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	94.2	60.8	48.8	46.3
	중 (4~6편)	(592)	88.4	56.4	43.4	39.8
	하 (3편 이하)	(938)	78.9	52.2	44.9	31.6
	미관람	(214)	48.6	46.7	43.7	36.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	86.8	63.3	55.3	52.3
	중 (4~8편)	(650)	85.1	63.4	48.1	40.7
	하 (3편 이하)	(787)	77.7	49.7	39.1	31.5
	미관람	(246)	84.2	24.8	27.1	8.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	76.1	57.5	51.9	44.0
	보통	(977)	83.9	60.6	48.2	41.6
	극장 중심	(777)	89.5	46.6	36.2	29.1

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

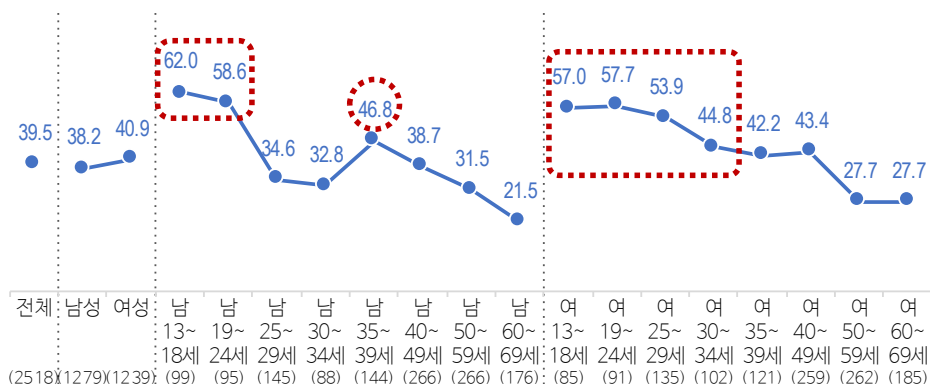
2 2018년 영화 관람경험

1) 2018년 영화 재관람 경험

- 2018년 영화 재관람 경험은 40%로, 연령대가 낮을수록 재관람 경험이 높음.
- 가구소득이 높을수록, 가구원 수가 많을수록, 극장 영화 또는 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 영화 재관람 경험률이 높아짐.
- 영화 재관람 이유는 '영화 내용이 좋아서'가 61%로 주 이유이며, 다음으로 '다른 사람과 다시 봐야 하는 상황'(16%), '좋아하는 배우/감독'(10%) 순임.

[그림46] 2018년 영화 재관람 경험률

(Base: 전체, 단위: %)



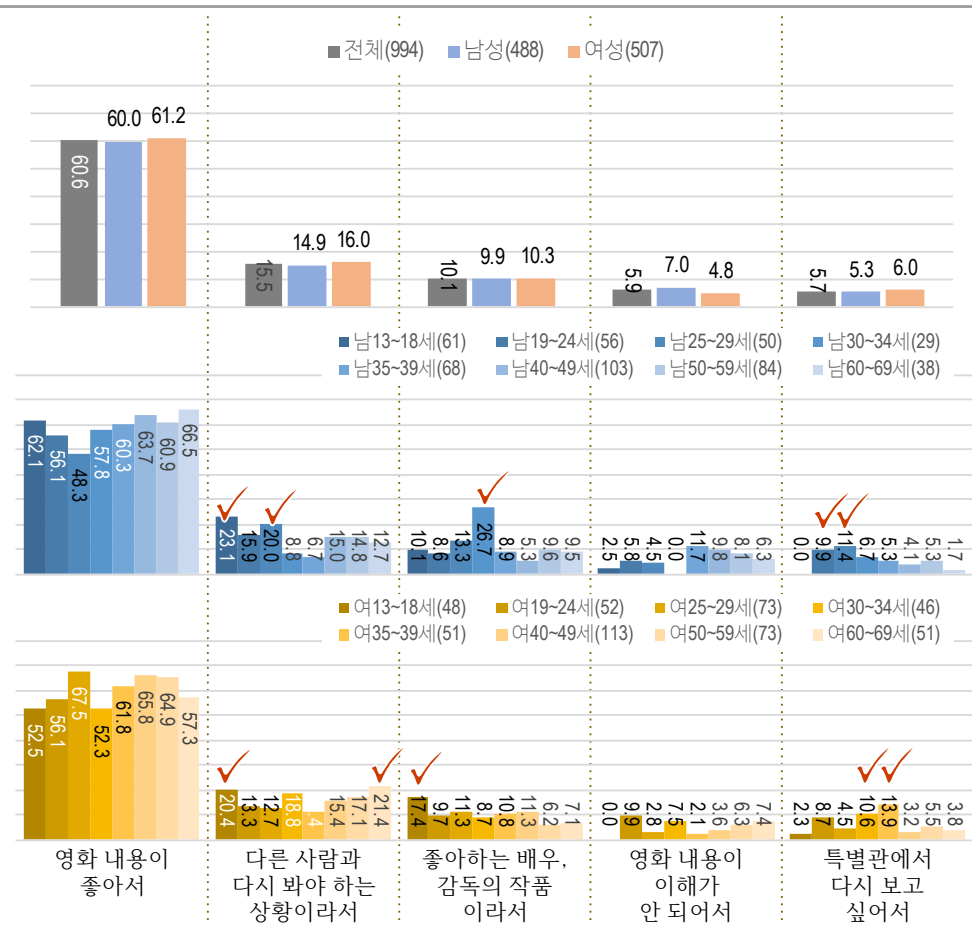
문] 2018년에 동일한 영화 1편을 '극장' 또는 '극장 외' 관계없이 2회 이상 보신 경험이 있습니까?

- 영화 재관람률은 성별에 따른 차이를 보이지 않지만, 연령대가 낮을수록 재관람 경험률이 증가하는 경향을 보임.
- 특히 '13~24세 남성', '13~34세' 여성에서 높은 재관람률을 보임.

- 영화 재관람 이유는 '영화 내용이 좋아서'가 61%로 주된 이유이며, 다음으로 '다른 사람과 다시 봐야 하는 상황'(16%), '좋아하는 배우/감독'(10%) 순임.
- 성별에 따른 재관람 이유 차이는 보이지 않음.
- 상대적으로 13~18세 남녀는 '다른 사람과 봐야 하는 상황' 때문에, 19~29세 남성과 30~39세 여성은 '특별관에서 다시 보고 싶어서' 재관람한 경험이 많음.

[그림47] 2018년 영화 재관람 이유

(Base: 영화 재관람자, 단위: %)



문] 같은 영화를 재관람하신 이유는 무엇입니까?

- 가구소득이 높을수록, 가구원 수가 많을수록, 극장 영화 또는 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 영화 재관람 경험률이 높아짐.
- 극장 영화 중심으로 보는 집단은 ‘다른 사람과 봐야 하는 상황’ 때문에, 극장 외 영화 중심으로 보는 집단은 ‘영화 내용이 좋아서’ 재관람 성향을 보임.

[표25] 세분집단별 2018년 영화 재관람 경험

(단위: %)

		사례수	재관람 경험률	재관람 이유					
				사례수	영화 내용이 좋아서	다른 사람과 다시 봐야 하는 상황이라서	좋아하는 배우/감독이라서	영화 내용이 이해가 안 되어서	특별관에서 다시 보고 싶어서
전 체		(2518)	39.5	(994)	60.6	15.5	10.1	5.9	5.7
권역별	서울	(488)	38.1	(186)	62.1	12.1	10.4	7.4	6.8
	경기/인천권	(785)	39.1	(307)	64.2	15.4	9.0	3.6	4.5
	광역시권	(492)	41.0	(202)	56.7	15.1	11.9	8.0	7.4
	중소도시/군지역	(753)	39.7	(299)	58.5	17.8	9.7	5.8	5.0
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	35.3	(226)	59.1	14.4	9.9	6.7	5.5
	500만원 미만	(908)	38.9	(353)	64.4	14.1	9.6	5.0	5.3
	500만원 이상	(968)	42.9	(415)	58.1	17.2	10.6	6.1	6.1
가구원 수	1~2인	(655)	31.5	(206)	68.4	10.5	8.8	6.7	3.6
	3~4인	(1662)	42.0	(697)	58.2	15.7	11.1	6.0	6.6
	5인 이상	(202)	45.1	(91)	61.1	24.9	5.1	2.6	3.5
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	52.1	(403)	63.7	14.2	9.5	4.2	7.0
	중 (4~6편)	(592)	43.1	(255)	58.4	17.0	10.6	5.7	5.8
	하 (3편 이하)	(938)	30.7	(288)	56.6	17.0	10.2	8.4	4.7
	미관람	(214)	22.5	(48)	69.9	8.4	11.5	5.5	0.0
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	50.1	(418)	72.2	9.5	6.5	4.0	5.7
	중 (4~8편)	(650)	40.8	(265)	58.7	17.1	10.5	5.4	6.0
	하 (3편 이하)	(787)	32.6	(257)	48.9	20.2	14.4	9.0	5.6
	미관람	(246)	22.1	(54)	35.7	30.4	15.1	8.1	4.2
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	36.5	(279)	69.6	10.4	9.9	3.7	2.3
	보통	(977)	43.1	(421)	62.1	13.3	8.1	7.6	8.2
	극장 중심	(777)	37.9	(295)	49.9	23.3	13.1	5.3	5.2

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

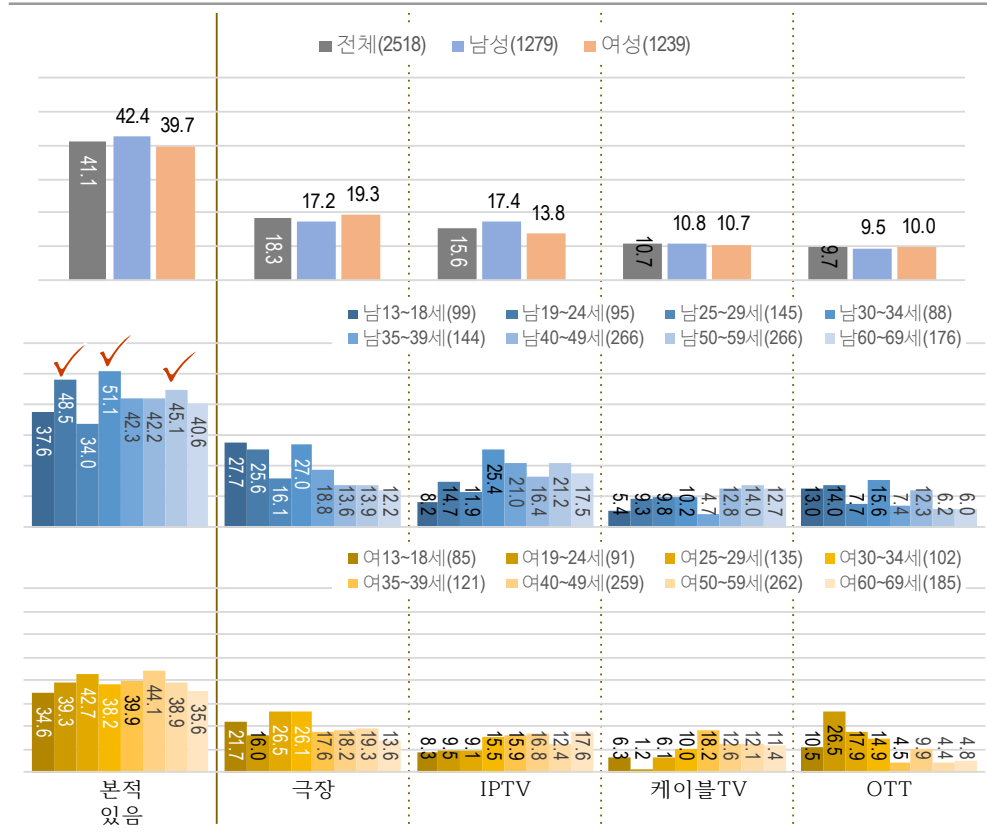
2) 2018년 독립예술영화 관람경험

- 2018년 독립예술영화 관람경험률은 41%이며, 관람 경로는 극장 18%, IPTV 16%, 케이블 TV 11%, OTT 10% 순임.
- 독립예술영화 관람경험은 특히 19~24세 남성, 30~34세 남성, 50대 남성에서 높고, 대도시에서 높게 나타내며, 상대적으로 서울에서는 IPTV로, 광역시권에서는 극장에서 많이 봄.
- 독립예술영화 경로로 극장과 IPTV 선호율은 64%, OTT 60%, 케이블TV 57% 순임.
- 모든 경로에서 여성의 경로 선호율이 남성보다 높은 편임.

① 독립예술영화 관람경험 및 관람 경로

[그림48] 2018년 독립예술영화 관람경험

(Base: 전체, 단위: %)



문] 2018년에 독립예술영화를 보신 경로를 모두 선택해 주십시오.

※ 독립영화: 기존의 상업자본에 의존하지 않고, 창작자의 의도에 따라 제작한 영화

※ 예술영화: 상업성과 대중성을 전면에 드러내는 영화가 아니라, 영화 고유의 미학을 추구하거나 작가의 주제 의식이나 미적 감각에 중점을 두는 영화

- 독립예술영화 관람경험은 대도시에서 높게 나타나며, 상대적으로 서울에서는 IPTV를 통해, 광역시권에서는 극장에서 독립예술영화를 많이 봄.
- 가구소득이 높을수록, 극장 또는 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 다양성 관람경험이 높음.

[표26] 세분집단별 2018년 독립예술영화 관람경험

(단위: %)

		사례수	본 적 있음	극장	IPTV	케이블TV	OTT
전 체		(2518)	41.1	18.3	15.6	10.7	9.7
권역별	서울	(488)	48.9	21.9	21.2	11.9	10.5
	경기/인천권	(785)	36.4	14.3	13.7	8.5	9.8
	광역시권	(492)	47.3	24.2	15.8	12.1	11.8
	중소도시/군지역	(753)	36.8	16.1	14.0	11.4	7.8
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	35.7	16.9	11.5	9.6	8.1
	500만원 미만	(908)	39.6	17.4	14.9	10.1	7.6
	500만원 이상	(968)	46.1	20.0	19.2	12.1	12.8
가구원 수	1~2인	(655)	33.4	14.9	11.7	8.4	6.3
	3~4인	(1662)	43.7	19.2	17.0	12.0	10.2
	5인 이상	(202)	44.3	21.7	17.4	7.9	16.7
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	52.7	27.3	18.6	11.9	14.4
	중 (4~6편)	(592)	39.5	20.5	13.4	11.9	9.6
	하 (3편 이하)	(938)	36.0	13.5	15.5	9.9	6.5
	미관람	(214)	25.9	0.0	12.1	6.8	7.3
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	52.2	18.8	20.9	16.1	17.8
	중 (4~8편)	(650)	39.8	17.2	17.0	9.9	8.9
	하 (3편 이하)	(787)	37.1	18.3	13.9	9.1	4.9
	미관람	(246)	19.3	19.3	0.0	0.0	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	37.9	7.1	16.9	10.9	12.5
	보통	(977)	47.6	21.3	19.8	14.4	11.6
	극장 중심	(777)	36.0	25.4	9.2	5.9	4.6

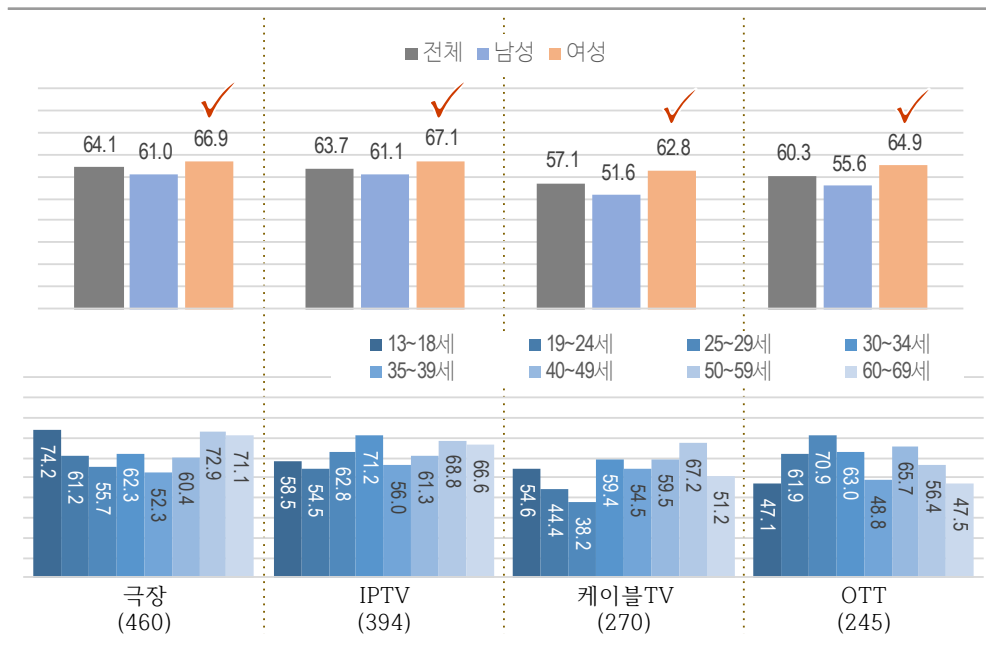
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

② 독립예술영화 관람 경로 선호도

- 독립예술영화 경로로 극장과 IPTV 선호율은 64%, OTT 60%, 케이블TV 57% 순임.
- 모든 경로에서 여성의 경로 선호율이 남성보다 높은 편임.
- 13~18세와 50세 이상은 극장 경로를, 19~29세와 40대는 OTT 경로를, 30대는 IPTV 경로를 선호함.

[그림49] 독립예술영화 관람 경로 선호도

(Base: 각 경로 독립예술영화 경험자, 단위: 선호율%)



문] 독립예술영화 관람하신 경로에 대해 어느 정도 선호하십니까?

- 극장 경로 선호도는 서울 및 대도시 거주자의 만족도가 높은 편임.
- 극장 영화 또는 극장 외 영화를 많이 보는 집단이 독립예술영화 경로 선호도가 높음.

[표27] 세분집단별 독립예술영화 경로 선호도

(단위: 선호율%)

		극장		IPTV		케이블TV		OTT	
		사례수	선호율	사례수	선호율	사례수	선호율	사례수	선호율
전 체		(460)	64.1	(394)	63.7	(270)	57.1	(245)	60.3
권역별	서울	(107)	73.3	(103)	69.5	(58)	56.2	(51)	69.4
	경기/인천권	(112)	59.3	(108)	62.6	(67)	61.0	(77)	59.8
	광역시권	(119)	64.8	(78)	60.6	(59)	68.4	(58)	56.0
	중소도시/군지역	(122)	59.6	(105)	61.5	(86)	46.7	(59)	57.3
월평균 가구소득	300만원 미만	(108)	61.6	(73)	63.3	(61)	46.5	(52)	65.0
	500만원 미만	(158)	59.6	(135)	60.4	(91)	60.1	(69)	55.9
	500만원 이상	(194)	69.1	(186)	66.3	(117)	60.2	(124)	60.8
가구원 수	1~2인	(97)	59.9	(77)	60.3	(55)	46.9	(41)	53.2
	3~4인	(319)	63.4	(282)	63.6	(199)	57.2	(170)	63.0
	5인 이상	(44)	78.1	(35)	72.3	(16)*	89.7	(34)	55.4
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(212)	71.3	(144)	69.4	(92)	69.4	(112)	68.5
	중 (4~6편)	(121)	63.9	(79)	67.2	(70)	53.1	(57)	54.4
	하 (3편 이하)	(127)	52.2	(145)	57.7	(93)	49.7	(61)	54.1
	미관람	(0)		(26)*	55.2	(15)*	44.6	(16)*	47.3
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(157)	74.3	(174)	69.7	(134)	63.5	(149)	64.3
	중 (4~8편)	(112)	62.1	(110)	62.8	(64)	57.7	(58)	56.7
	하 (3편 이하)	(144)	54.1	(109)	55.1	(72)	44.3	(38)	50.2
	미관람	(47)	65.4	(0)		(0)		(0)	
영화 관람 성향	극장 외 중심	(54)	69.5	(129)	65.3	(83)	55.0	(96)	58.8
	보통	(209)	60.0	(193)	62.1	(141)	58.6	(114)	62.6
	극장 중심	(197)	66.9	(72)	65.4	(46)	56.1	(36)	56.9

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

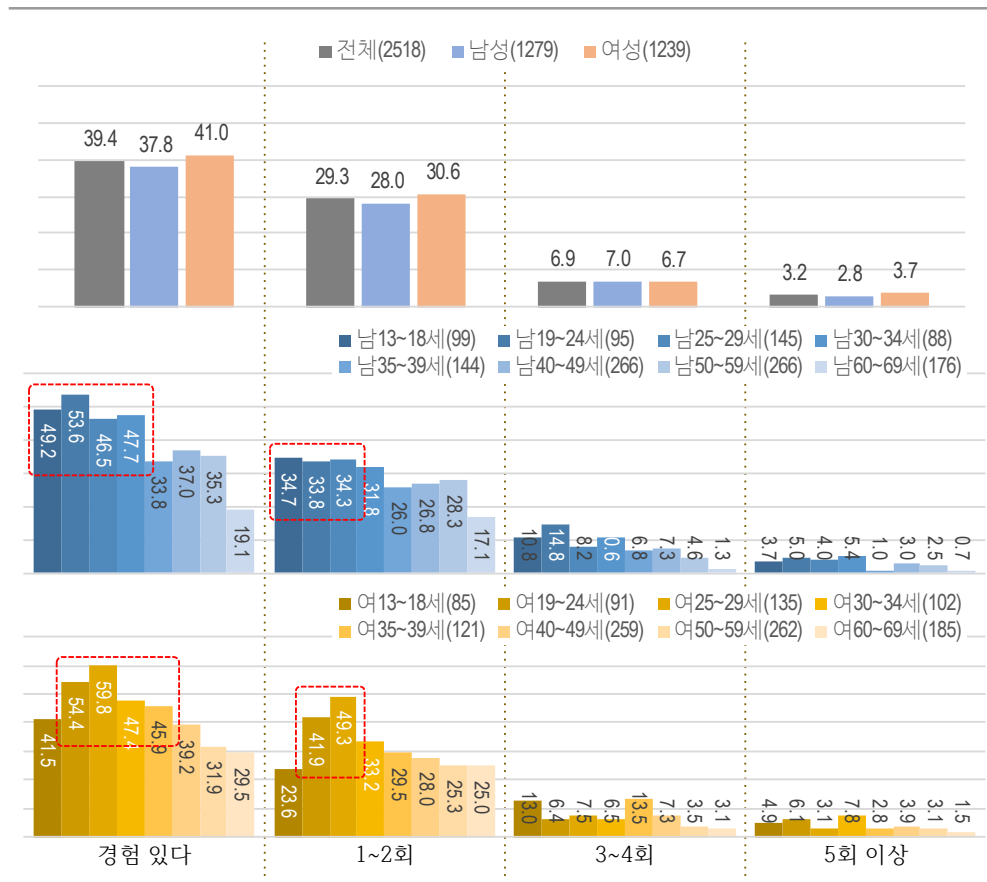
※ () * 사례수 30미만 해석 시 주의 요함.

3) 2018년 특별관 영화 관람경험

- 2018년 특별관(3D, 4D, IMAX관 등) 영화 관람경험률은 39%이며, 관람자 대부분은 1~2회 관람해 봄.
- 13~34세 남성과 19~39세 여성의 관람경험률이 높음.
- 특별관 관람경험률은 서울 > 경기/인천 > 광역시 > 지방 순으로 나타났으며, 가구소득 수준 및 가구원 수에 비례하여 증가하는 경향을 보임.

[그림50] 2018년 특별관 영화 관람경험 및 횟수

(Base: 전체, 단위: %)



문] 2018년에 특별관(3D, 4D, IMAX관 등)에서 관람하신 횟수는 몇 번 정도입니까?

- 성별에 따른 관람경험 및 횟수 차이는 보이지 않음.
- 13~34세 남성, 19~39세 여성의 관람경험률이 높음.

- 특별관 관람 경험은 서울 46%, 경기/인천 41%, 광역시 40%, 중소도시/군지역 33%로 지방으로 갈수록 낮아지는 경향을 보임.
- 가구소득 수준이 높을수록, 가구원 수가 많을수록 특별관 관람경험률이 높아짐.

[표28] 세분집단별 2018년 특별관 영화 관람 경험 및 횟수

(단위: %)

		사례수	경험 있다	1~2회	3~4회	5회 이상
전 체		(2518)	39.4	29.3	6.9	3.2
권역별	서울	(488)	46.0	33.4	8.9	3.7
	경기/인천권	(785)	40.8	30.5	7.4	2.8
	광역시권	(492)	39.9	28.7	6.7	4.4
	중소도시/군지역	(753)	33.4	25.7	5.1	2.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	28.3	22.2	3.4	2.6
	500만원 미만	(908)	37.3	27.7	7.0	2.5
	500만원 이상	(968)	48.7	35.4	9.0	4.3
가구원 수	1~2인	(655)	30.2	24.1	4.2	1.9
	3~4인	(1662)	42.0	31.0	8.0	3.1
	5인 이상	(202)	47.7	32.1	6.3	9.3
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	62.2	36.1	16.4	9.7
	중 (4~6편)	(592)	45.3	38.0	6.2	1.1
	하 (3편 이하)	(938)	25.8	24.9	1.0	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	23.0	18.3	3.7	1.0
	보통	(977)	45.8	34.8	7.6	3.4
	극장 중심	(777)	47.5	33.1	9.1	5.3

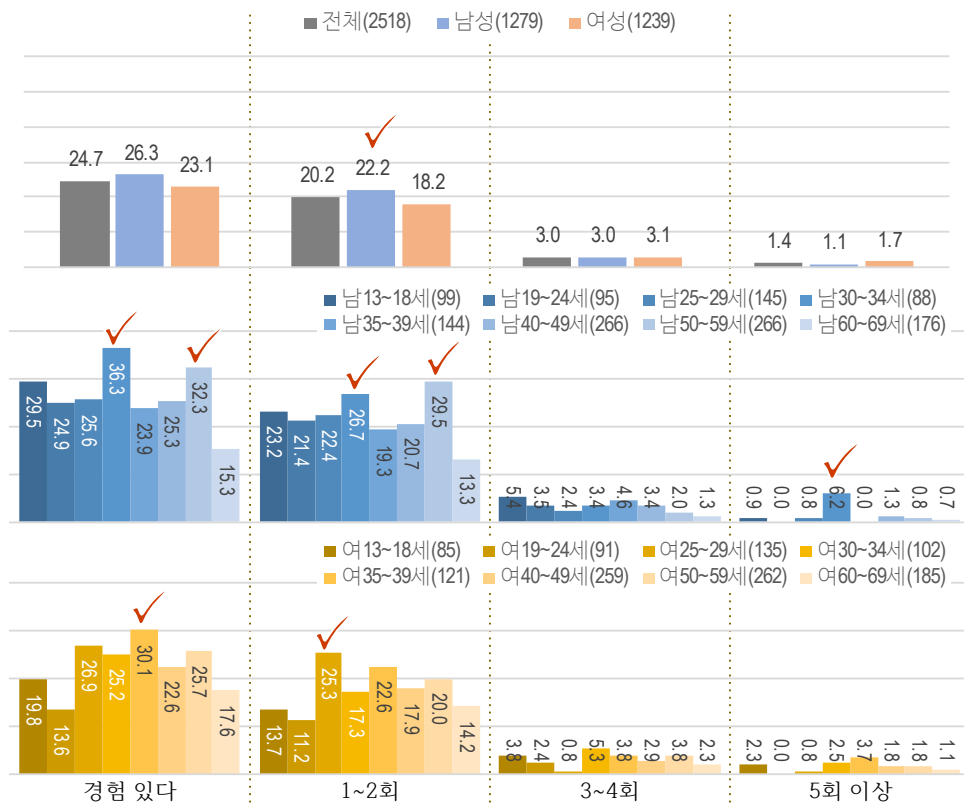
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

4) 2018년 프리미엄 영화관 관람경험

- 2018년 프리미엄 영화관 관람경험률은 25%이며, 이용자 대부분은 1~2회 이용해 봄.
- 30~34세 남성, 50대 남성, 35~39세 여성의 프리미엄 영화관 관람경험률이 높고, 특히 30~34세 남성의 이용 횟수가 많은 편임.
- 서울과 광역시 거주자의 프리미엄 영화관 관람경험이 높고, 특히 서울에서 높게 나타남.
- 가구소득 수준이 높을수록, 가구원 수가 많을수록 프리미엄 영화관 관람경험이 높음.

[그림51] 2018년 프리미엄 영화관 관람경험 및 횟수

(Base: 전체, 단위: %)



문] 2018년에 다음과 같은 프리미엄 영화관에서 관람하신 횟수는 몇 번 정도입니까?

프리미엄 영화관 : 메가박스의 더부티크, 샤롯데시네마, 시네드쉐프 등

- 성별에 따른 프리미엄 영화관 관람경험률은 차이를 보이지 않음.
- 30~34세 남성, 50대 남성, 35~39세 여성의 프리미엄 영화관 관람경험률이 높고, 특히 30~34세 남성의 이용 횟수가 많은 편임.

- 서울과 광역시 거주자의 프리미엄 영화관 관람경험이 높고, 특히 서울에서 높게 나타남.
- 가구소득 수준이 높을수록, 가구원 수가 많을수록 프리미엄 영화관 관람경험이 높음.

[표29] 세분집단별 2018년 프리미엄 영화관 관람경험 및 횟수

(단위: %)

		사례수	경험 있다	1~2회	3~4회	5회 이상
전 체		(2518)	24.7	20.2	3.0	1.4
권역별	서울	(488)	30.7	25.4	4.3	1.1
	경기/인천권	(785)	22.0	17.9	2.9	1.2
	광역시권	(492)	25.8	20.3	3.3	2.2
	중소도시/군지역	(753)	22.9	19.3	2.2	1.3
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	18.0	15.6	1.7	0.7
	500만원 미만	(908)	22.9	19.1	2.8	0.9
	500만원 이상	(968)	30.8	24.4	4.1	2.3
가구원 수	1~2인	(655)	16.3	14.2	1.2	1.0
	3~4인	(1662)	27.6	22.2	3.8	1.5
	5인 이상	(202)	28.4	23.5	2.7	2.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	37.9	27.1	6.7	4.1
	중 (4~6편)	(592)	28.3	24.2	3.4	0.6
	하 (3편 이하)	(938)	17.2	16.7	0.5	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	14.2	11.9	1.7	0.6
	보통	(977)	30.2	25.3	3.3	1.6
	극장 중심	(777)	28.2	22.1	4.0	2.0

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

5) 2018년 극장 단체 관람경험

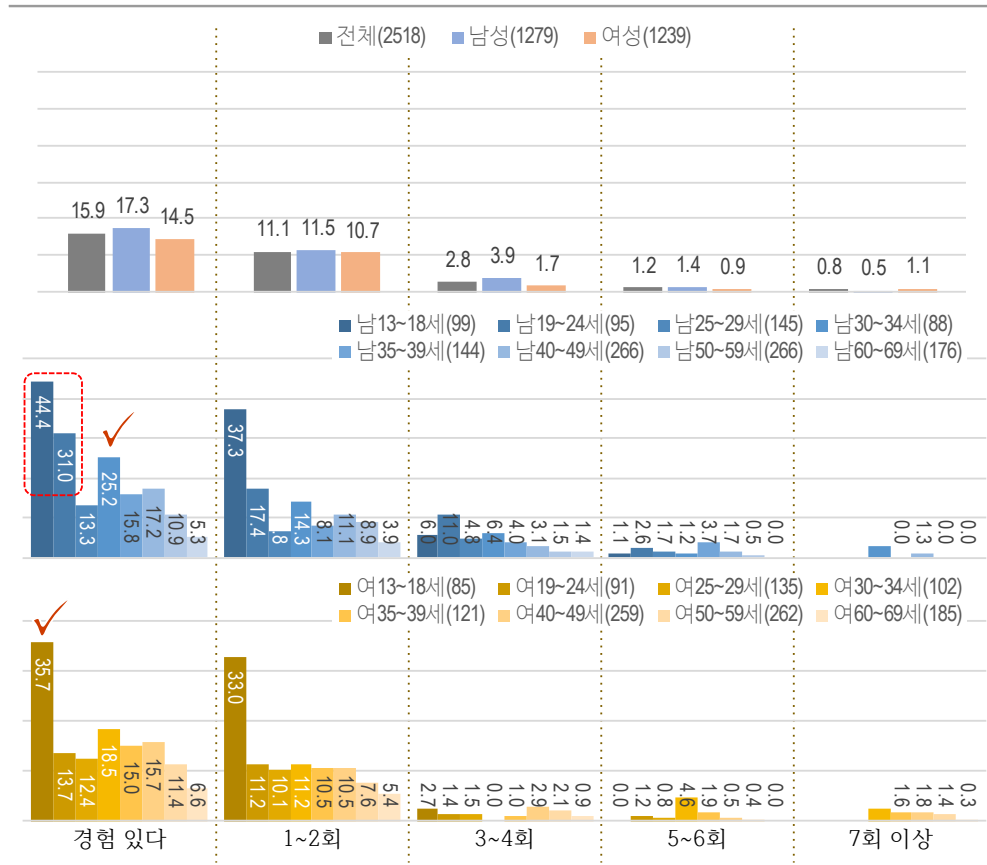
- 2018년 극장 단체 관람경험률은 16%이며, 경험자 대부분은 1~2회 경험함.
- 13~18세 남녀의 경험률이 높고, 서울 및 대도시 거주자의 경험률이 높은 편임.
- 남성은 '회사에서', 여성은 '동호회에서', 13~24세는 '학교'에서 극장 단체 관람함.
- 연령대가 높을수록 '동호회' 극장 단체 관람률이 증가함.

① 2018년 극장 단체 관람경험 및 횟수

- 극장 단체 관람경험률은 16%이며 경험자의 대부분은 1~2회 경험함.
- 13~18세 남녀와 19~24세 남성, 30~34세 남성의 경험률이 높음.

[그림52] 2018년 극장 단체 관람경험 및 횟수

(Base: 전체, 단위: %)



문] 2018년에 극장 단체 관람(단체 할인 받은 경우)을 한 횟수는 몇 번 정도입니까?

- 단체 관람경험률은 서울 및 대도시에서 높은 편임.

[표30] 세분집단별 2018년 극장 단체 관람경험 및 횟수

(단위: %)

		사례수	경험 있다	1~2회	3~4회	5~6회	7회 이상
전 체		(2518)	15.9	11.1	2.8	1.2	0.8
권역별	서울	(488)	19.2	12.0	4.1	1.6	1.5
	경기/인천권	(785)	12.1	8.2	2.0	1.1	0.8
	광역시권	(492)	18.7	12.4	3.6	1.7	1.0
	중소도시/군지역	(753)	15.9	12.9	2.2	0.7	0.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	11.0	9.3	1.5	0.0	0.2
	500만원 미만	(908)	18.0	12.8	3.2	1.3	0.6
	500만원 이상	(968)	17.2	10.7	3.3	1.8	1.3
가구원 수	1~2인	(655)	8.9	6.8	1.3	0.7	0.2
	3~4인	(1662)	17.7	12.5	2.8	1.4	1.0
	5인 이상	(202)	23.6	13.9	7.8	1.4	0.6
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	22.6	10.3	6.2	3.5	2.6
	중 (4~6편)	(592)	17.6	14.2	3.0	0.4	0.0
	하 (3편 이하)	(938)	13.0	12.4	0.5	0.0	0.0
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	7.5	5.8	0.9	0.5	0.3
	보통	(977)	18.9	14.3	2.4	1.2	0.9
	극장 중심	(777)	20.4	12.4	5.1	1.8	1.1

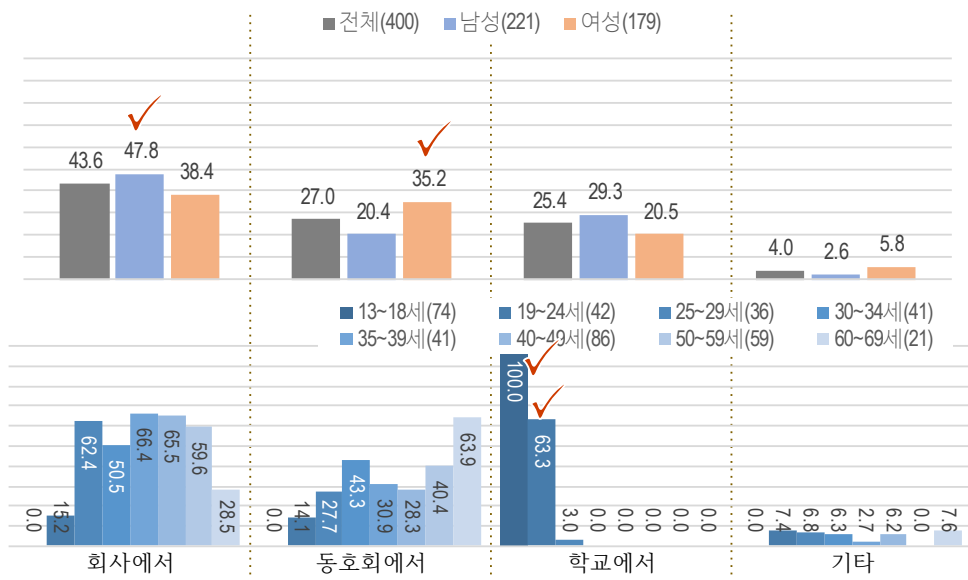
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

② 2018년 극장 단체 관람 이유

- 남성은 ‘회사에서’, 여성은 ‘동호회에서’, 13~24세는 ‘학교’에서 극장 단체 관람함.
- 연령대가 높을수록 ‘동호회’ 극장 단체 관람률이 증가함.

[그림53] 2018년 극장 단체 관람 이유

(Base: 단체 관람 경험자, 단위: %)



문] 극장 단체 관람을 하신 주된 이유는 무엇입니까?

- 서울 및 광역시에서는 ‘회사에서’, 중소도시/군지역에서는 ‘동호회에서’ 단체 관람경험이 많음.

[표31] 세분집단별 2018년 극장 단체 관람 이유

(단위: %)

		사례수	회사에서	동호회에서	학교에서	기타
전 체		(400)	43.6	27.0	25.4	4.0
권역별	서울	(94)	57.5	25.3	14.6	2.6
	경기/인천권	(95)	38.8	22.4	34.2	4.7
	광역시권	(92)	48.8	24.5	24.6	2.2
	중소도시/군지역	(120)	32.5	34.0	27.4	6.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(71)	21.7	34.2	38.0	6.2
	500만원 미만	(163)	38.3	30.3	26.7	4.7
	500만원 이상	(167)	58.1	20.8	18.7	2.5
가구원 수	1~2인	(58)	45.1	43.3	5.2	6.4
	3~4인	(295)	43.8	26.5	26.3	3.4
	5인 이상	(48)	40.3	10.3	44.3	5.1
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(175)	44.3	28.5	24.4	2.7
	중 (4~6편)	(104)	45.9	22.0	28.6	3.5
	하 (3편 이하)	(122)	40.5	29.1	23.9	6.4
영화 관람 성향	극장 외 중심	(57)	45.5	20.6	29.3	4.5
	보통	(185)	39.8	32.2	26.1	1.9
	극장 중심	(159)	47.3	23.3	23.0	6.4

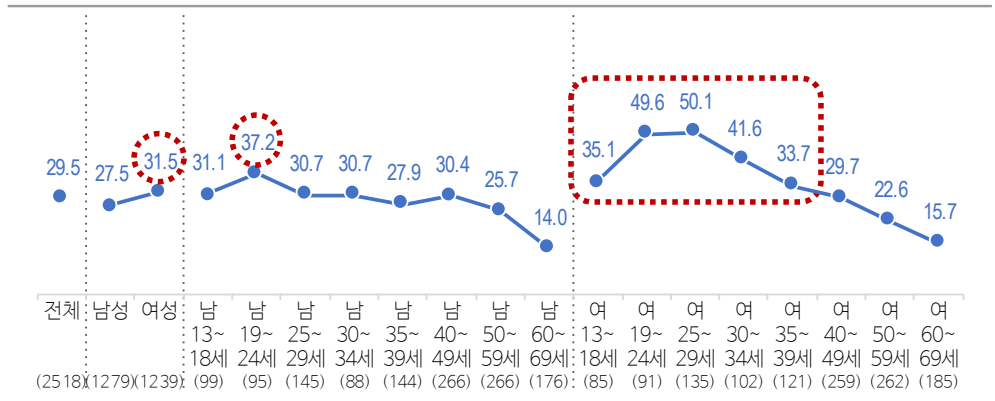
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

6) 2018년 스크린 독과점 현상 경험

- 2018년 스크린 독과점 현상 경험률은 30%임.
- 남성보다 여성이 스크린 독과점 현상을 더 많이 경험했으며, 특히 19~29세 여성은 절반 정도가 경험한 것으로 응답함.
- 스크린 독과점 현상 경험자 중 46%(전체 중 13%)는 원하는 영화를 보지 못함. 즉 스크린 독과점 현상으로 원하는 영화를 보지 못한 영화 고객은 전체 중 13% 수준임.
- 서울/수도권은 스크린 독과점 현상을 더 많이 경험하지만 타 극장/경로에서 해결함. 반면 지방은 스크린 독과점 현상을 덜 경험하지만, 극장이 많지 않아 해당 극장의 타 영화로 유입 되는 경향을 보임.

[그림54] 스크린 독과점 현상 경험률

(Base: 전체, 단위: %)



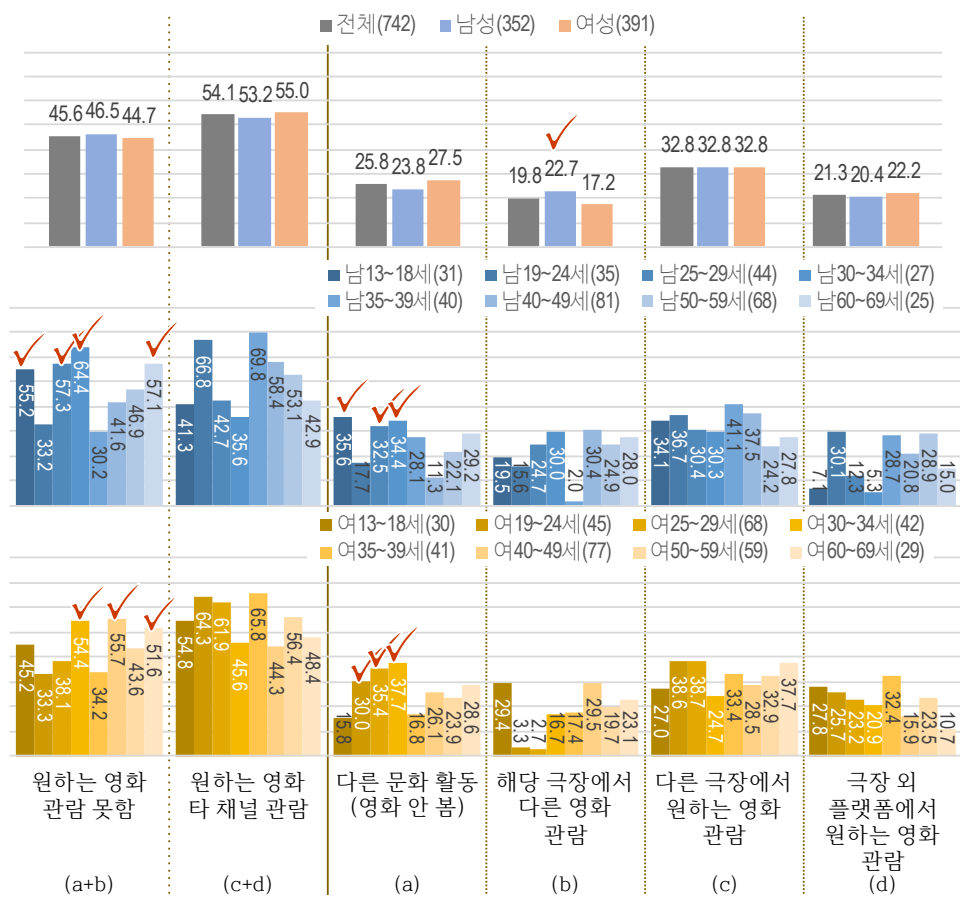
문] 스크린 독과점 현상으로 인해, 2018년에 극장에서 원하는 영화를 보지 못한 경험이 있습니까?

※ 스크린 독과점 현상: 동일한 1편의 영화가 한 극장의 여러 관에서 상영되는 것

- 남성보다 여성이 스크린 독과점 현상을 더 많이 경험함.
- 19~24세 남성과 13~39세 여성이 상대적으로 더 많이 경험했으며, 특히 19~29세 여성은 절반 정도가 스크린 독과점 현상을 경험한 것으로 응답함.

[그림55] 스크린 독과점 현상 경험자의 대응

(Base: 스크린독과점 경험자, 단위: %)



문] 극장에서 귀하가 원하는 영화가 스크린 독과점으로 상영되지 않은 경우 귀하는 주로 어떻게 하겠습니까?

※ '기타' 0.1% 미제시

- 스크린 독과점 현상 경험자 중 54%는 원하는 영화를 타 경로에서 관람했지만 46% (전체 중 13%)는 원하는 영화를 보지 못함. 즉 스크린 독과점 현상으로 원하는 영화를 보지 못한 영화 고객은 전체 중 13% 수준임.
- 스크린 독과점으로 원하는 영화를 보지 못하는 경우는 남성 34세 이하와 여성 40세 이상에서 높게 나타남.

- 스크린 독과점 현상 경험은 서울(37%), 경기/인천(29%), 광역시권(28%), 지방(26%) 순으로 지방으로 갈수록 스크린 독과점 현상은 적게 경험함.
- 그러나 지방으로 갈수록 스크린 독과점으로 원하는 영화를 보지 못하는 경우가 증가하고, 원하는 영화를 관람하는 경우는 감소함. 즉, 서울/수도권은 스크린 독과점 현상이 더 많지만 다른 경로로 해결하지만, 지방은 스크린 독과점 현상이 더 적지만 극장이 많지 않아 해당 극장의 타 영화로 유입되는 경향을 보임.

[표32] 세분집단별 스크린 독과점 현상 경험 및 대응

(단위: %)

		경험률		대응 행동						
		사례수	%	사례수	원하는 영화 관람 안 함			원하는 영화 관람		
					원하는 영화 관람 안 함	타 문화 활동	당 극장 타 영화 관람	원하는 영화 관람	타 극장 당 영화 관람	극장 외 플랫폼에서 관람
전 체		(2518)	29.5	(742)	45.6	25.8	19.8	54.1	32.8	21.3
권역별	서울	(488)	36.6	(179)	42.2	23.5	18.7	57.8	36.2	21.7
	경기/인천권	(785)	28.9	(227)	45.4	26.9	18.5	53.6▲	33.7▲	19.9
	광역시권	(492)	28.4	(140)	46.6	26.8	19.8	53.4	33.8	19.6
	중소도시/군지역	(753)	26.1	(197)	48.2	25.7	22.5	51.8	28.0	23.9
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	25.8	(165)	47.4▼	30.4	16.9▼	52.6	33.2	19.4
	500만원 미만	(908)	28.1	(255)	45.3	21.9	23.4	53.9	31.8	22.1
	500만원 이상	(968)	33.2	(321)	44.9	26.4	18.5	55.1	33.4	21.7
가구원 수	1~2인	(655)	23.2	(152)	53.8	31.1	22.7	46.2	27.4	18.7
	3~4인	(1662)	31.0	(514)	44.7	25.0	19.7	54.9	33.9	21.0
	5인 이상	(202)	37.7	(76)	35.3	20.3	15.0	64.7	36.2	28.5
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	41.0	(317)	43.5	24.3	19.3	55.8	31.5	24.3
	중 (4~6편)	(592)	29.9	(177)	43.2	24.6	18.7	56.8	37.6	19.1
	하 (3편 이하)	(938)	26.4	(248)	49.9	28.5	21.4	50.1	31.0	19.2
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	20.7	(158)	38.6	22.1	16.5	61.4	30.1	31.3
	보통	(977)	34.4	(336)	48.5	28.3	20.2	51.5	30.4	21.1
	극장 중심	(777)	31.9	(248)	46.1	24.6	21.5	53.1	37.7	15.3

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

※ '기타' 0.1% 미제시

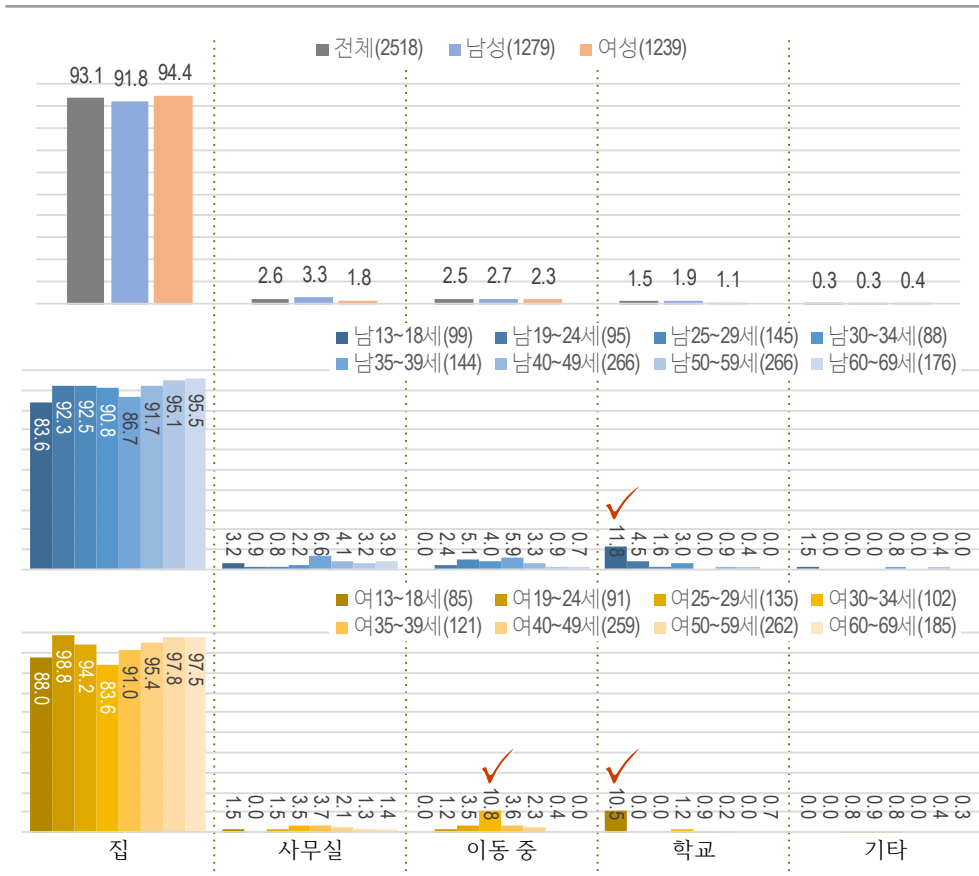
3 극장 외 영화 관람 특성

1) 극장 외 영화 관람 장소

- 극장 외 영화 관람 장소는 집이 지배적임.
- 상대적으로 13~18세 남녀는 '학교'에서 많이 보며, 30~34세 여성은 '이동 중'에 많이 봄.

[그림56] 극장 외 영화 관람 장소

(Base: 전체, 단위: %)



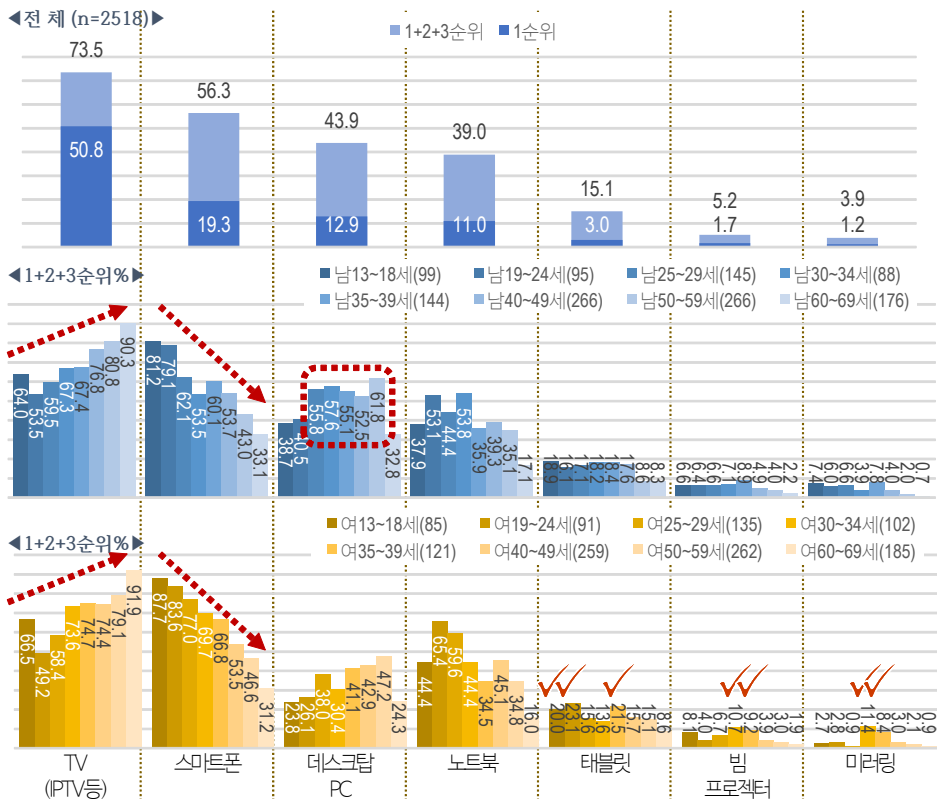
문] 극장 외에서 영화를 보실 때, 주로 어디에서 영화를 보십니까?

2) 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률

- 극장 외 영화 관람 장비/기기는 TV, 스마트폰, 데스크탑, 노트북 순임.
- 연령대가 높을수록 TV 이용률은 증가하지만 스마트폰 이용률은 감소함.

[그림57] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률

(Base: 전체, 단위: %)



문) 극장 외에서 영화를 보실 때, 주로 어떤 장비/기기로 영화를 보십니까?

가장 자주 이용하시는 순서대로 최대 3개까지 순서대로 응답해 주십시오.

※ '기타' 0.1% 미제시

- 데스크탑은 25~59세에서, 노트북은 19~34세에서, 태블릿은 13~24세 여성에서, 빔프로젝터와 미러링은 30대 여성에서 많이 이용됨,

- 극장 외 영화 상위 이용자는 상대적으로 TV와 데스크탑 PC 이용률이 높음.

[표33] 세분집단별 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률

(단위: 1+2+3%)

		사례수	TV (IPTV 등)	스마트폰	데스크탑 PC	노트북	태블릿	빔 프로젝터	미러링
전 체		(2518)	73.5	56.3	43.9	39.0	15.1	5.2	3.9
권역별	서울	(488)	70.5	54.6	49.1	40.8	16.2	8.3	4.1
	경기/인천권	(785)	75.4	59.4	42.4	39.5	14.7	4.3	4.5
	광역시권	(492)	73.6	56.2	43.4	38.5	16.0	5.8	4.0
	중소도시/군지역	(753)	73.2	54.4	42.4	37.6	14.3	3.9	3.0
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	70.1	56.2	39.9	33.1	13.3	3.8	2.9
	500만원 미만	(908)	73.8	57.5	43.9	38.7	15.7	5.4	3.9
	500만원 이상	(968)	75.3	55.4	46.5	43.1	15.6	6.0	4.4
가구원 수	1~2인	(655)	78.7	43.7	38.5	30.8	10.3	4.6	2.9
	3~4인	(1662)	71.9	59.9	45.7	41.2	16.8	5.6	4.1
	5인 이상	(202)	69.2	68.3	46.5	47.0	17.0	4.2	5.0
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	78.1	55.7	50.5	39.6	18.0	6.0	3.7
	중 (4~8편)	(650)	74.7	59.9	40.9	38.9	15.7	4.2	3.7
	하 (3편 이하)	(787)	69.7	56.6	39.6	38.6	13.1	5.3	4.5
	미관람	(246)	66.4	48.5	43.4	38.1	10.1	5.1	2.9
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	80.0	51.2	42.3	34.2	14.2	2.7	3.0
	보통	(977)	72.7	57.3	45.7	39.5	16.1	7.2	4.4
	극장 중심	(777)	68.1	60.1	43.2	43.0	14.8	5.3	4.0

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

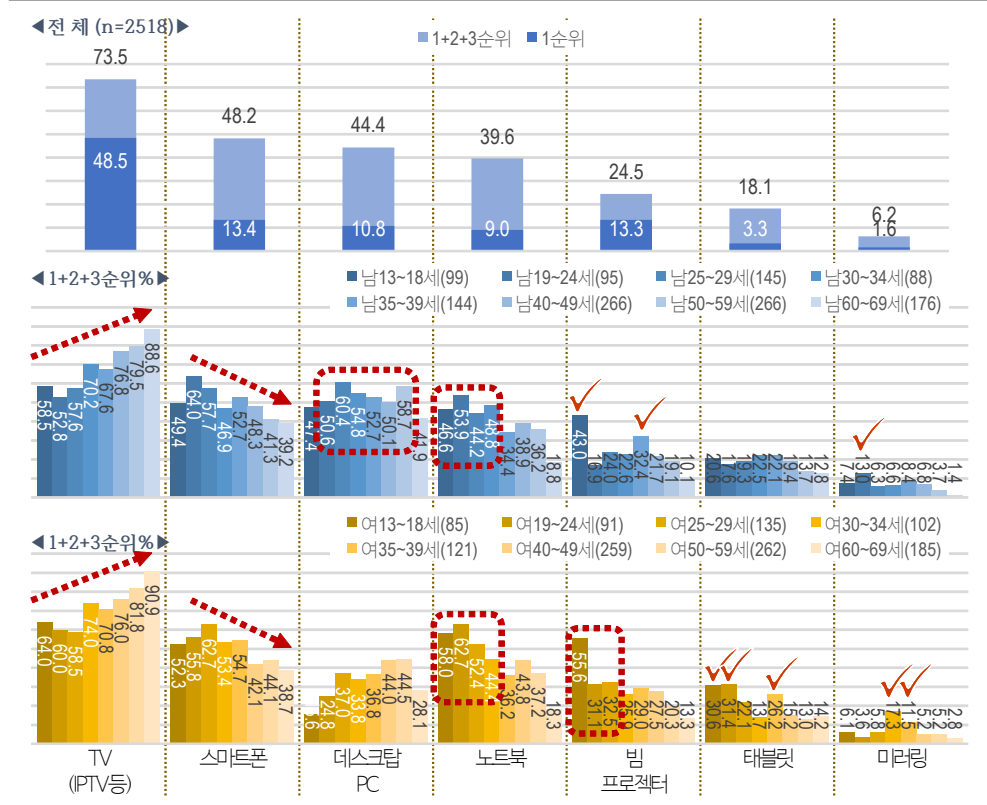
※ '기타' 0.1% 미제시

3) 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용 희망률

- 향후 극장 외 영화 관람 희망 장비/기기도 현재 이용하는 것과 크게 차이 없이 TV, 스마트폰, 데스크탑, 노트북 순임.
- 하지만 현 이용률 대비 ‘스마트폰’ 이용 의향은 감소하고 ‘빔프로젝터’ 이용 의향이 증가함.

[그림58] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용 희망률

(Base: 전체, 단위: %)



문) 극장 외에서 영화를 보실 때, 어떤 장비/기기로 영화를 보시고 싶습니다?

가장 희망하시는 순서대로 최대 3개까지 순서대로 응답해 주십시오.

※ '기타' 0.2% 미제시

- 연령대가 높을수록 'TV' 이용 의향이 증가하고, '스마트폰' 이용 의향은 감소함.
- 데스크탑은 19~59세 남성에서, 노트북은 13~34세에서, 빔프로젝터는 19~29세 여성에서, 태블릿은 13~24세 여성 및 35~49세 여성에서, 미러링은 30대 여성에서 높은 이용 의향을 보임.

[표34] 세분집단별 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용 희망률

(단위: 1+2+3%)

		사례수	TV (IPTV 등)	스마트폰	데스크탑 PC	노트북	빔 프로젝터	태블릿	미러링
전 체		(2518)	73.5	48.2	44.4	39.6	24.5	18.1	6.2
권역별	서울	(488)	71.4	45.4	44.6	40.7	27.9	19.0	6.7
	경기/인천권	(785)	74.4	53.6	43.6	39.7	24.4	18.1	6.5
	광역시권	(492)	72.1	46.2	45.7	39.7	24.4	18.7	4.9
	중소도시/군지역	(753)	74.8	45.7	44.1	38.8	22.3	17.3	6.5
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	71.3	50.9	43.5	35.2	20.8	16.8	4.2
	500만원 미만	(908)	72.9	45.8	43.8	38.9	27.5	18.6	8.3
	500만원 이상	(968)	75.5	48.7	45.4	43.2	24.0	18.6	5.7
가구원 수	1~2인	(655)	78.5	40.4	41.5	30.7	22.9	14.9	5.8
	3~4인	(1662)	71.7	50.7	45.4	42.0	24.5	19.6	6.5
	5인 이상	(202)	71.8	53.4	45.1	49.2	29.6	16.9	5.6
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	77.9	45.8	46.1	39.1	27.9	20.9	6.6
	중 (4~8편)	(650)	76.3	48.9	42.4	38.6	23.7	17.8	6.5
	하 (3편 이하)	(787)	70.0	51.6	43.8	40.5	21.9	17.5	6.6
	미관람	(246)	62.3	43.6	45.2	41.3	23.1	11.6	3.3
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	80.7	44.0	42.4	35.2	23.1	16.2	4.8
	보통	(977)	74.1	49.7	45.8	38.6	25.2	20.0	7.1
	극장 중심	(777)	65.6	50.5	44.5	45.2	24.9	17.7	6.5

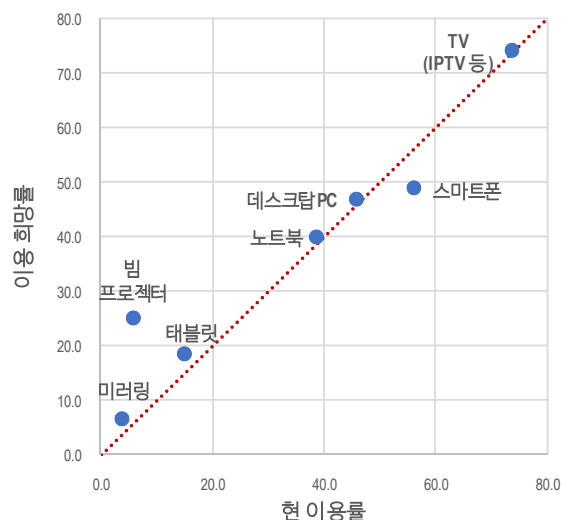
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

※ '기타' 0.2% 미제시

- 스마트폰은 현 이용률 대비 이용 의향률이 낮지만, 빔프로젝터는 현 이용률 보다 이용 의향률이 높음.

[그림59] 극장 외 영화 관람 장비/기기 이용률 × 이용 의향률

(Base: 전체, 단위: 1+2+3%)



PART

제3장 주요 조사 결과

IV

영화에 대한 의견

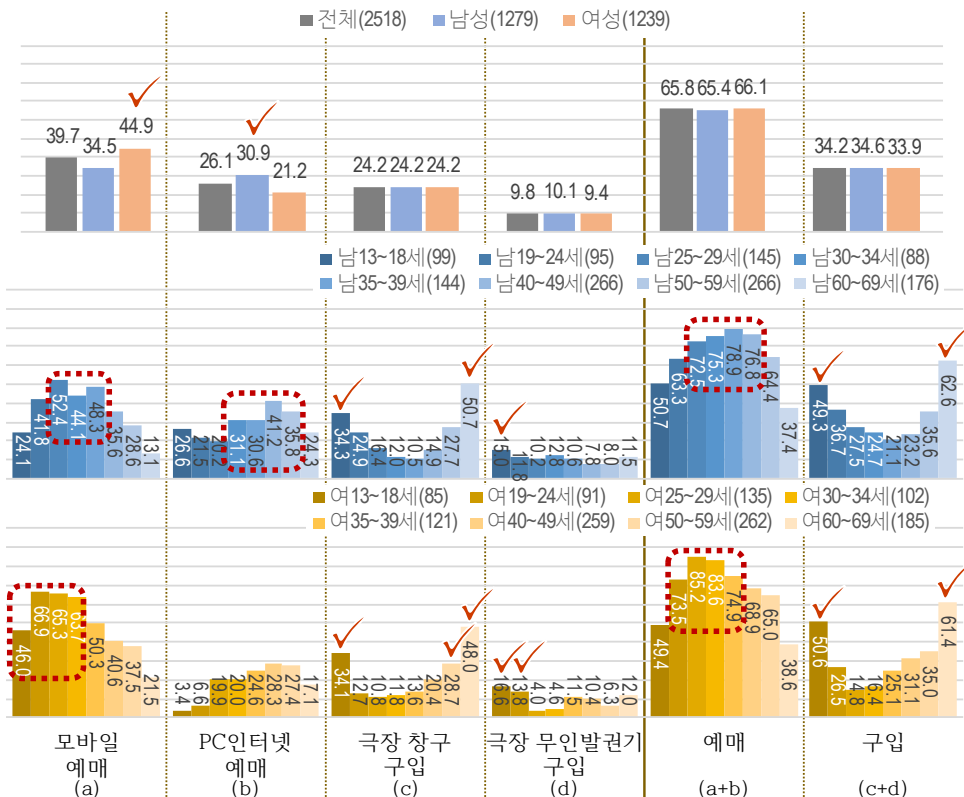
1 극장 영화 관람 비용 수용 특성

1) 극장 영화표 구매/예매 방법

- 극장 영화표 예매율은 66%, 구매율은 34%임.
- 13~18세와 60대는 구매가 많고, 나머지 세대는 예매가 많음.
- 상대적으로 여성은 모바일 예매를, 남성은 PC 인터넷 예매를 많이 함.

[그림60] 극장 영화표 구매/예매 방법

(Base: 전체, 단위: %)



문] 극장에서 영화를 관람하실 때, 주로 어떤 방법으로 표를 구매/예매하십니까?

- 서울에서 지방으로 갈수록 현장 구매율이 증가하고 예매율은 감소하는 경향을 보임.
- 가구소득이 많을수록, 가구원 수가 많을수록 예매율은 증가하고 현장 구매율은 감소함.
- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 예매율이 증가하고 현장 구매율은 감소함.

[표35] 세분집단별 극장 영화표 구매/예매 방법

(단위: %)

		사례수	모바일 예매	PC인터넷 예매	극장창구 구입	극장무인 발권기 구입	예매	구입
전 체		(2518)	39.7	26.1	24.2	9.8	65.8	34.2
권역별	서울	(488)	41.2	31.6	15.0	12.0	72.8	27.2
	경기/인천권	(785)	42.6	28.4	18.6	10.3	71.0	29.0
	광역시권	(492)	37.3	28.0	26.9	7.9	65.2	34.8
	중소도시/군지역	(753)	37.1	18.9	34.3	9.0	56.1	43.9
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	29.2	22.5	35.4	12.4	51.7	48.3
	500만원 미만	(908)	40.2	26.4	24.0	9.3	66.6	33.4
	500만원 이상	(968)	46.1	28.2	17.0	8.4	74.3	25.7
가구원 수	1~2인	(655)	32.9	24.4	32.5	9.5	57.3	42.7
	3~4인	(1662)	41.2	27.1	21.5	10.0	68.4	31.6
	5인 이상	(202)	48.7	23.1	20.0	8.2	71.8	28.2
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	51.3	26.2	14.4	7.8	77.5	22.5
	중 (4~6편)	(592)	41.7	24.1	23.5	10.6	65.8	34.2
	하 (3편 이하)	(938)	33.6	27.3	28.5	10.4	60.8	39.2
	미관람	(214)	18.6	26.1	42.9	11.9	44.7	55.3
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	32.7	27.2	29.5	10.2	59.9	40.1
	보통	(977)	39.3	27.0	23.1	10.4	66.3	33.7
	극장 중심	(777)	47.0	23.9	20.3	8.6	70.9	29.1

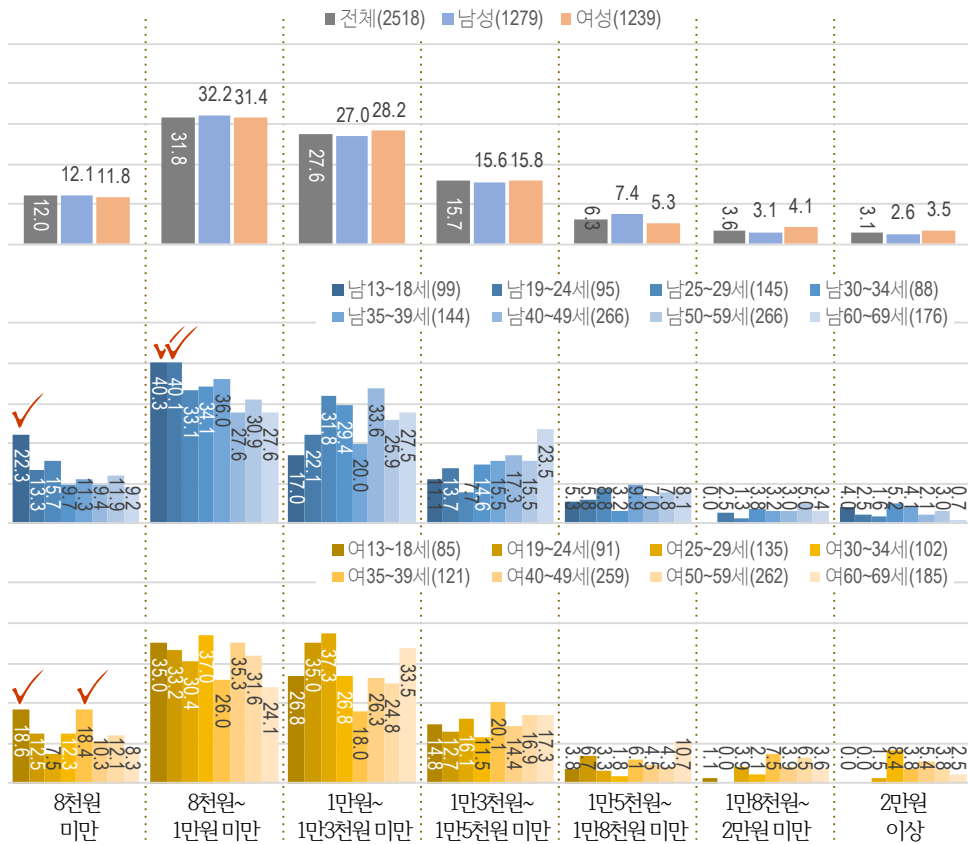
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용 수준

- 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용은 8천~1만원 미만이 32%, 1만원~1만3천원 미만이 28%로 가장 많았음.

[그림61] 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용 수준

(Base: 전체, 단위: %)



문] 극장 영화 관람 시, 귀하가 평균적으로 지출하시는 총 1회 비용은 어느 정도입니까?

※ 입장권 가격과 극장에서 드시는 식음료 비용 모두 포함한 1인 기준 평균 지출 비용

- 가구소득이 높을수록 '인당 1만원 미만' 지출이 감소하고, '인당 1만3천원 이상' 지출이 증가함.

[표36] 세분집단별 극장 영화 관람 시 1인당 지출 비용 수준

(단위: %)

		사례수	8천원 미만	8천원~1만원 미만	1만원~1만3천원 미만	1만3천원~1만5천원 미만	1만5천원~1만8천원 미만	1만8천원~2만원 미만	2만원 이상
전 체		(2518)	12.0	31.8	27.6	15.7	6.3	3.6	3.1
권역별	서울	(488)	9.1	28.8	28.5	18.3	6.0	4.2	5.2
	경기/인천권	(785)	12.5	30.0	27.6	15.8	7.5	4.1	2.4
	광역시권	(492)	12.1	32.7	28.3	14.3	6.3	3.5	2.7
	중소도시/군지역	(753)	13.1	35.0	26.4	14.6	5.4	2.9	2.6
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	18.1 ▲	36.5 ▲	24.2	13.2	4.5	1.6	1.8
	500만원 미만	(908)	11.4	31.5	30.8	14.5	6.4	3.5	2.0
	500만원 이상	(968)	8.4	29.0	26.8	18.4 ▼	7.6 ▼	5.0 ▼	4.9 ▼
가구원 수	1~2인	(655)	13.6	31.4	26.3	15.3	6.3	3.4	3.7
	3~4인	(1662)	11.6	31.8	28.6	15.6	6.3	3.5	2.8
	5인 이상	(202)	9.7	33.5	23.1	17.6	7.0	5.5	3.5
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	11.7	29.4	26.9	15.7	7.2	4.1	5.1
	중 (4~6편)	(592)	12.1	31.2	28.7	17.3	5.3	3.4	2.1
	하 (3편 이하)	(938)	10.9	34.3	28.5	14.3	6.7	3.1	2.2
	미관람	(214)	16.9	31.0	23.0	17.4	4.4	5.0	2.3
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	11.4	29.4	29.1	16.1	6.7	4.7	2.6
	보통	(977)	10.7	32.2	26.8	16.6	7.6	3.0	3.1
	극장 중심	(777)	14.1	33.6	27.0	14.0	4.4	3.3	3.6

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

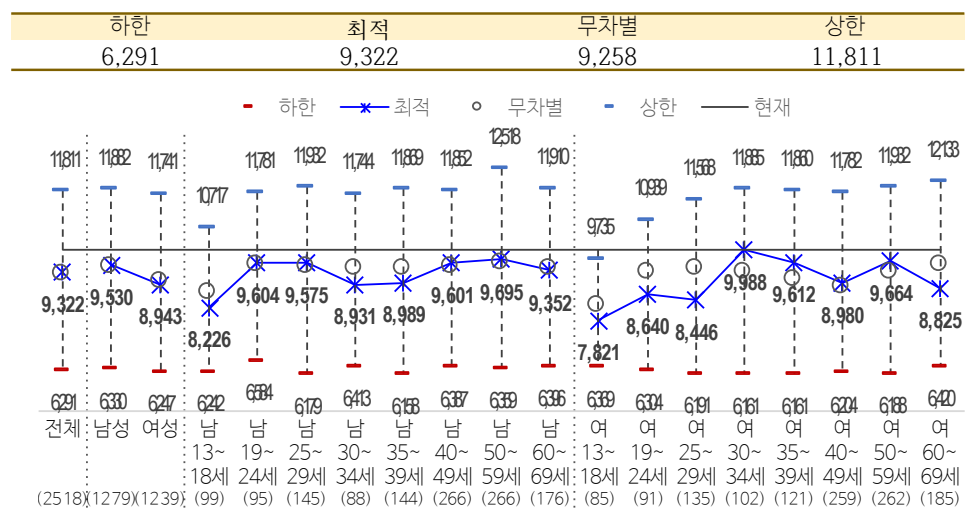
3) 극장 영화표 및 매점 제품 가격 수용도

① 극장 영화표 1인 가격 수용도

- 극장 영화표 1인 최적 가격은 9,322원이며, 수용 가격대는 6,291~11,811원임.
- 현 1만원 가격은 수용 가격대 범위 내에 있지만, 소비자 관점에서 적정 가격(무차별 가격) 9,258원보다 높고 최적 수요 관점 가격(최적 가격)보다도 높음.

[그림62] 극장 영화표 1인 가격 수용도

(Base: 전체, N=2518, 단위: %, 원)



문] 극장 영화 입장권 가격(1인)에 대해 질문드립니다.

각종 할인 혜택이 적용되기 전 정상 가격 기준으로 말씀해 주십시오.

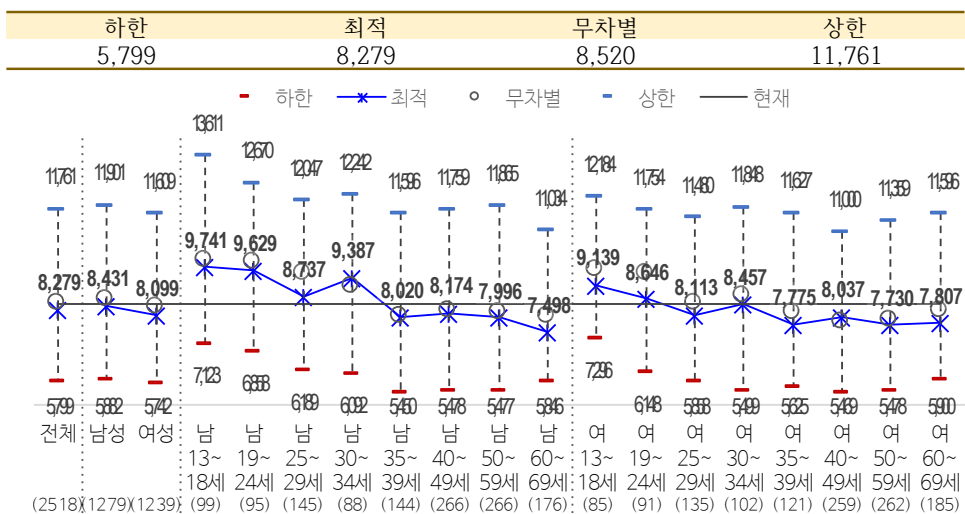
- 여성보다 남성의 수용 가격이 높은 편임.
- 남성은 13~18세, 30대에서 9천원 미만의 최적 가격을 보이며, 여성은 13~29세, 40대, 60대에서 9천원 미만의 최적 가격을 보임.

② 극장 매점 제품 가격 수용도

- 극장 매점 팝콘(L)+음료(M2) 콤보 세트의 최적 가격은 8,279원이며, 수용 가격대는 5,799~11,761원임.
- 현 8천5백원 가격은 수용 가격대 범위 내에 있고, 소비자 관점에서 적정 가격(무차별 가격) 8,520원과 유사함.

[그림63] 팝콘 & 음료수 콤보 세트 가격 수용도

(Base: 전체, N=2518, 단위: %, 원)



문] 극장 판매 팝콘과 음료수 콤보 세트 (팝콘L 1개 + 음료M 2잔) 가격에 대해 질문드립니다.
 각종 할인 혜택이 적용되기 전 판매 가격 기준으로 말씀해 주십시오.

- 여성보다 남성의 수용 가격이 높은 편이며, 연령대가 높을수록 최적 가격이 하락함.
- 남성은 13~34세에서 8천5백원 이상의 최적 가격을 보이며, 여성은 13~24세에서만 8천5백원 이상의 최적 가격을 보임.

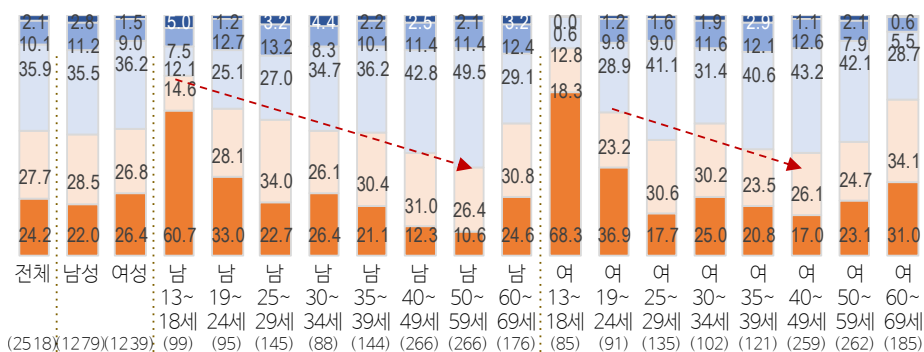
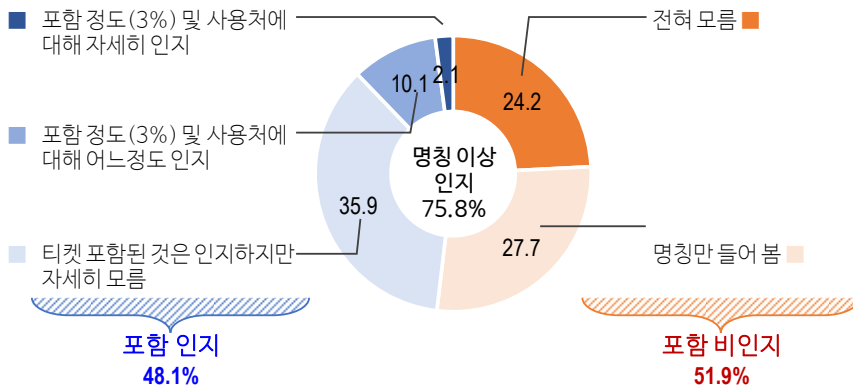
2 영화상영관 입장권 부과금 수용도

1) 영화상영관 입장권 부과금 인지도

- 극장 영화 입장권 가격에 영화상영관 입장권 부과금 포함 인지율은 48%임.
- ‘영화 입장권 포함 정도(3%) 및 사용처까지’ 인지하는 비율은 12% 수준임.
- 연령대가 높을수록 영화상영관 입장권 부과금의 영화 입장권 가격 포함 인지율이 증가하는 경향을 보임.

[그림64] 영화상영관 입장권 부과금 인지 수준

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문] 귀하께서는 영화 입장권 가격에 영화상영관 입장권 부과금이 포함되어 있는지 알고 계셨습니까?

※ 영화상영관 입장권 부과금

영화 입장권 비용에는 10%의 부가가치세, 3%의 영화상영관 입장권 부과금이 포함되어 있습니다.

그리고 나머지 수익을 극장, 제작사, 투자 및 배급사가 나눠 갖게 됩니다.

영화상영관 입장권 부과금은 한국영화의 창작·제작 진흥 관련 지원, 영상전문투자조합 출자, 한국영화의 수출 및 국제교류 지원, 소형영화·단편영화·독립예술영화의 제작 지원, 영화상영관 시설의 보수·유지 등에 사용됩니다.

- 13~29세 남성과 13~24세 여성의 영화상영관 입장권 부과금 포함 비인지율이 높고, 40~59세 남성과 35~49세 여성의 영화상영관 입장권 부과금 포함 인지율이 높음.
- 가구소득 수준이 높을수록, 극장 영화 관람 편수가 많을수록 영화상영관 입장권 부과금의 영화 입장권 가격 포함 인지율이 높아짐.

[표37] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 인지 수준

(단위: %)

		사례수	전혀 모름	명칭만 인지	포함 사실만 인지	포함 정도/ 사용처 어느 정도 인지	포함 정도/ 사용처 자세히 인지	포함 비인지	포함 인지
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(a+b)	(c+d+e)
전 체		(2518)	24.2	27.7	35.9	10.1	2.1	51.9	48.1
권역별	서울	(488)	18.8	30.2	36.1	12.9	2.0	48.9	51.1
	경기/인천권	(785)	23.3	27.4	36.9	10.3	2.0	50.7	49.3
	광역시권	(492)	22.7	26.7	35.2	12.2	3.2	49.4	50.6
	중소도시/군지역	(753)	29.7	27.0	35.0	6.6	1.7	56.6	43.4
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	32.2	30.4	28.2	7.9	1.3	62.6	37.4
	500만원 미만	(908)	26.7	27.4	34.4	9.5	1.9	54.2	45.8
	500만원 이상	(968)	16.6	26.1	42.3	12.1	2.9	42.7	57.3
가구원 수	1~2인	(655)	26.2	29.7	34.5	8.7	0.9	55.8	44.2
	3~4인	(1662)	22.8	27.6	36.6	10.4	2.6	50.5	49.5
	5인 이상	(202)	29.2	21.5	34.6	12.0	2.8	50.7	49.3
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	18.7	24.6	39.5	12.9	4.3	43.3	56.7
	중 (4~6편)	(592)	22.0	27.5	37.5	11.4	1.6	49.5	50.5
	하 (3편 이하)	(938)	27.7	29.5	33.6	8.1	1.0	57.2	42.8
	미관람	(214)	35.1	31.2	28.1	5.1	0.5	66.3	33.7
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	24.7	28.8	36.2	9.4	0.9	53.5	46.5
	보통	(977)	22.6	27.4	37.4	9.8	2.8	50.0	50.0
	극장 중심	(777)	25.8	26.9	33.6	11.1	2.6	52.7	47.3

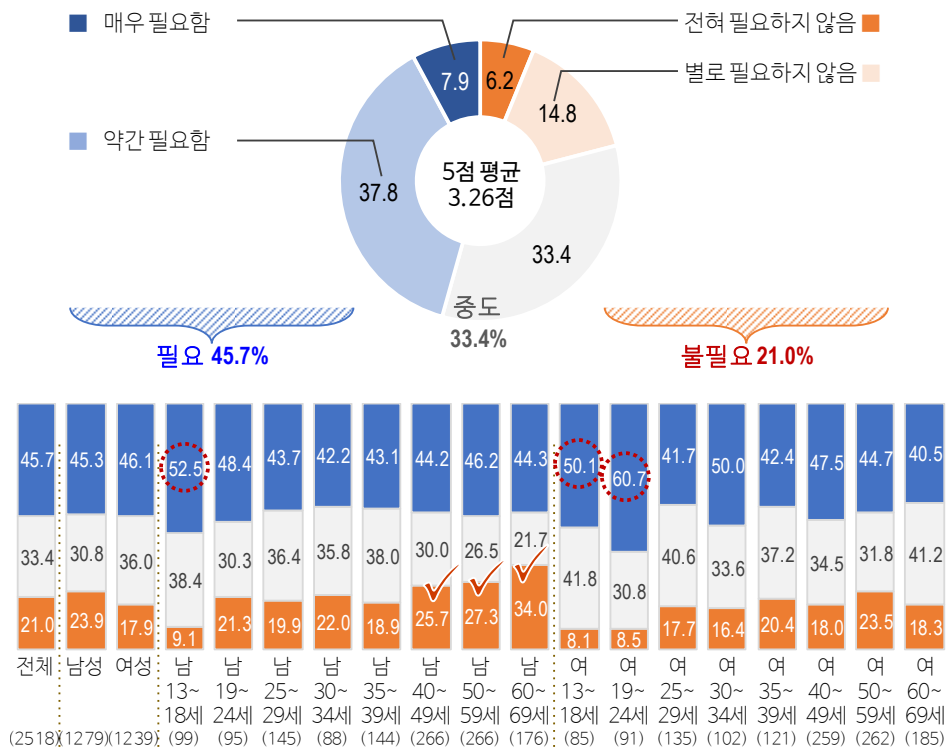
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 영화상영관 입장권 부과금 필요성 인식

- 2021년 종료되는 영화상영관 입장권 부과금 징수에 대해 영화 입장권 가격 포함 수준과 관계 없이 '지속 필요하다'라는 의견이 46%, '필요 없다'라는 의견이 21%로, 지속 의견이 우세함.
- 대체로 영화상영관 입장권 부과금 징수 지속에 대해 긍정적인 가운데, 특히 13~24세 남녀에서 긍정적이며, 40~69세 남성에서 부정적임.

[그림65] 영화상영관 입장권 부과금 필요성 인식

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문] 2021년에 '영화상영관 입장권 부과금' 징수가 종료됩니다. 영화 티켓 가격 포함 정도(3%)의 수준과 관계없이 그 이후에도 영화산업 발전을 위해 '영화상영관 입장권 부과금' 징수가 계속 필요하다고 생각하십니까?

- 영화상영관 입장권 부과금의 지속에 대해 대체로 긍정적인 가운데, 13~18세 남성과 13~24세 여성이 '지속 필요' 의견을 강하게 보이며, 40세 이상 남성은 '필요 없다'라는 의견이 강함.

- 서울에서 지방으로 갈수록 필요도 인식이 증가하는 경향을 보임.

[표38] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 필요성 인식

(단위: %, 점)

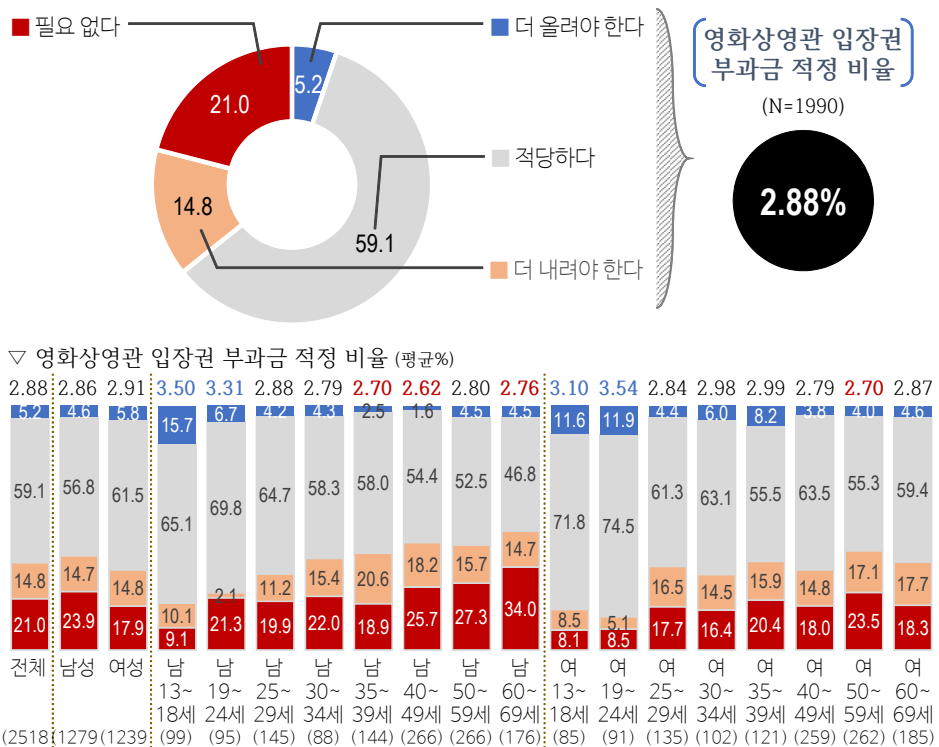
		사례수	필요 없다	중도	필요하다	5점 평균
전 체		(2518)	21.0	33.4	45.7	3.26
권역별	서울	(488)	21.0	34.1	44.9	3.24
	경기/인천권	(785)	21.9	33.2	44.9	3.25
	광역시권	(492)	19.5	35.2	45.3	3.27
	중소도시/군지역	(753)	20.8	32.0	47.2	3.29
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	19.2	37.8	43.0	3.26
	500만원 미만	(908)	20.9	37.0	42.1	3.22
	500만원 이상	(968)	22.2	27.1	50.8	3.31
가구원 수	1~2인	(655)	23.9	34.6	41.4	3.16
	3~4인	(1662)	20.1	33.2	46.7	3.29
	5인 이상	(202)	18.3	30.5	51.2	3.36
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	19.9	31.0	49.0	3.33
	중 (4~6편)	(592)	21.3	34.0	44.6	3.23
	하 (3편 이하)	(938)	20.4	35.0	44.6	3.26
	미관람	(214)	26.1	33.0	41.0	3.10
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	24.7	28.5	46.8	3.22
	보통	(977)	20.6	34.1	45.2	3.27
	극장 중심	(777)	17.6	37.3	45.1	3.30

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

3) 영화상영권 입장권 부과금 적정 수준 비율 인식

- 영화상영권 입장권 부과금의 적정 비율은 영화티켓 가격의 2.88%로 현 3% 수준보다 약간 낮은 수준으로 응답함.

[그림66] 영화상영권 입장권 부과금 적정 수준 비율 인식 (Base: 전체, N=2518, 단위: %, 평균%)



문] 귀하께서는 현재 영화 입장권 가격 내 영화상영권 입장권 부과금 수준인 3%에 대해 어떻게 생각하십니까?

문] 그럼, 영화상영권 입장권 부과금의 적정 비율은 어느 정도라고 생각하십니까?

※ 영화상영권 입장권 부과금 적정 비율은 '필요 없다'는 응답자를 제외한 응답자 기준으로 산출됨.

- 13~24세 남녀가 3%를 초과하는 수준을 보이고, 35~49세 남성, 60대 남성, 50대 여성은 2.8% 미만으로 낮은 수준을 보임.

[표39] 세분집단별 영화상영관 입장권 부과금 적정 수준 비율 인식

(단위: %)

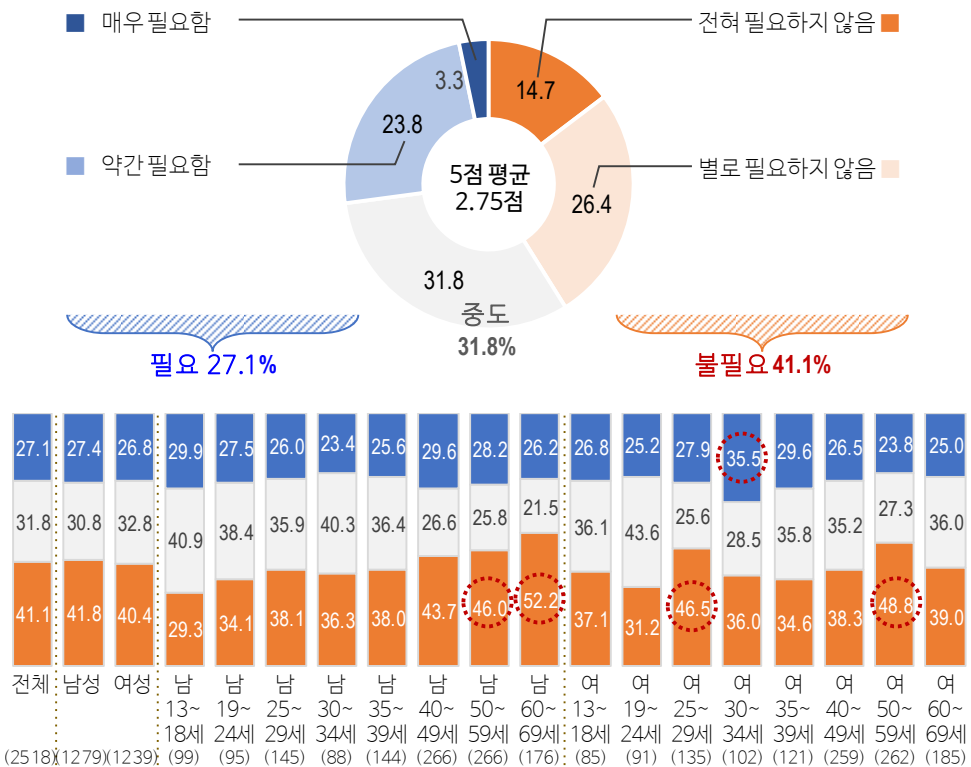
		현 수준에 대한 인식					적정 비율	
		사례수	필요없다	더 내려야 한다	적당하다	더 올려야 한다	사례수	평균%
전 체		(2518)	21.0	14.8	59.1	5.2	(1990)	2.88
권역별	서울	(488)	21.0	14.7	57.8	6.5	(386)	2.92
	경기/인천권	(785)	21.9	14.6	57.7	5.8	(613)	2.91
	광역시권	(492)	19.5	16.9	60.0	3.7	(396)	2.77
	중소도시/군지역	(753)	20.8	13.6	60.9	4.7	(596)	2.91
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	19.2	14.3	62.2	4.2	(518)	2.88
	500만원 미만	(908)	20.9	16.1	58.1	4.9	(719)	2.85
	500만원 이상	(968)	22.2	13.8	58.0	6.1	(754)	2.92
가구원 수	1~2인	(655)	23.9	13.8	57.0	5.2	(498)	2.89
	3~4인	(1662)	20.1	15.5	59.0	5.3	(1328)	2.88
	5인 이상	(202)	18.3	11.3	66.5	3.9	(165)	2.93
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	19.9	15.8	59.5	4.8	(620)	2.85
	중 (4~6편)	(592)	21.3	14.0	59.2	5.4	(465)	2.89
	하 (3편 이하)	(938)	20.4	13.7	60.3	5.6	(747)	2.94
	미관람	(214)	26.1	17.8	52.0	4.1	(158)	2.72
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	24.7	13.3	56.7	5.2	(575)	2.90
	보통	(977)	20.6	15.7	58.1	5.6	(775)	2.88
	극장 중심	(777)	17.6	15.0	62.7	4.6	(640)	2.87

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

4) 극장 외 유료 영화의 영화상영권 입장권 부과금 징수에 대한 태도

- 극장 외 유료 영화로의 영화상영권 입장권 부과금 확대에 대한 의견은 ‘불필요’ 41%, ‘필요’ 27%로 부정적인 태도를 보임.

[그림67] 극장 외 유료 영화의 영화상영권 입장권 부과금 징수 필요성 인식 (Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문) 현재는 극장 영화 입장권 비용에서만 영화상영권 입장권 부과금을 징수하고 있습니다.

영화산업 발전을 위해 '극장 외(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)' 유료 영화 가격에서도 영화상영권 입장권 부과금을 징수하는 것이 필요하다고 생각하십니까?

- 50~69세 남성과 50~59세 여성 및 25~29세 여성이 특히 부정적임.

- 극장 영화를 보지 않은 집단, 극장 외 영화 관람 편수 9편 이상인 상위 이용자 그리고 극장 영화 보다 극장 외 영화를 중심으로 보는 집단이 특히 부정적인 반응을 보임.

[표40] 세분집단별 극장 외 유료 영화의 영화상영관 입장권 부과금 징수 필요성 인식 (단위: %)

		사례수	불필요	중도	필요	5점 평균
전 체		(2518)	41.1	31.8	27.1	2.75
권역별	서울	(488)	39.3	31.6	29.0	2.80
	경기/인천권	(785)	40.3	33.0	26.7	2.74
	광역시권	(492)	41.0	33.9	25.1	2.73
	중소도시/군지역	(753)	43.0	29.3	27.7	2.73
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	37.6	38.4	24.0	2.77
	500만원 미만	(908)	41.0	31.8	27.2	2.74
	500만원 이상	(968)	43.4	27.4	29.2	2.74
가구원 수	1~2인	(655)	41.7	33.5	24.8	2.70
	3~4인	(1662)	41.2	31.7	27.2	2.75
	5인 이상	(202)	38.3	27.3	34.4	2.85
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	41.8	29.6	28.6	2.74
	중 (4~6편)	(592)	43.3	30.4	26.3	2.73
	하 (3편 이하)	(938)	37.8	34.4	27.8	2.81
	미관람	(214)	46.5	32.2	21.3	2.56
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	46.3	25.6	28.1	2.66
	중 (4~8편)	(650)	38.5	31.4	30.1	2.83
	하 (3편 이하)	(787)	39.2	35.9	24.9	2.76
	미관람	(246)	36.3	40.5	23.2	2.75
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	46.9	27.4	25.7	2.63
	보통	(977)	38.5	33.2	28.3	2.80
	극장 중심	(777)	38.6	34.3	27.1	2.79

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

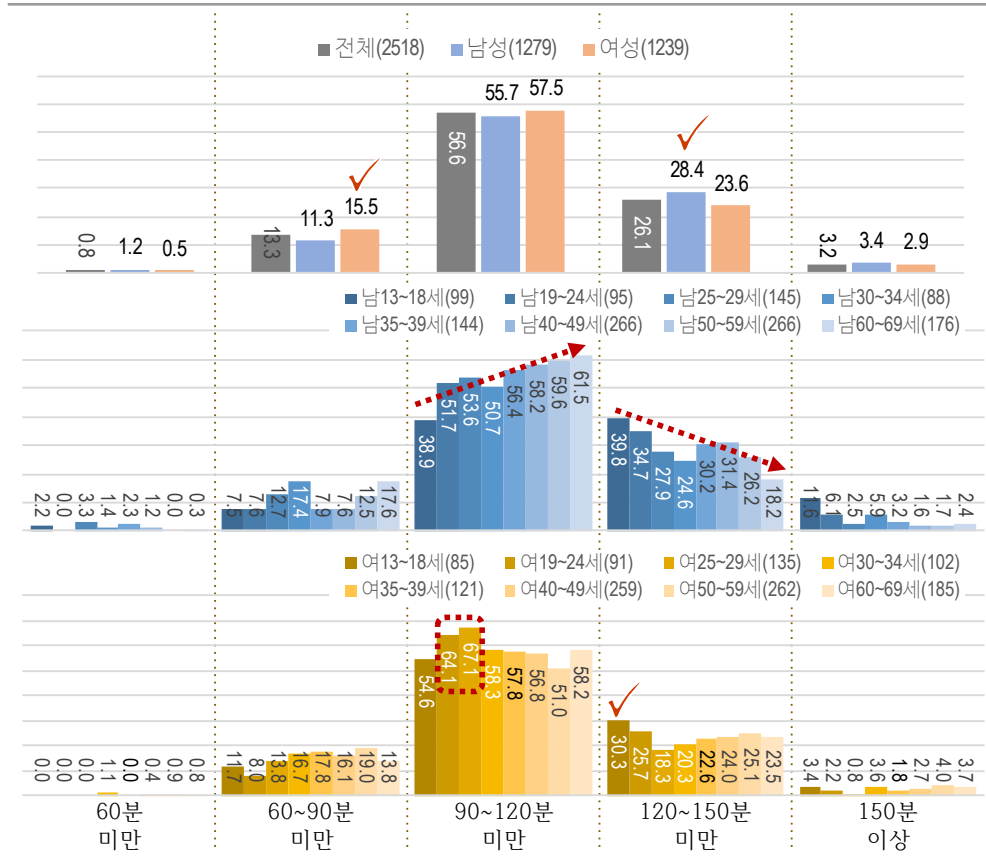
3 영화 상영 시간 수용 특성

1) 적정 영화 상영 시간 인식

- 적정 영화 상영 시간으로 57%가 '90~120분 미만'을 응답함.
- 13~18세는 19세 이상 성인들보다 120~150분 미만을 적정 상영 시간으로 더 많이 인식함.

[그림68] 적정 영화 상영 시간 인식

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문) 귀하가 생각하는 적절한 영화 상영 시간은 어느 정도입니까?

- 여성보다 남성이 좀 더 긴 상영 시간을 요구함.
- 13~18세는 19세 이상보다 더 긴 상영 시간을 요구함.

- 영화 관람 편수가 많은 집단일수록 더 긴 상영 시간을 적정한 것으로 인식하며, 특히 영화 관람 편수가 16편 이상인 상위 이용자가 타 집단보다 120~150분 미만을 적정 상영 시간으로 더 많이 인식함.

[표41] 세분집단별 적정 영화 상영 시간 인식

(단위: %)

		사례수	60분 미만	60~90분 미만	90~120분 미만	120~150분 미만	150분 이상
전 체		(2518)	0.8	13.3	56.6	26.1	3.2
권역별	서울	(488)	0.2	13.1	62.4	20.6	3.7
	경기/인천권	(785)	0.3	11.6	55.3	28.2	4.6
	광역시권	(492)	1.4	15.9	55.3	26.3	1.2
	중소도시/군지역	(753)	1.4	13.6	55.1	27.1	2.7
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	1.6	18.3	54.4	22.1	3.7
	500만원 미만	(908)	0.7	12.2	58.7	26.3	2.1
	500만원 이상	(968)	0.5	11.1	56.1	28.5	3.8
가구원 수	1~2인	(655)	0.6	14.3	56.6	25.5	2.9
	3~4인	(1662)	0.9	13.3	56.3	26.1	3.5
	5인 이상	(202)	1.1	10.5	59.3	27.6	1.5
영화 관람 정도	상 (16편 이상)	(787)	0.0	9.9	55.9	30.2	4.0
	중 (7~15편)	(861)	0.6	11.3	55.5	29.4	3.2
	하 (6편 이하)	(870)	1.8	18.5	58.3	19.0	2.4
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	0.9	12.6	56.0	27.1	3.3
	보통	(977)	0.9	13.8	58.2	24.1	3.0
	극장 중심	(777)	0.7	13.4	55.2	27.5	3.2

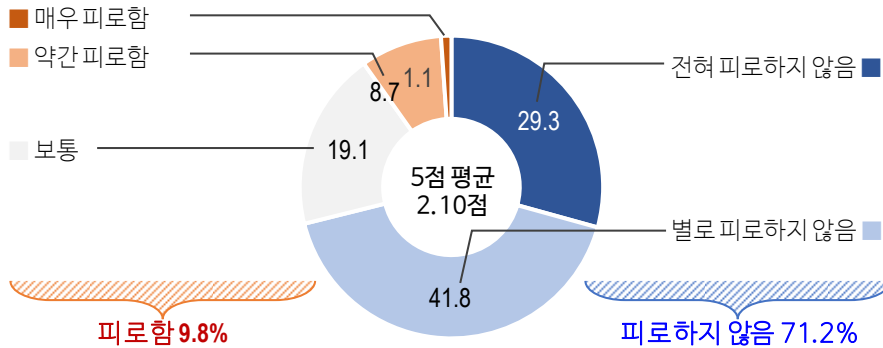
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 현 영화 상영 시간 피로도 인식

- 13~18세 청소년 중 10% 정도만 현 영화 상영 시간(120분)에 대해 피로감을 느낌.

[그림69] 현 영화 상영 시간 피로도 인식

(Base: 13~18세, N=183, 단위: %)



문] 귀하는 영화의 상영 시간이 길어서 영화를 보기 힘들습니까?
(※ 평균 영화 상영 시간 : 120분 내외)

- 현 상영 시간에 대해 13~18세 남성보다 여성이 좀 더 피로함을 느낌.
- 영화를 많이 볼수록 현 상영 시간에 대한 피로감은 낮음.

[표42] 세분집단별 현 영화 상영 시간 피로도 인식

(단위: %)

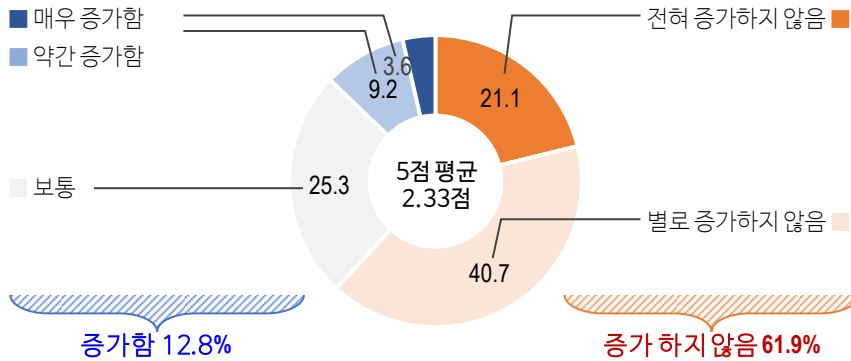
		사례수	피로하지 않음	보통	피로함	5점 평균
전 체		(183)	71.2	19.1	9.8	2.10
성별	남성	(99)	74.7	16.2	9.1	2.02
	여성	(85)	67.0	22.5	10.5	2.20
권역별	서울	(29)	71.6	23.2	5.2	1.92
	경기/인천권	(62)	74.8	18.6	6.5	2.09
	광역시권	(35)	72.0	17.0	11.0	2.09
	중소도시/군지역	(57)	66.4	18.8	14.9	2.22
월평균 가구소득	300만원 미만	(49)	67.0	24.5	8.5	2.15
	500만원 미만	(75)	76.3	15.2	8.6	1.98
	500만원 이상	(60)	68.2	19.5	12.3	2.22
가구원 수	3~4인	(143)	69.4	20.6	10.0	2.13
	5인 이상	(40)	77.5	13.5	9.1	2.02
영화 관람 정도	상 (16편 이상)	(49)	76.3	11.6	12.1	2.04
	중 (7~15편)	(65)	75.2	16.0	8.9	2.10
	하 (6편 이하)	(69)	63.8	27.3	9.0	2.15
영화 관람 성향	극장 외 중심	(48)	67.4	21.4	11.1	2.15
	보통	(60)	77.9	12.4	9.8	2.03
	극장 중심	(76)	68.2	22.9	8.9	2.14

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

3) 영화 상영 시간 단축의 청소년 영화 관람 빈도 영향

- 영화 상영 시간이 단축될 경우 영화 관람 빈도가 증가할 것이라는 청소년은 13%임.

[그림70] 영화 상영 시간 단축 시 영화 관람 빈도 증가 의향 (Base: 13~18세, N=183, 단위: %)



문] 영화 상영 시간이 더 짧아진다면, 귀하가 영화를 보는 것이 증가할 것 같습니다?

- 6편 이하 영화 관람 청소년과 극장 영화 중심 관람 청소년에서 증가 의향이 높음.

[표43] 세분집단별 영화 상영 시간 단축 시 영화 관람 빈도 증가 의향 (단위: %)

		사례수	증가하지 않음	보통	증가함	5점 평균
전 체		(183)	61.9	25.3	12.8	2.33
성별	남성	(99)	59.3	27.2	13.5	2.35
	여성	(85)	64.8	23.2	12.0	2.31
권역별	서울	(29)	61.1	25.1	13.7	2.29
	경기/인천권	(62)	60.5	26.6	12.9	2.42
	광역시권	(35)	52.5	31.3	16.2	2.41
	중소도시/군지역	(57)	69.4	20.4	10.2	2.22
월평균 가구소득	300만원 미만	(49)	65.5	22.3	12.2	2.19
	500만원 미만	(75)	64.1	22.5	13.3	2.34
	500만원 이상	(60)	56.0	31.4	12.6	2.45
가구원 수	3~4인	(143)	61.8	26.5	11.7	2.31
	5인 이상	(40)	62.1	21.1	16.8	2.42
영화 관람 정도	상 (16편 이상)	(49)	63.8	22.6	13.6	2.25
	중 (7~15편)	(65)	70.2	23.6	6.2	2.20
	하 (6편 이하)	(69)	52.7	28.9	18.4	2.52
영화 관람 성향	극장 외 중심	(48)	62.6	22.1	15.3	2.32
	보통	(60)	71.0	16.2	12.8	2.17
	극장 중심	(76)	54.2	34.6	11.2	2.47

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

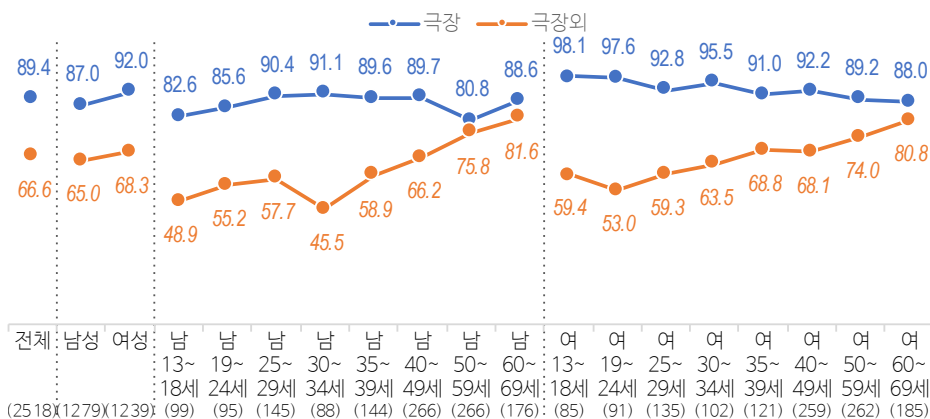
4 영화 상영 전/중간 광고에 대한 의견

1) 광고 경험률

- 영화 상영 전/중간 광고 경험률은 '극장에서' 89%, '극장 외에서' 67%임.

[그림71] 영화 상영 전/중간 광고 경험률

(Base: 전체, N=2158, 단위: %)



문] 귀하께서 '극장'과 '극장 외'에서 영화 상영 전이나 중간에 광고를 보신 적이 있습니까?

- 남성보다 여성의 광고 경험률이 높음.
- 극장 광고 노출 경험은 연령대별 차이가 크지 않지만, 극장 외 광고 노출 경험은 연령대가 높을수록 증가하는 경향을 보임. 특히 50~69세 남녀에게서 높게 나타남.

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 극장에서 광고 노출 경험이 많아지고, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 극장 외에서 광고 노출 경험이 많아짐.

[표44] 세분집단별 영화 상영 전/중간 광고 경험률

(단위: %)

		사례수	극장에서	극장 외에서
전 체		(2518)	89.4	66.6
권역별	서울	(488)	89.6	69.8
	경기/인천권	(785)	90.8	65.3
	광역시권	(492)	89.6	63.4
	중소도시/군지역	(753)	87.8	67.9
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	86.4	63.1
	500만원 미만	(908)	90.8	65.6
	500만원 이상	(968)	90.2	69.8
가구원 수	1~2인	(655)	88.6	66.3
	3~4인	(1662)	89.8	67.5
	5인 이상	(202)	89.5	59.8
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	92.2	68.6
	중 (4~6편)	(592)	91.7	64.2
	하 (3편 이하)	(938)	88.2	65.7
	미관람	(214)	78.7	69.7
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	91.8	71.9
	중 (4~8편)	(650)	90.1	65.3
	하 (3편 이하)	(787)	87.1	65.5
	미관람	(246)	87.5	55.6
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	87.6	70.4
	보통	(977)	90.7	69.2
	극장 중심	(777)	89.7	59.6

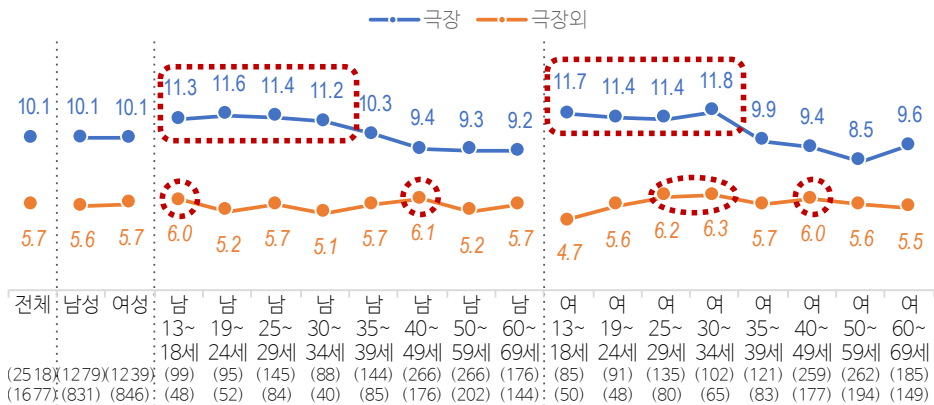
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

2) 체감 광고 길이

- 광고 노출 경험자는 체감 광고 길이로 '극장 광고' 평균 10.1분, '극장 외 광고' 평균 5.7분으로 응답함.

[그림72] 체감 광고 길이

(Base: 광고 노출자, 단위: %)



문] 영화 상영 전 또는 중간 광고의 길이는 어느 정도였다고 체감하십니까?

- 극장 광고는 대체로 연령대가 낮을수록 더 길게 느끼는 경향을 보임. 13~34세는 11분 이상으로 느끼지만, 25세 이상은 10분 미만으로 느낌.

[표45] 세분집단별 체감 광고 길이

(단위: 평균, 분)

		극장 광고		극장 외 광고	
		사례수	체감시간	사례수	체감시간
전 체		(2252)	10.1	(1677)	5.7
권역별	서울	(438)	10.5	(341)	6.2
	경기/인천권	(712)	10.6	(513)	5.7
	광역시권	(441)	9.8	(311)	5.4
	중소도시/군지역	(662)	9.3	(512)	5.5
월평균 가구소득	300만원 미만	(554)	10.1	(405)	5.6
	500만원 미만	(825)	9.9	(596)	5.8
	500만원 이상	(874)	10.2	(676)	5.6
가구원 수	1~2인	(581)	10.2	(434)	5.6
	3~4인	(1491)	10.0	(1122)	5.7
	5인 이상	(180)	10.3	(120)	5.4
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(714)	10.7	(531)	6.2
	중 (4~6편)	(543)	10.4	(380)	5.6
	하 (3편 이하)	(827)	9.4	(616)	5.2
	미관람	(168)	9.8	(149)	5.9
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(766)	10.3	(600)	6.1
	중 (4~8편)	(586)	10.0	(424)	5.3
	하 (3편 이하)	(685)	9.9	(515)	5.5
	미관람	(215)	10.1	(137)	5.7
영화 관람 성향	극장 외 중심	(669)	9.5	(538)	5.7
	보통	(886)	10.3	(676)	5.6
	극장 중심	(697)	10.4	(463)	5.7

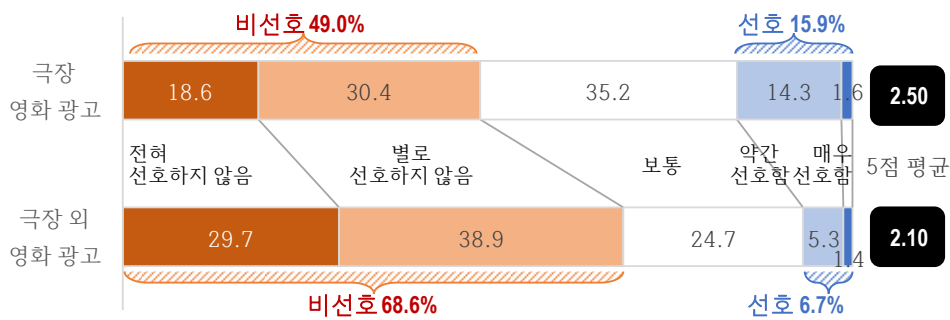
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

3) 광고 선호도

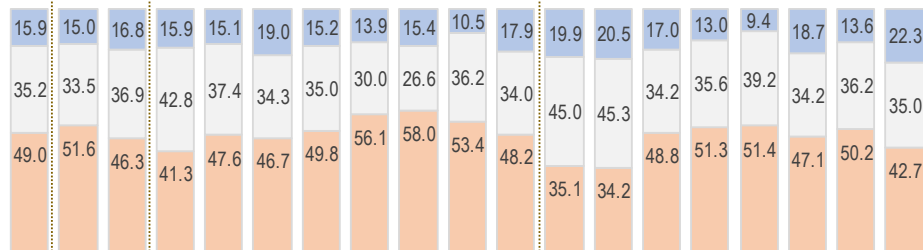
- 극장 영화 광고에 대한 선호도는 '비선호' 49%, '선호' 16%였으며,
- 극장 외 영화 광고에 대한 선호도는 '비선호' 69%, '선호' 7%로, 영화 상영 전/중간 광고에 대한 선호도는 취약한 상태이며 특히 극장 외 광고에 대해 부정적임.

[그림73] 영화 상영 전/중간 광고 선호도

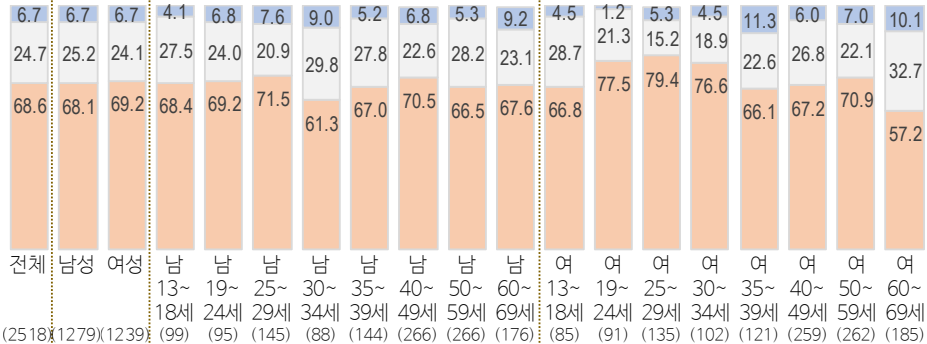
(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



◀ 극장광고 ▶



◀ 극장 외 광고 ▶



문] 귀하께서 영화 관람 시, 광고가 있는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 극장 영화 관람 편수가 많을수록 극장 광고에 대한 선호도는 긍정적이며, 극장 외 영화 관람 편수가 많을수록 극장 외 영화 광고에 대한 선호도가 긍정적임.

[표46] 세분집단별 영화 상영 전/중간 광고 선호도

(단위: %)

		사례수	극장 광고 선호도				극장 외 영화 광고 선호도			
			비선호	중도	선호	5점 평균	비선호	중도	선호	5점 평균
전 체		(2518)	49.0	35.2	15.9	2.50	68.6	24.7	6.7	2.10
권역별	서울	(488)	48.4	33.5	18.1	2.53	69.3	23.7	7.0	2.07
	경기/인천권	(785)	46.9	36.7	16.4	2.55	70.0	22.9	7.0	2.10
	광역시권	(492)	45.3	36.4	18.3	2.60	68.0	25.2	6.8	2.15
	중소도시/군지역	(753)	53.9	33.8	12.3	2.36	67.2	26.8	6.0	2.07
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	48.6	36.6	14.8	2.49	64.7	27.5	7.8	2.17
	500만원 미만	(908)	49.8	34.1	16.1	2.50	69.1	25.2	5.7	2.07
	500만원 이상	(968)	48.4	35.2	16.4	2.51	70.8	22.2	7.0	2.08
가구원 수	1~2인	(655)	51.8	35.5	12.7	2.41	69.4	24.8	5.8	2.08
	3~4인	(1662)	47.8	35.3	16.9	2.53	68.0	24.7	7.3	2.12
	5인 이상	(202)	49.2	33.2	17.6	2.54	71.3	24.0	4.6	2.01
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	46.7	34.4	18.9	2.58	67.7	24.6	7.7	2.10
	중 (4~6편)	(592)	47.8	35.8	16.4	2.51	70.4	24.7	4.9	2.03
	하 (3편 이하)	(938)	50.1	35.4	14.5	2.46	68.6	24.5	6.9	2.13
	미관람	(214)	55.6	35.3	9.1	2.35	67.5	25.7	6.8	2.13
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	50.9	32.8	16.2	2.47	71.4	22.2	6.4	2.04
	중 (4~8편)	(650)	46.9	35.3	17.7	2.55	68.5	24.1	7.3	2.11
	하 (3편 이하)	(787)	47.4	37.3	15.3	2.53	65.7	26.8	7.5	2.16
	미관람	(246)	52.8	35.7	11.5	2.39	69.0	27.5	3.5	2.05
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	53.2	34.3	12.6	2.40	71.7	22.4	5.8	2.04
	보통	(977)	47.6	34.2	18.2	2.54	67.6	24.7	7.7	2.13
	극장 중심	(777)	46.6	37.3	16.1	2.55	66.9	26.9	6.2	2.11

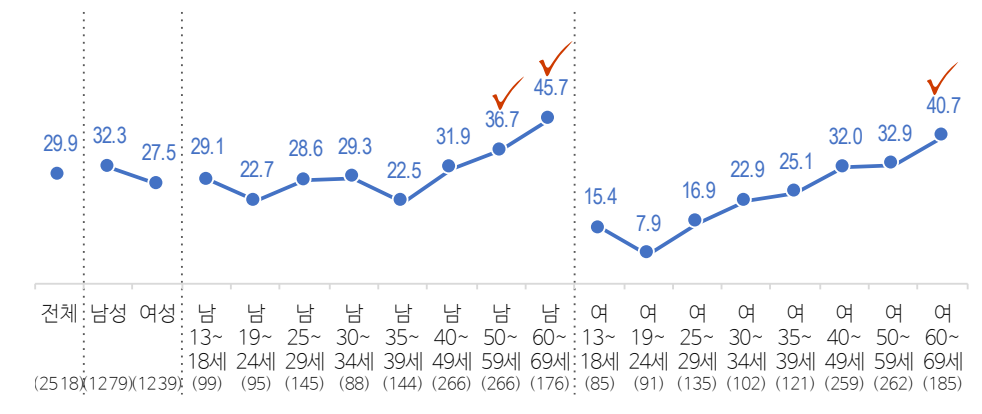
※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.

4) 청소년 관람 영화 관람 시 청불 수준의 예고편 광고 경험

- 청소년 관람 영화 관람 시 청불 수준의 예고편 광고 경험률은 30%임.

[그림74] 청불 수준 예고편 광고 경험률

(Base: 전체, N=2518, 단위: %)



문] 귀하께서 '청소년 관람가' 영화를 볼 때, '청소년 관람불가' 수준의 예고편 광고를 보신 적이 있습니까?

- 여성보다는 남성의 경험률이 높고, 특히 50~69세 남성에게서 높게 나타남.

[표47] 청불 수준 예고편 광고 경험률

(단위: %)

		사례수	경험률
전 체		(2518)	29.9
권역별	서울	(488)	28.6
	경기/인천권	(785)	28.7
	광역시권	(492)	29.8
	중소도시/군지역	(753)	32.1
월평균 가구소득	300만원 미만	(641)	29.0
	500만원 미만	(908)	29.0
	500만원 이상	(968)	31.4
가구원 수	1~2인	(655)	29.7
	3~4인	(1662)	30.5
	5인 이상	(202)	25.6
극장 영화 관람 정도	상 (7편 이상)	(774)	30.2
	중 (4~6편)	(592)	28.8
	하 (3편 이하)	(938)	31.3
	미관람	(214)	25.9
극장 외 영화 관람 정도	상 (9편 이상)	(835)	33.3
	중 (4~8편)	(650)	30.8
	하 (3편 이하)	(787)	27.8
	미관람	(246)	23.1
영화 관람 성향	극장 외 중심	(764)	33.3
	보통	(977)	27.0
	극장 중심	(777)	29.7

※ 음영 칸 : 전체 대비 상대적으로 강한(진한 회색) 또는 약한(연한 회색) 칸임.



부록

설문지



ID					2018년 영화 소비자 행태조사	
----	--	--	--	--	-------------------	--

안녕하십니까?

영화진흥위원회는 관람객의 영화 소비 실태와 요구 등을 파악하기 위해 전국의 영화 소비자를 대상으로 설문 조사를 실시하고 있습니다.

본 조사는 한국 영화산업 발전에 반드시 필요한 기초자료로 이용됩니다.

효과적인 영화발전 정책수립에 도움이 될 수 있도록 귀한 시간 내주시어 협조해주시
면 감사하겠습니다.

아울러 본 조사의 설문내용 및 개인정보는 통계법 제13조(비밀의 보호 등)와 제14조(통계작성사무종사자들의 의무)에 의해 비밀이 보장됨을 알려드립니다.

조사에 응해 주셔서 다시 한번 감사드리며, 평안과 번창하심을 기원합니다.

2019년 1월

연구기관	영화진흥위원회	조사기관	(주)글로벌리서치
------	---------	------	-----------

응답자 선정 질문

SQL1. 귀하의 **성별**은 무엇입니까?

1. 남성

2. 여성

SQ2. 귀하의 만 연령은 어떻게 됩니까?

만 ()세

1. 13~19세 | 2. 20~29세 | 3. 30~39세 |
4. 40~49세 | 5. 50~59세 | 6. 60~69세

SQ3. 귀하의 현재 거주지는 어디입니까?

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. 귀하는 2018년 1년 동안 영화(극장, TV, PC, 스마트폰, OTT 모두 포함)를 보신 적이 있
 습니까?

1. 본 적 있다 2. 본 적 없다

SQ5. 귀하는 2018년 1년 동안 총 몇 편의 영화를 보셨습니까?

‘극장’에서 본 것과 ‘그 외(TV, PC, 모바일, OTT 등)’에서 본 것을 구분하여 응답해 주십시오.

구분	극장 관람 영화	극장 외 관람 영화 (TV, PC, 폰, OTT 등으로 관람)	합계
작년 관람 영화 편수	편	편	편

지금부터는 귀하의 전반적인 영화 관람 형태에 대해서 질문드리겠습니다.

문1. 영화 관람 시 주로 다른 사람과 함께 보십니까?

‘극장’에서 보실 때	‘극장 외’에서 보실 때 (TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)
1. 네. 함께 본다 2. 아니오. 주로 혼자 본다	1. 네. 함께 본다 2. 아니오. 주로 혼자 본다

문2. 그럼, 주로 함께 보시는 분은 누구입니까?

‘극장’에서 보실 때	‘극장 외’에서 보실 때 (TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)
1. 친구 2. 가족/친척 3. 연인 4. 직장(학교) 동료/선후배 5. 기타()	1. 친구 2. 가족/친척 3. 연인 4. 직장(학교) 동료/선후배 5. 기타()

문3. 귀하께서 ‘극장’과 ‘극장 외’에서 영화를 보시는 이유는 무엇입니까?

‘극장’에서 보실 때	‘극장 외’에서 보실 때 (TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)
1. 시간을 보내기 위해서 2. 새로운 정보를 얻기 위해서 3. 기분 전환을 위해서 4. 다른 사람과의 소통을 위해서 5. 습관적으로 6. 그 영화를 보고 싶어서 7. 기타()	1. 시간을 보내기 위해서 2. 새로운 정보를 얻기 위해서 3. 기분 전환을 위해서 4. 다른 사람과의 소통을 위해서 5. 습관적으로 6. 그 영화를 보고 싶어서 7. 기타()

영화 장르	‘극장’에서 보실 때					‘극장 외’에서 보실 때 (TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)				
	전혀 선호하지 않음	별로 선호하지 않음	보통	약간 선호함	매우 선호함	전혀 선호하지 않음	별로 선호하지 않음	보통	약간 선호함	매우 선호함
6 SF/판타지/어드벤처	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7 애니메이션	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8 공포(호러)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9 범죄/스릴러/미스터리	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10 다큐멘터리	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11 사극/시대극	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12 실험/예술영화	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13 성인물(에로)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

문9. 귀하는 영화를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

영화 선택 요인	전혀 고려하지 않음	별로 고려하지 않음	보통	약간 고려함	매우 고려함
1 배우	1	2	3	4	5
2 감독	1	2	3	4	5
3 상영등급	1	2	3	4	5
4 제작국가	1	2	3	4	5
5 내용, 줄거리	1	2	3	4	5
6 장르	1	2	3	4	5
7 제작비 규모	1	2	3	4	5
8 흥행 성적 및 순위	1	2	3	4	5
9 영화제 출품 및 수상	1	2	3	4	5
10 주변인의 평가	1	2	3	4	5
11 온라인 평점 등의 평가	1	2	3	4	5
12 전문가 평가	1	2	3	4	5
13 원작(웹툰, 소설 등) 화제성	1	2	3	4	5
14 시리즈물 여부	1	2	3	4	5
15 관람 동반자의 취향	1	2	3	4	5

문10. 귀하는 영화 선택을 위한 정보를 얻을 때, 다음 경로들을 어느 정도 고려하십니까?

영화 정보 검색 경로	전혀 고려하지 않음	별로 고려하지 않음	보통	약간 고려함	매우 고려함
1 TV (보도, 연예, 영화프로그램)	1	2	3	4	5
2 신문 (일간지, 무료 신문 등)	1	2	3	4	5
3 잡지 (영화 전문 잡지 포함)	1	2	3	4	5
4 인터넷 포털	1	2	3	4	5
5 인터넷 SNS	1	2	3	4	5
6 주변인	1	2	3	4	5
7 영화 포스터	1	2	3	4	5
8 극장 스크린 광고	1	2	3	4	5

문11. 2018년에 영화를 보신 경로를 모두 선택해 주십시오.

1. 극장
2. IPTV : 인터넷 망을 통해 TV 연결 (SK브로드밴드, KT올레TV, LG U+tv 등)
3. 케이블TV : 케이블망을 통해 TV 연결 (CJ헬로비전, 티브로드, 딜라이브 등)
4. OTT : 인터넷 기반의 동영상 서비스 (유튜브, 넷플릭스, 티빙, poq, 웹하드 등)

문12. 2018년에 다음 각 경로별로 영화를 주로 관람하신 요일과 시간대는 어떻게 됩니까?

영화 관람 경로	주 관람 요일			주 관람 시간대				
	주중	주말/ 휴일	요일 무관	11시 이전 (조조)	11시 ~18시	18시 ~23시	23시 이후 (심야)	시간 무관
[1] 극장	1	2	3	1	2	3	4	5
[2] IPTV	1	2	3	1	2	3	4	5
[3] 케이블TV	1	2	3	1	2	3	4	5
[4] OTT	1	2	3	1	2	3	4	5

문19. 2018년에 독립예술영화를 보신 경로를 모두 선택해 주십시오.

독립예술영화

※ 독립영화 : 기존의 상업자본에 의존하지 않고, 창작자의 의도에 따라 제작한 영화

※ 예술영화 : 상업성과 대중성을 전면에 드러내는 영화가 아니라, 영화 고유의 미학을 추구하거나 작가의 주제 의식이나 미적 감각에 중심을 두는 영화

1. 극장
2. IPTV : 인터넷 망을 통해 TV 연결 (SK브로드밴드, KT올레TV, LG U+tv 등)
3. 케이블TV : 케이블망을 통해 TV 연결 (CJ헬로비전, 티브로드, 딜라이브 등)
4. OTT : 인터넷 기반의 동영상 서비스 (유튜브, 넷플릭스, 티빙, poq, 웹하드 등)
5. 모두 없다 (본 적 없음)

문20. 독립예술영화 관람하신 경로에 대해 어느 정도 선호하십니까?

	전혀 선호하지 않는다	별로 선호하지 않는다	보통	약간 선호한다	매우 선호한다
[1] 극장	1	2	3	4	5
[2] IPTV	1	2	3	4	5
[3] 케이블TV	1	2	3	4	5
[4] OTT	1	2	3	4	5

지금부터는 귀하의 극장 외 영화 관람 형태에 대해서 질문드리겠습니다.

문21. 귀하께서 영화 볼 극장 외 경로(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등)를 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

온라인 선택 요인	전혀 고려하지 않음	별로 고려하지 않음	보통	약간 고려함	매우 고려함
1 이용 편리성	1	2	3	4	5
2 최신 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
3 다양한 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
4 원하는 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
5 저렴하게 이용 가능	1	2	3	4	5
6 이벤트, 프로모션(쿠폰, 경품 등)	1	2	3	4	5
7 원하는 시간에 관람 가능	1	2	3	4	5

온라인 선택 요인	전혀 고려하지 않음	별로 고려하지 않음	보통	약간 고려함	매우 고려함
8 개인 맞춤형 정보 제공	1	2	3	4	5
9 결제의 안전성	1	2	3	4	5
10 상호의사소통(인터넷 채팅, 영화 평가 등 실시간 교류)	1	2	3	4	5

문22. 극장 외에서 영화를 보실 때, 주로 어떤 장비/기기로 영화를 보십니까?

가장 **자주 이용하시는** 순서대로 최대 3개까지 순서대로 응답해 주십시오.

1순위() 2순위() 3순위()

1. 데스크탑PC 2. 노트북 3. 스마트폰 4. 태블릿
5. TV(IPTV 등) 6. 빔프로젝터 7. 미러링 8. 기타()

문23. 극장 외에서 영화를 보실 때, 어떤 장비/기기로 영화를 보시고 싶습니까?

가장 **희망하시는** 순서대로 최대 3개까지 순서대로 응답해 주십시오.

1순위() 2순위() 3순위()

1. 데스크탑PC 2. 노트북 3. 스마트폰 4. 태블릿
5. TV(IPTV 등) 6. 빔프로젝터 7. 미러링 8. 기타()

문24. 극장 외에서 영화를 보실 때, 주로 어디에서 영화를 보십니까?

1. 집 2. 사무실 3. 학교
4. 이동 중에 5. 기타()

문25. 최근 온라인 영화 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)이 많이 등장했습니다.

이런 **온라인 영화 플랫폼이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 극장 영화 관람 횟수**는 어떻게 변했습니까?

이전보다 매우 감소했다	이전보다 약간 감소했다	변화 없다	이전보다 약간 증가했다	이전보다 매우 증가했다
1	2	3	4	5

문26. 그럼, 온라인 영화 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)이 등장하기 전과 비교했을 때, 귀하의 영화 보는 총 횟수는 어떻게 변했습니까?

이전보다 매우 감소했다	이전보다 약간 감소했다	변화 없다	이전보다 약간 증가했다	이전보다 매우 증가했다
1	2	3	4	5

지금부터는 귀하의 극장 영화 관람 형태에 대해서 질문드리겠습니다.

문27. 귀하께서 영화 볼 극장을 선택하실 때, 다음 요인을 어느 정도 고려하십니까?

극장 선택 요인	전혀 고려하지 않음	별로 고려하지 않음	보통	약간 고려함	매우 고려함
1 이용 편리성	1	2	3	4	5
2 최신 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
3 다양한 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
4 원하는 영화 관람 가능	1	2	3	4	5
5 저렴하게 이용 가능	1	2	3	4	5
6 이벤트, 프로모션(쿠폰, 경품 등)	1	2	3	4	5
7 원하는 시간에 관람 가능	1	2	3	4	5
8 화질	1	2	3	4	5
9 사운드	1	2	3	4	5
10 첨단 시설(3D, 4D, IMAX 등)	1	2	3	4	5
11 프리미엄 영화관	1	2	3	4	5
12 극장 규모	1	2	3	4	5
13 부대 시설(식음료, 쇼핑, 오락 등)	1	2	3	4	5
14 주차 시설	1	2	3	4	5
15 주변인(친구, 가족 등)의 선호	1	2	3	4	5

문28. 극장에서 영화를 관람하실 때, 주로 어떤 방법으로 표를 구입/예매하십니까?

1. 극장 창구 구입 2. 극장 무인발권기 구입 3. PC 인터넷 예매
4. 모바일 예매 5. 기타(_____)

문29. 극장 영화 관람 시, 귀하가 평균적으로 지출하시는 총 1회 비용은 어느 정도입니까?

※ 입장권 가격과 극장에서 드시는 식음료 비용 모두 포함한 1인 기준 평균 지출 비용

1. 8,000원 미만 2. 8,000원~10,000원 미만
3. 10,000원~13,000원 미만 4. 13,000원~15,000원 미만
5. 15,000원~18,000원 미만 6. 18,000원~20,000원 미만
7. 20,000원 이상

문30. 극장 영화 입장권 가격(1인)에 대해 질문드립니다. 각종 할인 혜택이 적용되기 전 정상 가격 기준으로 말씀해 주십시오.

다음 질문을 잘 보시고 해당 가격을 선택해 주십시오.

가격 질문		응답란
1	입장권 가격이 “얼마 이하”라면 “싸다”고 느껴지십니까?	원▽
2	입장권 가격이 “얼마 이상”이라면 “비싸다”라고 느껴지십니까?	원▽
3	입장권 가격이 “얼마 이하”라면 “너무 싸서 서비스 수준이 의심”스러워 구매하기 꺼려지십니까?	원▽
4	입장권 가격이 “얼마 이상”이라면 “너무 비싸서 영화 보기 어렵다”라고 생각하십니까?	원▽

문31. 극장 판매 팝콘과 음료수 콤보 세트(팝콘L 1개 + 음료M 2잔) 가격에 대해 질문드립니다. 각종 할인 혜택이 적용되기 전 판매 가격 기준으로 말씀해 주십시오.

다음 질문을 잘 보시고 해당 가격을 선택해 주십시오.

가격 질문		응답란
1	콤보 세트 가격이 “얼마 이하”라면 “싸다”고 느껴지십니까?	원▽
2	콤보 세트 가격이 “얼마 이상”이라면 “비싸다”라고 느껴지십니까?	원▽
3	콤보 세트 가격이 “얼마 이하”라면 “너무 싸서 품질 수준이 의심”스러워 구매하기 꺼려지십니까?	원▽
4	콤보 세트 가격이 “얼마 이상”이라면 “너무 비싸서 구매하기 어렵다”라고 생각하십니까?	원▽

문32. 다음 내용을 읽어 보시고 답해 주십시오.

영화 입장권 비용에는 10%의 부가가치세, 3%의 영화상영관 입장권 부과금이 포함되어 있습니다. 그리고 나머지 수익을 극장, 제작사, 투자 및 배급사가 나눠 갖게 됩니다.

영화상영관 입장권 부과금은 한국영화의 창작·제작 진흥 관련 지원, 영상전문투자조합 출자, 한국영화의 수출 및 국제교류 지원, 소형영화·단편영화·독립예술영화의 제작 지원, 영화상영관 시설의 보수·유지 등에 사용됩니다.

귀하께서는 영화 입장권 가격에 영화상영관 입장권 부과금이 포함되어 있는지 알고 계셨습니까?

1. 전혀 몰랐다
2. ‘영화상영관 입장권 부과금’ 명칭만 들어본 것 같다
3. 영화 입장권 가격에 영화상영관 입장권 부과금이 포함된 것은 알고 있었지만 자세히는 몰랐다

4. 영화상영관 입장권 부과금의 포함 정도(3%) 및 사용처 등에 대해 어느 정도 알고 있었다

5. 영화상영관 입장권 부과금의 포함 정도(3%) 및 사용처 등에 대해 자세히 알고 있었다

문33. 2021년에 '영화상영관 입장권 부과금' 징수가 종료됩니다. 영화 티켓 가격 포함 정도(3%)의 수준과 관계없이 이후에도 **영화산업 발전을 위해 '영화상영관 입장권 부과금' 징수가 계속 필요하다고** 생각하십니까?

전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통	약간 필요하다	매우 필요하다
1	2	3	4	5

문34. 귀하께서는 현재 영화 입장권 가격 내 **영화상영관 입장권 부과금 수준인 3%**에 대해 어떻게 생각하십니까?

1. 더 내려야 한다 2. 적당하다 3. 더 올려야 한다

문35. 그럼, **영화상영관 입장권 부과금의 적정 비율**은 어느 정도라고 생각하십니까?

영화 입장권 가격의 _____ %

문36. 현재는 극장 영화 입장권 비용에서만 영화상영관 입장권 부과금을 징수하고 있습니다. **영화산업 발전을 위해 '극장 외(TV, PC, 모바일, OTT, DVD 등) 유료 영화 가격에서도 영화상영관 입장권 부과금**을 징수하는 것이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통	약간 필요하다	매우 필요하다
1	2	3	4	5

지금부터는 귀하의 2018년 1년 동안의 극장 영화 관람 형태에 대해서 질문드리겠습니다.

문37. 2018년에 특별관(3D, 4D, IMAX관 등)에서 관람하신 횟수는 몇 번 정도입니까?

1. 없다 2. 1~2회 3. 3~4회 4. 5회 이상

문38. 2018년에 다음과 같은 **프리미엄 영화관**에서 관람하신 횟수는 몇 번 정도입니까?

프리미엄 영화관 : 메가박스의 더부티크, 샤롯데시네마, 시네드쉐프 등

1. 없다 2. 1~2회 3. 3~4회 4. 5회 이상

문39. 2018년에 극장 단체 관람(단체 할인 받은 경우)을 한 횟수는 몇 번 정도입니까?

1. 없다 2. 1~2회 3. 3~4회 4. 5~6회
5. 7회 이상

문40. 극장 단체 관람을 하신 주된 이유는 무엇입니까?

1. 학교에서 2. 회사에서 3. 동호회에서 4. 기타(_____)

문41. 아래와 같은 스크린 독과점 현상으로 인해, 2018년에 극장에서 원하는 영화를 보지 못한 경험이 있습니까?

스크린 독과점 현상 : 동일한 1편의 영화가 한 극장의 여러 관에서 상영되는 것

1. 있다 2. 없다

문42. 극장에서 귀하가 원하는 영화가 스크린 독과점으로 상영되지 않은 경우 귀하는 주로 어떻게 하십니까?

1. 해당 극장에서 다른 영화 관람
2. 다른 극장에서 원하는 영화 관람
3. 극장 외 온라인 플랫폼에서 원하는 영화 관람
4. 다른 문화 활동 함 (영화 안 봄)
5. 기타 (_____)

끝으로, 자료 분류를 위해 몇 가지만 더 질문 드리겠습니다.

문43. 귀하와 함께 거주하는 가구원은 본인을 포함해 몇 명입니까?

()명

문44. 귀하와 함께 거주하는 자녀가 있습니까?

1. 없다
2. 아동 자녀(0~7세) → 명
3. 취학 자녀(초중고등학생) → 명
4. 성인 자녀(20세 이상) → 명

문45. 귀댁의 월평균 가구소득은 어느 정도입니까?

※ 모든 가구의 원의 근로소득, 임대소득, 금융소득 등 모든 소득의 합으로 세전 소득 기준입니다

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

문46. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- | | | |
|-----------|----------------|--------------|
| 1. 자영업/상업 | 2. 판매/서비스직/영업직 | 3. 기능숙련공 |
| 4. 단순 노무직 | 5. 사무직/엔지니어 | 6. 경영/관리직 |
| 7. 전문/자유직 | 8. 농/어/임/축산업 | 9. 가정 주부 |
| 10. 중학생 | 11. 고등학생 | 12. 대학생/대학원생 |
| 13. 무직 | 14. 기타 (_____) | |

문47. 귀하의 최종 학력은 무엇입니까?

- | | |
|--------------------|------------|
| 1. 중학교 졸업 | 2. 고등학교 졸업 |
| 3. 대학교 졸업(전문대학 포함) | 4. 대학원 졸업 |
| 5. 기타 | |

감사합니다.