

# 1인 미디어 산업 실태조사 보고서

2021.12



과학기술정보통신부



RAPA 한국전파진흥협회



## 이용자를 위하여

1. 「1인 미디어 산업 실태조사 보고서」는 1인미디어산업기반조성사업의 일환으로 나온 결과물입니다.
2. 본 보고서에 수록된 수치는 자료의 종류에 따라 소수점 첫째자리나 둘째 자리에서 반올림 되어 세부 항목의 합이 전체와 일치하지 않을 수 있습니다.
3. 통계표에서 사용된 부호의 뜻은 다음과 같습니다.
  - “ - ” : 해당숫자 없음
  - “0.0” : 단위 미만
4. 응답 사례 수가 적은 일부 층에 있어서는 해석 시 주의가 필요합니다.
5. 본 결과물은 과학기술정보통신부 및 한국전파진흥협회의 공식적인 견해가 아니며, 인용 시 원본 데이터의 출처를 반드시 밝혀주시길 바랍니다.





창작자

# ▶ 1인 미디어 산업 실태조사



## 응답자(%)

남성 64.4

여성 35.6

성별



31.3



20대 이하

42.1



30대

18.6



40대

8.0



50대 이상

## 거주지(%)

42.1



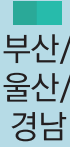
서울

31.6



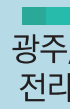
경기/인천

7.9



부산/울산/경남

5.7



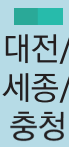
광주/전라

5.6



대구/경북

5.4



대전/세종/충청

1.7



강원/제주



## 학력(%)

71.7



대졸 이상

16.8



고등학교 이하

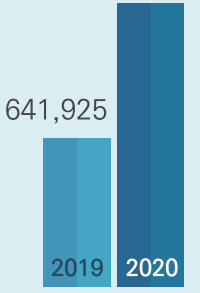
11.5



전문대졸

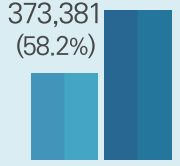
## 수익(만원)

1,230,633



합계

648,869 (52.7%)



광고

53,088 (8.3%)



실시간 후원금

90,808 (14.1%)



협찬

156,707 (12.7%)



소속사 수익 배분 및 임금

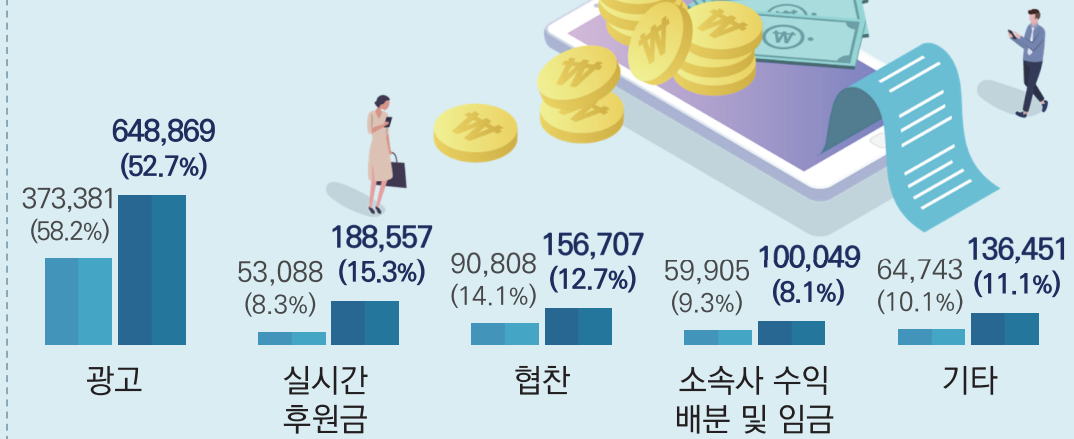
59,905 (9.3%)



64,743 (10.1%)



기타



## 최초 수익 발생까지 투자 비용(%)

55.3

100만원 미만

12.5

100~150만원 미만

7.3

150~200만원 미만

5.8

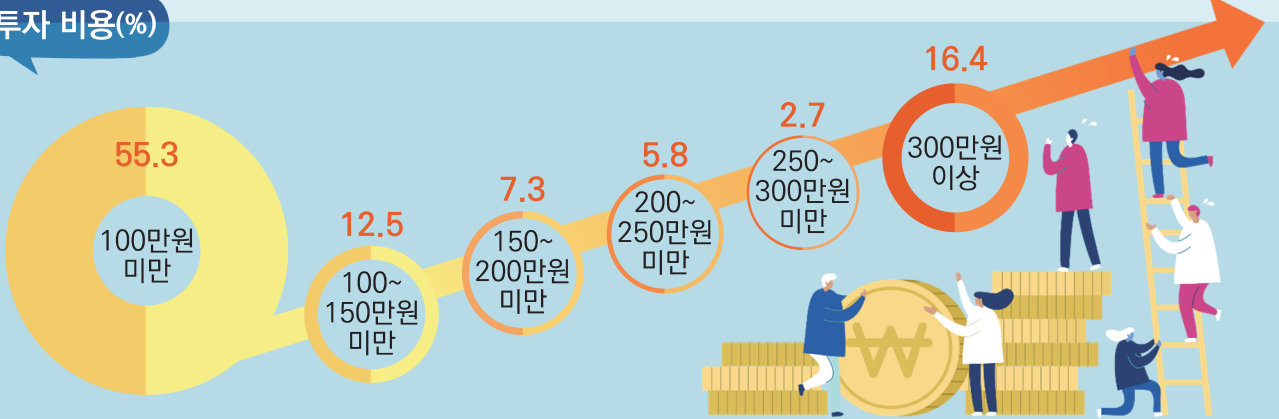
200~250만원 미만

2.7

250~300만원 미만

16.4

300만원 이상



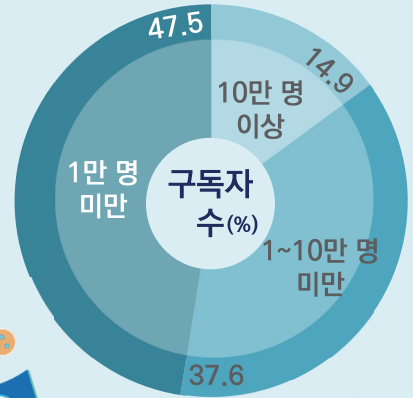
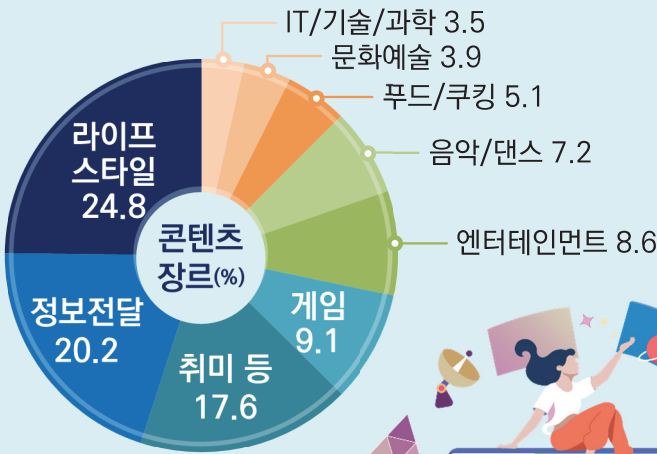
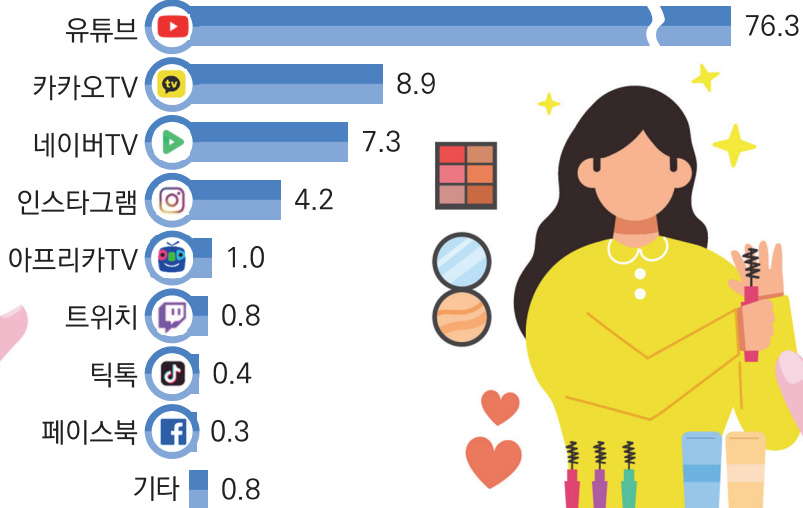


창작자

# ▶ 1인 미디어 산업 실태조사



## 주 이용 플랫폼(%)



## 주기적인 영상 업로드 시

## 수익 발생 시기(%)





창작자

# ▶ 1인 미디어 산업 실태조사



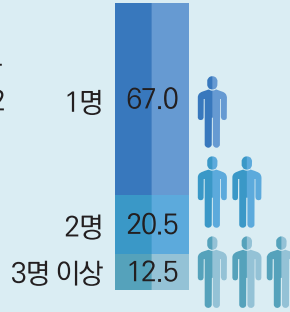
콘텐츠 한 편당

제작 시간(시간)



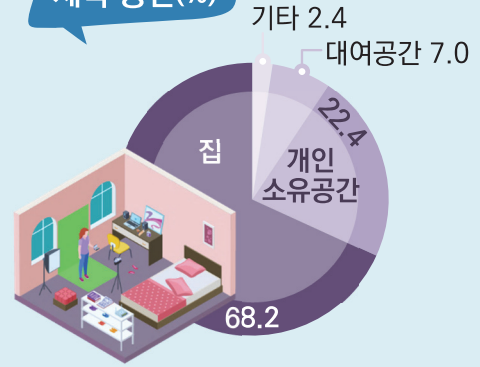
콘텐츠 한 편당

제작 인원(%)



콘텐츠 한 편당

제작 공간(%)



46.9



사무/관리/전문직

15.4



자영업

9.3



판매/영업/서비스직

9.1



학생

3.5



생산/기능/노무직

3.2



전업주부

1.0



농/임/어업

11.7



무직/퇴직/기타

37.5%

전업이다

전업이 아니다

62.5%

16.1%

MCN 소속

MCN 소속이 아니다

83.9%



낮음 7.8

매우 낮음 2.0

낮음 5.8



보통 22.1



높음 70.1

매우 높음 34.0

높음 36.1



불만족 7.8

매우 불만족 2.5

불만족 5.3



보통 36.3



만족 55.9

매우 만족 17.8

만족 38.1

직업 만족도 (%)

지속 가능성 (%)



사업체

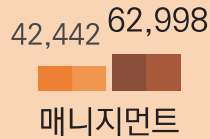
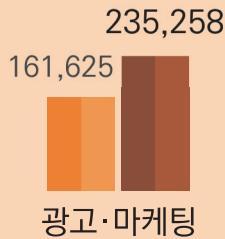
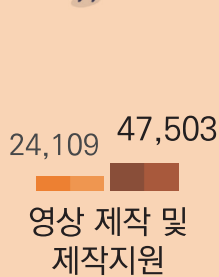
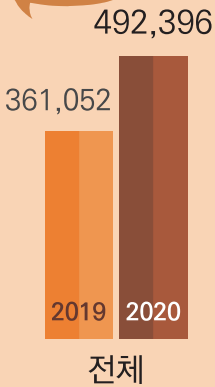
# ▶ 1인 미디어 산업 실태조사



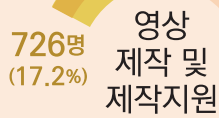
## 참여분야(%)



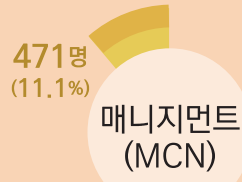
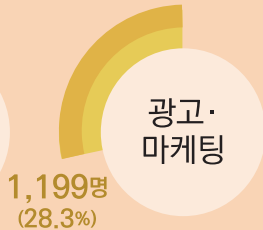
## 수익(백만원)



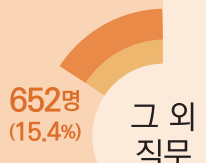
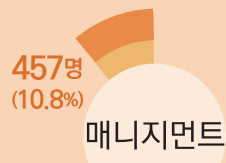
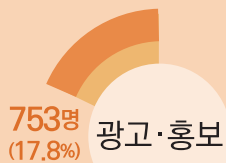
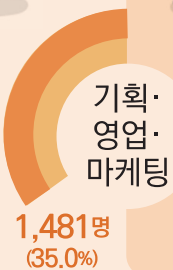
## 종사자



### ┌ 1인 미디어 산업 종사자의 사업 참여 분야 ┐



### ┌ 1인 미디어 산업 종사자의 직무별 비중 ┐



# CONTENTS

## 제 I 장. 조사 개요

<b>1절. 개요</b> .....	<b>3</b>
1. 조사 배경 및 목적 .....	3
2. 조사기간 및 조사기준시점 .....	3
3. 조사범위 및 대상 .....	3
4. 조사 내용 .....	4
5. 조사 방법 .....	5
6. 조사 수행 .....	5
<b>2절. 조사 설계</b> .....	<b>6</b>
1. 1인 미디어 산업의 정의 및 조사범위 .....	6
2. 표본설계 .....	11
<b>3절. 조사결과</b> .....	<b>19</b>
1. 창작자 응답자 특성 .....	19
2. 사업체 응답자 특성 .....	20

## 제 II 장. 조사 결과

### Part1. 창작자 조사결과

<b>1절. 일반현황</b> .....	<b>25</b>
1. 이용 플랫폼 .....	25
2. 수익 발생 현황 .....	35
3. 보유 채널 현황 .....	65

# CONTENTS

<b>2절. 콘텐츠 제작 활동</b>	<b>78</b>
1. 콘텐츠 장르	78
2. 콘텐츠 제작 인력 현황	89
3. 콘텐츠 해외시장 진출 현황	103
4. 콘텐츠 제작 인프라 현황	121
<b>3절. 창작자 활동</b>	<b>133</b>
1. 매니지먼트(MCN사) 소속 현황	133
2. 창작자 직업 만족도	148
3. 창작자 활동 시 애로사항	165
<b>4절. 정책 수요</b>	<b>168</b>
1. 지원정책 인지도	168
2. 지원정책 참여 경험 및 만족도	182
3. 필요정책	194
5. 1인 미디어 산업 활성화 관련 건의사항	201
<b>Part2. 사업체 조사결과</b>	
<b>1절. 일반현황</b>	<b>205</b>
1. 사업 참여 연도	205
2. 참여 사업 분야	207
3. 사업 성장 단계	212

# CONTENTS

<b>2절. 경영현황</b> .....	<b>214</b>
1. 1인 미디어 사업 참여 분야 .....	214
2. 1인 미디어 관련 매출액 .....	216
3. 1인 미디어 관련 세부 매출액 .....	219
<b>3절. 인력현황</b> .....	<b>221</b>
1. 전체 인력 현황 .....	221
2. 고용형태별 현황 .....	223
3. 직무별 현황 .....	225
4. 연령별 현황 .....	227
5. 학력별 현황 .....	229
6. 채용 인력 .....	231
7. 채용 예정 인력 .....	233
8. 채용 시 중요하게 고려하는 항목 .....	235
9. 채용 시 경험한 애로사항 .....	238
<b>4절. 콘텐츠 제작 및 인프라 현황</b> .....	<b>241</b>
1. 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험 .....	241
2. 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수 .....	243
3. 자체 제작 콘텐츠 장르 .....	245
4. 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼 .....	248
5. 해당 플랫폼 선정 이유 .....	251
6. 자체 제작 콘텐츠 제작 비용 .....	253
7. 외부 투자 경험 .....	255
8. 외부 투자 시 주요 투자사 .....	257
9. 해외시장 진출 현황 .....	259

# CONTENTS

10. 향후 해외 수출 계획 .....	273
11. 콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부 .....	279
12. 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황 .....	281
13. 콘텐츠 제작인력 보유 현황 .....	283

## 5절. 매니지먼트 및 라이브커머스 분야 사업 현황 ..... 287

1. 매니지먼트 분야 사업 현황 .....	287
2. 라이브커머스 분야 사업 현황 .....	301

## 6절. 지원정책 수요 현황 ..... 309

1. 지원정책 인지도 .....	309
2. 1인 미디어 지원정책 참여 경험 및 만족도 .....	323
3. 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항 .....	335

## 제III장. 부록

### Part1. 주요 용어 해설

1. 1인 미디어 관련 종사자 직무 구분 및 정의 .....	343
2. 1인 미디어 창작자 활동의 정의 .....	344
3. 고용형태의 정의 .....	344
4. 사업영역의 정의 .....	344
5. 해외시장 진출단계의 정의 .....	345
6. 지원정책의 정의 .....	345
7. 콘텐츠 장르의 정의 .....	346
8. 기타 용어 정의 .....	347

### Part2. 조사표

# CONTENTS

## 〈표 차례〉

표 2-1 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답) .....	26
표 2-2 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답) .....	28
표 2-3 수익 발생 플랫폼(복수응답) .....	30
표 2-4 주 이용 플랫폼 .....	32
표 2-5 주 이용 플랫폼 선정 이유 .....	34
표 2-6 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익 합계(통합) .....	36
표 2-7 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(통합) .....	37
표 2-8 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고) .....	39
표 2-9 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고) .....	40
표 2-10 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬) .....	42
표 2-11 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬) .....	43
표 2-12 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금) .....	45
표 2-13 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금) .....	46
표 2-14 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 수익배분) .....	48
표 2-15 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 배분) .....	49
표 2-16 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타) .....	51
표 2-17 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타) .....	52
표 2-18 채널보유 현황 - 채널 개설일(1순위 채널) .....	54
표 2-19 채널보유 현황 - 채널 개설일(2순위 채널) .....	55
표 2-20 채널보유 현황 - 채널 개설일(3순위 채널) .....	55
표 2-21 주기적인 콘텐츠 게시 시기 .....	57
표 2-22 첫 수익 발생 시기 .....	59
표 2-23 첫 수익 까지 투자 비용 .....	61
표 2-24 채널 개설일로부터 수익 발생까지 걸린 기간 .....	63
표 2-25 주기적 영상 업로드 시작일로부터 수익 발생까지 걸린 기간 .....	64
표 2-26 주 이용 플랫폼 채널 보유 현황 .....	66
표 2-27 수익 발생 현황 - 구독자 수(1순위 채널) .....	68
표 2-28 수익 발생 현황 - 구독자 수(2순위 채널) .....	69
표 2-29 수익 발생 현황 - 구독자 수(3순위 채널) .....	69

# CONTENTS

표 2-30 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(1순위 채널) .....	71
표 2-31 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(2순위 채널) .....	72
표 2-32 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(3순위 채널) .....	72
표 2-33 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(1순위 채널) .....	74
표 2-34 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(2순위 채널) .....	75
표 2-35 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(3순위 채널) .....	75
표 2-36 구독자 확보 위한 활동(1순위) .....	77
표 2-37 게시된 콘텐츠 장르(복수응답) .....	79
표 2-38 주 콘텐츠 장르 .....	81
표 2-39 주 콘텐츠 장르 선정 이유(1순위) .....	83
표 2-40 주 콘텐츠 장르 선정 이유(1+2순위) .....	84
표 2-41 브랜드 콘텐츠 유무 .....	86
표 2-42 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠 수 .....	88
표 2-43 콘텐츠 한 편 당 평균 제작인원 .....	90
표 2-44 콘텐츠 제작 시 본인 참여 비중 .....	92
표 2-45 콘텐츠 한 편 당 평균 제작 시간 .....	94
표 2-46 비정기 참여인력의 역할(복수응답) .....	96
표 2-47 향후 2년 이내 현재 제작 중인 콘텐츠 장르 외 추가 장르 .....	98
표 2-48 추가 장르 선택 이유(1순위) .....	100
표 2-49 보유 채널을 통해 경험한 활동(복수응답) .....	102
표 2-50 콘텐츠 이용자 거주 국가 .....	104
표 2-51 해외 이용자 거주 국가(복수응답) .....	106
표 2-52 해외시장 콘텐츠 제공 유무 .....	108
표 2-53 해외 콘텐츠 제공 시기 .....	110
표 2-54 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기 .....	112
표 2-55 콘텐츠 제공 국가(복수응답) .....	114
표 2-56 2019년도 해외시장 발생 수익 .....	116
표 2-57 2020년도 해외시장 발생 수익 .....	118

# CONTENTS

표 2-58 해외시장 진출 애로사항	120
표 2-59 콘텐츠 제작 위해 구매한 장비(복수응답)	122
표 2-60 콘텐츠 제작 장비 대여 경험	124
표 2-61 대여 장비 목록(복수응답)	126
표 2-62 장비 대여 기관	128
표 2-63 콘텐츠 제작을 위해 활용한 공간	130
표 2-64 공간 이용을 위해 지불한 비용	132
표 2-65 MCN사 소속 유무	134
표 2-66 소속 MCN사	136
표 2-67 MCN사 계약방법	138
표 2-68 소속사와 수익배분율	140
표 2-69 MCN사에 소속하여 활동하는 이유(1순위)	142
표 2-70 MCN사에 소속하여 활동하는 이유(1+2순위)	143
표 2-71 개인으로 활동하는 이유	145
표 2-72 MCN사 가입 시 주요 고려사항	147
표 2-73 현재 창작자 직업 만족도	149
표 2-74 이전 직업과 비교 시 창작자 직업 만족도	151
표 2-75 창작자 업무환경 만족도	153
표 2-76 창작자 경제적 요소 만족도	155
표 2-77 창작자의 사회적 평판	157
표 2-78 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성	159
표 2-79 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성	161
표 2-80 창작자 활동 시작 계기(1순위)	163
표 2-81 창작자 활동 시작 계기(1+2순위)	164
표 2-82 창작자 활동 시 애로사항(1순위)	166
표 2-83 창작자 활동 시 애로사항(1+2+3순위)	167
표 2-84 지원정책 인지도(복수응답)	169
표 2-85 '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도	171

# CONTENTS

표 2-86 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'정책 인지도 .....	173
표 2-87 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도 .....	175
표 2-88 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도 .....	177
표 2-89 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도 .....	179
표 2-90 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도 .....	181
표 2-91 '1인 미디어 창작자 육성' 만족도 .....	183
표 2-92 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 만족도 .....	185
표 2-93 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 만족도 .....	187
표 2-94 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 만족도 .....	189
표 2-95 '1인 미디어 창업 지원' 만족도 .....	191
표 2-96 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 만족도 .....	193
표 2-97 지원정책 건의 세부사항 .....	194
표 2-98 필요정책 세부사항(1순위) .....	196
표 2-99 필요공간 세부사항(복수응답) .....	198
표 2-100 필요교육 세부사항(복수응답) .....	199
표 2-101 지원정책 필요 없음 세부사항(복수응답) .....	200
표 2-102 1인 미디어 산업 활성화 관련 건의사항(복수응답) .....	201
표 3-1 사업 참여 연도 .....	206
표 3-2 주요 참여 사업 분야 .....	208
표 3-3 주 고객사 업종(1순위) .....	210
표 3-4 주 고객사 업종(1+2+3순위) .....	211
표 3-5 사업 성장 단계 .....	213
표 3-6 1인 미디어 사업 참여 분야(복수응답) .....	215
표 3-7 1인 미디어 관련 매출액 합(2019년) .....	217
표 3-8 1인 미디어 관련 매출액 합(2020년) .....	218
표 3-9 1인 미디어 관련 세부 매출액 합 .....	220
표 3-10 전체 인력 현황(2020년 말 기준) .....	222
표 3-11 고용형태별 현황(2020년 말 기준) .....	224

# CONTENTS

표 3-12 직무별 현황(2020년 말 기준) .....	226
표 3-13 연령별 현황(2020년 말 기준) .....	228
표 3-14 학력별 현황(2020년 말 기준) .....	230
표 3-15 2020년 1년간 채용 인력 .....	232
표 3-16 2022년 1년간 채용 예정 인력 .....	234
표 3-17 채용 시 중요하게 고려하는 항목(1순위) .....	236
표 3-18 채용 시 중요하게 고려하는 항목(1+2순위) .....	237
표 3-19 채용 시 경험한 애로사항(1순위) .....	239
표 3-20 채용 시 경험한 애로사항(1+2순위) .....	240
표 3-21 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험 .....	242
표 3-22 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수 .....	244
표 3-23 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답) - 계속 .....	246
표 3-24 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답) .....	247
표 3-25 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼(1순위) .....	249
표 3-26 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼(1+2순위) .....	250
표 3-27 해당 플랫폼 선정 이유 .....	252
표 3-28 자체 제작 콘텐츠 제작 비용(평균) .....	254
표 3-29 외부 투자 경험 .....	256
표 3-30 외부 투자 시 주요 투자사 .....	258
표 3-31 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 경험 .....	260
표 3-32 해외시장 진출 방법 .....	262
표 3-33 1인 미디어 콘텐츠 수출액 .....	264
표 3-34 콘텐츠 유형별 수출액 비중 .....	266
표 3-35 해외 시장 콘텐츠 주요 수출국 .....	268
표 3-36 해외 시장 진출 단계 .....	270
표 3-37 해외 시장 진출 시 애로사항 .....	272
표 3-38 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 .....	274
표 3-39 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 시기 .....	276

# CONTENTS

표 3-40	향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 희망 국가	278
표 3-41	콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부	280
표 3-42	콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황	282
표 3-43	1인 미디어 콘텐츠 제작인력 보유 여부	284
표 3-44	1인 미디어 콘텐츠 제작인력 직무(복수응답)	286
표 3-45	주력 사업영역	288
표 3-46	전체 사업영역(복수응답)	289
표 3-47	주 수익모델	291
표 3-48	수익 발생 영역(복수응답)	293
표 3-49	창작자 소속 여부	295
표 3-50	창작자 콘텐츠 분야별 비중	296
표 3-51	소속된 창작자와의 계약 형태	298
표 3-52	소속된 창작자와의 수익 배분 형태	300
표 3-53	가입 사업자 수	302
표 3-54	제공 서비스(복수응답)	304
표 3-55	매출 발생 유형별 비중	306
표 3-56	판매 제품 카테고리 별 비중	308
표 3-57	지원정책 인지도(통합)	310
표 3-58	‘1인 미디어 창작자 육성’정책 인지도	312
표 3-59	‘1인 미디어 콘텐츠 제작 지원’정책 인지도	314
표 3-60	‘1인 미디어 콘텐츠 유통 지원’정책 인지도	316
표 3-61	‘1인 미디어 제작 인프라 지원’정책 인지도	318
표 3-62	‘1인 미디어 창업 지원’정책 인지도	320
표 3-63	‘1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원’정책 인지도	322
표 3-64	1인 미디어 지원정책 참여경험	324
표 3-65	최근 참여 지원정책 수행 기관	326
표 3-66	최근 참여 지원정책 참여 기간	328
표 3-67	1인 미디어 산업 지원정책 참여 중요도	330

# CONTENTS

표 3-68 1인 미디어 산업 지원정책 참여 도움 정도 .....	332
표 3-69 1인 미디어 산업 지원정책 참여 만족도 .....	334
표 3-70 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항(1순위) .....	336
표 3-71 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항(1+2+3순위) .....	337

## 〈그림 차례〉

그림 2-1 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답) .....	25
그림 2-2 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답) .....	27
그림 2-3 수익 발생 플랫폼(복수응답) .....	29
그림 2-4 주 이용 플랫폼 .....	31
그림 2-5 주 이용 플랫폼 선정 이유 .....	33
그림 2-6 창작자 활동을 통해 발생한 수익 합계(통합) .....	35
그림 2-7 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고) .....	38
그림 2-8 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬) .....	41
그림 2-9 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금) .....	44
그림 2-10 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 수익배분) .....	47
그림 2-11 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타) .....	50
그림 2-12 채널보유 현황 - 채널 개설일 .....	53
그림 2-13 주기적인 콘텐츠 게시 시기 .....	56
그림 2-14 첫 수익 발생 시기 .....	58
그림 2-15 첫 수익까지 투자 비용 .....	60
그림 2-16 채널 개설일 및 주기적 영상 업로드일로부터 수익발생까지의 기간 .....	62
그림 2-17 주 이용 플랫폼 채널 보유 현황 .....	65
그림 2-18 수익 발생 현황 - 구독자 수 .....	67
그림 2-19 수익 발생 현황 - 구독자 연령대 .....	70
그림 2-20 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기 .....	73
그림 2-21 구독자 확보 위한 활동 .....	76
그림 2-22 게시된 콘텐츠 장르(복수응답) .....	78

# CONTENTS

그림 2-23 주 콘텐츠 장르 .....	80
그림 2-24 주 콘텐츠 장르 선정 이유 .....	82
그림 2-25 브랜디드 콘텐츠 유무 .....	85
그림 2-26 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠 수 .....	87
그림 2-27 콘텐츠 한 편당 평균 제작인원 .....	89
그림 2-28 콘텐츠 제작 시 본인 참여 비중 .....	91
그림 2-29 콘텐츠 한 편당 평균 제작 시간 .....	93
그림 2-30 비정기 참여인력의 역할(복수응답) .....	95
그림 2-31 향후 2년 이내 현재 제작 중인 콘텐츠 장르 외 추가 장르 ..	97
그림 2-32 추가 장르 선택 이유 .....	99
그림 2-33 보유 채널을 통해 경험한 활동(복수응답) .....	101
그림 2-34 콘텐츠 이용자 거주 국가 .....	103
그림 2-35 해외 이용자 거주 국가(복수응답) .....	105
그림 2-36 해외시장 콘텐츠 제공 유무 .....	107
그림 2-37 해외 콘텐츠 제공 시기 .....	109
그림 2-38 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기 .....	111
그림 2-39 콘텐츠 제공 국가(복수응답) .....	113
그림 2-40 2019년도 해외시장 발생 수익 .....	115
그림 2-41 2020년도 해외시장 발생 수익 .....	117
그림 2-42 해외시장 진출 애로사항 .....	119
그림 2-43 콘텐츠 제작 위해 구매한 장비(복수응답) .....	121
그림 2-44 콘텐츠 제작 장비 대여 경험 .....	123
그림 2-45 대여 장비 목록(복수응답) .....	125
그림 2-46 장비 대여 기관 .....	127
그림 2-47 콘텐츠 제작을 위해 활용한 공간 .....	129
그림 2-48 공간 이용을 위해 지불한 비용 .....	131
그림 2-49 MCN사 소속 유무 .....	133
그림 2-50 소속 MCN사 .....	135

# CONTENTS

그림 2-51 MCN사 계약방법 .....	137
그림 2-52 소속사와 수익배분율 .....	139
그림 2-53 MCN사에 소속하여 활동하는 이유 .....	141
그림 2-54 개인으로 활동하는 이유 .....	144
그림 2-55 MCN사 가입 시 주요 고려사항 .....	146
그림 2-56 현재 창작자 직업 만족도 .....	148
그림 2-57 이전 직업과 비교 시 창작자 직업 만족도 .....	150
그림 2-58 창작자 업무환경 만족도 .....	152
그림 2-59 창작자 경제적 요소 만족도 .....	154
그림 2-60 창작자의 사회적 평판 .....	156
그림 2-61 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성 .....	158
그림 2-62 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성 .....	160
그림 2-63 창작자 활동 시작 계기 .....	162
그림 2-64 창작자 활동 시 애로사항 .....	165
그림 2-65 지원정책 인지도(통합) .....	168
그림 2-66 '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도 .....	170
그림 2-67 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'정책 인지도 .....	172
그림 2-68 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도 .....	174
그림 2-69 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도 .....	176
그림 2-70 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도 .....	178
그림 2-71 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도 .....	180
그림 2-72 '1인 미디어 창작자 육성' 만족도 .....	182
그림 2-73 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 만족도 .....	184
그림 2-74 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 만족도 .....	186
그림 2-75 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 만족도 .....	188
그림 2-76 '1인 미디어 창업 지원' 만족도 .....	190
그림 2-77 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 만족도 .....	192
그림 2-78 필요정책 세부사항 .....	195

# CONTENTS

그림 2-79 필요장비 세부사항(복수응답) .....	197
그림 3-1 사업 참여 연도 .....	205
그림 3-2 주요 참여 사업 분야 .....	207
그림 3-3 주 고객사 업종 .....	209
그림 3-4 사업 성장 단계 .....	212
그림 3-5 1인 미디어 사업 참여 분야(복수응답) .....	214
그림 3-6 1인 미디어 관련 매출액 .....	216
그림 3-7 1인 미디어 관련 세부 매출액 .....	219
그림 3-8 참여분야별 - 종사자 규모별 1인 미디어 산업 종사자 수(2020년 말 기준) ..	221
그림 3-9 고용형태별 현황(2020년 말 기준) .....	223
그림 3-10 직무별 현황(2020년 말 기준) .....	225
그림 3-11 연령별 현황(2020년 말 기준) .....	227
그림 3-12 학력별 현황(2020년 말 기준) .....	229
그림 3-13 2020년 1년간 채용 인력 .....	231
그림 3-14 2022년 1년간 채용 예정 인력 .....	233
그림 3-15 채용 시 중요하게 고려하는 항목 .....	235
그림 3-16 채용 시 경험한 애로사항 .....	238
그림 3-17 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험 .....	241
그림 3-18 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수 .....	243
그림 3-19 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답) .....	245
그림 3-20 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼 .....	248
그림 3-21 해당 플랫폼 선정 이유 .....	251
그림 3-22 자체 제작 콘텐츠 제작 비용(평균) .....	253
그림 3-23 외부 투자 경험 .....	255
그림 3-24 외부 투자 시 주요 투자사 .....	257
그림 3-25 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 경험 .....	259
그림 3-26 해외시장 진출 방법 .....	261
그림 3-27 1인 미디어 콘텐츠 수출액 .....	263

# CONTENTS

그림 3-28 콘텐츠 유형별 수출액 비중 .....	265
그림 3-29 해외 시장 콘텐츠 주요 수출국 .....	267
그림 3-30 해외 시장 진출 단계 .....	269
그림 3-31 해외 시장 진출 시 애로사항 .....	271
그림 3-32 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 .....	273
그림 3-33 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 시기 .....	275
그림 3-34 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 희망 국가 .....	277
그림 3-35 콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부 .....	279
그림 3-36 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황 .....	281
그림 3-37 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 보유 여부 .....	283
그림 3-38 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 직무(복수응답) .....	285
그림 3-39 사업영역 .....	287
그림 3-40 주 수익모델 .....	290
그림 3-41 수익 발생 영역(복수응답) .....	292
그림 2-42 창작자 소속 여부 및 창작자 콘텐츠 분야별 비중 .....	294
그림 3-43 소속된 창작자와의 계약 형태 .....	297
그림 3-44 소속된 창작자와의 수익 배분 형태 .....	299
그림 3-45 가입 사업자 수 .....	301
그림 3-46 제공 서비스(복수응답) .....	303
그림 3-47 매출 발생 유형별 비중 .....	305
그림 3-48 판매 제품 카테고리 별 비중 .....	307
그림 3-49 지원정책 인지도(통합) .....	309
그림 3-50 '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도 .....	311
그림 3-51 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'정책 인지도 .....	313
그림 3-52 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도 .....	315
그림 3-53 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도 .....	317
그림 3-54 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도 .....	319
그림 3-55 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도 .....	321

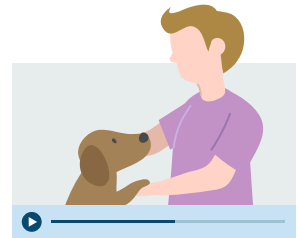
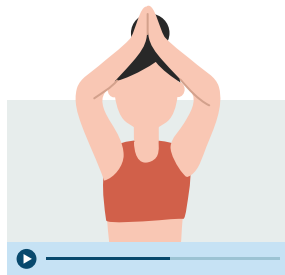
## CONTENTS

그림 3-56 1인 미디어 지원정책 참여 경험 .....	323
그림 3-57 최근 참여 지원정책 수행 기관 .....	325
그림 3-58 최근 참여 지원정책 참여 기간 .....	327
그림 3-59 1인 미디어 산업 지원정책 참여 중요도 .....	329
그림 3-60 1인 미디어 산업 지원정책 참여 도움 정도 .....	331
그림 3-61 1인 미디어 산업 지원정책 참여 만족도 .....	333
그림 3-62 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항 .....	335

# I

CHAPTER

## 조사 개요





# 1절. 개요

## 1. 조사 배경 및 목적

- \* 새로운 미디어 환경에 대응하기 위한 1인 미디어 산업의 중요성 증대로 공신력 있는 정보 생성이 필요함
  - 1인 미디어 산업의 규모, 수익 현황, 근로 환경, 산업 성장단계 등 포괄적인 산업 현황 조사가 필요
- \* 1인 미디어 산업 분야의 사업체 및 창작자를 대상으로 산업 범위를 포괄하는 정례적 실태조사를 통해 객관적 통계자료를 확보하여 미디어 신산업 분야 정책 수립의 기초자료 확보를 목적으로 함

## 2. 조사기간 및 조사기준시점

- \* 조사기간 : 2021년 7월 ~ 10월
- \* 조사기준시점
  - STOCK : 2019년 12월 말, 2020년 12월 말, 2021년 6월 말
  - FLOW : 2019년 1월 1일 ~ 2019년 12월 31일  
2020년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일

## 3. 조사범위 및 대상

- \* 창작자 : 1인 미디어 채널을 운영하고 콘텐츠를 공급하여 연간 일정 규모의 매출이 발생한 개인 또는 중소·자영업자
- \* 사업체 : 1인 미디어 콘텐츠를 공급·유통하는 사업체

## 4. 조사 내용

### 1) 창작자

구분	항목	
조사 대상 확인	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 콘텐츠 제공 플랫폼 보유 여부</li> <li>□ 사업자등록번호 보유 여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 지난 1년 창작자로 인한 수익 발생 여부</li> </ul>
플랫폼 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 콘텐츠 제공 플랫폼 유형</li> <li>□ 수익 발생 플랫폼 유형</li> <li>□ 주 이용 플랫폼 및 선정 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼 유형</li> <li>□ 창작자 활동을 통해 발생한 수익</li> </ul>
채널 보유 및 콘텐츠 제공 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 주 이용 플랫폼 내 보유 채널 개수</li> <li>□ 구독자 확보 활동</li> <li>□ 첫 수익 발생 시기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 보유 채널 현황</li> <li>□ 주기적 콘텐츠 게시 시기</li> <li>□ 최초수익까지 투자 비용</li> </ul>
콘텐츠 제작 활동 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 게시된 콘텐츠 장르</li> <li>□ 브랜드 콘텐츠 보유 여부</li> <li>□ 콘텐츠 한 편당 평균 제작 인원, 시간</li> <li>□ 비정기 인력의 역할</li> <li>□ 콘텐츠 이용자 거주 국가</li> <li>□ 해외시장 콘텐츠 제공 여부 및 제공 국가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 주 제작 콘텐츠 장르</li> <li>□ 최근 한 달 동안 게시된 콘텐츠 개수</li> <li>□ 추가 제작 시도 콘텐츠 장르 및 이유</li> <li>□ 채널을 통해 경험한 활동</li> <li>□ 해외시장 발생 수익, 진출 애로사항</li> </ul>
콘텐츠 제작 인프라	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 새로 구매한 장비</li> <li>□ 대여 중인 장비 종류</li> <li>□ 콘텐츠 제작 시 주로 활용한 공간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 콘텐츠 제작 장비 대여경험</li> <li>□ 장비 대여 기관</li> <li>□ 공간 활용 비용</li> </ul>
창작자 활동 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ MCN사 소속 여부</li> <li>□ MCN사와 계약 시 계약서 작성 여부</li> <li>□ MCN사와 수익 배분율</li> <li>□ 개인으로 활동하는 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 소속 MCN사 명</li> <li>□ 비 계약 시 소속 방식</li> <li>□ MCN사에 소속하여 활동하는 이유</li> <li>□ MCN사 가입 시 주요 고려사항</li> </ul>
창작자 직업 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 현재 직업 만족도</li> <li>□ 사회적 평판에 대한 인식</li> <li>□ 창작자 활동 시작 계기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 업무환경/경제적 요소 만족도</li> <li>□ 향후 1년 이내 창작자 직업 발전/지속 가능성</li> <li>□ 창작자 활동 시 애로사항</li> </ul>
정책 수요 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 1인 미디어 산업 지원정책 인지도/참여경험/만족도/건의사항</li> <li>□ 필요한 지원정책</li> <li>□ 지원정책이 필요 없는 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 필요 장비/공간/교육 건의사항</li> <li>□ 1인 미디어 산업 활성화를 위한 건의사항</li> </ul>

## 2) 사업체

구분	항목
사업체 일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 업체명, 설립연도, 전화번호, 사업체 주소, 조직형태, 종사자 수</li> <li>□ 사업자등록번호, 법인등록번호</li> <li>□ 재무현황(매출액, 영업이익), 상장여부</li> </ul>
일반현황 및 경영현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 1인 미디어 산업 참여 시점</li> <li>□ 참여 중인 산업 분야</li> <li>□ 광고 의뢰 고객사 주 업종</li> <li>□ 성장 단계</li> <li>□ 1인 미디어 관련 매출액</li> </ul>
인력 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 고용형태별/직무별/연령별/학력별 1인 미디어 산업 관련 종사자 현황</li> <li>□ 1인 미디어 산업 관련 채용 및 채용 예정 인력</li> <li>□ 1인 미디어 산업 관련 인력 채용 시 주요 고려 항목</li> <li>□ 1인 미디어 산업 관련 인력 채용 시 경험한 애로사항</li> </ul>
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 매니지먼트 사업 관련 참여 영역</li> <li>□ 주 수익 발생 영역</li> <li>□ 창작자 소속 현황</li> <li>□ 라이브커머스 사업현황</li> </ul>
콘텐츠 제작 및 인프라 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 자체 1인 미디어 콘텐츠 제작/유통 현황</li> <li>□ 외부 투자 여부</li> <li>□ 콘텐츠 해외 수출 현황</li> <li>□ 콘텐츠 제작 장비/스튜디오/인력 현황</li> </ul>
지원정책 수요 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 1인 미디어 산업 지원정책 인지도/참여경험</li> <li>□ 1인 미디어 산업 지원정책 중요도/도움 정도/만족도</li> <li>□ 1인 미디어 산업 활성화를 위한 건의사항</li> </ul>

## 5. 조사 방법

- \* 창작자 : 온라인 조사
- \* 사업체 : 온라인 조사(방문면접조사, 전화조사, 팩스조사 등 병행)

## 6. 조사 수행

- \* 주관기관 : 과학기술정보통신부, 한국전파진흥협회
- \* 수행기관 : (주)케이스탯리서치

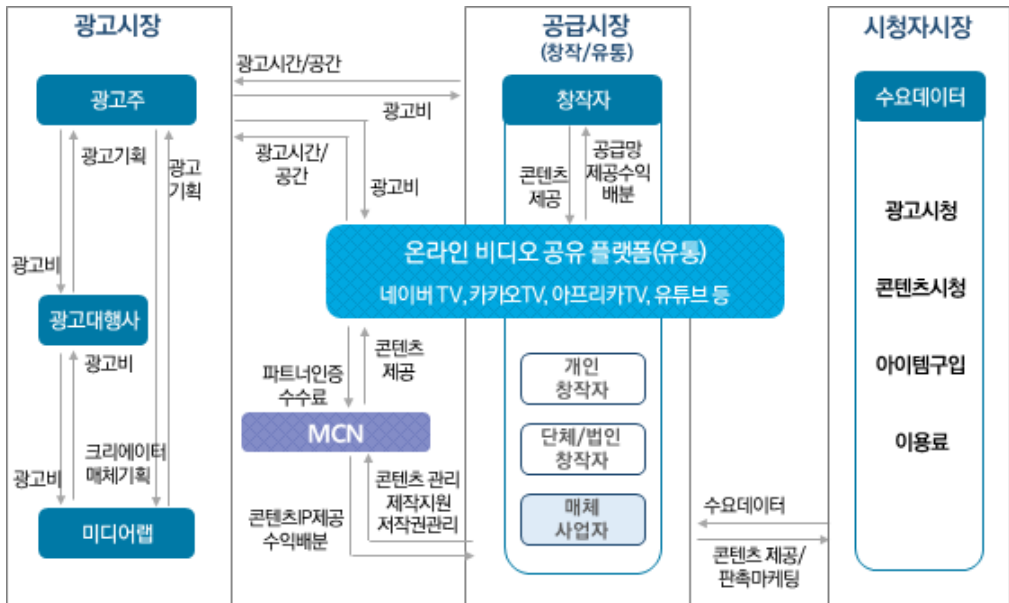
## 2절. 조사 설계

### 1. 1인 미디어 산업의 정의 및 조사범위

#### 1) 1인 미디어 산업의 정의

- \* 1인 미디어는 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 개인이 주체가 되어 시·청각 콘텐츠가 공유 또는 제공되는 서비스를 의미함
  - (정책적 정의) 인터넷 동영상 및 SNS 등을 기반으로 개인이 이용자의 취향에 맞춘 차별화된 콘텐츠를 생산하고 이용자와의 소통·공유·참여 등 상호작용을 통해 경제·사회·문화적 가치를 창출하는 신개념 미디어<sup>1)</sup>
  - (산업의 확장성) 광고/마케팅, 브랜드/브랜드 콘텐츠, IP비즈니스, 커머스, 이벤트, 미디어 확장, 교육, 매니지먼트/MCN사, 지원산업 등

[그림 1-1] 1인 미디어 시장의 구성도



1) 본 조사를 위한 유관 기관의 전문가 자문회의를 통해 1인 미디어 산업의 정의 및 범위 검토

## 2) 조사범위

\* 본 조사에서 1인 미디어 산업의 범위는 ‘1인 미디어 콘텐츠의 창작과 유통을 통해 가치를 창출하는 ‘공급시장\*’으로 범위를 한정

\* 공급시장 ↔ 활용시장/연관시장(1인 미디어 콘텐츠를 매개로 가치를 창출하는 시장)

\* 1인 미디어 창작자는 ‘온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 시청각 콘텐츠를 기획, 제작, 유통하는 개인 또는 법인체’로 정의

- 창작자의 범위는 1인 미디어 채널을 운영하고 콘텐츠를 공급하여 매출이 발생한
  - ① 일반 개인 창작자와 ② 중소·자영업자를 대상으로 조사범위를 한정하였음
- 단체, 법인 창작자 중 비영리단체는 매출이 아닌 예산의 형태로 사업을 운영하며, 영리목적의 법인채널이나, 영리법인의 홍보목적형 채널, 그리고 매체 사업자가 운영하는 채널은 전체 매출액 중 1인 미디어 산업 규모 파악이 어렵고, 그 범위가 방송 산업의 범위와 중복되어 본 조사에서는 제외하였음

### 〈1인 미디어 창작자의 정의 및 조사범위\*〉

대분류	중분류	정의	소분류	비고
창작자	개인 창작자	1인 또는 소규모 집단이 인터넷 기반의 다양한 주제의 영상 콘텐츠 등을 창작하고, 이를 영상 플랫폼에 게시하여 시청자에게 유통하는 자	개인 창작자	(한국표준직업분류) 28391 미디어콘텐츠 창작자
	단체, 법인 창작자	비영리단체, 제조업, 서비스업, 기타사업을 행하는 자로 온라인 비디오공유플랫폼에 채널 또는 계정을 개설하여 시청각 콘텐츠를 제공하는 자	중소·자영업자	영클대도(대도서관), 보람패밀리(보람튜브), 이사배아트(이사배) 등

\* 본 조사에서는 1인 미디어 사업체는 콘텐츠를 공급·유통하고 있는 사업체를 의미하며 세부 산업의 정의는 아래와 같이 정의하였음

- 1인 미디어 관련 산업을 영위하는 사업체의 범위는 ①영상제작 및 제작지원, ②광고·마케팅, ③매니지먼트(MCN사), ④온라인 비디오 공유 플랫폼의 4가지로 분류하며, 조사모집단 구축을 위해 해당 중분류별 표준산업분류를 매칭하여 개별 기업의 사업 현황을 파악하여 조사모집단을 구축하였음
- 광고·마케팅 중 광고주 부분은 1인 미디어를 광고로 활용하는 모든 기업이 해당되며, 해당 기업들은 제조업, 건설업, 서비스업 등 거의 모든 산업 범위에 해당하고 광범위하므로 올해 조사 대상에서 제외함

〈1인 미디어 사업체의 정의 및 조사범위\*〉

대분류	중분류	정의	소분류	비고
사업체	영상제작 및 제작지원	1인 미디어 콘텐츠를 직접 제작하거나, 제작을 지원하는 산업 (채널관리 및 개인, 법인 채널에 대한 컨설팅 업무를 하는 기업도 포함)	-	(KISC) 59111, 59112, 59113, 59114, 59120, 62010
	광고·마케팅	1인 미디어 콘텐츠를 매개로 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 광고 및 상업적 목적의 브랜드 콘텐츠 등을 유통, 거래하는 기업	판매대행 1인 미디어 광고 및 중개	(KISC) 63991, 71310, 71531
	매니지먼트 (MCN사)	온라인 비디오 공유 플랫폼 등에서 창작자의 콘텐츠 유통·판매·저작권 관리·광고 유치·투자 및 자금지원 등에 도움을 주고 콘텐츠로부터 나온 수익을 창작자와 나눠 갖는 미디어 사업	-	샌드박스, 트레저헌터 등 약 100개로 추정
	온라인 비디오 공유 플랫폼	1인 미디어 콘텐츠를 유통, 거래, 소비하는 플랫폼을 운영하는 부가통신 사업자 또는 이에 준하는 해외 사업자	해외 플랫폼 국내 플랫폼 라이브커머스 전문 플랫폼	유튜브, 틱톡 등 아프리카 TV, 네이버 TV, 카카오 TV 그립, 소스라이브 등

- 1인 미디어 사업체 조사범위는 한국표준산업분류 세세분류(5-digit) 기준으로 총 13개 산업분류 및 30,561개 사업체가 해당 범위에 포함됨. 이 중 올해 조사에서는 10인 이상 사업체 3,903개 사업체를 대상으로 1인 미디어 경영 여부를 판별하여 조사 모집단을 구축
- 사업체의 주력 사업내용이 광고, 매체 등 타 산업 범위에 속해 주요기업 임에도 조사 대상에 포함되지 않는 경우는 유관협회의 협조와 인터넷 검색 등을 통해 조사 모집단을 보완함

〈1인 미디어 사업체 판별 대상 사업체수 - 표준산업분류와 매칭 결과〉

중분류	세세분류		사업체수/종사자수			
	코드	항목명	1-9	10-19	20-	합계
영상제작 및 제작지원	59111	일반 영화 및 비디오물 제작업	677	31	29	737
	59112	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	352	66	71	489
	59113	광고 영화 및 비디오물 제작업	1,493	115	56	1,664
	59114	방송 프로그램 제작업	648	81	88	817
	59120	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	408	30	18	456
	62010	컴퓨터 프로그래밍 서비스업	3,589	416	350	4,355
광고·마케팅	63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	939	108	166	1,213
	71310	광고 대행업	4,546	478	323	5,347
	71531	경영 컨설팅업	9,205	591	432	10,228
매니지먼트 (MCN사) <sup>2)</sup>	90191	공연 기획업	1,546	88	47	1,681
	90192	공연 및 제작관련 대리업	52	3	2	57
	96999	그 외 기타 달리 분류되지 않은 개인 서비스업	2,035	57	53	2,145
온라인 비디오 공유 플랫폼	63120	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	1,168	85	119	1,372
합계			26,658	2,149	1,754	30,561

※ 출처 : 2019년 전국사업체조사 기준자료(통계청)

2) 본 조사는 승인통계가 아니므로 통계청에서 전국 사업체 조사 리스트를 협조받을 수 없어, 신용평가사를 통한 사업체 리스트 구매, 협회 및 회원사 정보 등을 최대한 활용하여 조사대상리스트 확보. 예산이 허용되는 범위 내에서 사업의 내용을 확인하기 위해 종사자수 10인 이상 업체를 대상으로 한정함. 협회 및 회원사 리스트는 종사자 규모와 상관없이 조사대상에 포함

〈1인 미디어 사업체 조사모집단 구축 프로세스〉

단계	세부내용
Step1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1인 미디어 산업의 정의 및 국내·외 유관 산업의 분류체계 검토</li> <li>- 세부산업을 기준으로 분류체계 업종 통합, 세분화(1차 전문가 자문회의)</li> </ul>
Step2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산·학·연 전문가 회의를 통해 산업 분류별 연관성 검토</li> <li>- 한국표준산업분류 코드와 매칭하여 연계표 작성</li> </ul>
Step3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통계청 사업체 명부를 활용하여 1인 미디어 산업 적격 여부 조사</li> <li>- 실태조사 과정에서 응답 기업이 발생하는 산업은 차년도 추가 보완</li> </ul>
Step4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유관협회의 회원사 리스트, 인터넷 검색 등을 통해 주요기업 보완</li> </ul>

## 2. 표본설계

### 1) 창작자

\* 국내 1인 미디어 창작자는 주로 유튜브, 아프리카 TV, 네이버 TV 등의 플랫폼을 통해 콘텐츠를 제공하고 있으며, 동일한 동영상을 여러 개의 플랫폼에서 동시에 제공하고 있음

\* 1인 미디어 창작자의 주 이용 플랫폼(복수응답, 2020 1인미디어산업실태조사 보고서)

- 유튜브(98.8%), 네이버TV(24.2%), 인스타그램(24.2%), 트위터(9.4%), 틱톡(7.0%) 등

\* 본 조사에서는 그 중 가장 많은 1인 미디어 창작자가 활동하고 있는 유튜브를 대상으로 2021년 6월 말 기준 현재 활동하고 있는 유튜브의 모든 채널을 수집

- 1인 창작자 중 연간 일정 규모의 매출이 발생한 경우를 조사 대상으로 하나, 유튜브 내에서 매출이 발생하는 기준\*을 조사 전에 객관적으로 확인하는 것은 현실적으로 불가능함

#### < \*참고: 유튜브 수익 구조 >

① 광고 : YPP<sup>3)</sup> 선정 후 영상에 삽입되는 광고로 인한 수익

- YPP선정 기준 : 구독자 수 1,000명 이상 및 최근 12개월 유효 시청시간 4,000시간 이상

② 협찬 : 광고주가 직접 유튜버를 선정하여 진행

- 광고주는 MCN사를 통해 진행하거나 직접 유튜버를 컨택하여 진행

③ 후원 : 유료정기구독, 실시간 생방송 후원(슈퍼챗)

④ 기타 : 강연 등으로 인한 수익

- 유튜브 웹사이트 크롤링<sup>4)</sup>을 통해, 제공 콘텐츠의 카테고리 및 구독자 수, 최근 12개월 유효 시청시간, 마지막 동영상 게시일, 방송업계 종사자(연예인, PD 등) 여부, 기업계정 여부, 1인 미디어 창작자 이메일 주소 등 조사의 설계와 진행에 필요한 항목 확인<sup>5)</sup>

3) YouTube 파트너 프로그램(YPP)

4) 소셜러스 socialerus.com

5) 수익창출 신청 여부, 구독자 수(미공개 경우), 1인 미디어 채널과 유사하나 방송국의 지원을 받는 경우는 확인할 수 없음

## 1인 미디어산업 실태조사

\* 2021년 6월 말 기준 1인 미디어 창작자가 활동하고 있는 유효채널<sup>6)</sup>은 32,475개<sup>7)</sup>로 나타났다. 콘텐츠 장르별로는 음악/댄스, 라이프스타일, 엔터테인먼트 순으로 채널 수가 많았으며, 구독자 수별로는 천명 미만, 1~3만명 미만, 1~3천명 미만 순으로 채널 수가 많았음

### 〈 1인 미디어 창작자 콘텐츠 장르별 × 구독자 수별 모집단 분포 〉

(단위:개)

콘텐츠 장르	1천 미만	1~3천 미만	3~5천 미만	5천~1만 미만	1~3만 미만	3~5만 미만	5 ~ 10만 미만	10 ~ 30만 미만	30~ 50만 미만	50~ 100만 미만	100만 이상	총합
1 라이프스타일	1,330	464	216	266	497	240	227	266	72	47	22	3,647
2 엔터테인먼트	829	248	131	186	357	175	248	373	130	119	100	2,896
3 키즈	117	40	29	41	48	19	26	62	27	34	65	508
4 게임	719	305	175	253	446	215	249	325	87	69	23	2,866
5 음악/댄스	1,301	496	239	367	559	234	263	284	72	70	87	3,972
6 푸드/쿠킹	369	148	76	110	190	68	112	178	59	64	68	1,442
7 뷰티/패션	247	99	60	93	183	103	129	142	57	46	17	1,176
8 인물/유명인	191	68	37	51	117	45	72	113	48	62	51	855
9 영화/애니메이션	362	106	61	101	162	96	106	160	23	34	17	1,228
10 IT/기술/과학	195	93	63	84	152	49	51	69	21	11	4	792
11 동물/펫	164	67	33	43	89	39	43	67	18	19	11	593
12 취미	690	277	140	189	253	101	97	110	33	26	20	1,936
13 여행/아웃도어	453	162	82	116	173	49	52	43	11	13	1	1,155
14 스포츠/헬스	383	203	138	196	289	144	170	184	42	15	5	1,769
15 차/배/바이크	195	99	57	64	141	55	56	47	12	7	3	736
16 경제/금융/재테크	570	313	196	325	475	169	183	184	26	12	10	2,463
17 뉴스/정치/이슈	485	146	74	87	150	73	78	140	45	33	16	1,327
18 교육/강의	704	399	243	342	510	226	194	243	53	28	18	2,960
19 기타	59	24	11	16	18	11	6	7	2	0	0	154
합계	9,363	3,757	2,061	2,930	4,809	2,111	2,362	2,997	838	709	538	32,475

6) 웹크롤링을 통해 수집된 채널 중 '정부/기관/비영리', '기업계정', '방송업계 종사자(연예인 등)' 등을 제외한 국내 채널 수는 32,475개임

7) 구독자 수 1천 명 미만, 동영상 조회수 4,000시간 미만인 경우 유튜브를 통한 소득이 발생할 수 없지만, 다른 플랫폼의 채널을 통해 매출이 발생할 수 있어 조사 대상에 포함

\* 조사를 위해서는 채널을 개설한 개인에게 접촉할 수 있는 이메일, 휴대전화번호 등  
 컨택 포인트가 필요하나, 유튜브에서 개인이 제공하는 정보는 이메일로 매우 제한적임.  
 2021년 6월 말 기준 개설된 채널 중 이메일 주소가 있는 것은 5,672개 채널임

〈1인 미디어 창작자 콘텐츠 장르별 × 구독자 수별 표집률 분포〉

콘텐츠 장르		1천 미만	1~3천 미만	3~5천 미만	5천~ 1만 미만	1~3만 미만	3~5만 미만	5 ~ 10만 미만	10 ~ 30만 미만	30~ 50만 미만	50~ 100만 미만	100만 이상	총합
1	라이프스타일	137	55	43	48	118	59	64	85	22	10	6	647
2	엔터테인먼트	84	19	8	25	50	38	61	96	42	30	15	468
3	키즈	16	6	8	6	6	3	7	12	6	1	15	86
4	게임	83	41	27	51	120	62	75	83	18	24	5	589
5	음악/댄스	149	32	13	32	79	43	44	50	9	13	13	477
6	푸드/쿠킹	38	16	18	29	40	14	26	59	17	24	27	308
7	뷰티/패션	17	18	8	19	49	31	38	47	20	13	7	267
8	인물/유명인	21	6	4	9	20	7	14	28	9	16	7	141
9	영화/애니메이션	42	7	9	14	40	24	26	43	7	4	3	219
10	IT/기술/과학	28	19	10	13	38	12	11	28	8	6	-	173
11	동물/펫	18	6	4	7	19	11	9	26	7	7	1	115
12	취미	78	26	27	28	56	23	19	37	6	6	6	312
13	여행/아웃도어	58	22	18	29	58	18	29	24	-	2	-	258
14	스포츠/헬스	59	18	12	32	49	40	39	48	14	5	1	317
15	차/배/바이크	19	15	10	15	29	16	18	16	3	-	-	141
16	경제/금융/재테크	63	29	25	41	80	40	41	54	11	1	1	386
17	뉴스/정치/이슈	67	5	3	11	16	2	17	26	11	8	-	166
18	교육/강의	91	45	25	56	88	62	51	78	11	7	3	517
19	기타	50	8	5	5	3	4	4	5	1	-	-	85
합계		1,118	393	277	470	958	509	593	845	222	177	110	5,672

\* 채널의 콘텐츠 장르와 구독자수의 분포에 따라 비례할당으로 1,000개 표본을 할당함

〈표본할당〉

콘텐츠 장르	1천 미만	1~3천 미만	3~5천 미만	5천~1만 미만	1~3만 미만	3~5만 미만	5 ~ 10만 미만	10 ~ 30만 미만	30~50만 미만	50~100만 미만	100만 이상	총합
1 라이프스타일	24	10	8	8	21	10	11	14	4	2	1	113
2 엔터테인먼트	15	3	1	4	9	7	11	17	7	5	3	82
3 키즈	3	1	1	1	1	1	1	2	1	0	3	15
4 게임	15	7	5	9	21	11	13	15	3	4	1	104
5 음악/댄스	26	6	2	6	14	8	8	9	2	2	2	85
6 푸드/쿠킹	7	3	3	5	7	2	5	10	3	4	5	54
7 뷰티/패션	3	3	1	3	9	5	7	8	4	2	1	46
8 인물/유명인	4	1	1	2	4	1	2	5	2	3	1	26
9 영화/애니메이션	7	1	2	2	7	4	5	8	1	1	1	39
10 IT/기술/과학	5	3	2	2	7	2	2	5	1	1	0	30
11 동물/펫	3	1	1	1	3	2	2	5	1	1	0	20
12 취미	14	5	5	5	10	4	3	7	1	1	1	56
13 여행/아웃도어	10	4	3	5	10	3	5	4	0	0	0	44
14 스포츠/헬스	10	3	2	6	9	7	7	8	2	1	0	55
15 차/배/바이크	3	3	2	3	5	3	3	3	1	0	0	26
16 경제/금융/재테크	11	5	4	7	14	7	7	10	2	0	0	67
17 뉴스/정치/이슈	12	1	1	2	3	0	3	5	2	1	0	30
18 교육/강의	16	8	4	10	16	11	9	14	2	1	1	92
19 기타	9	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	16
합계	197	69	49	82	171	89	105	150	39	29	20	1,000

\* 이메일을 통해 총 1,111명이 응답을 하였으며, 이 중 불성실 응답을 제외하여 1,000개의 유효표본을 확정함

〈유효 표본〉

콘텐츠 장르	1천 미만	1~3천 미만	3~5천 미만	5천~1만 미만	1~3만 미만	3~5만 미만	5 ~ 10만 미만	10 ~ 30만 미만	30~ 50만 미만	50~ 100만 미만	100만 이상	총합
1 라이프스타일	31	26	12	17	22	15	6	8	0	4	3	144
2 엔터테인먼트	12	11	4	5	10	6	5	10	5	0	0	68
3 키즈	4	6	2	0	2	2	1	4	1	0	1	23
4 게임	9	10	9	9	18	10	7	15	1	3	0	91
5 음악/댄스	8	10	6	7	16	6	6	11	0	1	1	72
6 푸드/쿠킹	14	4	4	7	6	3	1	7	1	4	0	51
7 뷰티/패션	6	6	1	9	11	4	2	1	1	1	0	42
8 인물/유명인	2	2	0	1	8	2	2	1	0	0	0	18
9 영화/애니메이션	3	4	3	2	7	5	5	7	1	1	1	39
10 IT/기술/과학	3	2	3	6	7	3	3	6	0	2	0	35
11 동물/펫	2	3	2	5	6	1	1	2	0	0	0	22
12 취미	8	13	5	6	7	1	2	4	2	0	0	48
13 여행/아웃도어	11	3	6	9	13	3	4	4	0	0	1	54
14 스포츠/헬스	1	4	3	6	13	3	3	5	1	0	1	40
15 차/배/바이크	1	1	1	3	6	4	2	1	0	0	0	19
16 경제/금융/재테크	3	7	5	4	8	6	3	2	1	0	0	39
17 뉴스/정치/이슈	2	2	0	1	2	0	2	4	1	0	1	15
18 교육/강의	12	17	8	18	37	14	11	10	1	0	1	129
19 기타	6	9	4	4	8	10	5	4	1	0	0	51
합계	138	140	78	119	207	98	71	106	17	16	10	1,000

## 2) 사업체

\* 1인 미디어 산업 경영여부 확인을 위해 총 3,788개의 조사 리스트<sup>8)</sup>를 확보

- 신용평가사 DB 리스트 3,653개, 협회 회원사 등 별도 리스트는 135개임
- 매니지먼트(MCN사)기업은 신용평가사 DB 등을 통한 리스트 확보가 어려우나, 주요기업에 대한 정보가 타 분야에 비해 비교적 정확하여, 별도 리스트를 구축하여 조사 대상 판별 없이 본 조사를 진행하였음

〈1인 미디어 산업 경영 여부 확인을 위한 조사 대상수 - 신용평가사 DB〉

산업 중분류	세세분류	항목명	10-19인	20인 이상	합계
영상제작 및 제작지원	59111	일반 영화 및 비디오물 제작업	31	29	60
	59112	애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	66	71	137
	59113	광고 영화 및 비디오물 제작업	115	56	171
	59114	방송 프로그램 제작업	81	88	169
	59120	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	30	18	48
	62010	컴퓨터 프로그래밍 서비스업	416	350	766
광고·마케팅	63991	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	108	166	274
	71310	광고 대행업	478	323	801
	71531	경영 컨설팅업	591	432	1,023
온라인 비디오 공유 플랫폼	63120	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	85	119	204
합계			2,001	1,652	3,653

〈1인 미디어 산업 경영 여부 확인을 위한 조사 대상수 - 회원사 등〉

산업 중분류	1. 1-4인	2. 5-9인	3. 10-19인	4. 20이상	합계
1. 영상제작 및 제작지원	34	12	11	10	67
2. 광고·마케팅	4	3	3	5	15
3. 매니지먼트(MCN사)	16	8	7	16	47
4. 온라인 비디오 공유 플랫폼	1	3	0	2	6
합계	55	26	21	33	135

8) 조사대상을 선정 함에 있어 종사자 규모를 10인 이상으로 한정하였으나, 조사 과정에서 10인 이하의 1인 미디어 사업체가 다수 조사되었음. 향후 조사 기획 시 10인 이하 규모를 포함하여 조사를 기획하는 것을 고려할 필요가 있음. 또한 결과 해석에도 유의할 필요가 있음

\* 조사 대상 전체 1인 미디어 산업 경영 여부를 확인하였으며, 총 3,788개 사업체 중 155개가 1인 미디어 산업을 경영하는 것으로 확인되었음

- 1인 미디어 산업 경영 여부 확인에 대하여 응답(경영, 비경영), 결번, 휴폐업, 비수신, 응답 거절(비수신, 담당자 부재, 조사거절) 등으로 접촉 현황을 정리

**<1인 미디어 산업 경영 여부 확인 현황 >**

구분	1. 1-4인	2. 5-9인	3. 10-19인	4. 20이상	합계
1. 영상제작 및 제작지원	32	12	20	12	76
2. 광고·마케팅	4	3	10	19	36
3. 매니지먼트(MCN)	12	6	5	10	33
4. 온라인 비디오 공유 플랫폼	1	3	3	3	10
합계	49	24	38	44	155

**<1인 미디어 산업 본조사 유효 표본 현황>**

구분	1. 1-4인	2. 5-9인	3. 10-19인	4. 20이상	합계
1. 영상제작 및 제작지원	32	11	10	11	64
2. 광고·마케팅	3	3	7	12	25
3. 매니지먼트(MCN)	8	4	5	7	24
4. 온라인 비디오 공유 플랫폼	1	3	2	2	8
합계	44	21	24	32	121

\* 1인 미디어 산업 추정치는 산업 중분류 및 종사자 규모별로 가중치 산출 후 이를 활용하여 추정하였으며, 가중치는 산업별, 종사자수 응답률의 복원배율로 계산할 수 있음

$$w_{hij} = \frac{\hat{N}_{hij}}{n_{hij}}$$

단,  $h$  : 출처,  $i$  : 산업 중분류,  $j$  : 종사자수 규모,  $n_{hij}$  = 본조사 참여사업체 수<sub>hij</sub>

$$\hat{N}_{hij} = (\text{응답사업체 수} + \text{응답거부 수}) \times \frac{\text{참여사업체 수}_{hij}}{\text{참여확인사업체수}_{hij}}$$

## 3절. 조사결과

### 1. 창작자 응답자 특성

		사례수(개)	비율(%)
전체		1,000	100.0
성별	남성	644	64.4
	여성	356	35.6
연령대	20대 이하	313	31.3
	30대	421	42.1
	40대	186	18.6
	50대 이상	80	8.0
구독자 수	1만명 미만	475	47.5
	1만~10만명 미만	376	37.6
	10만명 이상	149	14.9
콘텐츠장르	게임	91	9.1
	음악/댄스	72	7.2
	푸드/쿠킹	51	5.1
	문화예술	39	3.9
	라이프스타일	248	24.8
	엔터테인먼트	86	8.6
	정보전달	20	20.2
	IT/기술/과학	35	3.5
MCN사 소속	취미 등	176	17.6
	소속	161	16.1
주 이용 플랫폼(2)	미소속	839	83.9
	유튜브	763	76.3
학력	그 외	237	23.7
	전문대졸 이하	283	28.3
소득구성	대졸	717	71.7
	전업	375	37.5
보유 채널수	부업	625	62.5
	1개	751	75.1
	2개	204	20.4
사업자번호 보유 여부	3개 이상	45	4.5
	보유	475	47.5
	미보유	525	52.5

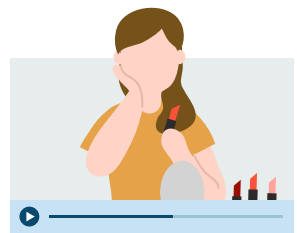
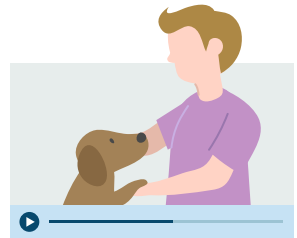
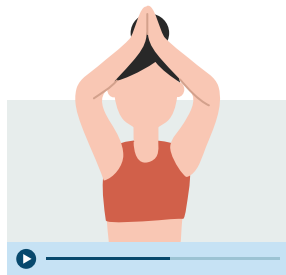
## 2. 사업체 응답자 특성

		사례수(개)	비율(%)
전체		121	100.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	55.4
	광고·마케팅	22	18.2
	매니지먼트(MCN사)	24	19.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	6.6
종사자 규모	1-4인	59	48.8
	5-9인	23	19.0
	10-19인	14	11.6
	20-29인	6	5.0
	30인 이상	13	10.7
	무응답	6	5.0
조직 유형	법인사업체	75	62.0
	개인사업체	44	36.4
	기타	2	1.7
매출액	1억원 미만	28	23.3
	1~5억원 미만	21	17.5
	5~10억원 미만	10	8.3
	10~30억원 미만	16	13.3
	30억원 이상	19	15.8
	무응답	26	21.7



II  
CHAPTER

# 조사 결과

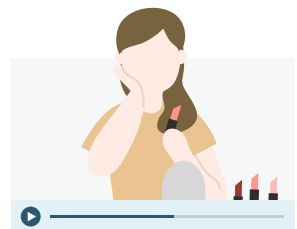
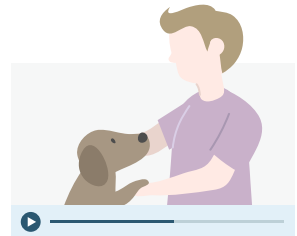
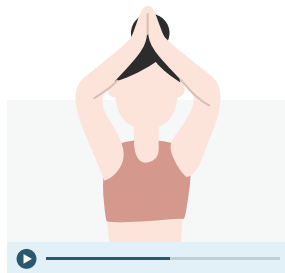




1

PART

# 창작자 조사 결과





# 1절. 일반현황

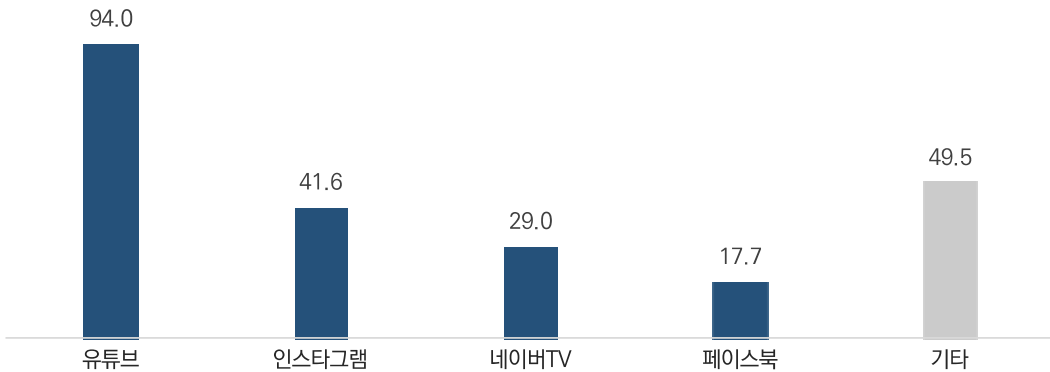
## 1. 이용 플랫폼

### 1) 콘텐츠 제공 플랫폼

- \* 창작자가 콘텐츠를 제공하는 플랫폼은 '유튜브'가 94.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '인스타그램' 41.6%, '네이버TV' 29.0% 등의 응답 순이 나타남
- \* 여성이 '인스타그램' 플랫폼에서 콘텐츠를 제공하는 비중은 59.3%로 남성과 비교해 상대적으로 높게 나타남
- \* '아프리카TV'와 '트위치' 플랫폼의 경우 전반적으로 사용 비중이 작았는데, '게임' (22.0%, 44.0%) 또는 '음악/댄스'(18.1%, 12.5%) 콘텐츠에서는 다른 장르와 비교해 해당 플랫폼을 이용하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

그림 2-1 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-3 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)

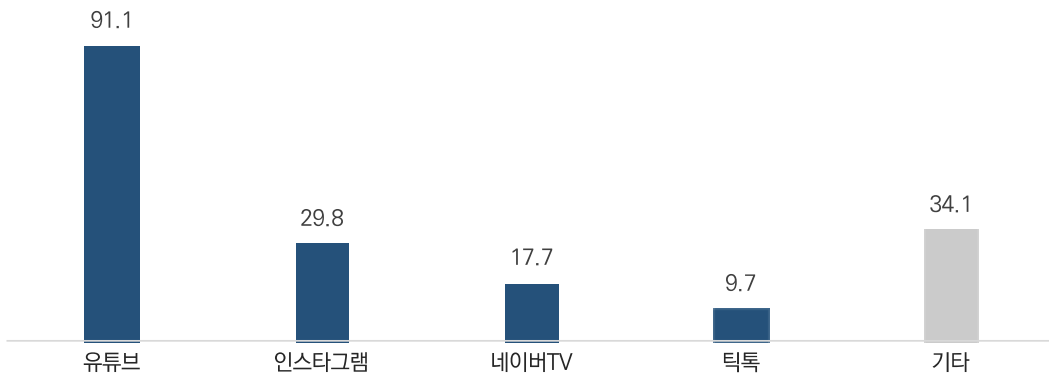
		사례수	유튜브	아프리카 TV	트위치	네이버 TV	인스타그램	틱톡	페이스북	카카오 TV	기타
전체		1,000	94.0	11.1	7.8	29.0	41.6	15.3	17.7	10.3	5.0
성별	남성	644	94.6	12.7	8.7	27.0	31.8	14.4	17.4	10.7	3.4
	여성	356	93.0	8.1	6.2	32.6	59.3	16.9	18.3	9.6	7.9
연령별	20대 이하	313	93.9	10.9	14.4	19.5	43.8	16.0	10.5	7.7	4.5
	30대	421	94.1	11.2	5.9	33.0	45.6	18.1	20.7	10.0	6.2
	40대	186	93.5	8.6	2.7	33.3	37.1	11.3	21.0	12.9	4.3
	50대 이상	80	95.0	17.5	3.8	35.0	22.5	7.5	22.5	16.3	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	88.6	13.9	6.5	31.8	45.5	14.1	19.4	16.8	6.3
	1만~10만명 미만	376	99.2	8.8	8.5	25.8	37.8	14.9	15.2	3.5	4.8
	10만명 이상	149	98.0	8.1	10.1	28.2	38.9	20.1	18.8	6.7	1.3
콘텐츠 장르	게임	91	95.6	22.0	44.0	19.8	12.1	13.2	8.8	4.4	1.1
	음악/댄스	72	97.2	18.1	12.5	16.7	41.7	25.0	18.1	4.2	1.4
	푸드/쿠킹	51	90.2	15.7	9.8	52.9	52.9	33.3	27.5	19.6	3.9
	문화예술	39	100.0	0.0	0.0	20.5	28.2	12.8	15.4	10.3	5.1
	라이프스타일	248	93.1	11.3	2.8	24.6	60.5	18.5	18.1	13.3	6.0
	엔터테인먼트	86	95.3	17.4	8.1	30.2	34.9	15.1	18.6	5.8	1.2
	정보전달	202	97.0	5.4	1.5	33.2	33.2	8.9	20.3	10.9	6.9
	IT/기술/과학	35	100.0	14.3	8.6	51.4	31.4	11.4	5.7	8.6	2.9
	취미 등	176	87.5	6.3	2.3	30.1	44.9	11.4	18.2	10.8	7.4

## 2) 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼

- \* 창작자가 주기적으로 콘텐츠를 제공하는 플랫폼은 '유튜브'가 91.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '인스타그램' 29.8%, '네이버TV' 17.7% 등의 응답 순이 나타남
- \* '인스타그램' 플랫폼은 연령대가 20대 이하에서 30대, 40대, 50대 이상으로 증가할수록 주기적인 콘텐츠 제공에 있어 적게 사용(32.6%→32.1%→25.8%→16.3%)된 반면에 '페이스북' 플랫폼은 연령대가 증가할수록 더 사용(5.1%→10.7%→11.8%→13.8%)되는 경향을 보임

그림 2-2 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-4 주기적 콘텐츠 제공 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)

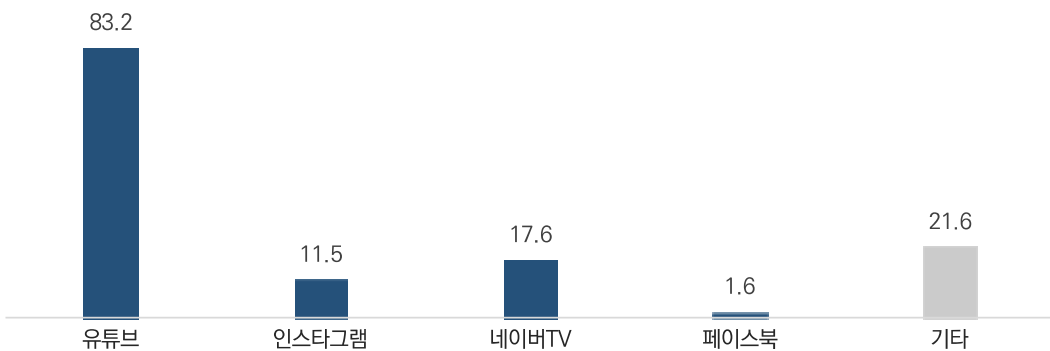
		사례수	유튜브	아프리카 TV	트위치	네이버 TV	인스타그램	틱톡	페이스북	카카오 TV	기타
전체		1,000	91.1	6.6	5.4	17.7	29.8	9.7	9.4	7.7	4.7
성별	남성	644	93.0	7.8	5.7	16.9	21.6	9.0	9.5	8.2	3.3
	여성	356	87.6	4.5	4.8	19.1	44.7	11.0	9.3	6.7	7.3
연령별	20대 이하	313	92.0	5.4	10.2	11.2	32.6	10.2	5.1	6.4	4.2
	30대	421	91.2	8.1	4.0	20.2	32.1	11.6	10.7	6.9	5.7
	40대	186	88.7	4.8	1.1	18.8	25.8	6.5	11.8	9.7	4.3
	50대 이상	80	92.5	7.5	3.8	27.5	16.3	5.0	13.8	12.5	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	83.8	9.5	4.6	20.6	33.7	8.8	9.7	13.7	6.1
	1만~10만명 미만	376	98.1	4.0	5.6	14.9	25.5	10.1	9.0	2.1	4.5
	10만명 이상	149	96.6	4.0	7.4	15.4	28.2	11.4	9.4	2.7	0.7
콘텐츠 장르	게임	91	93.4	11.0	34.1	9.9	5.5	12.1	2.2	3.3	1.1
	음악/댄스	72	94.4	18.1	9.7	8.3	29.2	16.7	8.3	1.4	1.4
	푸드/쿠킹	51	86.3	7.8	5.9	31.4	37.3	17.6	15.7	17.6	3.9
	문화예술	39	97.4	0.0	0.0	12.8	15.4	10.3	12.8	7.7	5.1
	라이프스타일	248	87.5	7.3	2.0	15.7	46.8	10.1	8.5	9.7	5.2
	엔터테인먼트	86	95.3	9.3	4.7	20.9	22.1	10.5	10.5	4.7	1.2
	정보전달	202	95.0	1.5	0.5	20.3	23.3	5.9	13.4	6.4	6.4
	IT/기술/과학	35	97.1	5.7	0.0	34.3	14.3	2.9	2.9	5.7	2.9
	취미 등	176	85.8	4.5	1.7	17.6	34.1	8.0	8.5	10.2	7.4

### 3) 수익 발생 플랫폼

- \* 창작자가 콘텐츠를 통해 수익을 창출하고 있는 플랫폼은 '유튜브'가 83.2%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '네이버TV' 17.6%, '인스타그램' 11.5% 등의 응답 순이 나타남
- \* 여성은 남성과 비교해 '인스타그램' 플랫폼에서 수익을 창출하고 있다고 응답한 비중이 20.8%로 상대적으로 높게 나타남
- \* 구독자 수가 '1만 명 미만'인 창작자의 경우, 구독자 수가 많은 창작자와 비교해 '네이버TV'를 통해 수익을 창출하는 비중이 23.8%로 상대적으로 높게 나타남
- \* '푸드/쿠킹' 콘텐츠의 경우 34.7%가 '네이버TV'를 통해 수익을 창출하고 있다고 응답해, 해당 플랫폼에서 수익을 창출하고 있는 비중이 다른 콘텐츠 장르와 비교해 상대적으로 높은 것으로 보임

그림 2-3 수익 발생 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 제공으로 플랫폼을 통해 수익이 발생하고 있는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-5 수익 발생 플랫폼(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	유튜브	아프리카 TV	트위치	네이버 TV	인스타그램	틱톡	페이스북	카카오 TV	기타
전체		967	83.2	4.4	3.6	17.6	11.5	2.9	1.6	6.3	4.3
성별	남성	625	84.3	5.4	3.7	17.6	6.4	2.2	1.4	6.2	3.0
	여성	342	81.3	2.6	3.5	17.5	20.8	4.1	1.8	6.4	6.7
연령별	20대 이하	304	84.2	3.3	7.6	10.9	13.5	3.3	2.0	5.3	3.6
	30대	409	83.6	5.9	2.4	19.8	13.2	3.9	2.0	6.1	5.1
	40대	177	81.9	1.7	0.6	21.5	8.5	1.1	0.0	6.8	4.5
	50대 이상	77	80.5	7.8	1.3	23.4	1.3	0.0	1.3	10.4	2.6
구독자 수	1만명 미만	442	66.1	2.5	1.1	23.8	10.9	0.9	0.7	11.8	5.7
	1만~10만명 미만	376	98.1	6.1	5.1	10.1	10.6	3.5	1.9	1.3	4.0
	10만명 이상	149	96.6	6.0	7.4	18.1	15.4	7.4	3.4	2.7	1.3
콘텐츠 장르	게임	88	88.6	9.1	25.0	10.2	2.3	3.4	0.0	2.3	0.0
	음악/댄스	69	89.9	7.2	5.8	10.1	10.1	2.9	2.9	1.4	1.4
	푸드/쿠킹	49	69.4	4.1	0.0	34.7	12.2	8.2	0.0	14.3	2.0
	문화예술	39	89.7	0.0	0.0	15.4	5.1	2.6	5.1	7.7	2.6
	라이프스타일	237	78.9	4.2	1.7	14.8	23.2	4.2	1.3	9.3	5.9
	엔터테인먼트	83	83.1	6.0	3.6	24.1	7.2	2.4	2.4	3.6	1.2
	정보전달	201	87.1	2.0	0.0	18.9	5.5	2.0	1.0	4.5	6.0
	IT/기술/과학	35	91.4	11.4	0.0	28.6	8.6	0.0	0.0	2.9	2.9
취미 등	166	80.1	3.0	1.2	16.9	11.4	1.2	2.4	7.8	6.6	

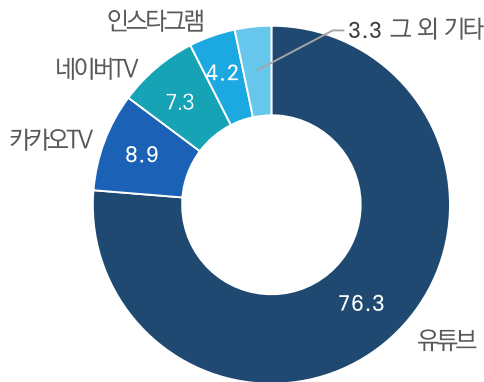
Base : 콘텐츠 제공으로 플랫폼을 통해 수익이 발생하고 있는 응답자

#### 4) 주 이용 플랫폼

- \* 창작자가 주로 이용하는 플랫폼은 '유튜브'가 76.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '카카오TV(8.9%)', '네이버TV(7.3%)' 등의 순으로 나타남
- \* 창작자 대부분이 성별, 연령, 장르 등에 구애 없이 유튜브를 주로 이용하고 있다고 응답하였는데, 구독자 수가 '1만 명 미만'인 창작자 또는 '푸드/쿠킹' 장르 창작자의 경우 '네이버TV', '카카오TV'를 이용하는 비율이 각각 15.2%, 15.7% 및 18.7%, 15.7%로 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 플랫폼 별로 트위터에서는 '게임(8.8%)', 네이버TV는 '푸드/쿠킹(15.7%)'과 '엔터테인먼트(11.6%)', 인스타그램은 '라이프스타일(8.5%)', 카카오TV는 '푸드/쿠킹(15.7%)', '취미 등(12.5%)', '라이프스타일(12.1%)' 장르에서 주로 이용하는 것으로 나타남

그림 2-4 주 이용 플랫폼

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-6 주 이용 플랫폼

(단위 : %)

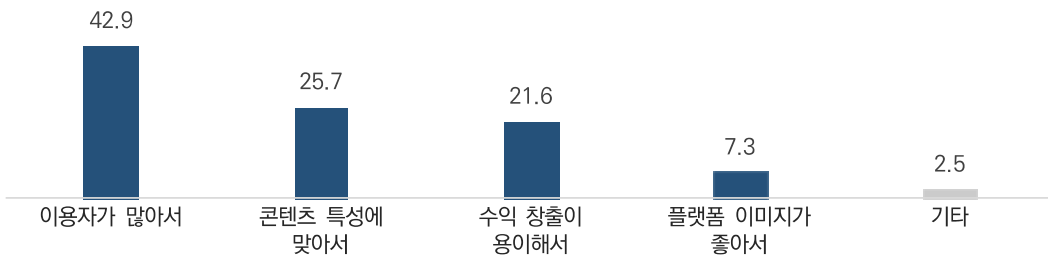
		사례수	유튜브	아프리카 TV	트위치	네이버 TV	인스타그램	틱톡	페이스북	카카오 TV	기타
전체		1,000	76.3	1.0	0.8	7.3	4.2	0.4	0.3	8.9	0.8
성별	남성	644	79.8	1.1	0.6	7.6	1.7	0.2	0.2	8.5	0.3
	여성	356	69.9	0.8	1.1	6.7	8.7	0.8	0.6	9.6	1.7
연령별	20대 이하	313	77.3	0.6	1.9	6.7	5.1	0.3	0.0	7.7	0.3
	30대	421	76.7	1.2	0.5	6.9	4.0	0.7	0.2	8.3	1.4
	40대	186	74.7	0.0	0.0	8.1	4.8	0.0	0.5	11.3	0.5
	50대 이상	80	73.8	3.8	0.0	10.0	0.0	0.0	1.3	11.3	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	58.1	0.8	0.6	15.2	5.3	0.0	0.2	18.7	1.1
	1만~10만명 미만	376	92.8	1.1	0.8	0.3	3.2	0.8	0.3	0.0	0.8
	10만명 이상	149	92.6	1.3	1.3	0.0	3.4	0.7	0.7	0.0	0.0
콘텐츠 장르	게임	91	76.9	3.3	8.8	4.4	1.1	0.0	0.0	5.5	0.0
	음악/댄스	72	81.9	2.8	0.0	4.2	4.2	0.0	0.0	6.9	0.0
	푸드/쿠킹	51	60.8	0.0	0.0	15.7	7.8	0.0	0.0	15.7	0.0
	문화예술	39	89.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	7.7	0.0
	라이프스타일	248	70.2	0.4	0.0	7.3	8.5	0.4	0.4	12.1	0.8
	엔터테인먼트	86	79.1	0.0	0.0	11.6	1.2	0.0	0.0	8.1	0.0
	정보전달	202	84.7	0.5	0.0	7.4	1.5	1.0	0.5	4.0	0.5
	IT/기술/과학	35	85.7	2.9	0.0	5.7	2.9	0.0	0.0	2.9	0.0
	취미 등	176	71.0	1.1	0.0	7.4	4.5	0.0	0.6	12.5	2.8

## 5) 주 이용 플랫폼 선정 이유

- \* 주 이용 플랫폼 선정 이유로는 ‘이용자가 많아서’가 42.9%로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘콘텐츠 특성에 맞아서(25.7%)’, ‘수익 창출이 용이해서(21.6%)’ 등의 순을 보임
- \* 연령대가 20대 이하에서 30대, 40대, 50대 이상으로 증가할수록, 주 이용 플랫폼을 선정할 때 이용자 수를 고려하는 비중이 증가(38.3%→42.8%→45.7%→55.0%) 하는 것으로 나타났으며, 콘텐츠 특성을 고려하는 비중은 감소(33.2%→23.8%→21.5%→16.3%)하는 경향을 보임
- \* 구독자 수 ‘1만 명 미만’인 창작자 또는 ‘엔터테인먼트’ 장르 창작자는 ‘플랫폼 이미지가 좋아서’ 주 이용 플랫폼을 선정했다고 응답한 비율이 각각 10.7%, 17.4%로 다른 장르와 비교해 상대적으로 높게 나타남

그림 2-5 주 이용 플랫폼 선정 이유

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-7 주 이용 플랫폼 선정 이유

(단위 : %)

		사례수	이용자가 많아서	플랫폼 이미지가 좋아서	콘텐츠 특성 (장르 등)에 맞아서	수익 창출이 용이해서	기타
전체		1,000	42.9	7.3	25.7	21.6	2.5
성별	남성	644	45.7	8.5	22.0	21.4	2.3
	여성	356	37.9	5.1	32.3	21.9	2.8
연령별	20대 이하	313	38.3	5.4	33.2	20.8	2.2
	30대	421	42.8	8.1	23.8	23.3	2.1
	40대	186	45.7	9.7	21.5	18.8	4.3
	50대 이상	80	55.0	5.0	16.3	22.5	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	43.2	10.7	27.2	15.8	3.2
	1만~10만명 미만	376	43.1	4.3	23.7	26.6	2.4
	10만명 이상	149	41.6	4.0	26.2	27.5	0.7
콘텐츠 장르	게임	91	40.7	6.6	24.2	24.2	4.4
	음악/댄스	72	43.1	2.8	38.9	13.9	1.4
	푸드/쿠킹	51	39.2	9.8	25.5	23.5	2.0
	문화예술	39	41.0	5.1	20.5	30.8	2.6
	라이프스타일	248	42.7	7.7	27.0	20.2	2.4
	엔터테인먼트	86	41.9	17.4	22.1	18.6	0.0
	정보전달	202	52.5	3.5	23.8	18.3	2.0
	IT/기술/과학	35	34.3	5.7	22.9	31.4	5.7
취미 등	176	36.9	8.5	25.0	26.1	3.4	

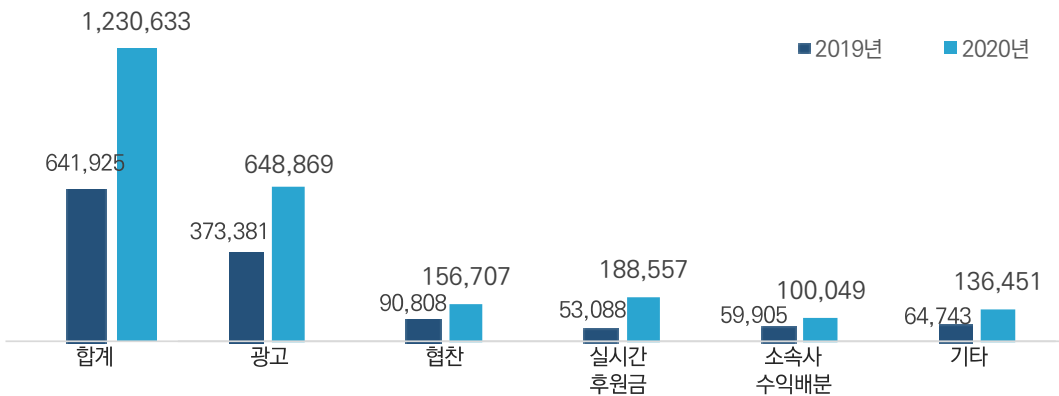
## 2. 수익 발생 현황

### 1) 창작자 활동을 통해 발생한 수익(통합)

- \* 2019년 창작자의 수익은 합계 64억 1,925만 원으로 나타났으며, 그중 '광고'로 인한 수익이 약 37억 3,381만 원으로 가장 높은 비중을 차지함
- \* 2020년 창작자의 수익은 합계 123억 633만 원으로 2019년 대비 약 2배 증가한 것으로 나타났으며, 2019년과 동일하게 여러 가지 활동 중 '광고'로 인한 수익(약 65억 원)이 가장 높았으나, 증가율의 경우 '실시간 후원금'으로 인한 수익이 약 3배 이상 증가하며 가장 높은 것으로 나타남

그림 2-6 창작자 활동을 통해 발생한 수익 합계(통합)

(단위 : 만 원)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-8 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익 합계(통합)

(단위 : 만 원)

		사례수	광고	협찬	실시간 후원금	소속사 수익 배분 및 임금	기타
전체		1,000	373,381	90,808	53,088	59,905	64,743
성별	남성	644	247,624	40,791	37,179	32,946	37,752
	여성	356	125,757	50,017	15,909	26,959	26,991
연령별	20대 이하	313	108,617	16,574	28,146	18,557	25,736
	30대	421	201,523	51,812	20,063	27,358	29,405
	40대	186	39,349	18,657	1,186	13,015	9,464
	50대 이상	80	23,892	3,765	3,693	975	138
구독자 수	1만명 미만	475	18,999	19,055	22,729	3,331	18,853
	1만~10만명 미만	376	91,719	30,248	9,990	11,178	22,925
	10만명 이상	149	262,663	41,505	20,369	45,396	22,965
콘텐츠 장르	게임	91	59,321	1,665	20,989	16,530	2,950
	음악/댄스	72	23,754	3,116	8,253	1,560	801
	푸드/쿠킹	51	21,226	6,271	2,266	67	1,032
	문화예술	39	62,996	1,631	56	12,021	6,531
	라이프스타일	248	51,507	14,996	2,589	3,802	6,680
	엔터테인먼트	86	23,268	5,932	2,940	6,871	14,122
	정보전달	202	52,545	12,092	8,128	43	10,032
	IT/기술/과학	35	14,045	10,377	6,819	499	942
	취미 등	176	64,719	34,728	1,048	18,512	21,653

표 2-9 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(통합)

(단위 : 만 원)

		사례수	광고	협찬	실시간 후원금	소속사 수익 배분 및 임금	기타
전체		1,000	648,869	156,707	188,557	100,049	136,451
성별	남성	644	491,946	83,610	61,238	69,200	90,862
	여성	356	156,923	73,097	127,319	30,849	45,589
연령별	20대 이하	313	208,054	35,210	152,841	53,275	53,102
	30대	421	316,374	89,495	22,363	27,547	64,346
	40대	186	64,092	25,866	3,970	13,276	18,670
	50대 이상	80	60,349	6,136	9,383	5,951	333
구독자 수	1만명 미만	475	40,058	31,042	26,745	7,267	30,520
	1만~10만명 미만	376	179,013	56,145	121,678	18,015	68,213
	10만명 이상	149	429,798	69,520	40,134	74,767	37,718
콘텐츠 장르	게임	91	125,179	5,543	36,758	32,765	6,836
	음악/댄스	72	27,975	9,234	6,752	3,140	886
	푸드/쿠킹	51	24,480	7,321	1,462	81	1,830
	문화예술	39	96,899	4,392	204	8,032	23,708
	라이프스타일	248	85,002	30,978	107,761	19,090	11,431
	엔터테인먼트	86	51,892	19,122	9,950	18,919	32,480
	정보전달	202	122,690	28,320	18,152	9,692	13,414
	IT/기술/과학	35	35,585	21,253	4,613	692	2,735
취미 등	176	79,167	30,544	2,905	7,638	43,131	

## 2) 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고)

- \* 2019년 창작자의 광고 수익은 '100만 원 이상~500만 원 미만'이 16.1%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2020년 창작자의 광고 수익은 '100만 원 이상~500만 원 미만'이 25.1%로 상대적으로 높은 비율로 나타났으며, 이외 '10만 원 이상~50만 원 미만'(23.2%)도 상대적으로 높게 나타남
- \* 2019년에 1,000만 원 이상의 고수익을 창출하는 비중이 높은 집단은 '여성'(7.9%), '30대'(9.0%), '문화예술'(20.5%)로 나타난 한편, 2020년에는 '남성'(14.8%), '50대 이상'(17.5%), '문화예술'(35.9%)로 나타남

그림 2-7 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고)

(단위 : %)

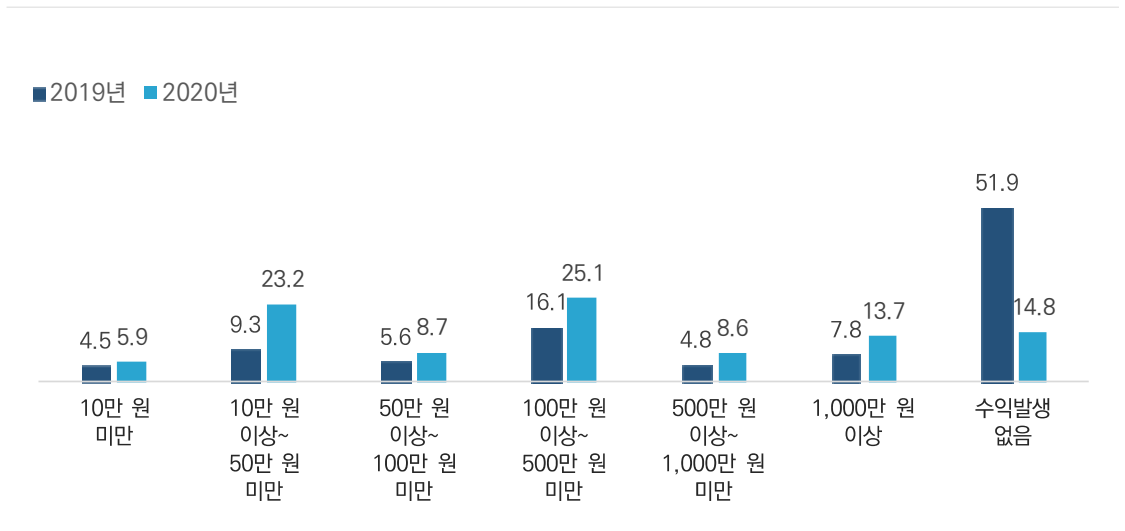


표 2-10 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고)

(단위 : %)

		사례수	2019년 광고 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	51.9	4.5	9.3	5.6	16.1	4.8	7.8
성별	남성	644	50.0	4.2	9.5	5.4	17.5	5.6	7.8
	여성	356	55.3	5.1	9.0	5.9	13.5	3.4	7.9
연령별	20대 이하	313	58.8	3.5	7.0	5.1	12.8	5.4	7.3
	30대	421	48.5	4.8	10.0	5.9	17.1	4.8	9.0
	40대	186	47.8	5.9	9.7	7.0	21.0	2.7	5.9
	50대 이상	80	52.5	3.8	13.8	2.5	12.5	7.5	7.5
구독자 수	1만명 미만	475	60.0	8.4	13.1	6.5	9.7	1.5	0.8
	1만~10만명 미만	376	49.7	0.8	7.2	5.3	23.4	6.6	6.9
	10만명 이상	149	31.5	1.3	2.7	3.4	18.1	10.7	32.2
콘텐츠 장르	게임	91	52.7	4.4	6.6	4.4	12.1	8.8	11.0
	음악/댄스	72	58.3	4.2	9.7	5.6	12.5	4.2	5.6
	푸드/쿠킹	51	37.3	19.6	7.8	7.8	9.8	7.8	9.8
	문화예술	39	46.2	5.1	5.1	0.0	17.9	5.1	20.5
	라이프스타일	248	50.0	4.0	10.5	8.9	16.1	4.0	6.5
	엔터테인먼트	86	50.0	4.7	10.5	5.8	17.4	5.8	5.8
	정보전달	202	57.9	3.5	9.4	2.5	15.8	3.0	7.9
	IT/기술/과학	35	45.7	2.9	8.6	5.7	14.3	8.6	14.3
	취미 등	176	52.3	2.3	9.7	5.7	21.0	4.0	5.1

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-11 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(광고)

(단위 : %)

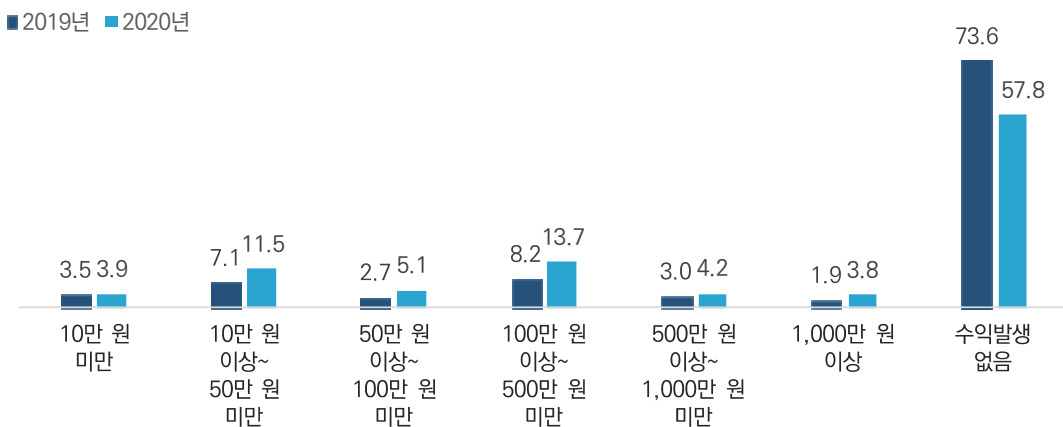
		사례수	2020년 광고 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	14.8	5.9	23.2	8.7	25.1	8.6	13.7
성별	남성	644	14.8	5.1	22.7	8.2	25.0	9.5	14.8
	여성	356	14.9	7.3	24.2	9.6	25.3	7.0	11.8
연령별	20대 이하	313	22.0	4.8	22.4	7.7	20.4	9.3	13.4
	30대	421	10.0	5.9	25.2	9.7	26.8	6.7	15.7
	40대	186	16.1	7.0	18.8	6.5	31.2	12.4	8.1
	50대 이상	80	8.8	7.5	26.3	12.5	20.0	7.5	17.5
구독자 수	1만명 미만	475	21.5	11.6	34.3	10.7	17.9	2.1	1.9
	1만~10만명 미만	376	9.6	0.8	14.9	7.7	36.7	16.0	14.4
	10만명 이상	149	6.7	0.7	8.7	4.7	18.8	10.7	49.7
콘텐츠 장르	게임	91	22.0	3.3	22.0	5.5	16.5	11.0	19.8
	음악/댄스	72	36.1	4.2	25.0	4.2	20.8	2.8	6.9
	푸드/쿠킹	51	19.6	21.6	9.8	5.9	21.6	7.8	13.7
	문화예술	39	10.3	7.7	15.4	2.6	17.9	10.3	35.9
	라이프스타일	248	14.1	4.0	25.4	13.3	23.8	7.3	12.1
	엔터테인먼트	86	14.0	9.3	14.0	5.8	32.6	8.1	16.3
	정보전달	202	8.4	5.0	24.8	10.4	25.2	12.4	13.9
	IT/기술/과학	35	11.4	2.9	20.0	14.3	25.7	5.7	20.0
	취미 등	176	11.4	5.7	29.0	6.3	31.8	8.0	8.0

### 3) 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬)

- \* 2019년 창작자의 협찬 수익은 '100만 원 이상~500만 원 미만'이 8.2%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2020년 창작자의 협찬 수익은 '100만 원 이상~500만 원 미만'이 13.7%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2019년에 1,000만 원 이상의 고수익을 창출하는 비중이 높은 집단은 '여성'(2.5%), '40대'(2.7%), 'IT/기술/과학'(11.4%)로 나타난 한편, 2020년에는 '여성'(4.2%), '30대'(4.5%), 'IT/기술/과학'(17.1%)로 나타남

그림 2-8 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-12 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬)

(단위 : %)

		사례수	2019년 협찬 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	73.6	3.5	7.1	2.7	8.2	3.0	1.9
성별	남성	644	75.8	3.3	6.5	2.8	7.8	2.3	1.6
	여성	356	69.7	3.9	8.1	2.5	9.0	4.2	2.5
연령별	20대 이하	313	75.7	1.6	8.3	2.6	6.7	4.5	0.6
	30대	421	71.7	4.3	5.5	2.9	10.2	2.9	2.6
	40대	186	71.5	4.8	9.1	3.2	7.0	1.6	2.7
	50대 이상	80	80.0	3.8	6.3	1.3	6.3	1.3	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	72.2	6.5	10.1	3.4	5.5	1.1	1.3
	1만~10만명 미만	376	79.0	1.1	3.7	2.4	8.5	3.5	1.9
	10만명 이상	149	64.4	0.0	6.0	1.3	16.1	8.1	4.0
콘텐츠 장르	게임	91	83.5	1.1	5.5	1.1	7.7	1.1	0.0
	음악/댄스	72	69.4	1.4	13.9	2.8	6.9	5.6	0.0
	푸드/쿠킹	51	51.0	13.7	9.8	3.9	17.6	2.0	2.0
	문화예술	39	84.6	2.6	5.1	2.6	0.0	2.6	2.6
	라이프스타일	248	64.1	4.8	10.9	3.6	11.7	4.0	0.8
	엔터테인먼트	86	73.3	3.5	7.0	7.0	3.5	2.3	3.5
	정보전달	202	85.6	3.5	2.5	2.0	4.5	1.0	1.0
	IT/기술/과학	35	62.9	2.9	11.4	0.0	5.7	5.7	11.4
취미 등	176	76.1	1.1	4.0	1.1	10.2	4.0	3.4	

표 2-13 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(협찬)

(단위 : %)

		사례수	2020년 협찬 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	57.8	3.9	11.5	5.1	13.7	4.2	3.8
성별	남성	644	63.4	3.3	10.4	4.0	11.6	3.7	3.6
	여성	356	47.8	5.1	13.5	7.0	17.4	5.1	4.2
연령별	20대 이하	313	60.1	2.6	11.2	6.7	13.1	3.2	3.2
	30대	421	56.8	4.0	10.5	4.8	14.3	5.2	4.5
	40대	186	52.7	5.4	14.0	4.8	16.1	2.7	4.3
	50대 이상	80	66.3	5.0	12.5	1.3	7.5	6.3	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	54.3	7.4	18.5	5.9	10.3	2.1	1.5
	1만~10만명 미만	376	65.4	0.8	4.5	4.0	17.3	4.0	4.0
	10만명 이상	149	49.7	0.7	6.7	5.4	15.4	11.4	10.7
콘텐츠 장르	게임	91	72.5	1.1	4.4	7.7	11.0	2.2	1.1
	음악/댄스	72	55.6	4.2	16.7	5.6	8.3	4.2	5.6
	푸드/쿠킹	51	35.3	13.7	21.6	5.9	13.7	7.8	2.0
	문화예술	39	71.8	2.6	7.7	2.6	10.3	0.0	5.1
	라이프스타일	248	44.8	6.0	17.3	8.9	15.3	5.6	2.0
	엔터테인먼트	86	55.8	5.8	9.3	2.3	17.4	4.7	4.7
	정보전달	202	72.8	1.0	5.4	3.5	11.9	2.0	3.5
	IT/기술/과학	35	34.3	2.9	11.4	8.6	22.9	2.9	17.1
취미 등	176	61.4	2.3	10.8	1.1	14.2	5.7	4.5	

#### 4) 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금)

- \* 2019년 창작자의 실시간 후원금 수익은 '10만 원 이상~50만 원 미만'이 5.6%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2020년 창작자의 실시간 후원금 수익은 '10만 원 이상~50만 원 미만'이 10.1%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2019년에 1,000만 원 이상의 고수익을 창출하는 비중이 높은 집단은 '여성'(1.4%), '20대 이하'(2.6%), '게임'(6.6%)으로 나타난 한편, 2020년 또한 '여성'(2.0%), '20대 이하'(3.8%), '게임'(7.7%)으로 나타남

그림 2-9 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금)

(단위 : %)

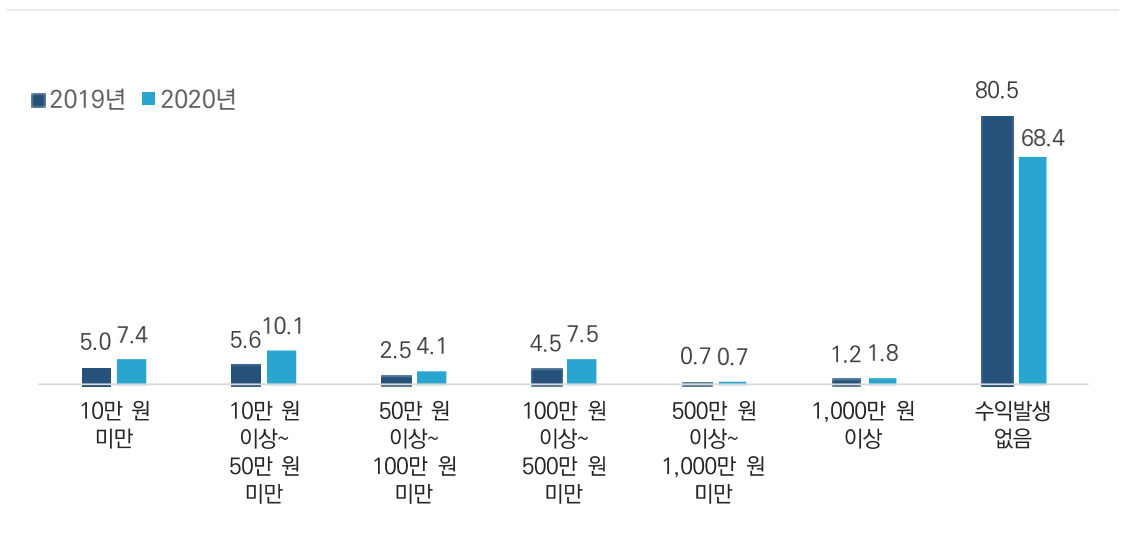


표 2-14 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금)

(단위 : %)

		사례수	2019년 실시간 후원금 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	80.5	5.0	5.6	2.5	4.5	0.7	1.2
성별	남성	644	78.9	5.3	6.4	2.6	4.8	0.9	1.1
	여성	356	83.4	4.5	4.2	2.2	3.9	0.3	1.4
연령별	20대 이하	313	82.1	3.5	4.8	1.6	4.5	1.0	2.6
	30대	421	77.4	6.4	5.9	3.6	5.5	0.5	0.7
	40대	186	82.3	5.4	7.0	2.7	2.7	0.0	0.0
	50대 이상	80	86.3	2.5	3.8	0.0	3.8	2.5	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	81.1	7.4	6.3	1.7	2.3	0.6	0.6
	1만~10만명 미만	376	83.5	2.1	4.5	2.4	6.1	0.8	0.5
	10만명 이상	149	71.1	4.7	6.0	5.4	7.4	0.7	4.7
콘텐츠 장르	게임	91	62.6	4.4	8.8	2.2	12.1	3.3	6.6
	음악/댄스	72	77.8	2.8	9.7	4.2	2.8	1.4	1.4
	푸드/쿠킹	51	68.6	17.6	5.9	2.0	3.9	0.0	2.0
	문화예술	39	92.3	5.1	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0
	라이프스타일	248	79.4	6.9	5.6	2.0	6.0	0.0	0.0
	엔터테인먼트	86	74.4	5.8	7.0	3.5	7.0	1.2	1.2
	정보전달	202	89.1	3.0	3.5	1.5	1.5	0.5	1.0
	IT/기술/과학	35	77.1	2.9	2.9	5.7	5.7	2.9	2.9
취미 등	176	86.9	2.3	5.7	2.8	2.3	0.0	0.0	

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-15 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(실시간 후원금)

(단위 : %)

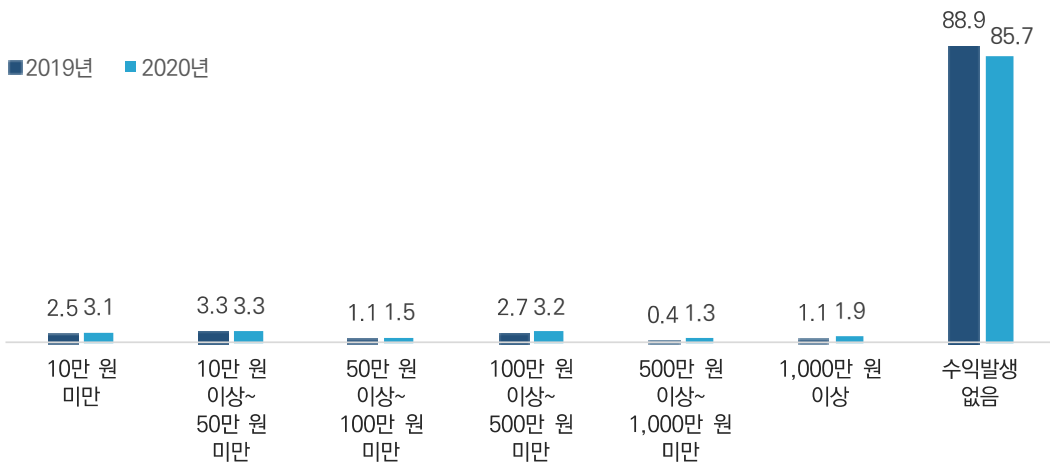
		사례수	2020년 실시간 후원금 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	68.4	7.4	10.1	4.1	7.5	0.7	1.8
성별	남성	644	66.5	7.1	11.5	4.7	7.6	0.9	1.7
	여성	356	71.9	7.9	7.6	3.1	7.3	0.3	2.0
연령별	20대 이하	313	67.4	7.3	8.6	4.5	7.7	0.6	3.8
	30대	421	65.6	8.8	11.4	5.2	7.4	0.7	1.0
	40대	186	72.0	5.9	11.3	2.7	8.1	0.0	0.0
	50대 이상	80	78.8	3.8	6.3	0.0	6.3	2.5	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	70.3	11.6	8.8	2.9	4.6	0.6	1.1
	1만~10만명 미만	376	69.1	3.5	11.4	4.0	10.1	0.5	1.3
	10만명 이상	149	60.4	4.0	10.7	8.1	10.1	1.3	5.4
콘텐츠 장르	게임	91	35.2	9.9	15.4	7.7	22.0	2.2	7.7
	음악/댄스	72	56.9	12.5	12.5	6.9	9.7	0.0	1.4
	푸드/쿠킹	51	66.7	15.7	7.8	0.0	7.8	2.0	0.0
	문화예술	39	79.5	5.1	10.3	2.6	2.6	0.0	0.0
	라이프스타일	248	68.1	6.9	10.9	6.9	6.0	0.0	1.2
	엔터테인먼트	86	66.3	8.1	7.0	2.3	12.8	1.2	2.3
	정보전달	202	77.2	5.4	9.4	0.5	5.0	1.0	1.5
	IT/기술/과학	35	71.4	2.9	8.6	8.6	2.9	2.9	2.9
취미 등	176	79.0	5.7	8.5	2.8	3.4	0.0	0.6	

### 5) 창작자 활동을 통해 발생한(소속사 수익배분)

- \* 2019년 창작자의 소속사 수익은 '10만 원 이상~50만 원 미만'이 3.3%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2020년 창작자의 소속사 수익은 '10만 원 이상~50만 원 미만'이 3.3%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2019년에 1,000만 원 이상의 고수익을 창출하는 비중이 높은 집단은 '여성'(1.4%), '20대 이하'(1.3%), '문화예술'(5.1%)로 나타난 한편, 2020년에는 '여성'(2.0%), '20대 이하'(3.5%), '게임'(6.6%)으로 나타남

그림 2-10 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 수익배분)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-16 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 수익배분)

(단위 : %)

		사례수	2019년 소속사 수익배분 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	88.9	2.5	3.3	1.1	2.7	0.4	1.1
성별	남성	644	89.1	1.9	3.4	1.4	2.8	0.5	0.9
	여성	356	88.5	3.7	3.1	0.6	2.5	0.3	1.4
연령별	20대 이하	313	89.5	1.3	3.2	1.6	2.2	1.0	1.3
	30대	421	89.1	2.9	3.6	0.7	2.4	0.2	1.2
	40대	186	87.1	3.8	4.3	1.1	2.7	0.0	1.1
	50대 이상	80	90.0	2.5	0.0	1.3	6.3	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	87.8	4.2	4.8	1.3	1.7	0.0	0.2
	1만~10만명 미만	376	92.6	0.8	1.9	0.5	2.9	0.5	0.8
	10만명 이상	149	83.2	1.3	2.0	2.0	5.4	1.3	4.7
콘텐츠 장르	게임	91	86.8	0.0	3.3	1.1	2.2	2.2	4.4
	음악/댄스	72	87.5	0.0	5.6	1.4	4.2	0.0	1.4
	푸드/쿠킹	51	84.3	11.8	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	문화예술	39	89.7	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	5.1
	라이프스타일	248	83.5	4.4	4.0	2.4	4.8	0.4	0.4
	엔터테인먼트	86	81.4	2.3	4.7	1.2	8.1	1.2	1.2
	정보전달	202	98.0	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	IT/기술/과학	35	82.9	5.7	5.7	2.9	2.9	0.0	0.0
취미 등	176	93.8	0.6	2.8	0.6	1.1	0.0	1.1	

표 2-17 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(소속사 배분)

(단위 : %)

		사례수	2020년 소속사 수익배분 수익발생 수익없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	85.7	3.1	3.3	1.5	3.2	1.3	1.9
성별	남성	644	86.0	2.8	3.1	1.6	3.1	1.6	1.9
	여성	356	85.1	3.7	3.7	1.4	3.4	0.8	2.0
연령별	20대 이하	313	84.0	1.6	3.2	2.9	4.2	0.6	3.5
	30대	421	86.9	3.6	3.8	0.7	2.1	1.9	1.0
	40대	186	84.4	4.3	3.8	1.6	2.7	1.6	1.6
	50대 이상	80	88.8	3.8	0.0	0.0	6.3	0.0	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	84.6	5.1	4.6	1.9	2.5	1.1	0.2
	1만~10만명 미만	376	89.9	1.3	1.6	1.1	3.7	1.6	0.8
	10만명 이상	149	78.5	1.3	3.4	1.3	4.0	1.3	10.1
콘텐츠 장르	게임	91	78.0	1.1	2.2	4.4	5.5	2.2	6.6
	음악/댄스	72	86.1	0.0	5.6	0.0	2.8	4.2	1.4
	푸드/쿠킹	51	82.4	11.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	문화예술	39	87.2	5.1	2.6	0.0	0.0	0.0	5.1
	라이프스타일	248	79.4	4.8	4.0	3.2	6.0	0.8	1.6
	엔터테인먼트	86	75.6	4.7	4.7	1.2	7.0	4.7	2.3
	정보전달	202	95.5	1.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1.0
	IT/기술/과학	35	82.9	5.7	8.6	0.0	0.0	2.9	0.0
취미 등	176	93.2	0.6	2.8	0.6	1.7	0.0	1.1	

### 6) 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타)

- \* 2019년 창작자의 기타 수익은 '10만 원 미만'이 3.5%로 상대적으로 높은 비율로 나타남
- \* 2020년 창작자의 기타 수익은 '10만 원 미만'이 10.2%로 상대적으로 높은 비율로 나타남

그림 2-11 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타)

(단위 : %)



표 2-18 2019년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타)

(단위 : %)

		사례수	2019년 기타 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	87.3	3.5	3.4	1.0	2.0	0.8	2.0
성별	남성	644	87.4	3.7	3.7	0.9	1.9	0.8	1.6
	여성	356	87.1	3.1	2.8	1.1	2.2	0.8	2.8
연령별	20대 이하	313	87.5	1.3	3.2	1.3	3.5	1.0	2.2
	30대	421	88.1	4.3	3.3	1.0	0.5	0.5	2.4
	40대	186	82.8	5.9	3.8	0.5	3.8	1.6	1.6
	50대 이상	80	92.5	2.5	3.8	1.3	0.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	83.8	6.3	4.4	1.5	2.5	0.6	0.8
	1만~10만명 미만	376	92.0	1.1	2.4	0.5	1.6	0.3	2.1
	10만명 이상	149	86.6	0.7	2.7	0.7	1.3	2.7	5.4
콘텐츠 장르	게임	91	89.0	2.2	4.4	1.1	1.1	1.1	1.1
	음악/댄스	72	86.1	1.4	5.6	4.2	1.4	1.4	0.0
	푸드/쿠킹	51	82.4	13.7	2.0	0.0	0.0	0.0	2.0
	문화예술	39	87.2	2.6	2.6	0.0	0.0	2.6	5.1
	라이프스타일	248	86.7	5.2	3.2	0.8	3.6	0.0	0.4
	엔터테인먼트	86	83.7	4.7	3.5	1.2	1.2	1.2	4.7
	정보전달	202	90.6	2.0	1.5	0.5	2.5	1.0	2.0
	IT/기술/과학	35	80.0	5.7	5.7	0.0	5.7	2.9	0.0
취미 등	176	88.6	0.6	4.5	1.1	0.6	0.6	4.0	

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-19 2020년 창작자 활동을 통해 발생한 수익(기타)

(단위 : %)

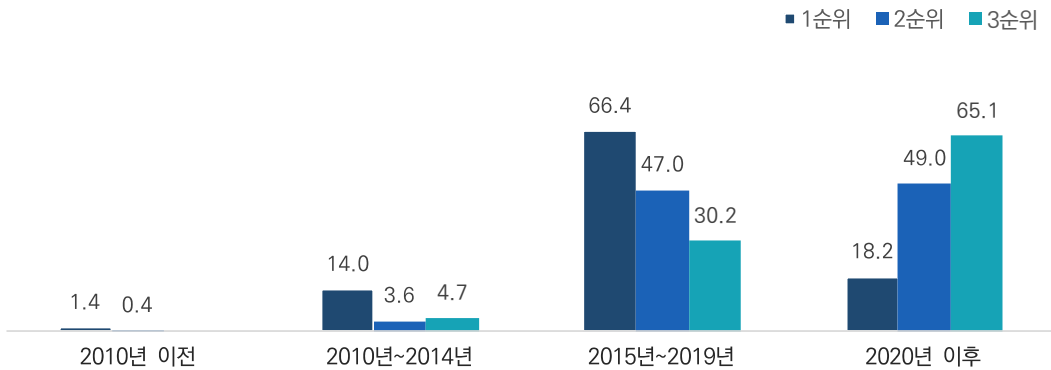
		사례수	2020년 기타 수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상~ 500만 원 미만	500만 원 이상~ 1,000만 원 미만	1,000만 원 이상
전체		1,000	74.0	10.2	5.9	2.6	3.6	0.5	3.2
성별	남성	644	74.1	9.9	6.1	2.5	3.7	0.6	3.1
	여성	356	73.9	10.7	5.6	2.8	3.4	0.3	3.4
연령별	20대 이하	313	70.6	9.6	6.4	3.2	6.1	0.3	3.8
	30대	421	76.7	9.7	5.9	2.1	1.9	0.5	3.1
	40대	186	68.8	12.9	7.0	2.2	4.3	1.1	3.8
	50대 이상	80	85.0	8.8	1.3	3.8	1.3	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	66.1	17.5	7.4	3.2	3.6	0.6	1.7
	1만~10만명 미만	376	80.3	3.7	5.1	2.4	4.3	0.5	3.7
	10만명 이상	149	83.2	3.4	3.4	1.3	2.0	0.0	6.7
콘텐츠 장르	게임	91	74.7	9.9	7.7	2.2	3.3	0.0	2.2
	음악/댄스	72	76.4	6.9	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	51	68.6	17.6	5.9	2.0	2.0	2.0	2.0
	문화예술	39	71.8	7.7	10.3	0.0	2.6	0.0	7.7
	라이프스타일	248	73.4	11.3	7.3	2.0	4.0	0.0	2.0
	엔터테인먼트	86	69.8	12.8	4.7	0.0	4.7	2.3	5.8
	정보전달	202	77.7	7.4	4.5	3.0	3.5	1.0	3.0
	IT/기술/과학	35	71.4	8.6	5.7	2.9	5.7	0.0	5.7
취미 등	176	73.9	10.8	4.5	4.0	2.3	0.0	4.5	

## 7) 채널 개설일

- \* 수익 발생 현황 조사 결과, 개설일의 경우 수익 발생 1순위 채널은 '2015년~2019년' 개설된 사례가 많았고(66.4%), 2순위 채널과 3순위 채널은 '2020년 이후' 각각 49.0%, 65.1% 비율로 높은 응답률을 보임
- \* 1순위 채널의 경우, '문화예술' 장르의 84.6%가 '2015년~2019년' 채널을 개설해, 타 장르 대비 상대적으로 높은 비율을 보임
- \* '2010년~2014년'에는 '음악/댄스' 장르의 30.6%의 채널이 개설되어 타 장르 대비 상대적으로 많이 개설된 것으로 나타났고, '2015년~2019년'에는 '문화예술' 장르의 84.6%, '2020년 이후'에는 '정보전달' 장르의 25.2%가 개설되어 상대적으로 많이 개설된 채널의 장르가 시기별로 다르게 나타남

그림 2-12 채널보유 현황 - 채널 개설일

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-20 채널보유 현황 - 채널 개설일(1순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년~2014년	2015년~2019년	2020년 이후
전체		1,000	1.4	14.0	66.4	18.2
성별	남성	644	2.0	16.3	65.4	16.3
	여성	356	0.3	9.8	68.3	21.6
연령별	20대 이하	313	0.3	16.0	63.3	20.4
	30대	421	0.7	13.8	67.9	17.6
	40대	186	3.8	10.8	68.8	16.7
	50대 이상	80	3.8	15.0	65.0	16.3
구독자 수	1만명 미만	475	2.1	12.2	63.2	22.5
	1만~10만명 미만	376	0.5	15.4	67.0	17.0
	10만명 이상	149	1.3	16.1	75.2	7.4
콘텐츠 장르	게임	91	2.2	29.7	60.4	7.7
	음악/댄스	72	0.0	30.6	52.8	16.7
	푸드/쿠킹	51	2.0	17.6	76.5	3.9
	문화예술	39	0.0	5.1	84.6	10.3
	라이프스타일	248	0.4	12.5	66.5	20.6
	엔터테인먼트	86	3.5	7.0	70.9	18.6
	정보전달	202	2.0	6.9	65.8	25.2
	IT/기술/과학	35	5.7	8.6	68.6	17.1
취미 등	176	0.6	14.8	65.9	18.8	

표 2-21 채널보유 현황 - 채널 개설일(2순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년~2014년	2015년~2019년	2020년 이후
전체		247	0.4	3.6	47.0	49.0
성별	남성	151	0.7	3.3	47.0	49.0
	여성	96	0.0	4.2	46.9	49.0
연령별	20대 이하	65	0.0	1.5	40.0	58.5
	30대	109	0.9	5.5	49.5	44.0
	40대	50	0.0	4.0	52.0	44.0
	50대 이상	23	0.0	0.0	43.5	56.5
구독자 수	1만명 미만	116	0.9	1.7	45.7	51.7
	1만~10만명 미만	83	0.0	3.6	47.0	49.4
	10만명 이상	48	0.0	8.3	50.0	41.7
콘텐츠 장르	게임	19	0.0	5.3	63.2	31.6
	음악/댄스	17	0.0	5.9	52.9	41.2
	푸드/쿠킹	19	0.0	0.0	57.9	42.1
	문화예술	13	0.0	0.0	61.5	38.5
	라이프스타일	57	0.0	7.0	43.9	49.1
	엔터테인먼트	23	0.0	0.0	43.5	56.5
	정보전달	39	2.6	2.6	25.6	69.2
	IT/기술/과학	8	0.0	0.0	62.5	37.5
취미 등	52	0.0	3.8	50.0	46.2	

표 2-22 채널보유 현황 - 채널 개설일(3순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년~2014년	2015년~2019년	2020년 이후
전체		43	-	4.7	30.2	65.1
성별	남성	30	-	6.7	30.0	63.3
	여성	13	-	0.0	30.8	69.2
연령별	20대 이하	8	-	0.0	25.0	75.0
	30대	20	-	5.0	30.0	65.0
	40대	13	-	7.7	38.5	53.8
	50대 이상	2	-	0.0	0.0	100.0
구독자 수	1만명 미만	19	-	5.3	15.8	78.9
	1만~10만명 미만	15	-	6.7	33.3	60.0
	10만명 이상	9	-	0.0	55.6	44.4
콘텐츠 장르	게임	2	-	0.0	100.0	0.0
	음악/댄스	3	-	0.0	66.7	33.3
	푸드/쿠킹	3	-	0.0	0.0	100.0
	문화예술	4	-	0.0	25.0	75.0
	라이프스타일	9	-	0.0	11.1	88.9
	엔터테인먼트	3	-	33.3	66.7	0.0
	정보전달	9	-	11.1	0.0	88.9
	IT/기술/과학	4	-	0.0	25.0	75.0
취미 등	6	-	0.0	66.7	33.3	

### 8) 주기적 콘텐츠 게시 시기

- \* 주기적으로 콘텐츠를 게시하여 본격적인 창작활동을 시작한 시기를 조사한 결과, '2017년~2018년'이 33.4%로 가장 높게 나타남. 이어서 '2019년' 27.7%, '2020년' 23.8% 등의 응답 순을 보임
- \* '엔터테인먼트' 장르 창작자의 39.5%가 '2017년~2018년'에 주기적으로 콘텐츠를 게시하기 시작했다고 응답해 동일시기 타 장르와 비교해 상대적으로 높게 나타남

그림 2-13 주기적인 콘텐츠 게시 시기

(단위 : %)

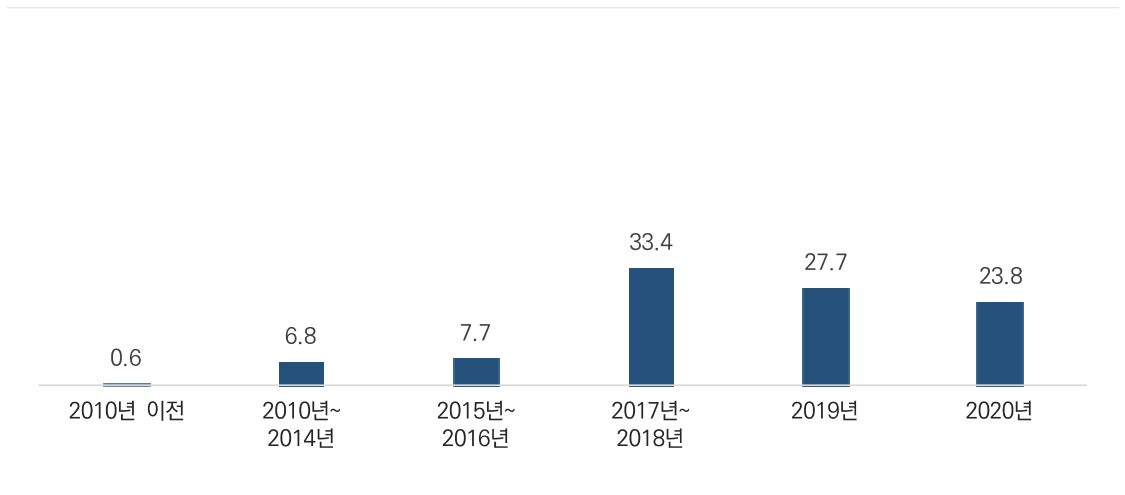


표 2-23 주기적인 콘텐츠 게시 시기

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년~ 2014년	2015년~ 2016년	2017년~ 2018년	2019년	2020년
전체		1,000	0.6	6.8	7.7	33.4	27.7	23.8
성별	남성	644	0.9	7.8	7.6	33.4	28.6	21.7
	여성	356	0.0	5.1	7.9	33.4	26.1	27.5
연령별	20대 이하	313	0.0	8.9	8.3	30.0	25.9	26.8
	30대	421	0.2	5.9	7.4	36.3	27.3	22.8
	40대	186	2.2	5.4	7.0	31.7	31.7	22.0
	50대 이상	80	1.3	6.3	8.8	35.0	27.5	21.3
구독자 수	1만명 미만	475	0.6	6.3	5.7	33.1	25.7	28.6
	1만~10만명 미만	376	0.5	6.9	8.8	29.8	31.9	22.1
	10만명 이상	149	0.7	8.1	11.4	43.6	23.5	12.8
콘텐츠 장르	게임	91	1.1	17.6	15.4	34.1	20.9	11.0
	음악/댄스	72	0.0	15.3	11.1	37.5	18.1	18.1
	푸드/쿠킹	51	2.0	9.8	9.8	35.3	27.5	15.7
	문화예술	39	0.0	2.6	2.6	35.9	38.5	20.5
	라이프스타일	248	0.4	5.2	7.3	33.1	28.6	25.4
	엔터테인먼트	86	1.2	3.5	4.7	39.5	26.7	24.4
	정보전달	202	0.5	2.5	4.0	29.7	31.2	32.2
	IT/기술/과학	35	2.9	11.4	8.6	25.7	28.6	22.9
취미 등	176	0.0	5.7	9.1	33.5	27.8	23.9	

### 9) 첫 수익 발생 시기

- \* 첫 수익 발생 시기로는 ‘2020년’이 42.7%로 가장 높게 나타났고, ‘2019년’ (40.5%), ‘2017년~2018년’(12.2%) 등의 응답 순을 보임
- \* ‘구독자 수 10만 명 이상’인 창작자는 첫 수익 발생 시기로 ‘2019년’(40.9%)을 응답한 비중이 컸던 반면, ‘1만~10만 명 미만’ 및 ‘1만 명 미만’ 창작자의 경우 첫 수익 발생 시기로 ‘2020년’을 응답한 비중이 각각 44.1%, 47.4%로 나타나 구독자 수가 많은 창작자에 비해 첫 수익 발생 시기가 늦게 나타남
- \* ‘정보전달’ 콘텐츠 창작자의 54.0%가 ‘2020년’에 첫 수익이 발생했다고 응답하여 타 장르 대비 상대적으로 최근에 수익이 발생하기 시작한 것으로 나타남

그림 2-14 첫 수익 발생 시기

(단위 : %)

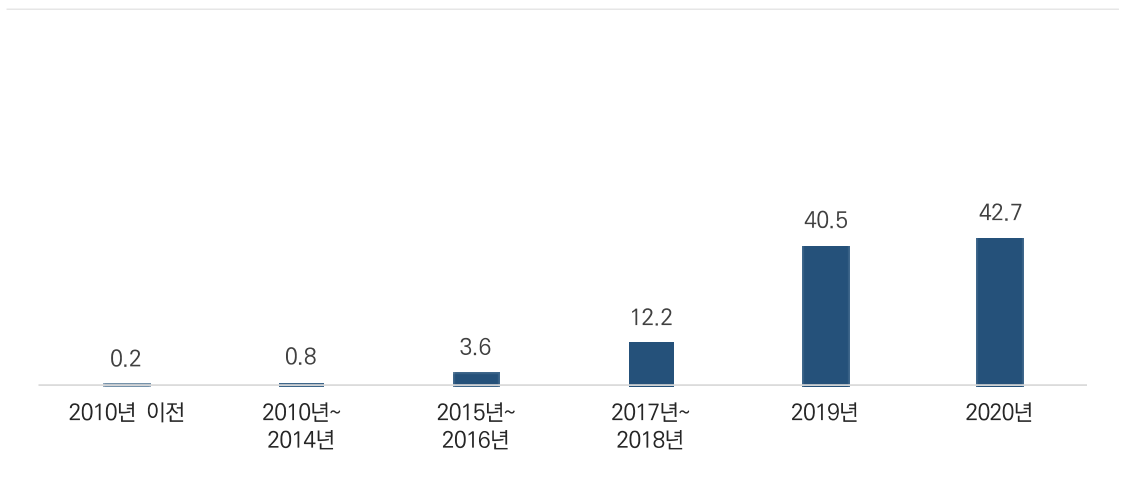


표 2-24 첫 수익 발생 시기

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년~ 2014년	2015년~ 2016년	2017년~ 2018년	2019년	2020년
전체		1,000	0.2	0.8	3.6	12.2	40.5	42.7
성별	남성	644	0.3	0.9	4.2	14.3	39.9	40.4
	여성	356	0.0	0.6	2.5	8.4	41.6	46.9
연령별	20대 이하	313	0.0	0.6	2.6	12.8	39.6	44.4
	30대	421	0.0	0.7	4.5	12.4	40.6	41.8
	40대	186	0.5	1.6	3.8	12.4	40.9	40.9
	50대 이상	80	1.3	0.0	2.5	8.8	42.5	45.0
구독자 수	1만명 미만	475	0.2	0.4	1.5	6.5	44.0	47.4
	1만~10만명 미만	376	0.0	1.3	4.8	13.8	35.9	44.1
	10만명 이상	149	0.7	0.7	7.4	26.2	40.9	24.2
콘텐츠 장르	게임	91	0.0	2.2	8.8	16.5	36.3	36.3
	음악/댄스	72	0.0	1.4	5.6	15.3	37.5	40.3
	푸드/쿠킹	51	0.0	0.0	9.8	17.6	45.1	27.5
	문화예술	39	0.0	0.0	0.0	20.5	38.5	41.0
	라이프스타일	248	0.0	1.2	2.4	10.9	44.8	40.7
	엔터테인먼트	86	1.2	1.2	2.3	5.8	51.2	38.4
	정보전달	202	0.5	0.0	1.0	7.9	36.6	54.0
	IT/기술/과학	35	0.0	2.9	8.6	14.3	31.4	42.9
취미 등	176	0.0	0.0	3.4	14.8	38.1	43.8	

### 10) 최초 수익 발생까지 투자 비용

- \* 첫 수익까지 투자 비용을 조사한 결과 ‘100만 원 미만’을 응답한 비율이 55.3%로 과반을 차지했고, ‘300만 원 이상’(16.4%), ‘100만 원~150만 원 미만’ (12.5%) 등의 응답 순을 보임
- \* 첫 수익까지 300만 원 이상의 투자 비용이 들었다고 응답한 비중이 높게 나타난 집단은 ‘남성’(16.8%), ‘50대 이상’(23.8%), ‘구독자 10만 명 이상’(30.2%), ‘푸드/쿠킹’(25.5%)으로 나타남

그림 2-15 첫 수익까지 투자 비용

(단위 : %)

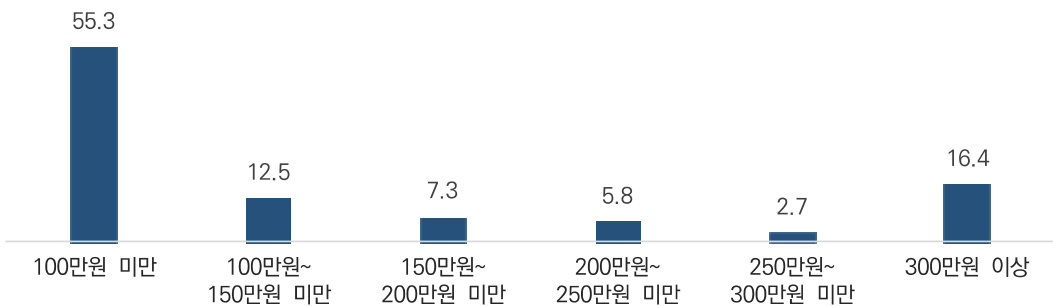


표 2-25 첫 수익 까지 투자 비용

(단위 : %)

		사례수	100만 원 미만	100만 원 이상-150만 원 미만	150만 원 이상-200만 원 미만	200만 원 이상-250만 원 미만	250만 원 이상-300만 원 미만	300만 원 이상
전체		1,000	55.3	12.5	7.3	5.8	2.7	16.4
성별	남성	644	53.4	13.2	7.1	6.7	2.8	16.8
	여성	356	58.7	11.2	7.6	4.2	2.5	15.7
연령별	20대 이하	313	58.1	15.7	6.7	7.3	1.3	10.9
	30대	421	53.9	12.8	7.8	4.5	3.1	17.8
	40대	186	53.8	8.6	7.0	7.0	4.3	19.4
	50대 이상	80	55.0	7.5	7.5	3.8	2.5	23.8
구독자 수	1만명 미만	475	60.4	13.9	6.1	5.1	2.1	12.4
	1만~10만명 미만	376	55.3	11.4	8.5	5.9	2.9	16.0
	10만명 이상	149	38.9	10.7	8.1	8.1	4.0	30.2
콘텐츠 장르	게임	91	56.0	18.7	9.9	7.7	1.1	6.6
	음악/댄스	72	54.2	8.3	8.3	6.9	1.4	20.8
	푸드/쿠킹	51	45.1	15.7	5.9	7.8	0.0	25.5
	문화예술	39	46.2	23.1	7.7	2.6	2.6	17.9
	라이프스타일	248	55.2	11.7	6.5	8.5	2.0	16.1
	엔터테인먼트	86	44.2	22.1	9.3	4.7	0.0	19.8
	정보전달	202	62.4	8.4	5.4	4.0	3.5	16.3
	IT/기술/과학	35	45.7	11.4	8.6	5.7	8.6	20.0
취미 등	176	59.7	9.1	8.0	3.4	5.1	14.8	

### 11) 수익발생 소요 기간

- \* 채널 개설일로부터 수익 발생까지 소요된 시간은 ‘6개월~1년 미만’이 20.5%로 가장 높은 비율로 나타났고, 주기적 영상 업로드 시작일로부터 수익발생까지 소요된 시간 또한 ‘6개월~1년 미만’이 22.1%로 가장 높은 비율로 나타남
- \* 채널 개설일로부터 수익발생까지 소요된 기간은 ‘2개월 이내’부터 ‘3년 이상’ 까지 20%내외의 고른 분포를 보이지만, 주기적 영상 업로드 시작일로부터 수익 발생까지는 2년 이내에 시간 소요되는 것으로 나타남(‘2개월 이내’ 21.3%, ‘3개월~6개월 미만’ 21.3%, ‘6개월~1년 미만’ 22.1%, ‘1년~2년 미만’ 17.9%)
- \* ‘게임’ 콘텐츠의 경우 주기적 영상 업로드 시작일로부터 수익 발생까지 3년 이상 소요됐다는 응답이 20.9%로 타 장르 대비 상대적으로 높았고, ‘문화예술’ 콘텐츠의 33.3%가 주기적 영상 업로드 시작일로부터 2개월 이내에 수익이 발생했다고 응답해 타 장르대비 상대적으로 높은 비율이 나타남

그림 2-16 채널 개설일 및 주기적 영상 업로드일로부터 수익발생까지의 기간

(단위 : %)

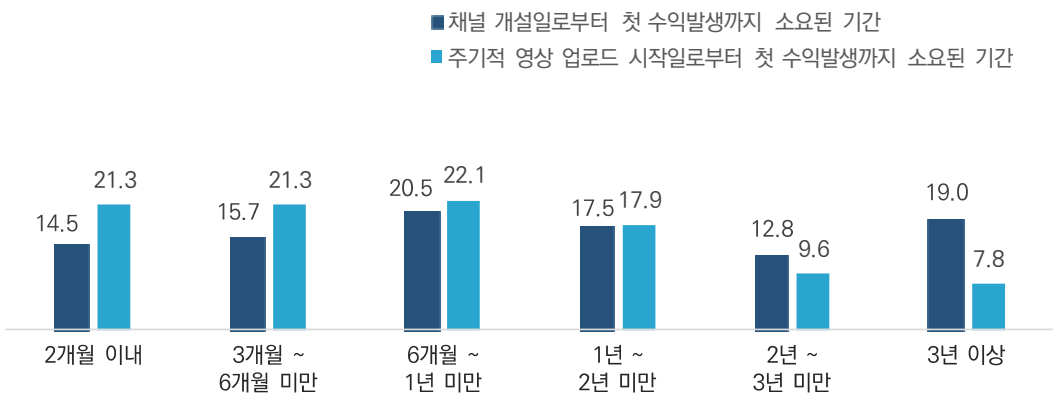


표 2-26 채널 개설일로부터 수익 발생까지 걸린 기간

(단위 : %)

		사례수	2개월 이내	3개월~6개월 미만	6개월~1년 미만	1년~2년 미만	2년~3년 미만	3년 이상
전체		1,000	14.5	15.7	20.5	17.5	12.8	19.0
성별	남성	644	15.1	15.7	19.4	17.4	11.3	21.1
	여성	356	13.5	15.7	22.5	17.7	15.4	15.2
연령별	20대 이하	313	16.3	13.7	19.5	16.9	11.2	22.4
	30대	421	14.0	17.3	21.4	17.3	12.4	17.6
	40대	186	15.6	16.7	17.7	18.8	16.1	15.1
	50대 이상	80	7.5	12.5	26.3	17.5	13.8	22.5
구독자 수	1만명 미만	475	16.8	10.7	20.6	16.8	15.2	19.8
	1만~10만명 미만	376	10.9	21.0	20.2	18.6	12.0	17.3
	10만명 이상	149	16.1	18.1	20.8	16.8	7.4	20.8
콘텐츠 장르	게임	91	11.0	9.9	13.2	13.2	9.9	42.9
	음악/댄스	72	11.1	8.3	18.1	16.7	15.3	30.6
	푸드/쿠킹	51	9.8	7.8	19.6	33.3	9.8	19.6
	문화예술	39	12.8	15.4	25.6	23.1	15.4	7.7
	라이프스타일	248	14.1	16.9	24.2	14.5	15.3	14.9
	엔터테인먼트	86	14.0	19.8	15.1	18.6	17.4	15.1
	정보전달	202	19.3	20.8	21.8	15.3	11.4	11.4
	IT/기술/과학	35	11.4	25.7	20.0	17.1	11.4	14.3
	취미 등	176	15.3	12.5	20.5	20.5	9.7	21.6

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-27 주기적 영상 업로드 시작일로부터 수익 발생까지 걸린 기간

(단위 : %)

		사례수	2개월 이내	3개월~6개월 미만	6개월~1년 미만	1년~2년 미만	2년~3년 미만	3년 이상
전체		1,000	21.3	21.3	22.1	17.9	9.6	7.8
성별	남성	644	23.6	20.3	20.8	17.1	10.1	8.1
	여성	356	17.1	23.0	24.4	19.4	8.7	7.3
연령별	20대 이하	313	23.6	18.2	23.0	17.3	8.0	9.9
	30대	421	20.4	24.9	21.6	16.6	10.0	6.4
	40대	186	22.6	19.4	20.4	20.4	10.8	6.5
	50대 이상	80	13.8	18.8	25.0	21.3	11.3	10.0
구독자 수	1만명 미만	475	22.3	15.4	22.9	17.5	13.3	8.6
	1만~10만명 미만	376	16.2	27.1	23.1	19.9	7.4	6.1
	10만명 이상	149	30.9	25.5	16.8	14.1	3.4	9.4
콘텐츠 장르	게임	91	15.4	18.7	15.4	20.9	8.8	20.9
	음악/댄스	72	12.5	15.3	25.0	19.4	13.9	13.9
	푸드/쿠킹	51	17.6	11.8	23.5	25.5	9.8	11.8
	문화예술	39	33.3	17.9	17.9	25.6	2.6	2.6
	라이프스타일	248	22.2	22.2	25.4	12.9	10.9	6.5
	엔터테인먼트	86	25.6	20.9	19.8	17.4	11.6	4.7
	정보전달	202	23.3	26.2	22.3	17.3	7.9	3.0
	IT/기술/과학	35	20.0	34.3	11.4	11.4	11.4	11.4
	취미 등	176	21.0	19.3	23.3	21.0	8.5	6.8

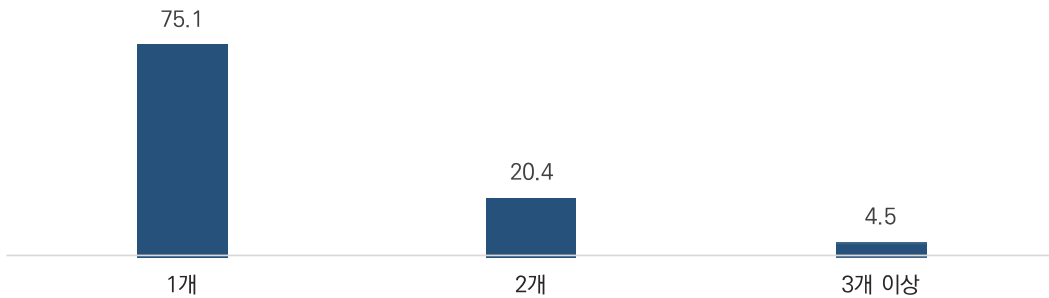
### 3. 보유 채널 현황

#### 1) 주 이용 플랫폼 채널 보유 현황

- \* 주 이용 플랫폼에서 보유하고 있는 채널의 수는 '1개'(75.1%), '2개'(20.4%), '3개 이상'(4.5%) 순으로 응답이 나타남
  - 구독자 수 10만 명 이상인 경우 2개 이상 채널을 보유하고 있는 비율이 32.2%로 나타남
- \* '푸드/쿠킹' 장르의 경우 '2개'(31.4%), 'IT/기술/과학' 장르의 경우 '3개' (11.4%)의 채널을 보유하고 있다는 응답이 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 평균적으로 1.35개의 채널을 보유하고 있는 것으로 나타남

그림 2-17 주 이용 플랫폼 채널 보유 현황

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-28 주 이용 플랫폼 채널 보유 현황

(단위 : %, 개)

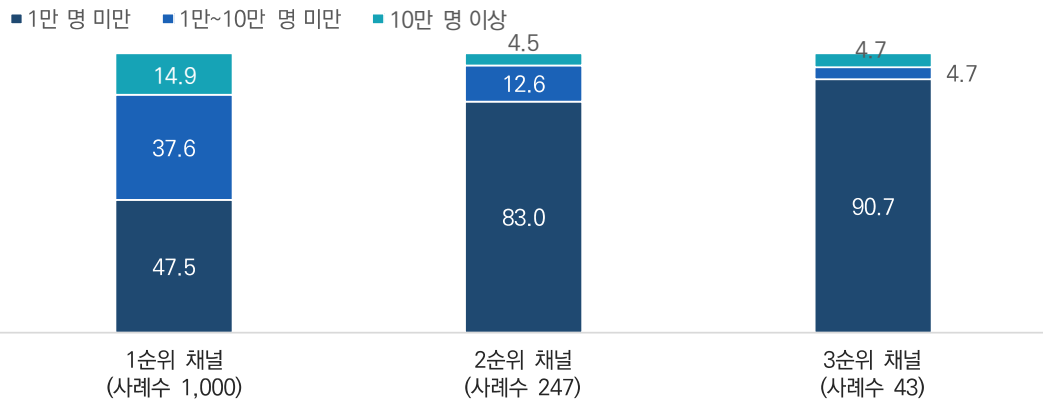
		사례수	1개	2개	3개 이상	평균
전체		1,000	75.1	20.4	4.5	1.35
성별	남성	644	76.4	18.8	4.8	1.36
	여성	356	72.8	23.3	3.9	1.34
연령별	20대 이하	313	78.9	18.2	2.9	1.29
	30대	421	73.9	21.1	5.0	1.36
	40대	186	73.1	19.9	7.0	1.41
	50대 이상	80	71.3	26.3	2.5	1.35
구독자 수	1만명 미만	475	75.2	20.4	4.4	1.37
	1만~10만명 미만	376	77.9	18.1	4.0	1.28
	10만명 이상	149	67.8	26.2	6.0	1.47
콘텐츠 장르	게임	91	79.1	18.7	2.2	1.36
	음악/댄스	72	76.4	19.4	4.2	1.28
	푸드/쿠킹	51	62.7	31.4	5.9	1.47
	문화예술	39	66.7	23.1	10.3	1.46
	라이프스타일	248	76.6	19.4	4.0	1.33
	엔터테인먼트	86	73.3	23.3	3.5	1.31
	정보전달	202	80.7	14.9	4.5	1.27
	IT/기술/과학	35	77.1	11.4	11.4	1.57
취미 등	176	69.9	26.1	4.0	1.40	

## 2) 수익 발생 현황 - 구독자 수

- \* 수익 발생 현황 조사 결과 구독자 수는 1순위 채널의 경우 '1만 명 미만' 구독자를 가진 사례가 많았고(47.5%), 2순위 채널과 3순위 채널은 '1만 명 미만'의 구독자를 각각 83.0%, 90.7% 비율로 보유한 것으로 나타남
- \* 1순위 채널에서 '문화/예술' 콘텐츠는 10만 명 이상의 구독자 수를 가진 비중이 25.6%로, 타 장르 대비 많은 구독자 수를 가진 경우가 더 많은 것으로 나타남
- \* 1순위 채널은 전체 평균 69,935명의 구독자를 보유한 것으로 나타남

그림 2-18 수익 발생 현황 - 구독자 수

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-29 수익 발생 현황 - 구독자 수(1순위 채널)

(단위 : %, 명)

		사례수	1만 명 미만	1~10만 명 미만	10만 명 이상	평균
전체		1,000	47.5	37.6	14.9	69,935
성별	남성	644	45.7	37.9	16.5	68,209
	여성	356	50.8	37.1	12.1	73,056
연령별	20대 이하	313	43.5	38.0	18.5	69,723
	30대	421	48.2	37.8	14.0	74,262
	40대	186	51.6	39.8	8.6	35,215
	50대 이상	80	50.0	30.0	20.0	128,719
구독자 수	1만명 미만	475	100.0	0.0	0.0	2,988
	1만~10만명 미만	376	0.0	100.0	0.0	31,485
	10만명 이상	149	0.0	0.0	100.0	380,384
콘텐츠 장르	게임	91	40.7	38.5	20.9	64,464
	음악/댄스	72	43.1	38.9	18.1	75,042
	푸드/쿠킹	51	56.9	19.6	23.5	89,635
	문화예술	39	30.8	43.6	25.6	114,345
	라이프스타일	248	54.0	35.1	10.9	69,884
	엔터테인먼트	86	43.0	38.4	18.6	53,638
	정보전달	202	42.1	47.0	10.9	72,089
	IT/기술/과학	35	40.0	37.1	22.9	73,166
취미 등	176	54.5	33.0	12.5	60,043	

표 2-30 수익 발생 현황 - 구독자 수(2순위 채널)

(단위 : %, 명)

		사례수	1만 명 미만	1~10만 명 미만	10만 명 이상	평균
전체		247	83.0	12.6	4.5	51,750
성별	남성	151	83.4	13.2	3.3	30,082
	여성	96	82.3	11.5	6.3	85,832
연령별	20대 이하	65	84.6	12.3	3.1	10,464
	30대	109	78.9	15.6	5.5	79,244
	40대	50	84.0	10.0	6.0	67,878
	50대 이상	23	95.7	4.3	0.0	3,072
구독자 수	1만명 미만	116	97.4	2.6	0.0	1,064
	1만~10만명 미만	83	75.9	21.7	2.4	10,834
	10만명 이상	48	60.4	20.8	18.8	244,992
콘텐츠 장르	게임	19	84.2	0.0	15.8	35,454
	음악/댄스	17	82.4	11.8	5.9	13,507
	푸드/쿠킹	19	78.9	15.8	5.3	10,353
	문화예술	13	84.6	15.4	0.0	2,462
	라이프스타일	57	82.5	12.3	5.3	184,968
	엔터테인먼트	23	82.6	13.0	4.3	11,240
	정보전달	39	89.7	10.3	0.0	4,349
	IT/기술/과학	8	62.5	37.5	0.0	12,068
	취미 등	52	82.7	13.5	3.8	11,201

표 2-31 수익 발생 현황 - 구독자 수(3순위 채널)

(단위 : %, 명)

		사례수	1만 명 미만	1~10만 명 미만	10만 명 이상	평균
전체		43	90.7	4.7	4.7	9,386
성별	남성	30	96.7	0.0	3.3	4,974
	여성	13	76.9	15.4	7.7	19,570
연령별	20대 이하	8	87.5	0.0	12.5	16,925
	30대	20	90.0	5.0	5.0	12,687
	40대	13	92.3	7.7	0.0	1,068
	50대 이상	2	100.0	0.0	0.0	292
구독자 수	1만명 미만	19	100.0	0.0	0.0	402
	1만~10만명 미만	15	93.3	6.7	0.0	1,510
	10만명 이상	9	66.7	11.1	22.2	41,481
콘텐츠 장르	게임	2	50.0	0.0	50.0	64,525
	음악/댄스	3	66.7	33.3	0.0	4,094
	푸드/쿠킹	3	100.0	0.0	0.0	1,278
	문화예술	4	100.0	0.0	0.0	1,506
	라이프스타일	9	100.0	0.0	0.0	238
	엔터테인먼트	3	66.7	33.3	0.0	5,567
	정보전달	9	100.0	0.0	0.0	142
	IT/기술/과학	4	100.0	0.0	0.0	265
	취미 등	6	83.3	0.0	16.7	38,541

### 3) 수익 발생 현황 - 구독자 연령대

- \* 수익 발생 현황 조사 결과 구독자 연령대의 경우 1순위 채널은 '20대' 구독자가 36.1%로 가장 높게 나타났고, 2순위 채널은 '20대'(38.5%), 3순위 채널은 '30대'(39.5%) 구독자를 가장 많이 보유한 것으로 나타남
- \* 수익발생 1순위 채널에서 구독자 수가 '10만 명 이상'인 경우 '20대' 구독자(44.3%) 수 비중이 상대적으로 높게 나타남
- \* 콘텐츠별로 구독자 연령대를 살펴보는 경우 '10대 이하'는 '게임'(30.8%), '20대'는 '음악/댄스'(55.6%), '30대'는 'IT/기술/과학'(54.3%), '40대'는 '정보전달'(22.8%) 콘텐츠에서 더 많이 보유한 것으로 나타남

그림 2-19 수익 발생 현황 - 구독자 연령대

(단위 : %)

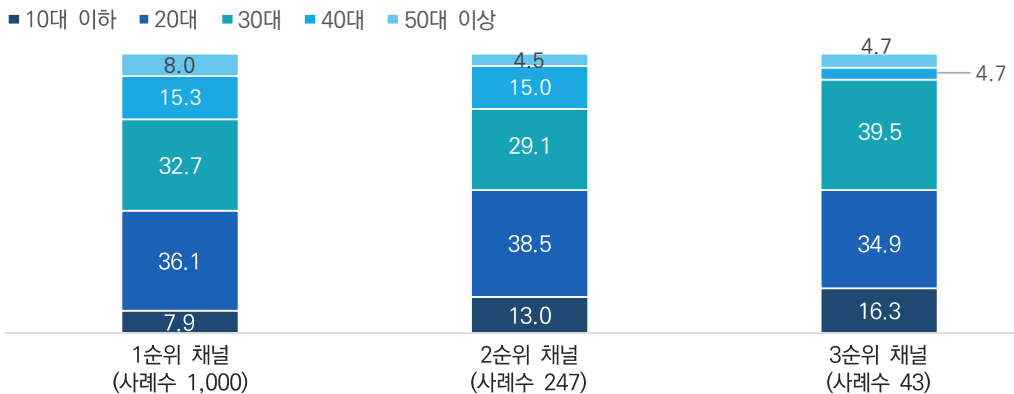


표 2-32 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(1순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
전체		1,000	7.9	36.1	32.7	15.3	8.0
성별	남성	644	7.3	33.2	33.5	17.1	8.9
	여성	356	9.0	41.3	31.2	12.1	6.5
연령별	20대 이하	313	15.7	66.5	13.1	3.2	1.6
	30대	421	4.0	29.7	52.5	10.5	3.3
	40대	186	7.0	11.3	29.0	40.3	12.4
	50대 이상	80	0.0	8.8	13.8	30.0	47.5
구독자 수	1만명 미만	475	5.3	34.1	37.7	16.2	6.7
	1만~10만명 미만	376	9.0	35.4	30.3	15.2	10.1
	10만명 이상	149	13.4	44.3	22.8	12.8	6.7
콘텐츠 장르	게임	91	30.8	53.8	13.2	2.2	0.0
	음악/댄스	72	8.3	55.6	18.1	12.5	5.6
	푸드/쿠킹	51	2.0	37.3	39.2	13.7	7.8
	문화예술	39	17.9	46.2	23.1	10.3	2.6
	라이프스타일	248	4.4	40.3	33.5	15.7	6.0
	엔터테인먼트	86	5.8	41.9	31.4	16.3	4.7
	정보전달	202	2.5	25.2	34.2	22.8	15.3
	IT/기술/과학	35	0.0	20.0	54.3	17.1	8.6
취미 등	176	9.1	23.3	42.6	14.8	10.2	

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-33 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(2순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
전체		247	13.0	38.5	29.1	15.0	4.5
성별	남성	151	7.3	37.1	30.5	18.5	6.6
	여성	96	21.9	40.6	27.1	9.4	1.0
연령별	20대 이하	65	16.9	60.0	15.4	6.2	1.5
	30대	109	11.0	36.7	39.4	11.0	1.8
	40대	50	16.0	18.0	32.0	26.0	8.0
	50대 이상	23	4.3	30.4	13.0	34.8	17.4
구독자 수	1만명 미만	116	12.1	37.1	26.7	19.0	5.2
	1만~10만명 미만	83	14.5	33.7	33.7	13.3	4.8
	10만명 이상	48	12.5	50.0	27.1	8.3	2.1
콘텐츠 장르	게임	19	10.5	57.9	15.8	5.3	10.5
	음악/댄스	17	11.8	35.3	35.3	17.6	0.0
	푸드/쿠킹	19	21.1	36.8	26.3	10.5	5.3
	문화예술	13	30.8	30.8	23.1	15.4	0.0
	라이프스타일	57	7.0	45.6	28.1	14.0	5.3
	엔터테인먼트	23	8.7	43.5	30.4	17.4	0.0
	정보전달	39	17.9	23.1	28.2	20.5	10.3
	IT/기술/과학	8	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0
	취미 등	52	13.5	38.5	28.8	17.3	1.9

표 2-34 수익 발생 현황 - 구독자 연령대(3순위 채널)

(단위 : %)

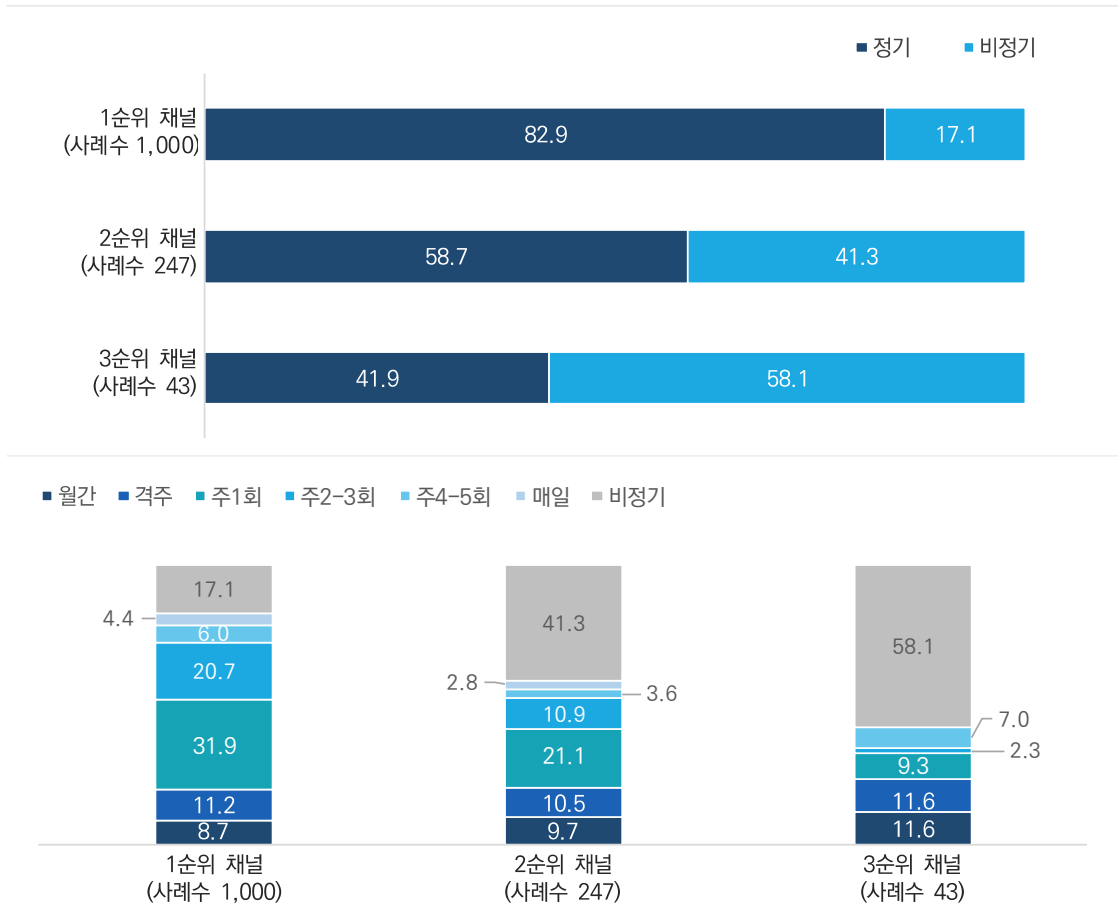
		사례수	10대 이하	20대	30대	40대	50대 이상
전체		43	16.3	34.9	39.5	4.7	4.7
성별	남성	30	6.7	33.3	50.0	3.3	6.7
	여성	13	38.5	38.5	15.4	7.7	0.0
연령별	20대 이하	8	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0
	30대	20	10.0	35.0	45.0	0.0	10.0
	40대	13	23.1	15.4	46.2	15.4	0.0
	50대 이상	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	19	10.5	15.8	57.9	5.3	10.5
	1만~10만명 미만	15	20.0	53.3	20.0	6.7	0.0
	10만명 이상	9	22.2	44.4	33.3	0.0	0.0
콘텐츠 장르	게임	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	음악/댄스	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	문화예술	4	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	라이프스타일	9	22.2	11.1	44.4	11.1	11.1
	엔터테인먼트	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	정보전달	9	11.1	11.1	66.7	11.1	0.0
	IT/기술/과학	4	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0
	취미 등	6	16.7	50.0	16.7	0.0	16.7

#### 4) 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기

- \* 수익 발생 현황 조사 결과 콘텐츠를 정기적으로 게시하는 창작자는 1순위 채널 기준 82.9%로 나타났으며, 수익 발생 정도가 낮아질수록 비정기적으로 게시하는 경향이 있음
- \* 게시 주기로는 '주 1회' 게시가 1순위 채널과 2순위 채널 각각 31.9%, 21.1%의 응답률을 보였고, 3순위 채널은 '격주', 혹은 '월간'으로 게시한다는 비율이 모두 11.6%로 조사됨

그림 2-20 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-35 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(1순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	월간	격주	주1회	주2~3회	주4~5회	매일	비정기
전체		1,000	8.7	11.2	31.9	20.7	6.0	4.4	17.1
성별	남성	644	9.5	10.2	29.5	23.8	5.9	4.8	16.3
	여성	356	7.3	12.9	36.2	15.2	6.2	3.7	18.5
연령별	20대 이하	313	9.3	12.5	25.6	22.7	6.1	5.1	18.8
	30대	421	7.6	10.7	37.5	18.8	5.5	4.5	15.4
	40대	186	8.6	11.3	34.9	17.7	5.4	1.1	21.0
	50대 이상	80	12.5	8.8	20.0	30.0	10.0	8.8	10.0
구독자 수	1만명 미만	475	11.8	12.8	27.6	15.4	6.1	3.4	22.9
	1만~10만명 미만	376	6.6	10.1	36.7	23.1	5.3	4.8	13.3
	10만명 이상	149	4.0	8.7	33.6	31.5	7.4	6.7	8.1
콘텐츠 장르	게임	91	4.4	8.8	15.4	23.1	14.3	13.2	20.9
	음악/댄스	72	11.1	15.3	27.8	20.8	4.2	2.8	18.1
	푸드/쿠킹	51	5.9	11.8	33.3	13.7	7.8	7.8	19.6
	문화예술	39	5.1	12.8	20.5	33.3	10.3	0.0	17.9
	라이프스타일	248	9.7	14.5	38.3	20.6	4.4	2.4	10.1
	엔터테인먼트	86	4.7	12.8	33.7	23.3	4.7	3.5	17.4
	정보전달	202	8.9	6.4	31.2	21.8	7.4	5.0	19.3
	IT/기술/과학	35	14.3	11.4	28.6	25.7	11.4	2.9	5.7
취미 등	176	10.8	10.2	35.8	15.3	1.1	3.4	23.3	

표 2-36 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(2순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	월간	격주	주1회	주2~3회	주4~5회	매일	비정기
전체		247	9.7	10.5	21.1	10.9	3.6	2.8	41.3
성별	남성	151	10.6	10.6	21.9	10.6	4.0	2.6	39.7
	여성	96	8.3	10.4	19.8	11.5	3.1	3.1	43.8
연령별	20대 이하	65	4.6	10.8	20.0	9.2	4.6	0.0	50.8
	30대	109	11.9	10.1	21.1	13.8	2.8	2.8	37.6
	40대	50	8.0	10.0	24.0	10.0	2.0	6.0	40.0
구독자 수	50대 이상	23	17.4	13.0	17.4	4.3	8.7	4.3	34.8
	1만명 미만	116	9.5	12.9	20.7	12.9	4.3	2.6	37.1
	1만~10만명 미만	83	7.2	9.6	21.7	8.4	1.2	3.6	48.2
콘텐츠 장르	10만명 이상	48	14.6	6.3	20.8	10.4	6.3	2.1	39.6
	게임	19	10.5	10.5	15.8	0.0	0.0	5.3	57.9
	음악/댄스	17	11.8	11.8	23.5	0.0	5.9	5.9	41.2
	푸드/쿠킹	19	10.5	0.0	21.1	31.6	26.3	5.3	5.3
	문화예술	13	7.7	15.4	38.5	0.0	0.0	0.0	38.5
	라이프스타일	57	8.8	12.3	17.5	17.5	0.0	1.8	42.1
	엔터테인먼트	23	8.7	17.4	30.4	4.3	4.3	0.0	34.8
	정보전달	39	7.7	7.7	20.5	7.7	5.1	5.1	46.2
	IT/기술/과학	8	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0
취미 등	52	11.5	9.6	17.3	13.5	0.0	1.9	46.2	

표 2-37 수익 발생 현황 - 콘텐츠 게시 주기(3순위 채널)

(단위 : %)

		사례수	월간	격주	주1회	주2~3회	주4~5회	매일	비정기
전체		43	11.6	11.6	9.3	2.3	7.0	-	58.1
성별	남성	30	13.3	13.3	13.3	0.0	6.7	-	53.3
	여성	13	7.7	7.7	0.0	7.7	7.7	-	69.2
연령별	20대 이하	8	12.5	25.0	0.0	12.5	0.0	-	50.0
	30대	20	20.0	10.0	15.0	0.0	10.0	-	45.0
	40대	13	0.0	0.0	7.7	0.0	7.7	-	84.6
구독자 수	50대 이상	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	-	50.0
	1만명 미만	19	10.5	10.5	10.5	0.0	10.5	-	57.9
	1만~10만명 미만	15	13.3	13.3	6.7	6.7	0.0	-	60.0
콘텐츠 장르	10만명 이상	9	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1	-	55.6
	게임	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	100.0
	음악/댄스	3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	-	33.3
	푸드/쿠킹	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0
	문화예술	4	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	-	25.0
	라이프스타일	9	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	-	77.8
	엔터테인먼트	3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	-	33.3
	정보전달	9	11.1	0.0	11.1	0.0	11.1	-	66.7
	IT/기술/과학	4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	-	75.0
취미 등	6	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	-	66.7	

### 5) 구독자 확보 위한 활동

- \* 구독자 확보를 위한 활동으로 '주제와 일관된 영상'이 35.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '영상을 자주 게시함'(31.4%), '눈에 띄는 썸네일'(12.6%) 등의 응답 순을 보임
- \* '구독자 수 10만 명 이상'의 창작자 중 41.6%가 '영상을 자주 게시 한다'고 응답해 상대적으로 높게 나타남
- \* '문화예술' 장르의 경우 구독자 확보를 위한 활동으로 '높은 영상 퀄리티'를 활용한다는 응답이 25.6%로 타 장르에 비해 높게 나타남

그림 2-21 구독자 확보 위한 활동

(단위 : %)

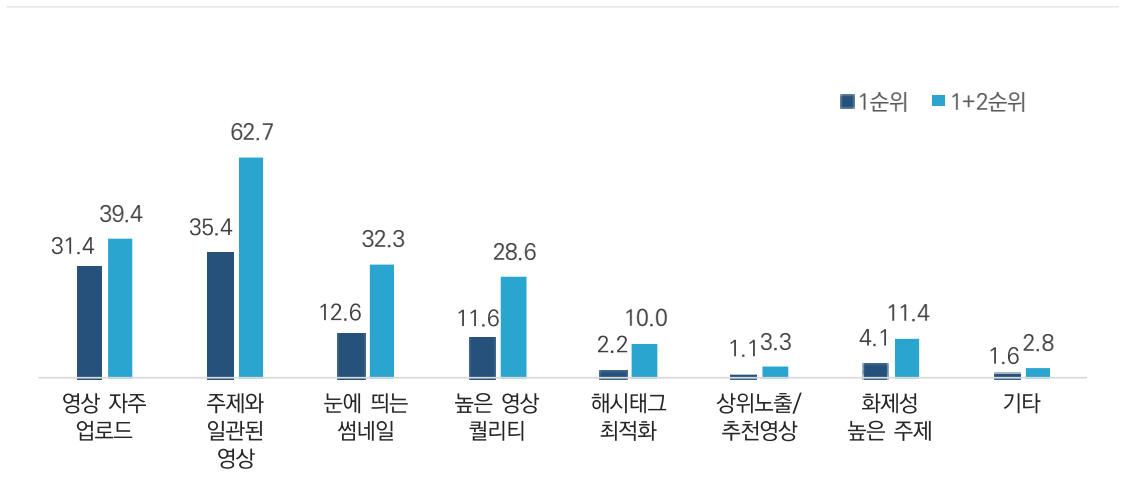


표 2-38 구독자 확보 위한 활동(1순위)

(단위 : %)

		사례수	영상을 자주 게시 함	채널 주제와 일관된 영상	눈에 띄는 썸네일 (사진과 문구)	높은 영상 퀄리티	해시태그 (검색) 최적화	상위노출/추천영상	화제성 높은 주제선정	기타
전체		1,000	31.4	35.4	12.6	11.6	2.2	1.1	4.1	1.6
성별	남성	644	34.9	34.0	10.4	10.9	1.9	1.2	5.0	1.7
	여성	356	25.0	37.9	16.6	12.9	2.8	0.8	2.5	1.4
연령별	20대 이하	313	31.6	31.0	13.1	14.7	2.6	1.0	5.8	0.3
	30대	421	27.3	38.5	12.1	13.1	1.9	1.7	2.6	2.9
	40대	186	34.9	36.0	12.9	6.5	2.7	0.0	5.4	1.6
	50대 이상	80	43.8	35.0	12.5	3.8	1.3	1.3	2.5	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	27.6	37.3	13.9	9.5	3.6	1.5	4.4	2.3
	1만~10만명 미만	376	32.2	37.2	11.4	12.8	1.1	0.8	4.0	0.5
	10만명 이상	149	41.6	24.8	11.4	15.4	0.7	0.7	3.4	2.0
콘텐츠 장르	게임	91	37.4	30.8	14.3	7.7	3.3	0.0	6.6	0.0
	음악/댄스	72	33.3	29.2	11.1	16.7	2.8	0.0	5.6	1.4
	푸드/쿠킹	51	33.3	35.3	9.8	13.7	2.0	0.0	0.0	5.9
	문화예술	39	35.9	20.5	12.8	25.6	0.0	0.0	5.1	0.0
	라이프스타일	248	35.9	32.3	14.9	9.3	2.4	0.8	3.2	1.2
	엔터테인먼트	86	30.2	33.7	15.1	11.6	1.2	2.3	4.7	1.2
	정보전달	202	32.2	44.6	6.4	10.4	1.0	2.0	3.0	0.5
	IT/기술/과학	35	25.7	37.1	5.7	17.1	2.9	0.0	8.6	2.9
취미 등	176	20.5	38.1	17.0	11.4	3.4	1.7	4.5	3.4	

## 2절. 콘텐츠 제작 활동

### 1. 콘텐츠 장르

#### 1) 게시된 콘텐츠 장르

- \* 플랫폼에 게시된 콘텐츠 장르로는 ‘라이프스타일’이 57.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘취미 등’ 44.6%, ‘정보전달’ 37.4%, ‘엔터테인먼트’ 28.6% 등의 응답 순이 나타남
- \* 20대 이하에 연령대에서는 ‘게임’ 콘텐츠를 게시하는 비중이 24.9%로 타 연령대 대비 상대적으로 높게 나타난 반면, 50대 이상 연령대에서는 ‘정보전달’ 콘텐츠를 제공하는 비중이 57.5%로 타 연령대 대비 상대적으로 높은 응답이 나타남
- \* 구독자 수가 ‘1만 명 미만’으로 적은 경우 ‘라이프스타일’(65.1%) 콘텐츠를 게시한 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타남

그림 2-22 게시된 콘텐츠 장르(복수응답)

(단위 : %)

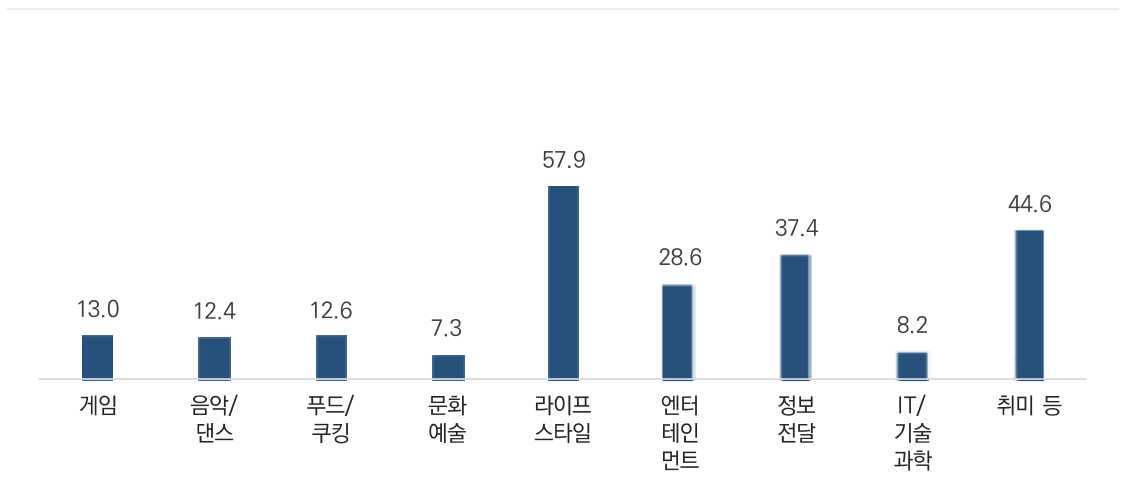


표 2-39 게시된 콘텐츠 장르(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	게임	음악/ 댄스	푸드/ 쿠킹	문화 예술	라이프 스타일	엔터 테인먼트	정보 전달	IT/ 기술 과학	취미 등
전체		1,000	13.0	12.4	12.6	7.3	57.9	28.6	37.4	8.2	44.6
성별	남성	644	16.6	11.6	10.9	7.8	44.9	30.9	39.6	11.0	37.6
	여성	356	6.5	13.8	15.7	6.5	81.5	24.4	33.4	3.1	57.3
연령별	20대 이하	313	24.9	17.3	12.1	7.0	58.8	29.4	22.0	7.0	29.4
	30대	421	8.8	12.1	14.7	8.1	59.6	28.0	39.9	7.8	52.5
	40대	186	7.0	8.1	10.8	8.1	58.1	33.3	48.9	9.1	57.0
	50대 이상	80	2.5	5.0	7.5	2.5	45.0	17.5	57.5	12.5	33.8
구독자 수	1만명 미만	475	11.8	11.8	16.4	7.4	65.1	26.5	34.1	8.4	52.4
	1만~10만명 미만	376	12.8	11.2	6.9	6.6	52.7	27.9	42.3	7.7	35.1
	10만명 이상	149	17.4	17.4	14.8	8.7	48.3	36.9	35.6	8.7	43.6
콘텐츠 장르	게임	91	100.0	3.3	6.6	4.4	12.1	18.7	4.4	8.8	23.1
	음악/댄스	72	5.6	100.0	4.2	0.0	27.8	33.3	9.7	0.0	15.3
	푸드/쿠킹	51	7.8	5.9	100.0	7.8	52.9	15.7	15.7	3.9	41.2
	문화예술	39	12.8	10.3	2.6	100.0	7.7	33.3	12.8	0.0	30.8
	라이프스타일	248	4.8	6.5	12.9	1.6	135.5	21.8	16.9	4.0	37.1
	엔터테인먼트	86	8.1	12.8	9.3	11.6	41.9	116.3	27.9	3.5	30.2
	정보전달	202	0.0	5.0	3.0	2.0	26.7	15.3	117.8	8.4	19.8
	IT/기술/과학	35	11.4	0.0	8.6	2.9	31.4	14.3	51.4	100.0	17.1
취미 등	176	1.7	2.8	9.1	4.0	46.0	19.3	15.9	4.0	123.3	

## 2) 주 콘텐츠 장르

- \* 주 콘텐츠 장르는 ‘라이프스타일’이 24.8%로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘정보 전달’(20.2%), ‘취미 등’(17.6%), ‘게임’(9.1%), ‘엔터테인먼트’(8.6%) 등의 응답 순을 보임
- \* 특히 ‘게임’ 콘텐츠가 주 장르라고 응답한 비중은 ‘20대 이하’(20.8%)에서 상대적으로 높게 나타났고, ‘정보전달’ 콘텐츠의 경우 ‘구독자 수 1만~10만 명 미만’(25.3%)에서 높게 나타남

그림 2-23 주 콘텐츠 장르

(단위 : %)

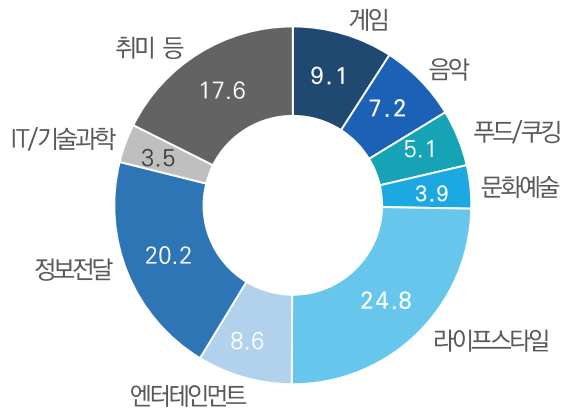


표 2-40 주 콘텐츠 장르

(단위 : %)

		사례수	게임	음악/ 댄스	푸드/ 쿠킹	문화 예술	라이프 스타일	엔터 테인먼트	정보 전달	IT/ 기술 과학	취미 등
전체		1,000	9.1	7.2	5.1	3.9	24.8	8.6	20.2	3.5	17.6
성별	남성	644	12.4	6.8	5.3	4.5	18.5	9.5	22.4	5.1	15.5
	여성	356	3.1	7.9	4.8	2.8	36.2	7.0	16.3	0.6	21.3
연령별	20대 이하	313	20.8	12.1	4.8	4.5	26.8	8.9	10.2	2.2	9.6
	30대	421	4.3	5.5	5.7	3.8	24.2	8.8	21.6	3.6	22.6
	40대	186	4.3	3.8	4.3	4.3	24.7	7.5	26.9	4.3	19.9
	50대 이상	80	0.0	5.0	5.0	1.3	20.0	8.8	36.3	6.3	17.5
구독자 수	1만명 미만	475	7.8	6.5	6.1	2.5	28.2	7.8	17.9	2.9	20.2
	1만~10만명 미만	376	9.3	7.4	2.7	4.5	23.1	8.8	25.3	3.5	15.4
	10만명 이상	149	12.8	8.7	8.1	6.7	18.1	10.7	14.8	5.4	14.8
콘텐츠 장르	게임	91	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악/댄스	72	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	51	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	문화예술	39	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	라이프스타일	248	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	엔터테인먼트	86	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	정보전달	202	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	IT/기술/과학	35	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
취미 등	176	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	

### 3) 주 콘텐츠 장르 선정 이유

- \* 주 콘텐츠 장르 선정 이유는 '개인적으로 선호하는 장르'라는 응답이 49.2%로 가장 높게 나타났고, '전문성 있는 분야'(25.0%), '화제성이 높은 장르'(8.4%) 등의 응답 순이 나타남
- \* '정보전달' 콘텐츠의 경우 창작자가 주 콘텐츠로 선정한 이유로 '전문성이 있는 분야라서'(49.0%) 선정했다는 응답이, '엔터테인먼트' 콘텐츠의 경우 '개인적으로 선호하는 장르여서'(46.5%) 선정했다는 응답이 상대적으로 많이 나타남

그림 2-24 주 콘텐츠 장르 선정 이유

(단위 : %)

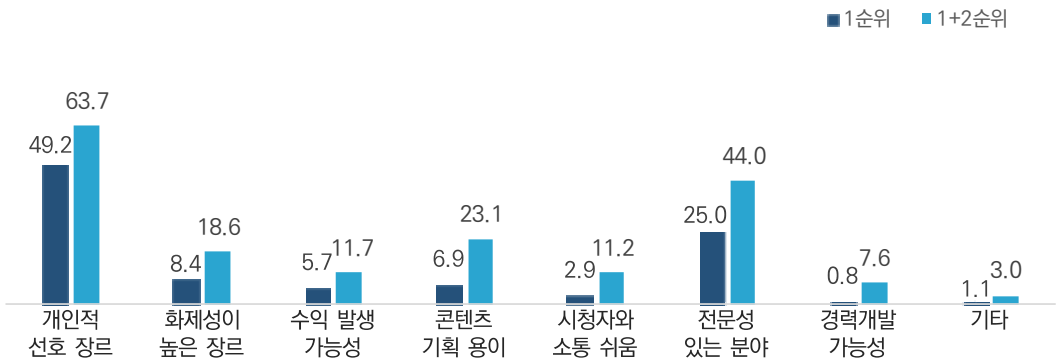


표 2-41 주 콘텐츠 장르 선정 이유(1순위)

(단위 : %)

		사례수	개인적으로 선호하는 장르라서	화제성(대중성)이 높은 장르여서	수익 발생 가능성이 높아서	콘텐츠 기획(또는 제작)이 쉬워서	시청자와 소통이 쉬워서	전문성이 있는 분야라서	경력개발 가능성이 있어서	기타
전체		1,000	49.2	8.4	5.7	6.9	2.9	25.0	0.8	1.1
성별	남성	644	48.3	8.2	6.1	6.2	3.3	26.2	0.8	0.9
	여성	356	50.8	8.7	5.1	8.1	2.2	22.8	0.8	1.4
연령별	20대 이하	313	55.9	8.9	4.8	7.3	1.6	19.2	0.6	1.6
	30대	421	48.2	8.6	6.9	8.6	3.3	22.6	1.0	1.0
	40대	186	43.5	8.1	4.3	3.2	3.8	34.9	1.1	1.1
	50대 이상	80	41.3	6.3	6.3	5.0	3.8	37.5	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	475	46.1	10.5	6.9	9.7	4.0	20.8	1.1	0.8
	1만~10만명 미만	376	53.2	4.3	4.3	4.5	2.1	29.8	0.5	1.3
	10만명 이상	149	49.0	12.1	5.4	4.0	1.3	26.2	0.7	1.3
콘텐츠 장르	게임	91	61.5	6.6	6.6	9.9	4.4	8.8	0.0	2.2
	음악/댄스	72	45.8	6.9	2.8	6.9	1.4	34.7	0.0	1.4
	푸드/쿠킹	51	47.1	11.8	7.8	3.9	5.9	23.5	0.0	0.0
	문화예술	39	53.8	10.3	7.7	5.1	2.6	20.5	0.0	0.0
	라이프스타일	248	57.7	8.9	6.9	8.5	3.2	13.7	0.0	1.2
	엔터테인먼트	86	46.5	22.1	9.3	5.8	4.7	9.3	2.3	0.0
	정보전달	202	31.7	6.4	3.5	5.4	1.5	49.0	2.0	0.5
	IT/기술/과학	35	42.9	11.4	2.9	11.4	0.0	28.6	2.9	0.0
취미 등	176	54.5	2.8	5.1	5.7	2.8	26.1	0.6	2.3	

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-42 주 콘텐츠 장르 선정 이유(1+2순위)

(단위 : %)

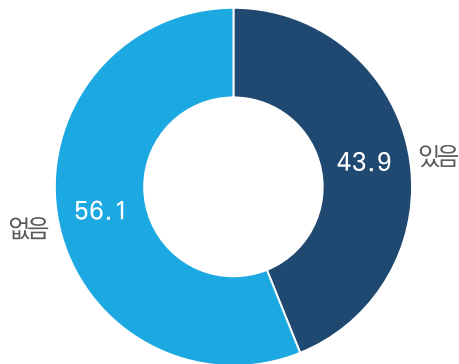
		사례수	개인적으로 선호하는 장르라서	화제성(대중성)이 높고 장르여서	수익 발생 가능성이 높아서	콘텐츠 기획(또는 제작)이 쉬워서	시청자와 소통이 쉬워서	전문성이 있는 분야라서	경력개발 가능성이 있어서	기타
전체		1,000	55.4	31.6	22.2	17.2	18.2	23.8	6.6	2.4
성별	남성	644	53.0	32.4	23.0	17.0	17.4	25.6	5.8	2.6
	여성	356	59.7	30.3	20.7	17.6	19.7	20.7	7.9	2.1
연령별	20대 이하	313	61.6	31.4	20.7	21.5	17.4	18.2	6.6	2.1
	30대	421	52.4	33.2	24.4	16.2	19.7	20.6	5.6	2.4
	40대	186	54.6	30.9	21.1	12.5	15.1	34.2	8.6	3.3
	50대 이상	80	50.0	25.0	17.9	17.9	21.4	39.3	7.1	1.8
구독자 수	1만명 미만	475	55.7	32.3	21.6	19.3	19.3	22.4	5.3	2.0
	1만~10만명 미만	376	55.3	28.4	21.3	16.0	17.4	25.5	7.4	3.9
	10만명 이상	149	54.8	37.4	26.1	13.0	16.5	24.3	8.7	0.0
콘텐츠 장르	게임	91	68.7	32.8	13.4	17.9	26.9	9.0	6.0	6.0
	음악/댄스	72	41.0	31.1	27.9	14.8	21.3	31.1	4.9	1.6
	푸드/쿠킹	51	51.2	32.6	39.5	25.6	11.6	7.0	2.3	0.0
	문화예술	39	56.3	37.5	28.1	12.5	12.5	21.9	6.3	9.4
	라이프스타일	248	59.2	37.0	22.7	15.2	12.8	22.7	6.2	1.4
	엔터테인먼트	86	50.0	29.2	22.2	25.0	18.1	25.0	2.8	1.4
	정보전달	202	51.7	28.2	20.8	12.8	24.8	29.5	11.4	2.0
	IT/기술/과학	35	46.9	34.4	15.6	18.8	21.9	31.3	12.5	0.0
	취미 등	176	60.2	25.2	18.7	20.3	16.3	26.8	4.9	3.3

#### 4) 브랜드 콘텐츠 유무

- \* 브랜드 콘텐츠를 가지고 있는지 여부에 대한 조사 결과, 브랜드 콘텐츠가 없다고 응답한 비율이 56.1%로 있다고 응답한 비율(43.9%)보다 상대적으로 높게 나타남
- \* 콘텐츠 장르별로 브랜드 콘텐츠 보유 비중을 살펴보는 경우 'IT/기술/과학'이 71.4%로 가장 높게 나타났고, 이어서 '푸드/쿠킹'(56.9%), '엔터테인먼트'(47.7%) 등의 순으로 나타남

그림 2-25 브랜드 콘텐츠 유무

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-43 브랜드 콘텐츠 유무

(단위 : %)

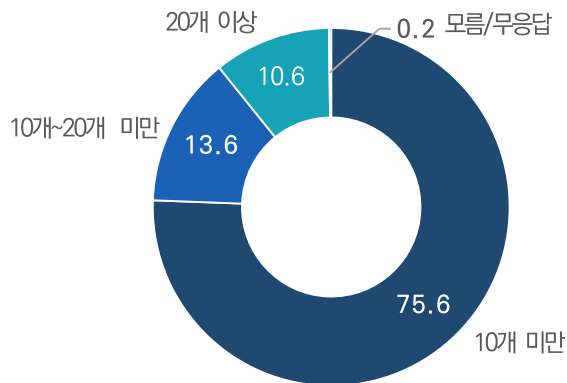
		사례수	예	아니오
전체		1,000	43.9	56.1
성별	남성	644	39.9	60.1
	여성	356	51.1	48.9
연령별	20대 이하	313	44.7	55.3
	30대	421	50.4	49.6
	40대	186	37.6	62.4
	50대 이상	80	21.3	78.8
구독자 수	1만명 미만	475	34.3	65.7
	1만~10만명 미만	376	50.5	49.5
	10만명 이상	149	57.7	42.3
콘텐츠 장르	게임	91	37.4	62.6
	음악/댄스	72	40.3	59.7
	푸드/쿠킹	51	56.9	43.1
	문화예술	39	43.6	56.4
	라이프스타일	248	45.2	54.8
	엔터테인먼트	86	47.7	52.3
	정보전달	202	39.1	60.9
	IT/기술/과학	35	71.4	28.6
취미 등	176	41.5	58.5	

## 5) 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠 수

- \* 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠의 수는 '10개 미만'이라고 응답한 비율이 75.6%로 가장 높게 나타남
- \* '20개 이상'을 응답하여 최근 한 달 동안 상대적으로 많은 콘텐츠를 게시한 집단은 '50대 이상'(22.5%), '구독자 수 10만 명 이상'(13.4%), '게임'(17.6%) 콘텐츠 등으로 나타남
- \* 전체적으로 최근 한 달간 평균 7.59개의 콘텐츠를 게시한 것으로 나타남

그림 2-26 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠 수

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-44 최근 한 달 동안 게시한 콘텐츠 수

(단위 : %, 개)

		사례수	10개 미만	10개 ~ 20개 미만	20개 이상	모름/무응답	평균
전체		1,000	75.6	13.6	10.6	0.2	7.59
성별	남성	647	72.8	15.5	11.3	0.3	7.96
	여성	353	80.6	10.1	9.3	0.0	6.90
연령별	20대 이하	302	77.6	12.8	9.6	0.0	6.98
	30대	421	77.2	12.1	10.2	0.5	7.42
	40대	195	75.3	16.7	8.1	0.0	6.78
	50대 이상	82	60.0	17.5	22.5	0.0	12.70
구독자 수	1만명 미만	492	78.5	12.0	9.3	0.2	6.63
	1만~10만명 미만	363	76.1	12.8	11.2	0.0	7.86
	10만명 이상	145	65.1	20.8	13.4	0.7	9.96
콘텐츠 장르	게임	94	56.0	26.4	17.6	0.0	9.81
	음악/댄스	75	76.4	18.1	4.2	1.4	5.97
	푸드/쿠킹	52	74.5	11.8	13.7	0.0	7.31
	문화예술	38	74.4	10.3	15.4	0.0	8.36
	라이프스타일	237	79.4	11.3	9.3	0.0	7.40
	엔터테인먼트	87	75.6	12.8	11.6	0.0	8.69
	정보전달	209	74.8	13.4	11.4	0.5	7.61
	IT/기술/과학	38	74.3	8.6	17.1	0.0	9.86
취미 등	170	81.8	11.4	6.8	0.0	6.23	

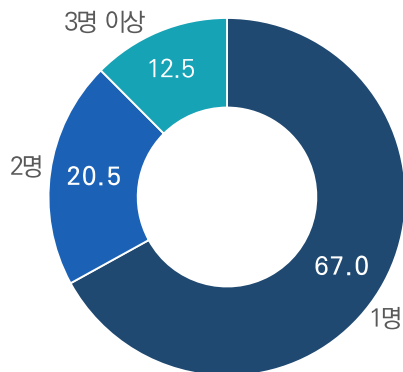
## 2. 콘텐츠 제작 인력 현황

### 1) 콘텐츠 한 편당 평균 제작인원

- \* 콘텐츠 한 편당 평균 제작 인원으로는 '1명'이 67.0%로 가장 주된 응답으로 나타남
- \* '엔터테인먼트', '음악/댄스' 장르의 경우 3명 이상이 제작에 참여하는 비중이 각각 24.4%, 22.2%로 타 장르 대비 평균 제작 인원이 상대적으로 많게 나타남
- \* 평균적으로 콘텐츠 한 편당 1.6명이 참여하는 것으로 나타남

그림 2-27 콘텐츠 한 편당 평균 제작인원

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-45 콘텐츠 한 편 당 평균 제작인원

(단위 : %, 명)

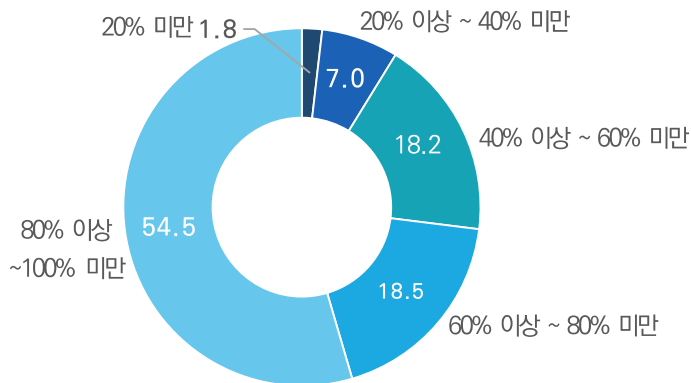
		사례수	1명	2명	3명이상	평균
전체		1,000	67.0	20.5	12.5	1.60
성별	남성	647	68.9	19.4	11.6	1.54
	여성	353	63.5	22.5	14.0	1.72
연령별	20대 이하	302	71.2	15.7	13.1	1.66
	30대	421	65.6	21.1	13.3	1.57
	40대	195	63.4	26.3	10.2	1.64
	50대 이상	82	66.3	22.5	11.3	1.49
구독자 수	1만명 미만	492	70.5	16.6	12.8	1.57
	1만~10만명 미만	363	69.1	22.3	8.5	1.53
	10만명 이상	145	50.3	28.2	21.5	1.88
콘텐츠 장르	게임	94	73.6	16.5	9.9	1.44
	음악/댄스	75	59.7	18.1	22.2	1.96
	푸드/쿠킹	52	68.6	17.6	13.7	1.49
	문화예술	38	61.5	28.2	10.3	1.97
	라이프스타일	237	58.9	27.8	13.3	1.67
	엔터테인먼트	87	61.6	14.0	24.4	1.99
	정보전달	209	78.7	18.3	3.0	1.24
	IT/기술/과학	38	85.7	2.9	11.4	1.31
취미 등	170	64.2	21.6	14.2	1.68	

## 2) 콘텐츠 제작 시 본인 참여 비중

- \* 콘텐츠 제작에 2인 이상 참여한다고 응답한 대상 중 본인이 참여하는 비중으로는 '80% 이상'(54.5%), '60% 이상~80% 미만'(18.5%), '40% 이상~60% 미만'(18.2%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 본인이 콘텐츠 제작에 '80% 이상~100% 미만 참여'한다고 응답한 비율은 '30대'(60.0%), '구독자 수 1만~10만 명 미만'(60.3%), '라이프스타일'(63.7%) 장르 등에서 상대적으로 높게 나타남
- \* 2인 이상의 인원이 콘텐츠 한 편 제작에 참여할 경우, 본인의 참여 비중은 평균 72.53%인 것으로 나타남

그림 2-28 콘텐츠 제작 시 본인 참여 비중

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 한 편당 평균 제작인원 2인 이상

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-46 콘텐츠 제작 시 본인 참여 비중

(단위 : %)

		사례수	20% 미만	20%이상 ~ 40%미만	40%이상 ~ 60%미만	60%이상 ~ 80%미만	80% 이상~ 100% 미만	평균
전체		330	1.8	7.0	18.2	18.5	54.5	72.53
성별	남성	200	2.0	4.5	22.0	15.5	56.0	73.16
	여성	130	1.5	10.8	12.3	23.1	52.3	71.57
연령별	20대 이하	90	2.2	8.9	18.9	22.2	47.8	69.11
	30대	145	2.1	6.9	14.5	16.6	60.0	74.19
	40대	68	1.5	1.5	19.1	20.6	57.4	77.04
	50대 이상	27	0.0	14.8	33.3	11.1	40.7	63.67
구독자 수	1만명 미만	140	2.1	9.3	18.6	16.4	53.6	71.05
	1만~10만명 미만	116	0.9	5.2	17.2	16.4	60.3	75.98
	10만명 이상	74	2.7	5.4	18.9	25.7	47.3	69.92
콘텐츠 장르	게임	24	4.2	0.0	16.7	29.2	50.0	71.54
	음악/댄스	29	3.4	13.8	17.2	27.6	37.9	64.83
	푸드/쿠킹	16	0.0	18.8	25.0	25.0	31.3	63.13
	문화예술	15	0.0	6.7	26.7	20.0	46.7	67.33
	라이프스타일	102	2.0	3.9	16.7	13.7	63.7	76.40
	엔터테인먼트	33	3.0	9.1	15.2	9.1	63.6	74.03
	정보전달	43	0.0	7.0	23.3	16.3	53.5	73.79
	IT/기술/과학	5	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	58.00
취미 등	63	1.6	7.9	14.3	19.0	57.1	73.32	

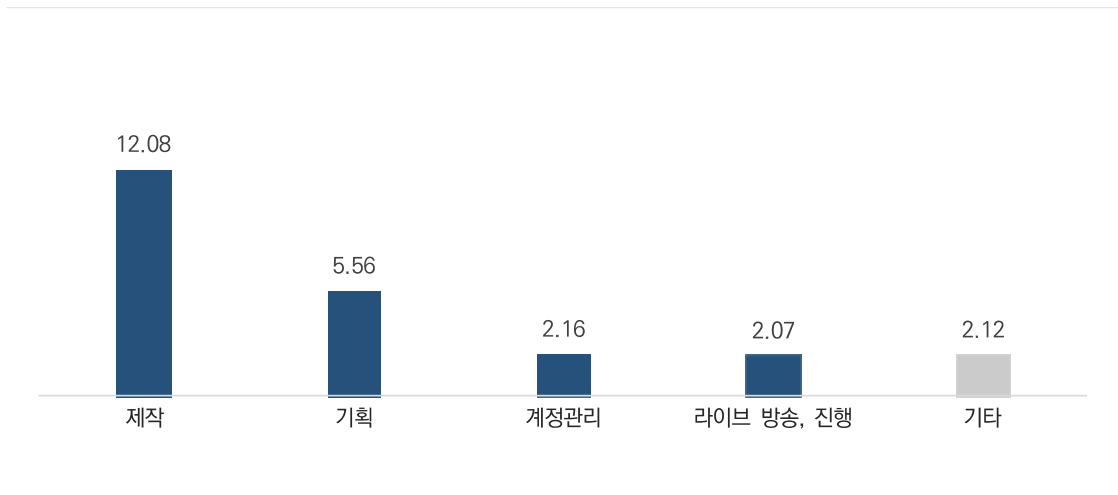
Base : 콘텐츠 한 편당 평균 제작인원 2인 이상

### 3) 콘텐츠 한 편당 평균 제작 시간

- \* 콘텐츠 한 편당 평균 제작 시간 조사 결과 '제작' 단계가 12.08시간으로 가장 많은 시간이 소요되는 것으로 나타남. 이어서 '기획'(5.56시간), '계정관리' (2.16시간), '라이브 방송, 진행'(2.07시간) 등의 응답 순이 나타남
- \* '문화예술' 콘텐츠의 경우 '제작'과 '기획' 단계에 소요되는 시간이 각각 21.21시간, 11.72시간으로 나타나, 타 장르 대비 두 단계에서 더 많은 시간을 소요하는 것으로 보임

그림 2-29 콘텐츠 한 편당 평균 제작 시간

(단위 : 시간)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-47 콘텐츠 한 편 당 평균 제작 시간

(단위 : 시간)

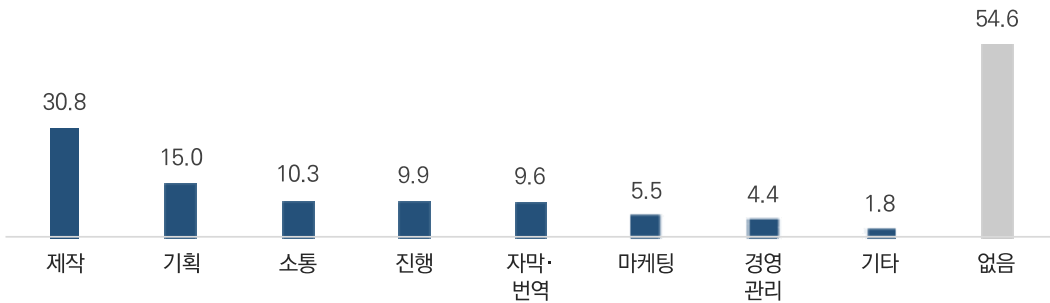
		사례수	기획	제작	라이브 방송, 진행	계정관리	기타
전체		1,000	5.56	12.08	2.07	2.16	2.12
성별	남성	644	5.32	10.81	1.95	1.96	1.96
	여성	356	6.00	14.36	2.27	2.52	2.40
연령별	20대 이하	313	5.22	12.08	1.82	2.01	2.00
	30대	421	5.63	13.58	1.94	1.84	1.99
	40대	186	5.45	10.82	2.47	3.15	2.42
	50대 이상	80	6.85	7.07	2.74	2.18	2.55
구독자 수	1만명 미만	475	4.98	9.91	2.51	2.25	2.46
	1만~10만명 미만	376	5.93	13.78	1.57	2.13	1.73
	10만명 이상	149	6.48	14.67	1.91	1.95	2.04
콘텐츠 장르	게임	91	3.07	7.44	2.13	1.07	1.07
	음악/댄스	72	4.45	10.24	1.86	2.17	1.86
	푸드/쿠킹	51	3.62	8.78	1.52	1.81	1.38
	문화예술	39	11.72	21.21	2.01	1.98	3.37
	라이프스타일	248	5.23	11.93	2.24	2.71	2.34
	엔터테인먼트	86	5.31	13.97	1.60	2.12	2.83
	정보전달	202	4.21	6.71	1.41	1.45	1.15
	IT/기술/과학	35	8.37	14.89	1.29	1.86	1.77
	취미 등	176	8.10	19.03	3.17	2.99	3.24

#### 4) 비정기 참여인력의 역할

- \* 비정기 참여인력 조사 결과 비정기 참여인력 없이 제작을 진행한다는 응답이 54.6%로 가장 높게 나타남
- \* 한편 '구독자 수 10만 명 이상', '엔터테인먼트' 장르 창작자는 비정기 참여인력 없이 제작을 진행한다는 응답이 각각 36.9%, 38.4%로 상대적으로 적게 나타남
- \* 비정기 참여인력 이용 시 '제작'에 활용하는 경우가 30.8%로 가장 많았고, '기획'(15.0%), '소통'(10.3%), '진행'(9.9%), '자막·번역'(9.6%), '마케팅'(5.5%), '경영관리'(4.4%), '기타'(1.8%) 등의 순으로 응답이 나타남

그림 2-30 비정기 참여인력의 역할(복수응답)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-48 비정기 참여인력의 역할(복수응답)

(단위 : %)

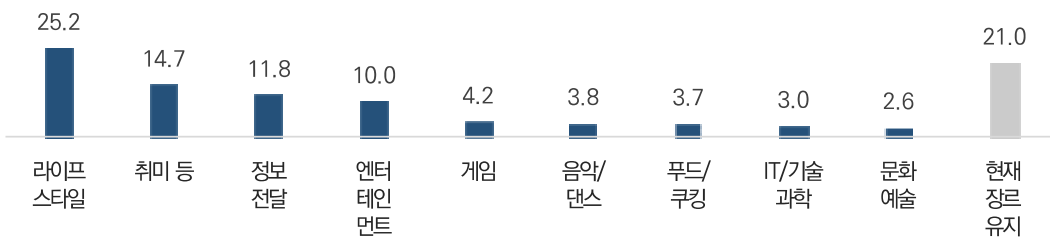
		사례수	기획	제작 (촬영· 편집)	진행	소통 (댓글 관리 등)	자막· 번역	마케팅	경영 관리	기타	비정기적 으로 참여하는 인력 없음
전체		1,000	15.0	30.8	9.9	10.3	9.6	5.5	4.4	1.8	54.6
성별	남성	644	15.8	29.0	11.3	10.2	7.9	4.5	3.9	2.0	55.6
	여성	356	13.5	34.0	7.3	10.4	12.6	7.3	5.3	1.4	52.8
연령별	20대 이하	313	19.5	35.1	8.9	13.1	11.2	6.4	4.8	2.9	51.1
	30대	421	11.6	28.5	10.5	9.3	11.2	4.8	4.5	1.2	57.0
	40대	186	14.5	28.5	10.2	8.6	4.3	4.8	4.3	2.2	55.4
	50대 이상	80	16.3	31.3	10.0	8.8	7.5	7.5	2.5	0.0	53.8
구독자 수	1만명 미만	475	17.7	30.9	10.9	13.5	8.6	6.5	4.8	2.1	52.4
	1만~10만명 미만	376	9.8	24.5	7.4	6.1	8.2	4.8	2.7	1.6	64.4
	10만명 이상	149	19.5	46.3	12.8	10.7	16.1	4.0	7.4	1.3	36.9
콘텐츠 장르	게임	91	15.4	35.2	13.2	11.0	7.7	4.4	4.4	5.5	46.2
	음악/댄스	72	11.1	37.5	13.9	13.9	6.9	11.1	2.8	1.4	51.4
	푸드/쿠킹	51	11.8	27.5	11.8	15.7	11.8	3.9	2.0	0.0	52.9
	문화예술	39	15.4	35.9	5.1	7.7	12.8	2.6	2.6	0.0	61.5
	라이프스타일	248	21.8	35.1	15.3	16.9	13.7	9.3	6.5	1.2	45.2
	엔터테인먼트	86	25.6	43.0	12.8	10.5	15.1	5.8	4.7	5.8	38.4
	정보전달	202	7.9	23.3	5.0	4.5	5.0	2.0	2.5	1.5	68.8
	IT/기술/과학	35	17.1	22.9	11.4	5.7	2.9	5.7	11.4	0.0	65.7
취미 등	176	10.2	23.9	3.4	5.7	8.5	3.4	4.0	0.6	61.9	

## 5) 현재 제작 중인 콘텐츠 장르 외 추가 제작 장르

- \* 현재 제작 중인 콘텐츠 외 향후 2년 내 추가 제작을 고려하고 있는 장르는 ‘라이프스타일’이 25.2%로 가장 높은 응답률을 보였고, ‘취미 등’(14.7%), ‘정보전달’(11.8%), ‘엔터테인먼트’(10.0%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 한편 현재 장르를 유지하겠다는 응답은 평균 21.0%로 나타났는데, ‘IT/기술/과학’ 장르 창작자의 경우 해당 응답이 8.6%로 나타나 상대적으로 적은 비중이 현재 장르를 유지하겠다고 응답함
- \* 2010년부터 2020년까지 ‘음악/댄스’, ‘문화예술’, ‘정보전달’ 장르의 채널들이 차례로 다수 개설되어 인기를 끌었던 것에 이어서 앞으로 ‘라이프스타일’ 채널들이 다수 개설될 것으로 전망됨

그림 2-31 향후 2년 이내 현재 제작 중인 콘텐츠 장르 외 추가 장르

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-49 향후 2년 이내 현재 제작 중인 콘텐츠 장르 외 추가 장르

(단위 : %)

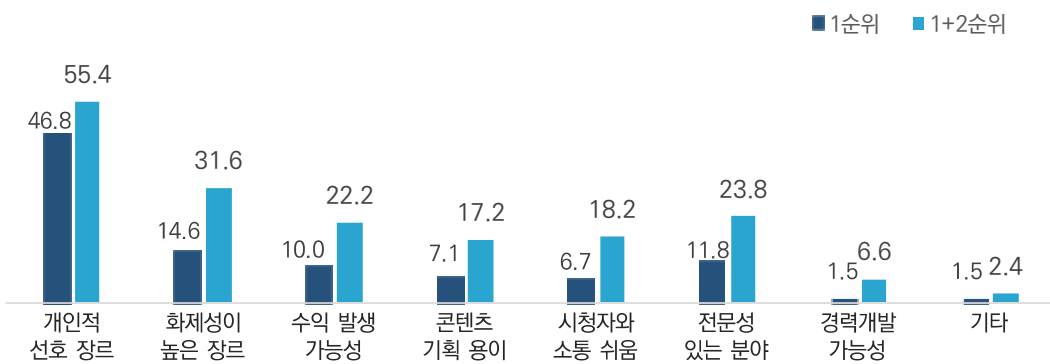
		사례수	게임	음악/ 댄스	푸드/ 쿠킹	문화 예술	라이프 스타일	엔터 테인먼트	정보 전달	IT/ 기술 과학	취미 등	현재 장르 유지
전체		1,000	4.2	3.8	3.7	2.6	25.2	10.0	11.8	3.0	14.7	21.0
성별	남성	644	5.0	3.4	2.5	3.3	21.3	11.5	12.1	4.2	14.4	22.4
	여성	356	2.8	4.5	5.9	1.4	32.3	7.3	11.2	0.8	15.2	18.5
연령별	20대 이하	313	7.0	4.8	4.2	2.9	27.5	9.6	8.6	2.2	10.5	22.7
	30대	421	2.9	4.0	4.8	3.1	25.7	10.7	10.9	2.1	16.6	19.2
	40대	186	3.8	1.6	1.6	2.2	24.2	8.1	17.2	3.8	19.4	18.3
	50대 이상	80	1.3	3.8	1.3	0.0	16.3	12.5	16.3	8.8	10.0	30.0
구독자 수	1만명 미만	475	4.0	3.8	3.4	2.3	28.4	9.3	12.0	2.1	17.5	17.3
	1만~10만명 미만	376	4.0	2.4	3.7	2.7	23.9	8.8	12.5	4.5	12.5	25.0
	10만명 이상	149	5.4	7.4	4.7	3.4	18.1	15.4	9.4	2.0	11.4	22.8
콘텐츠 장르	게임	91	18.7	4.4	2.2	7.7	18.7	6.6	4.4	3.3	7.7	26.4
	음악/댄스	72	5.6	19.4	4.2	1.4	16.7	18.1	8.3	1.4	9.7	15.3
	푸드/쿠킹	51	0.0	5.9	11.8	0.0	23.5	11.8	7.8	2.0	21.6	15.7
	문화예술	39	7.7	0.0	12.8	20.5	5.1	12.8	7.7	2.6	12.8	17.9
	라이프스타일	248	2.4	2.0	4.0	0.0	44.0	6.5	10.9	1.2	14.1	14.9
	엔터테인먼트	86	2.3	9.3	1.2	3.5	19.8	30.2	7.0	2.3	8.1	16.3
	정보전달	202	3.0	1.0	2.5	1.5	22.8	5.9	22.3	2.5	12.4	26.2
	IT/기술/과학	35	5.7	0.0	0.0	5.7	17.1	20.0	11.4	22.9	8.6	8.6
	취미 등	176	1.1	1.1	2.8	1.1	17.6	5.1	10.8	3.4	26.7	30.1

## 6) 추가 제작을 고려하는 장르 선택 이유

\* 추가로 제작을 고려하는 장르 선택 이유로는 ‘개인적으로 선호하는 장르’라는 응답이 46.8%로 가장 높게 나타났고, ‘화제성이 높은 장르’(14.6%), ‘전문성이 있는 분야’(11.8%), ‘수익 발생 가능성 큼’(10.0%), ‘콘텐츠 기획 용이’(7.1%), ‘시청자와 소통 쉬움’(6.7%), ‘경력개발 가능성 있음’(1.5%) 등의 응답 순이 나타남

그림 2-32 추가 장르 선택 이유

(단위 : %)



Base : 현재 장르 외 추가 장르 제작을 시도하고자 하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-50 추가 장르 선택 이유(1순위)

(단위 : %)

		사례수	개인적으로 선호하는 장르라서	화제성(대중성)이 높은 장르여서	수익 발생 가능성이 높아서	콘텐츠 기획(또는 제작)이 쉬워서	시청자와 소통이 쉬워서	전문성이 있는 분야라서	경력개발 가능성이 있어서	기타
전체		790	46.8	14.6	10.0	7.1	6.7	11.8	1.5	1.5
성별	남성	500	44.6	16.2	11.4	7.8	6.0	11.0	1.6	1.4
	여성	290	50.7	11.7	7.6	5.9	7.9	13.1	1.4	1.7
연령별	20대 이하	242	52.9	11.6	9.9	7.4	7.4	8.7	1.2	0.8
	30대	340	43.8	16.5	12.4	7.6	7.1	9.4	1.2	2.1
	40대	152	46.7	14.5	5.9	3.9	5.9	19.7	2.0	1.3
	50대 이상	56	39.3	16.1	7.1	10.7	3.6	17.9	3.6	1.8
구독자 수	1만명 미만	393	45.3	13.7	10.9	7.4	8.4	12.0	1.0	1.3
	1만~10만명 미만	282	47.2	13.8	7.8	8.2	6.0	12.4	2.1	2.5
	10만명 이상	115	51.3	19.1	12.2	3.5	2.6	9.6	1.7	0.0
콘텐츠 장르	게임	67	58.2	16.4	3.0	9.0	9.0	1.5	1.5	1.5
	음악/댄스	61	34.4	21.3	8.2	4.9	13.1	16.4	0.0	1.6
	푸드/쿠킹	43	46.5	16.3	23.3	9.3	0.0	4.7	0.0	0.0
	문화예술	32	43.8	15.6	18.8	3.1	0.0	12.5	0.0	6.3
	라이프스타일	211	52.1	10.0	11.4	7.1	5.2	11.8	1.4	0.9
	엔터테인먼트	72	47.2	15.3	11.1	9.7	8.3	6.9	0.0	1.4
	정보전달	149	40.9	18.8	6.7	4.7	9.4	14.1	4.0	1.3
	IT/기술/과학	32	37.5	12.5	6.3	12.5	9.4	18.8	3.1	0.0
취미 등	123	48.0	12.2	9.8	7.3	4.1	15.4	0.8	2.4	

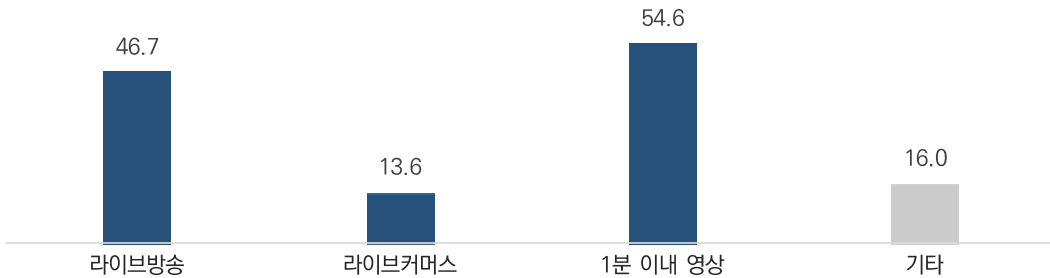
Base : 현재 장르 외 추가 장르 제작을 시도하고자 하는 응답자

## 7) 보유 채널을 통해 경험한 활동

- \* 보유 채널을 통해 경험한 활동을 조사한 결과 ‘1분 이내의 영상’이라고 응답한 비율이 54.6%로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘라이브방송’(46.7%), ‘라이브커머스’(13.6%) 등의 응답 순이 나타남
- \* ‘푸드/쿠킹’ 콘텐츠 창작자의 경우 ‘라이브커머스’를 경험한 비율이 31.4%, ‘게임’ 콘텐츠 창작자는 ‘라이브방송’을 경험한 비율이 74.7%로 상대적으로 타 장르 대비 해당 활동을 더 많이 경험 한 것으로 나타남

그림 2-33 보유 채널을 통해 경험한 활동(복수응답)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-51 보유 채널을 통해 경험한 활동(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	라이브방송	라이브커머스	1분 이내 영상	기타
전체		1,000	46.7	13.6	54.6	16.0
성별	남성	644	50.0	13.5	52.5	15.1
	여성	356	40.7	13.8	58.4	17.7
연령별	20대 이하	313	47.3	13.7	54.3	15.7
	30대	421	48.0	15.2	54.6	16.6
	40대	186	47.3	8.6	54.8	14.0
	50대 이상	80	36.3	16.3	55.0	18.8
구독자 수	1만명 미만	475	37.9	15.8	56.4	14.9
	1만~10만명 미만	376	52.9	10.6	51.9	18.6
	10만명 이상	149	59.1	14.1	55.7	12.8
콘텐츠 장르	게임	91	74.7	6.6	54.9	7.7
	음악/댄스	72	50.0	13.9	56.9	13.9
	푸드/쿠킹	51	47.1	31.4	56.9	11.8
	문화예술	39	35.9	10.3	59.0	20.5
	라이프스타일	248	48.8	17.3	58.5	12.1
	엔터테인먼트	86	39.5	20.9	51.2	14.0
	정보전달	202	48.0	7.4	50.5	18.8
	IT/기술/과학	35	40.0	22.9	45.7	22.9
취미 등	176	33.5	9.1	54.5	23.3	

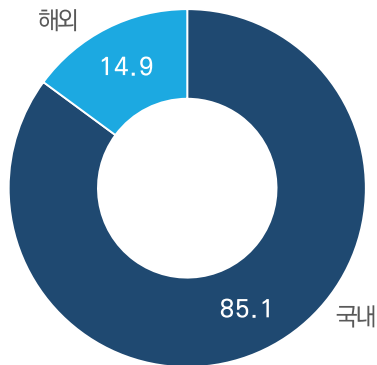
### 3. 콘텐츠 해외시장 진출 현황

#### 1) 콘텐츠 이용자 거주 국가

- \* 콘텐츠 이용자의 국내외 비중을 조사한 결과 대부분이 '국내' 이용자'(85.1%)인 것으로 나타남
- \* 구독자 수가 '10만 명 이상'인 경우 해외 이용자의 비중이 23.9%로 상대적으로 높게 나타났고, 콘텐츠 장르별로 살펴보는 경우 '음악/댄스'(21.4%), '푸드/쿠킹'(18.7%)에서 해외 이용자 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타남

그림 2-34 콘텐츠 이용자 거주 국가

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-52 콘텐츠 이용자 거주 국가

(단위 : %)

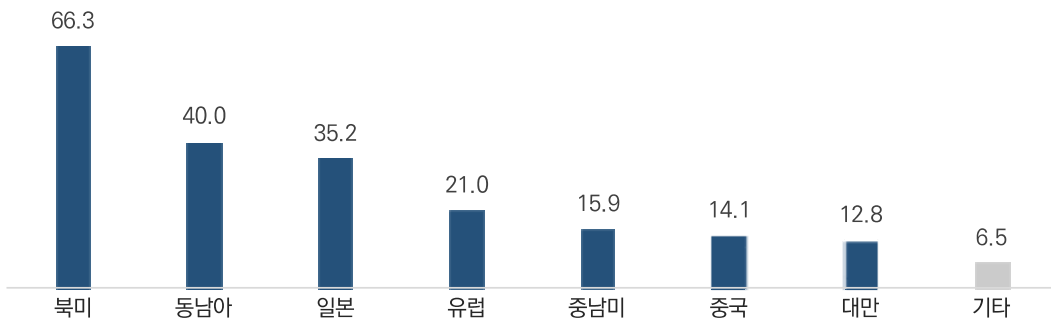
		사례수	국내 이용자	해외 이용자
전체		1,000	85.1	14.9
성별	남성	644	86.5	13.5
	여성	356	82.7	17.3
연령별	20대 이하	313	82.2	17.8
	30대	421	84.9	15.1
	40대	186	89.2	10.8
	50대 이상	80	88.2	11.9
구독자 수	1만명 미만	475	86.7	13.3
	1만~10만명 미만	376	86.7	13.3
	10만명 이상	149	76.1	23.9
콘텐츠 장르	게임	91	92.8	7.2
	음악/댄스	72	78.6	21.4
	푸드/쿠킹	51	81.3	18.7
	문화예술	39	81.8	18.2
	라이프스타일	248	82.8	17.2
	엔터테인먼트	86	81.8	18.2
	정보전달	202	90.6	9.4
	IT/기술/과학	35	87.8	12.2
취미 등	176	83.6	16.4	

## 2) 해외 이용자 거주 국가

- \* 해외 이용자의 국적 조사 결과 '북미 이용자'가 66.3%로 상대적으로 가장 높게 나타났고, '동남아'(40.0%), '일본'(35.2%), '유럽'(21.0%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 콘텐츠 장르 별로 살펴보는 경우, '북미 이용자'의 비중은 '정보전달'(80.2%) 장르에서, '동남아 이용자'의 비중은 '푸드/쿠킹'(63.6%) 장르에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-35 해외 이용자 거주 국가(복수응답)

(단위 : %)



Base : 해외이용자 비중이 1% 이상인 경우

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-53 해외 이용자 거주 국가(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	중국	대만	일본	동남아시아	중남미	북미	유럽	기타
전체		857	14.1	12.8	35.2	40.0	15.9	66.3	21.0	6.5
성별	남성	551	13.6	11.6	34.8	36.7	15.6	69.7	20.0	6.5
	여성	306	15.0	15.0	35.9	46.1	16.3	60.1	22.9	6.5
연령별	20대 이하	280	13.9	15.7	38.9	39.3	17.1	62.9	21.1	7.9
	30대	367	13.9	12.8	31.1	40.3	16.3	65.9	21.3	6.3
	40대	147	12.9	9.5	36.7	42.2	12.9	70.1	19.0	4.1
	50대 이상	63	19.0	7.9	39.7	36.5	14.3	74.6	23.8	7.9
구독자 수	1만명 미만	360	15.3	11.7	34.2	36.1	12.5	55.6	16.1	8.1
	1만~10만명 미만	351	11.1	12.3	35.6	41.9	15.4	73.8	21.7	5.7
	10만명 이상	146	18.5	17.1	37.0	45.2	25.3	74.7	31.5	4.8
콘텐츠 장르	게임	79	16.5	17.7	32.9	38.0	12.7	67.1	19.0	13.9
	음악/댄스	67	14.9	14.9	32.8	50.7	23.9	64.2	29.9	3.0
	푸드/쿠킹	44	9.1	18.2	31.8	63.6	22.7	63.6	25.0	4.5
	문화예술	38	2.6	7.9	42.1	50.0	15.8	78.9	15.8	5.3
	라이프스타일	202	16.3	12.9	41.1	38.6	13.9	55.0	18.8	4.0
	엔터테인먼트	79	19.0	16.5	31.6	34.2	12.7	60.8	16.5	0.0
	정보전달	172	16.3	8.1	30.8	35.5	13.4	80.2	25.0	7.0
	IT/기술/과학	33	18.2	9.1	42.4	27.3	12.1	78.8	33.3	9.1
	취미 등	143	7.7	13.3	34.3	39.9	20.3	63.6	16.1	11.2

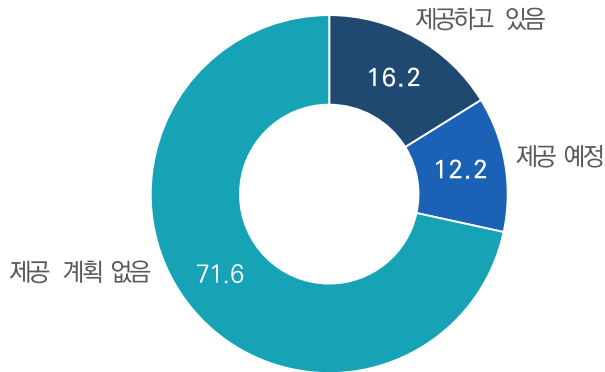
Base : 해외이용자 비중이 1% 이상인 경우

### 3) 해외시장 콘텐츠 제공 유무

- \* 해외시장 콘텐츠 제공 여부를 조사한 결과 현재 제공하고 있다는 응답은 16.2%, 제공 예정이라고 응답한 비율은 12.2%, 제공 계획이 없다고 응답한 비율은 71.6%로 나타남
- \* 연령대가 '50대 이상'인 창작자의 경우 향후 해외시장 콘텐츠를 제공할 계획이 없다고 응답한 비율이 83.8%로 타 연령대에 비해 높게 나타났으며, 콘텐츠 장르별로는 'IT/기술/과학' 콘텐츠에서 해외시장 콘텐츠를 제공할 계획이 없다고 응답한 비율이 85.7%로 타 장르 대비 높게 나타남

그림 2-36 해외시장 콘텐츠 제공 유무

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-54 해외시장 콘텐츠 제공 유무

(단위 : %)

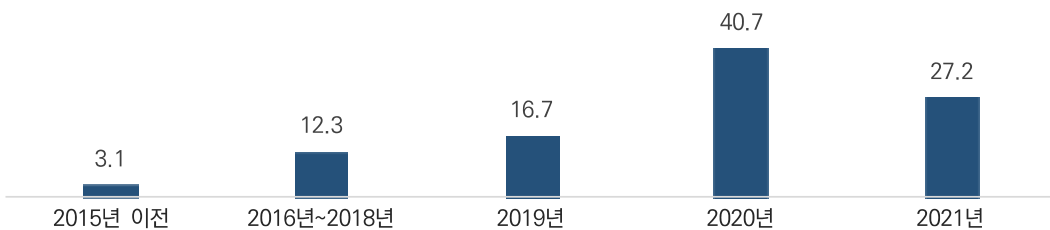
		사례수	제공하고 있음	제공 예정	제공 계획 없음
전체		1,000	16.2	12.2	71.6
성별	남성	644	13.4	10.2	76.4
	여성	356	21.3	15.7	62.9
연령별	20대 이하	313	15.7	12.1	72.2
	30대	421	20.7	11.2	68.2
	40대	186	10.8	16.1	73.1
	50대 이상	80	7.5	8.8	83.8
구독자 수	1만명 미만	475	13.7	14.7	71.6
	1만~10만명 미만	376	16.2	9.0	74.7
	10만명 이상	149	24.2	12.1	63.8
콘텐츠 장르	게임	91	8.8	8.8	82.4
	음악/댄스	72	25.0	12.5	62.5
	푸드/쿠킹	51	25.5	9.8	64.7
	문화예술	39	15.4	15.4	69.2
	라이프스타일	248	17.7	15.7	66.5
	엔터테인먼트	86	22.1	10.5	67.4
	정보전달	202	12.9	10.9	76.2
	IT/기술/과학	35	2.9	11.4	85.7
취미 등	176	15.3	11.4	73.3	

#### 4) 해외 콘텐츠 제공 시기

- \* 해외 콘텐츠 제공 시기는 '2020년'이 40.7%로 가장 높게 나타났고, '2016년~2019년'(29.0%), '2015년 이전'(3.1%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 구독자 수가 '1만 명 미만', '1만~10만 명 미만', '10만 명 이상'으로 많아질수록 2018년 이전에 해외 콘텐츠를 제공한 비중이 각각 7.7%, 16.4%, 27.8%로 나타나 증가하는 것으로 조사됨
- \* '엔터테인먼트' 콘텐츠 창작자는 73.6%가 2020년 이후 해외시장에 콘텐츠를 제공하기 시작해 타 장르 대비 상대적으로 높은 비중이 최근에 제공을 시작한 것으로 나타난 반면, '게임' 콘텐츠 창작자는 12.5%가 2015년 이전에 해외 콘텐츠를 제공하기 시작했다고 응답해 타 장르 대비 상대적으로 이른 시기에 제공을 시작한 비중이 높은 것으로 나타남

그림 2-37 해외 콘텐츠 제공 시기

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-55 해외 콘텐츠 제공 시기

(단위 : %)

		사례수	2015년 이전	2016년~ 2018년	2019년	2020년	2021년
전체		162	3.1	12.3	16.7	40.7	27.2
성별	남성	86	3.5	14.0	16.3	44.2	22.1
	여성	76	2.6	10.5	17.1	36.8	32.9
연령별	20대 이하	49	6.1	14.3	16.3	40.8	22.4
	30대	87	1.1	10.3	18.4	44.8	25.3
	40대	20	5.0	15.0	10.0	15.0	55.0
	50대 이상	6	0.0	16.7	16.7	66.7	0.0
구독자 수	1만명 미만	65	1.5	6.2	15.4	49.2	27.7
	1만~10만명 미만	61	3.3	13.1	19.7	39.3	24.6
	10만명 이상	36	5.6	22.2	13.9	27.8	30.6
콘텐츠 장르	게임	8	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5
	음악/댄스	18	5.6	16.7	11.1	55.6	11.1
	푸드/쿠킹	13	0.0	7.7	15.4	30.8	46.2
	문화예술	6	0.0	33.3	33.3	16.7	16.7
	라이프스타일	44	6.8	11.4	9.1	47.7	25.0
	엔터테인먼트	19	0.0	10.5	15.8	36.8	36.8
	정보전달	26	0.0	11.5	23.1	30.8	34.6
	IT/기술/과학	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
취미 등	27	0.0	7.4	22.2	44.4	25.9	

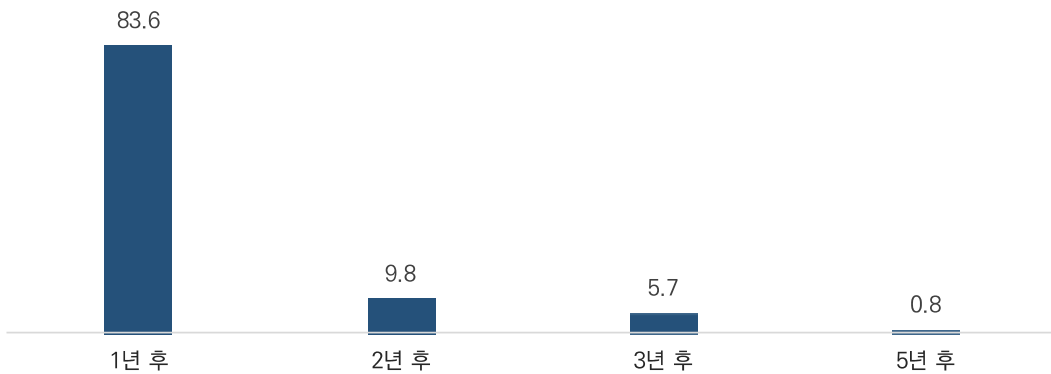
Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

## 5) 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기

- \* 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기를 조사한 결과 '1년 후' 제공 예정이라는 응답이 83.6%로 가장 높게 나타남
- \* '음악/댄스' 장르 창작자와 '50대 이상' 창작자는 1년 후 해외시장에 콘텐츠를 제공할 예정이라는 응답이 100.0%로 나타남

그림 2-38 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공 예정인 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-56 해외시장 콘텐츠 제공 예정 시기

(단위 : %)

		사례수	1년 후	2년 후	3년 후	5년 후
전체		122	83.6	9.8	5.7	0.8
성별	남성	66	80.3	12.1	6.1	1.5
	여성	56	87.5	7.1	5.4	0.0
연령별	20대 이하	38	86.8	7.9	5.3	0.0
	30대	47	83.0	10.6	4.3	2.1
	40대	30	76.7	13.3	10.0	0.0
	50대 이상	7	100.0	0.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	70	81.4	12.9	4.3	1.4
	1만~10만명 미만	34	88.2	5.9	5.9	0.0
	10만명 이상	18	83.3	5.6	11.1	0.0
콘텐츠 장르	게임	8	87.5	0.0	12.5	0.0
	음악/댄스	9	100.0	0.0	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	5	80.0	20.0	0.0	0.0
	문화예술	6	83.3	0.0	16.7	0.0
	라이프스타일	39	76.9	17.9	5.1	0.0
	엔터테인먼트	9	77.8	11.1	0.0	11.1
	정보전달	22	90.9	0.0	9.1	0.0
	IT/기술/과학	4	75.0	25.0	0.0	0.0
취미 등	20	85.0	10.0	5.0	0.0	

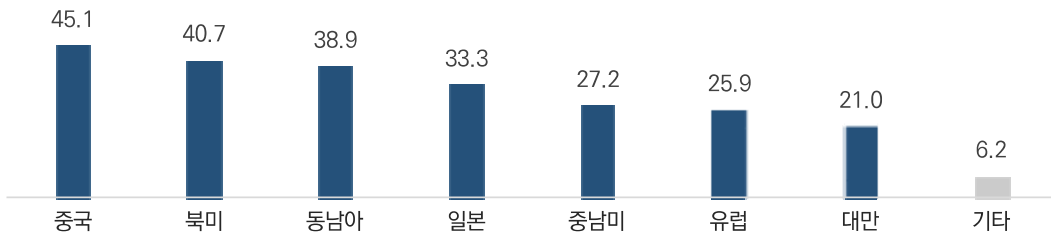
Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공 예정인 응답자

## 6) 콘텐츠 제공 국가

- \* 해외시장에 콘텐츠를 제공하고 있는 국가는 '중국'이 45.1%로 상대적으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '북미'(40.7%), '동남아시아'(38.9%), '일본'(33.3%) 등의 응답 순을 보임
- \* '문화예술' 장르 창작자의 경우 '중국', '일본', '동남아'에 콘텐츠를 제공하고 있는 비율이 모두 66.7%로 상대적으로 높은 비율을 보임

그림 2-39 콘텐츠 제공 국가(복수응답)

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-57 콘텐츠 제공 국가(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	중국	대만	일본	동남아시아	중남미	북미	유럽	기타
전체		162	45.1	21.0	33.3	38.9	27.2	40.7	25.9	6.2
성별	남성	86	38.4	29.1	36.0	46.5	30.2	48.8	29.1	8.1
	여성	76	52.6	11.8	30.3	30.3	23.7	31.6	22.4	3.9
연령별	20대 이하	49	53.1	16.3	38.8	34.7	28.6	32.7	24.5	12.2
	30대	87	40.2	24.1	32.2	41.4	26.4	42.5	28.7	4.6
	40대	20	50.0	20.0	25.0	35.0	20.0	35.0	15.0	0.0
	50대 이상	6	33.3	16.7	33.3	50.0	50.0	100.0	33.3	0.0
구독자 수	1만명 미만	65	32.3	20.0	35.4	41.5	32.3	40.0	27.7	7.7
	1만~10만명 미만	61	54.1	23.0	26.2	37.7	21.3	39.3	24.6	4.9
	10만명 이상	36	52.8	19.4	41.7	36.1	27.8	44.4	25.0	5.6
콘텐츠 장르	게임	8	37.5	25.0	37.5	37.5	25.0	50.0	12.5	12.5
	음악/댄스	18	61.1	27.8	55.6	50.0	38.9	38.9	33.3	0.0
	푸드/쿠킹	13	23.1	7.7	38.5	46.2	30.8	46.2	30.8	7.7
	문화예술	6	66.7	16.7	66.7	66.7	33.3	33.3	16.7	0.0
	라이프스타일	44	47.7	22.7	27.3	36.4	20.5	34.1	20.5	6.8
	엔터테인먼트	19	26.3	31.6	47.4	47.4	31.6	36.8	26.3	5.3
	정보전달	26	50.0	11.5	26.9	26.9	30.8	53.8	38.5	3.8
	IT/기술/과학	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	취미 등	27	48.1	22.2	14.8	33.3	22.2	37.0	22.2	11.1

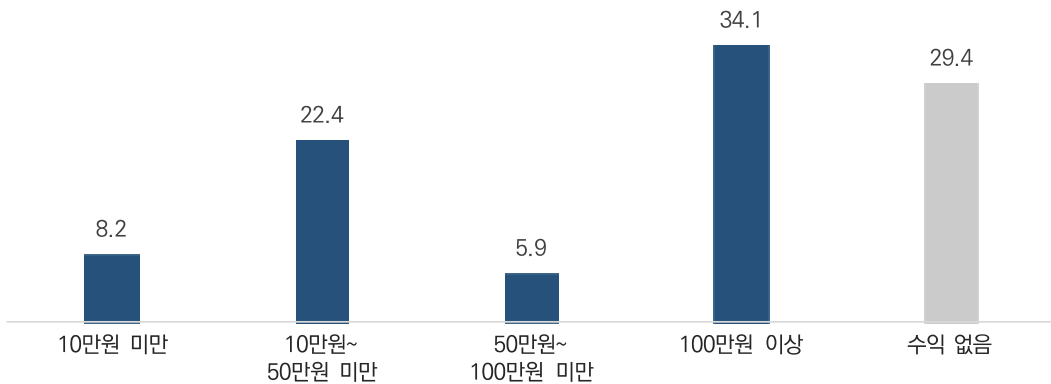
Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

## 7) 2019년도 해외시장 발생 수익

- \* 2019년 해외시장 발생 수익이 있었던 응답자 중 ‘100만 원 이상’의 수익을 발생시킨 응답자는 전체의 34.1%로 상대적으로 높은 비율을 보였고, 다음으로 ‘10만 원~50만 원 미만’(22.4%), ‘10만 원 미만’(8.2%) 등의 순으로 나타남
- \* 2019년 해외시장 발생 평균 수익은 398만 원으로 나타났는데, 연령대별로는 ‘40대’(1,662만 원), 콘텐츠별로는 ‘문화예술’(3,408만 원)과 ‘IT/기술/과학’(1,500만 원)에서 상대적으로 평균 수익이 많은 것으로 나타남

그림 2-40 2019년도 해외시장 발생 수익

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-58 2019년도 해외시장 발생 수익

(단위 : %, 만 원)

		사례수	수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상	평균
전체		85	29.4	8.2	22.4	5.9	34.1	398
성별	남성	48	27.1	8.3	20.8	6.3	37.5	607
	여성	37	32.4	8.1	24.3	5.4	29.7	127
연령별	20대 이하	25	36.0	8.0	16.0	4.0	36.0	213
	30대	47	29.8	6.4	27.7	6.4	29.8	241
	40대	10	10.0	20.0	20.0	0.0	50.0	1,662
	50대 이상	3	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	183
구독자 수	1만명 미만	33	33.3	6.1	33.3	6.1	21.2	46
	1만~10만명 미만	31	25.8	12.9	12.9	9.7	38.7	288
	10만명 이상	21	28.6	4.8	19.0	0.0	47.6	1,114
콘텐츠 장르	게임	6	16.7	33.3	33.3	0.0	16.7	39
	음악/댄스	10	20.0	0.0	40.0	0.0	40.0	319
	푸드/쿠킹	6	33.3	0.0	50.0	16.7	0.0	22
	문화예술	5	20.0	0.0	40.0	0.0	40.0	3,408
	라이프스타일	26	23.1	7.7	15.4	7.7	46.2	295
	엔터테인먼트	10	30.0	20.0	10.0	0.0	40.0	242
	정보전달	12	50.0	0.0	25.0	8.3	16.7	75
	IT/기술/과학	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	1,500
	취미 등	9	44.4	11.1	0.0	11.1	33.3	84

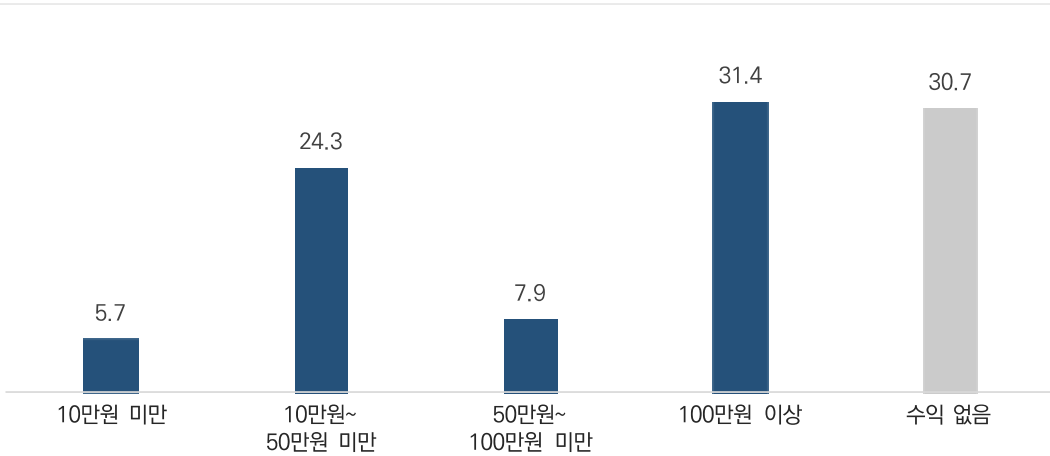
Base ; 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

## 8) 2020년도 해외시장 발생 수익

- \* 2020년 해외시장 발생 수익이 있었던 응답자 중 '100만 원 이상'의 수익을 발생시킨 응답자는 전체의 31.4%로 상대적으로 높은 비율을 보였고, 다음으로 '10만 원~50만 원'(24.3%), '50만 원~100만 원 미만'(7.9%) 등의 순으로 나타남
- \* 2020년 해외시장 발생 평균 수익은 1,434만 원으로 2019년 대비 증가한 것으로 나타났는데, 2019년과 동일하게 연령대별로는 '40대'(11,939만 원), 콘텐츠별로는 '문화예술'(33,234만 원) 및 'IT/기술/과학'(2,000만 원) 콘텐츠에서 상대적으로 수익이 많은 것으로 나타남

그림 2-41 2020년도 해외시장 발생 수익

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-59 2020년도 해외시장 발생 수익

(단위 : %, 만 원)

		사례수	수익발생 없음	10만 원 미만	10만 원 이상~ 50만 원 미만	50만 원 이상~ 100만 원 미만	100만 원 이상	평균
전체		140	30.7	5.7	24.3	7.9	31.4	1,434
성별	남성	79	29.1	3.8	26.6	7.6	32.9	298
	여성	61	32.8	8.2	21.3	8.2	29.5	2,905
연령별	20대 이하	43	37.2	4.7	27.9	2.3	27.9	172
	30대	77	32.5	5.2	24.7	10.4	27.3	321
	40대	14	7.1	14.3	21.4	7.1	50.0	11,939
	50대 이상	6	16.7	0.0	0.0	16.7	66.7	242
구독자 수	1만명 미만	58	39.7	5.2	31.0	12.1	12.1	37
	1만~10만명 미만	49	30.6	10.2	16.3	6.1	36.7	270
	10만명 이상	33	15.2	0.0	24.2	3.0	57.6	5,618
콘텐츠 장르	게임	8	12.5	25.0	37.5	0.0	25.0	84
	음악/댄스	18	38.9	0.0	38.9	5.6	16.7	300
	푸드/쿠킹	10	30.0	0.0	30.0	20.0	20.0	146
	문화예술	5	0.0	0.0	20.0	20.0	60.0	33,234
	라이프스타일	39	25.6	7.7	23.1	12.8	30.8	416
	엔터테인먼트	15	20.0	0.0	20.0	0.0	60.0	314
	정보전달	22	45.5	4.5	9.1	0.0	40.9	119
	IT/기술/과학	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	2,000
	취미 등	22	40.9	9.1	27.3	9.1	13.6	68

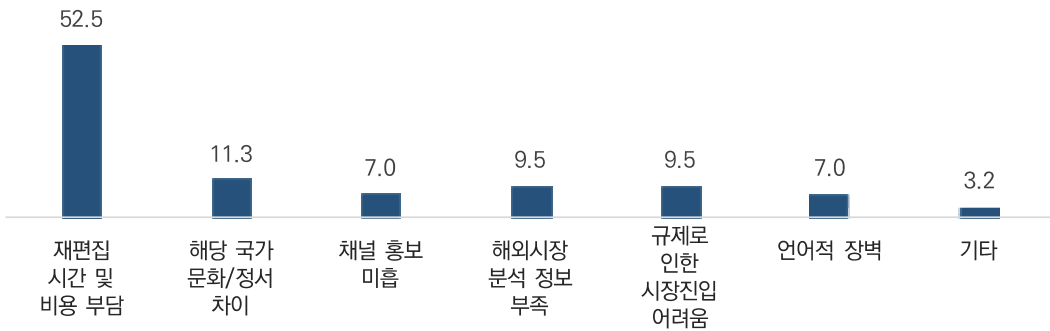
Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하는 응답자

## 9) 해외시장 진출 애로사항

- \* 해외시장 진출 애로사항은 '재편집에 대한 시간 및 비용 부담'이 52.5%로 가장 주된 이유로 나타났고, 다음으로 '해당 국가 문화/정서 차이'(11.3%), '채널 홍보 미흡' 및 '해외시장 분석 정보 부족'(각 9.5%) 등의 순으로 나타남
- \* 다른 연령대 대비 '50대 이상' 연령대가 해외진출 애로사항으로 '채널 홍보 미흡'을 응답한 비중이 30.8%로 상대적으로 높은 것으로 나타남
- \* '음악/댄스' 및 '문화예술' 콘텐츠 창작자는 '언어적 장벽' 문제로 해외시장 진출에 어려움이 있다고 응답한 비율이 각각 18.5%, 16.7%로 나타나 타 장르 대비 해당 문제에 더 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타남

그림 2-42 해외시장 진출 애로사항

(단위 : %)



Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하거나 제공 예정인 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-60 해외시장 진출 애로사항

(단위 : %)

		사례수	자막 또는 번역 등 재편집에 대한 시간 및 비용 부담	해당 국가의 문화 또는 정서적 차이	각종 규제에 의한 시장 진입의 어려움	해외 시장 분석 부족	채널 홍보 미흡	언어적 장벽	기타
전체		284	52.5	11.3	7.0	9.5	9.5	7.0	3.2
성별	남성	152	47.4	14.5	7.2	9.9	10.5	7.9	2.6
	여성	132	58.3	7.6	6.8	9.1	8.3	6.1	3.8
연령별	20대 이하	87	44.8	12.6	4.6	11.5	10.3	11.5	4.6
	30대	134	54.5	11.9	7.5	9.7	6.7	6.0	3.7
	40대	50	60.0	10.0	10.0	6.0	10.0	4.0	0.0
	50대 이상	13	53.8	0.0	7.7	7.7	30.8	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	135	55.6	11.9	4.4	9.6	11.9	5.2	1.5
	1만~10만명 미만	95	52.6	8.4	8.4	11.6	8.4	6.3	4.2
	10만명 이상	54	44.4	14.8	11.1	5.6	5.6	13.0	5.6
콘텐츠 장르	게임	16	56.3	18.8	12.5	6.3	0.0	0.0	6.3
	음악/댄스	27	44.4	0.0	18.5	11.1	7.4	18.5	0.0
	푸드/쿠킹	18	38.9	22.2	0.0	11.1	16.7	5.6	5.6
	문화예술	12	25.0	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	8.3
	라이프스타일	83	56.6	14.5	7.2	9.6	6.0	4.8	1.2
	엔터테인먼트	28	57.1	14.3	10.7	7.1	10.7	0.0	0.0
	정보전달	48	50.0	6.3	6.3	10.4	12.5	8.3	6.3
	IT/기술/과학	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
취미 등	47	59.6	6.4	2.1	6.4	12.8	8.5	4.3	

Base : 해외시장에 콘텐츠를 제공하거나 제공 예정인 응답자

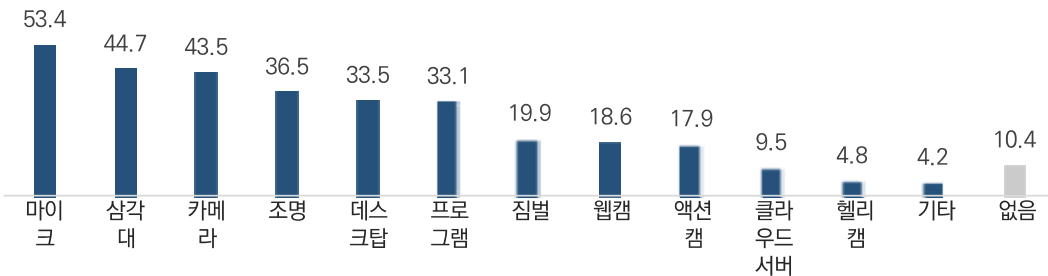
## 4. 콘텐츠 제작 인프라 현황

### 1) 콘텐츠 제작 위해 구매한 장비

- \* 콘텐츠 제작을 위해 새롭게 구매한 장비 목록으로는 '마이크'가 53.4%로 가장 높은 비율을 보였고, 이어서 '삼각대'(44.7%), '카메라'(43.5%), '조명'(36.5%), '데스크탑'(33.5%) 등의 응답 순이 나타남
- \* '프로그램', '클라우드 서버', '데스크탑'은 구독자 수가 많을수록 구매한 비율이 상대적으로 높게 나타남

그림 2-43 콘텐츠 제작 위해 구매한 장비(복수응답)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-61 콘텐츠 제작 위해 구매한 장비(복수응답)

(단위 : %)

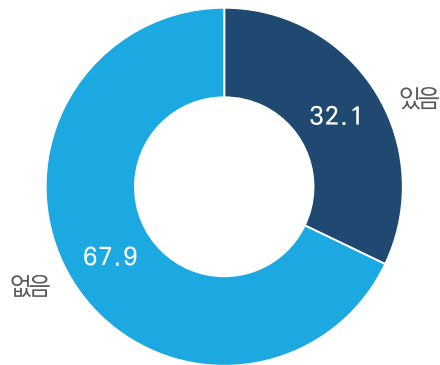
		사례수	카메라	웹캠	액션캠	헬리캠	마이크	조명	삼각대	짐벌	프로그램	클라우드 서버	데스크탑	기타	없음
전체		1,000	43.5	18.6	17.9	4.8	53.4	36.5	44.7	19.9	33.1	9.5	33.5	4.2	10.4
성별	남성	644	43.5	20.7	19.6	5.3	55.7	35.4	40.8	20.0	31.5	8.9	34.0	4.8	10.9
	여성	356	43.5	14.9	14.9	3.9	49.2	38.5	51.7	19.7	36.0	10.7	32.6	3.1	9.6
연령별	20대 이하	313	42.5	17.3	11.5	2.9	48.6	34.8	43.5	12.8	35.5	8.0	37.1	5.4	11.2
	30대	421	47.3	17.8	19.7	5.7	54.9	37.3	46.1	20.4	34.7	8.8	32.8	3.6	8.8
	40대	186	37.6	21.5	24.7	5.9	55.4	37.6	41.9	25.3	25.8	11.3	28.5	4.3	12.4
	50대 이상	80	41.3	21.3	17.5	5.0	60.0	36.3	48.8	32.5	32.5	15.0	35.0	2.5	11.3
구독자 수	1만명 미만	475	42.1	16.2	17.9	5.5	47.2	34.5	45.3	20.0	26.7	6.5	26.5	4.0	10.9
	1만~10만명 미만	376	39.4	20.5	17.3	3.7	59.6	34.3	42.0	18.9	37.2	8.8	35.1	4.5	10.6
	10만명 이상	149	58.4	21.5	19.5	5.4	57.7	48.3	49.7	22.1	43.0	20.8	51.7	4.0	8.1
콘텐츠 장르	게임	91	24.2	38.5	8.8	2.2	65.9	30.8	27.5	8.8	39.6	11.0	34.1	9.9	15.4
	음악/댄스	72	34.7	16.7	6.9	0.0	47.2	33.3	38.9	20.8	36.1	8.3	43.1	2.8	11.1
	푸드/쿠킹	51	68.6	17.6	17.6	5.9	54.9	54.9	51.0	21.6	33.3	11.8	29.4	0.0	3.9
	문화예술	39	28.2	12.8	15.4	5.1	46.2	28.2	20.5	5.1	41.0	15.4	46.2	2.6	12.8
	라이프스타일	248	54.4	16.9	23.0	5.2	46.8	33.9	51.6	19.4	29.4	8.9	26.6	2.8	7.7
	엔터테인먼트	86	47.7	23.3	19.8	7.0	52.3	31.4	43.0	23.3	27.9	8.1	29.1	1.2	8.1
	정보전달	202	34.7	22.8	14.4	2.5	62.9	43.1	43.6	22.3	32.7	8.9	36.1	3.0	11.4
	IT/기술/과학	35	60.0	17.1	20.0	20.0	77.1	54.3	57.1	25.7	40.0	8.6	48.6	5.7	2.9
취미 등	176	42.6	6.3	23.3	5.7	44.9	32.4	49.4	23.3	33.5	9.7	33.5	8.0	14.2	

## 2) 콘텐츠 제작 장비 대여 경험

- \* 콘텐츠 제작을 위한 장비 대여 여부를 조사한 결과 전체의 32.1%가 장비를 대여한 경험이 있다고 응답함
- \* 연령대가 낮을수록 장비를 대여한 경험이 있다고 응답한 비중이 높은 것으로 나타났으며, 콘텐츠 장르별로 살펴보는 경우 ‘문화예술’(48.7%) 또는 ‘IT/기술/과학’(45.7%) 콘텐츠 창작자가 타 장르 대비 장비를 대여한 경험이 상대적으로 더 많은 것으로 나타남

그림 2-44 콘텐츠 제작 장비 대여 경험

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-62 콘텐츠 제작 장비 대여 경험

(단위 : %)

		사례수	있음	없음
전체		1,000	32.1	67.9
성별	남성	644	32.5	67.5
	여성	356	31.5	68.5
연령별	20대 이하	313	38.0	62.0
	30대	421	31.6	68.4
	40대	186	26.9	73.1
	50대 이상	80	23.8	76.3
구독자 수	1만명 미만	475	27.4	72.6
	1만~10만명 미만	376	35.4	64.6
	10만명 이상	149	38.9	61.1
콘텐츠 장르	게임	91	39.6	60.4
	음악/댄스	72	30.6	69.4
	푸드/쿠킹	51	35.3	64.7
	문화예술	39	48.7	51.3
	라이프스타일	248	32.7	67.3
	엔터테인먼트	86	40.7	59.3
	정보전달	202	22.8	77.2
	IT/기술/과학	35	45.7	54.3
	취미 등	176	27.3	72.7

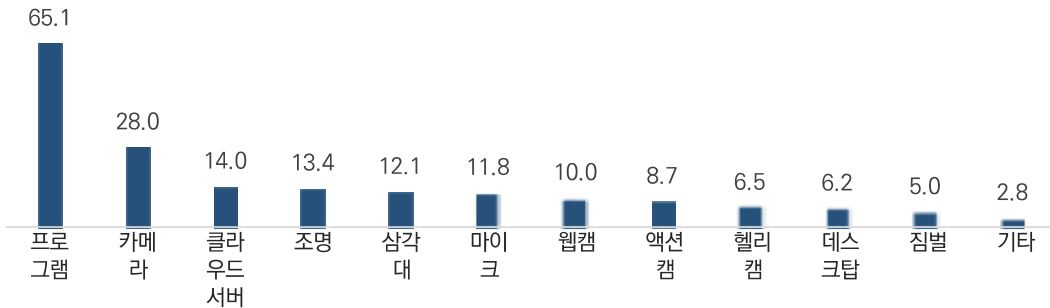
### 3) 대여 장비 목록

\* 대여 중인 장비 목록으로는 '프로그램(정기결제 사이트 등)'이 65.1%로 상대적으로 가장 높은 비율을 보였고, '카메라'(28.0%), '클라우드 서버'(14.0%), '조명'(13.4%) 등의 응답 순을 보임

\* '정보전달' 콘텐츠가 상대적으로 높은 비율로 '프로그램'(80.4%) 및 '클라우드서버'(23.9%) 장비를 대여하고 있는 것으로 나타남

그림 2-45 대여 장비 목록(복수응답)

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 제작 장비 대여 유경험자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-63 대여 장비 목록(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	카메라	웹캠	액션캠	헬리캠	마이크	조명	삼각대	짐벌	프로그램	클라우드 서버	데스크탑	기타
전체		321	28.0	10.0	8.7	6.5	11.8	13.4	12.1	5.0	65.1	14.0	6.2	2.8
성별	남성	209	27.3	11.0	7.7	7.2	12.0	14.4	11.5	4.8	65.1	14.4	5.7	3.3
	여성	112	29.5	8.0	10.7	5.4	11.6	11.6	13.4	5.4	65.2	13.4	7.1	1.8
연령별	20대 이하	119	27.7	6.7	4.2	1.7	12.6	10.9	10.9	3.4	65.5	10.9	6.7	3.4
	30대	133	26.3	12.0	10.5	7.5	9.8	12.0	12.0	3.8	68.4	11.3	5.3	3.0
	40대	50	32.0	12.0	16.0	12.0	12.0	16.0	12.0	8.0	58.0	20.0	8.0	2.0
	50대 이상	19	31.6	10.5	5.3	15.8	21.1	31.6	21.1	15.8	57.9	36.8	5.3	0.0
구독자 수	1만명 미만	130	31.5	11.5	10.8	10.0	11.5	15.4	11.5	4.6	56.2	13.8	6.2	3.1
	1만~10만명 미만	133	25.6	6.8	5.3	3.0	7.5	9.8	8.3	4.5	67.7	11.3	5.3	3.8
	10만명 이상	58	25.9	13.8	12.1	6.9	22.4	17.2	22.4	6.9	79.3	20.7	8.6	0.0
콘텐츠 장르	게임	36	22.2	11.1	8.3	2.8	11.1	8.3	8.3	0.0	61.1	19.4	0.0	2.8
	음악/댄스	22	27.3	18.2	4.5	0.0	27.3	13.6	9.1	18.2	63.6	9.1	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	18	50.0	5.6	11.1	0.0	22.2	16.7	11.1	0.0	55.6	5.6	5.6	11.1
	문화예술	19	10.5	5.3	0.0	0.0	10.5	5.3	10.5	5.3	78.9	21.1	5.3	0.0
	라이프스타일	81	35.8	14.8	14.8	11.1	8.6	16.0	14.8	4.9	55.6	12.3	9.9	2.5
	엔터테인먼트	35	31.4	17.1	20.0	8.6	20.0	25.7	20.0	5.7	60.0	5.7	8.6	0.0
	정보전달	46	15.2	2.2	2.2	6.5	10.9	10.9	4.3	4.3	80.4	23.9	6.5	2.2
	IT/기술/과학	16	25.0	6.3	0.0	18.8	6.3	12.5	25.0	0.0	62.5	0.0	6.3	0.0
	취미 등	48	29.2	4.2	4.2	4.2	4.2	8.3	10.4	6.3	72.9	16.7	6.3	6.3

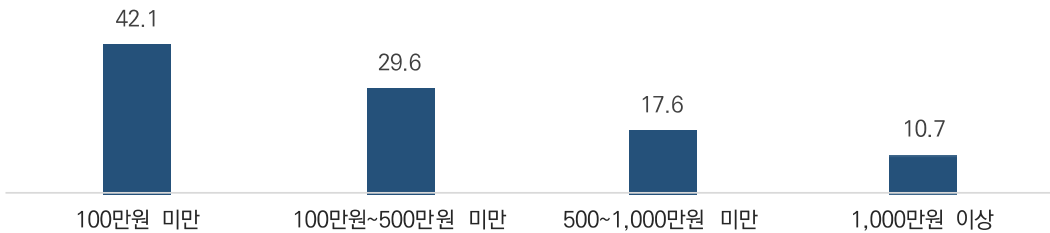
Base : 콘텐츠 제작 장비 대여 유경험자

#### 4) 장비 대여 기관

- \* 장비 대여 기관은 공공기관, 민간, 그 외로 구분되는데, 그중 '민간'에서 대여 중이라는 응답 비율이 70.1%로 가장 높았고, 다음으로 '공공기관'(15.9%), '그 외 기관'(14.0%)이 나타남
- \* 콘텐츠 장르별로 살펴보는 경우 공공기관에서 장비를 대여하는 비중이 높은 것은 '엔터테인먼트'(28.6%)로 나타난 반면, 민간에서 장비를 대여하는 비중이 높은 것은 '정보전달'(84.8%)로 나타남

그림 2-46 장비 대여 기관

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 제작 장비 대여 유경험자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-64 장비 대여 기관

(단위 : %)

		사례수	정부·지자체·공공기관	민간	그 외
전체		321	15.9	70.1	14.0
성별	남성	209	12.0	74.2	13.9
	여성	112	23.2	62.5	14.3
연령별	20대 이하	119	13.4	68.1	18.5
	30대	133	18.0	69.9	12.0
	40대	50	20.0	70.0	10.0
	50대 이상	19	5.3	84.2	10.5
구독자 수	1만명 미만	130	20.8	66.2	13.1
	1만~10만명 미만	133	13.5	68.4	18.0
	10만명 이상	58	10.3	82.8	6.9
콘텐츠 장르	게임	36	13.9	72.2	13.9
	음악/댄스	22	22.7	72.7	4.5
	푸드/쿠킹	18	22.2	61.1	16.7
	문화예술	19	10.5	73.7	15.8
	라이프스타일	81	14.8	76.5	8.6
	엔터테인먼트	35	28.6	60.0	11.4
	정보전달	46	2.2	84.8	13.0
	IT/기술/과학	16	18.8	56.3	25.0
취미 등	48	18.8	56.3	25.0	

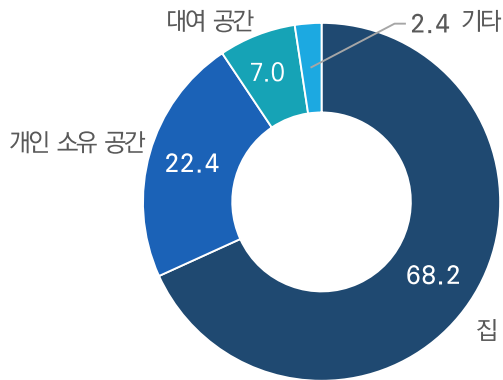
Base : 콘텐츠 제작 장비 대여 유경험자

## 5) 콘텐츠 제작을 위해 활용한 공간

- \* 지난 1년간 콘텐츠 제작을 위해 주로 활용한 공간으로는 ‘집’이 68.2%로 가장 주된 응답으로 나타났고, ‘개인 소유 공간’(22.4%), ‘대여 공간’(7.0%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 연령대가 낮을수록 ‘집’에서 콘텐츠 제작을 하는 비중이 높은 것으로 나타남
- \* ‘음악/댄스’ 장르의 경우 ‘대여 공간’에서 콘텐츠 제작을 하는 비중이 13.9%로 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-47 콘텐츠 제작을 위해 활용한 공간

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-65 콘텐츠 제작을 위해 활용한 공간

(단위 : %)

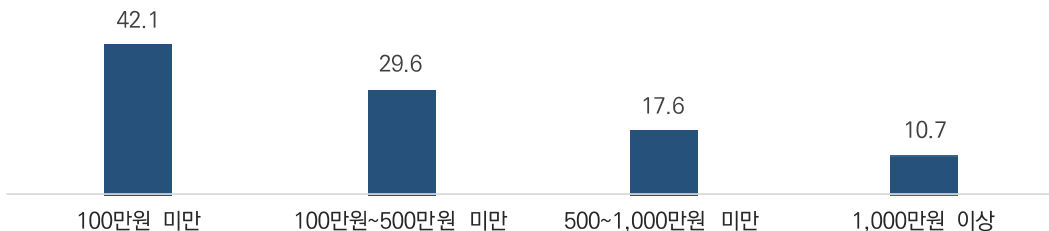
		사례수	집	개인 소유 공간	대여 공간	기타
전체		1,000	68.2	22.4	7.0	2.4
성별	남성	644	67.2	23.6	6.2	3.0
	여성	356	69.9	20.2	8.4	1.4
연령별	20대 이하	313	71.2	20.1	7.3	1.3
	30대	421	70.3	20.2	7.8	1.7
	40대	186	64.0	27.4	2.7	5.9
	50대 이상	80	55.0	31.3	11.3	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	68.2	23.4	6.5	1.9
	1만~10만명 미만	376	73.1	17.6	5.9	3.5
	10만명 이상	149	55.7	31.5	11.4	1.3
콘텐츠 장르	게임	91	91.2	7.7	1.1	0.0
	음악/댄스	72	58.3	26.4	13.9	1.4
	푸드/쿠킹	51	78.4	19.6	2.0	0.0
	문화예술	39	56.4	25.6	12.8	5.1
	라이프스타일	248	71.4	20.6	6.9	1.2
	엔터테인먼트	86	57.0	31.4	10.5	1.2
	정보전달	202	64.9	25.7	6.4	3.0
	IT/기술/과학	35	51.4	31.4	11.4	5.7
취미 등	176	68.2	21.0	5.7	5.1	

## 6) 공간 이용을 위해 지불한 비용

- \* 지난 1년간 콘텐츠 제작 공간 이용을 위해 지불한 비용은 '100만 원 미만'이 42.1%로 가장 높은 응답률을 보였고, 다음으로 '100만 원~500만 원 미만'(29.6%), '500만 원~1,000만 원 미만'(17.6%), '1,000만 원 이상'(10.7%)의 응답 순이 나타남
- \* 1,000만 원 이상을 지불하고 있는 비율은 '게임'(37.5%) 및 '푸드/쿠킹'(36.4%) 콘텐츠가 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 공간 이용을 위해 평균적으로 376만 원을 지불한 것으로 조사됨

그림 2-48 공간 이용을 위해 지불한 비용

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 제작 위해 '집' 이외의 공간 이용 중인 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-66 공간 이용을 위해 지불한 비용

(단위 : %, 만 원)

		사례수	100만 원 미만	100만 원 이상 ~500만 미만	500만 원 이상 ~1,000만 미만	1,000만 원 이상	평균
전체		318	42.1	29.6	17.6	10.7	376
성별	남성	211	40.8	24.6	21.3	13.3	426
	여성	107	44.9	39.3	10.3	5.6	276
연령별	20대 이하	90	48.9	30.0	12.2	8.9	292
	30대	125	40.0	30.4	20.8	8.8	360
	40대	67	37.3	29.9	14.9	17.9	517
	50대 이상	36	41.7	25.0	25.0	8.3	377
구독자 수	1만명 미만	151	55.6	27.8	10.6	6.0	267
	1만~10만명 미만	101	37.6	35.6	18.8	7.9	362
	10만명 이상	66	18.2	24.2	31.8	25.8	644
콘텐츠 장르	게임	8	37.5	12.5	12.5	37.5	968
	음악/댄스	30	46.7	30.0	16.7	6.7	281
	푸드/쿠킹	11	63.6	0.0	0.0	36.4	645
	문화예술	17	29.4	35.3	29.4	5.9	366
	라이프스타일	71	45.1	29.6	15.5	9.9	325
	엔터테인먼트	37	37.8	35.1	13.5	13.5	420
	정보전달	71	39.4	33.8	19.7	7.0	348
	IT/기술/과학	17	35.3	23.5	29.4	11.8	394
	취미 등	56	44.6	28.6	17.9	8.9	356

Base : 콘텐츠 제작 위해 '집' 이외의 공간 이용 중인 응답자

### 3절. 창작자 활동

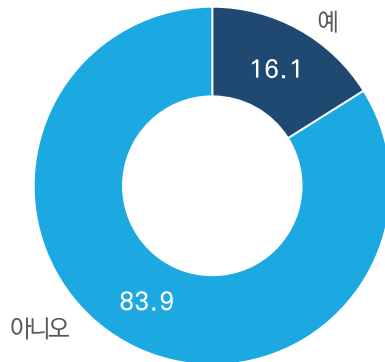
#### 1. 매니지먼트(MCN사) 소속 현황

##### 1) MCN사 소속 유무

- \* 매니지먼트(MCN사) 소속 여부를 조사한 결과 소속되어 있다는 응답이 16.1%로 소속되어 있지 않다(83.9%)는 응답보다 매우 적은 것으로 나타남
- \* 연령대가 20대 이하, 30대, 40대, 50대 이상으로 증가할수록 MCN사에 소속되어 있는 비율이 점차 감소(22.7%→15.9%→11.3%→2.5%)하는 것으로 나타남
- \* 콘텐츠별로는 '음악/댄스'(26.4%) 및 '푸드/쿠킹'(25.5%) 콘텐츠 창작자들이 타 장르 대비 상대적으로 높은 비율로 매니지먼트(MCN사)에 소속되어 있는 것으로 나타남

그림 2-49 MCN사 소속 유무

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-67 MCN사 소속 유무

(단위 : %)

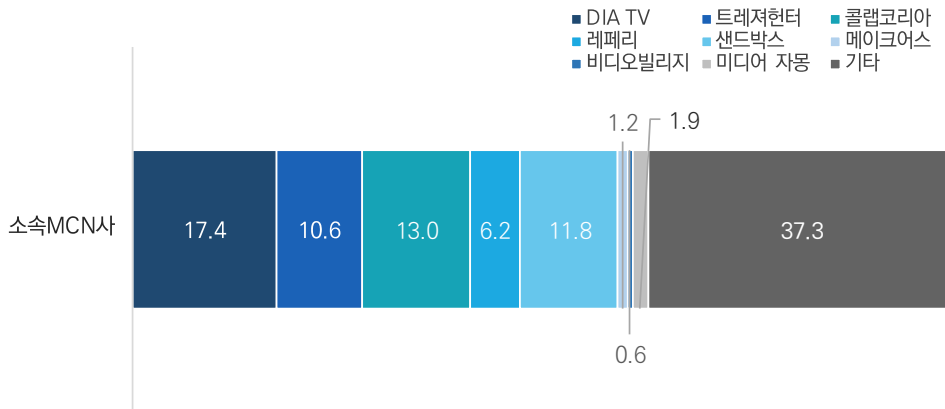
		사례수	예	아니오
전체		1,000	16.1	83.9
성별	남성	644	14.6	85.4
	여성	356	18.8	81.2
연령별	20대 이하	313	22.7	77.3
	30대	421	15.9	84.1
	40대	186	11.3	88.7
	50대 이상	80	2.5	97.5
구독자 수	1만명 미만	475	11.2	88.8
	1만~10만명 미만	376	18.9	81.1
	10만명 이상	149	24.8	75.2
콘텐츠 장르	게임	91	23.1	76.9
	음악/댄스	72	26.4	73.6
	푸드/쿠킹	51	25.5	74.5
	문화예술	39	17.9	82.1
	라이프스타일	248	22.6	77.4
	엔터테인먼트	86	18.6	81.4
	정보전달	202	5.9	94.1
	IT/기술/과학	35	14.3	85.7
	취미 등	176	6.8	93.2

## 2) 소속 MCN사

- \* MCN사에 소속되어 있는 응답자 중 소속 MCN사로는 'DIA TV'(17.4%)에 가장 많은 창작자가 소속되어 있는 것으로 나타났고, '콜랩코리아'(13.0%), '샌드박스'(11.8%), '트레저헌터'(10.6%) 등의 순으로 나타남
- \* 콘텐츠 장르 별로 살펴보는 경우 '문화예술' 장르는 '샌드박스'(42.9%), 'IT/기술/과학'은 'DIA TV'와 '콜랩코리아'(각 40.0%)에 소속되어 있는 창작자의 비중이 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-50 소속 MCN사

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-68 소속 MCN사

(단위 : %)

		사례수	DIA TV	트레저 헌터	콜럽 코리아	레페리	샌드 박스	메이크 어스	비디오 빌리지	미디어 자몽	기타
전체		161	17.4	10.6	13.0	6.2	11.8	1.2	0.6	1.9	37.3
성별	남성	94	18.1	10.6	16.0	4.3	12.8	1.1	0.0	3.2	34.0
	여성	67	16.4	10.4	9.0	9.0	10.4	1.5	1.5	0.0	41.8
연령별	20대 이하	71	19.7	7.0	7.0	5.6	12.7	0.0	0.0	1.4	46.5
	30대	67	13.4	13.4	16.4	6.0	10.4	1.5	0.0	3.0	35.8
	40대	21	23.8	14.3	23.8	0.0	14.3	4.8	4.8	0.0	14.3
	50대 이상	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	53	15.1	9.4	17.0	15.1	11.3	1.9	0.0	3.8	26.4
	1만~10만명 미만	71	18.3	9.9	11.3	2.8	4.2	1.4	0.0	1.4	50.7
	10만명 이상	37	18.9	13.5	10.8	0.0	27.0	0.0	2.7	0.0	27.0
콘텐츠 장르	게임	21	28.6	14.3	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	47.6
	음악/댄스	19	26.3	0.0	10.5	0.0	26.3	0.0	0.0	0.0	36.8
	푸드/쿠킹	13	15.4	7.7	7.7	23.1	15.4	0.0	0.0	7.7	23.1
	문화예술	7	14.3	14.3	0.0	14.3	42.9	0.0	0.0	0.0	14.3
	라이프스타일	56	12.5	12.5	19.6	5.4	10.7	1.8	1.8	0.0	35.7
	엔터테인먼트	16	12.5	25.0	12.5	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	25.0
	정보전달	12	0.0	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0
	IT/기술/과학	5	40.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
취미 등	12	25.0	0.0	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	50.0	

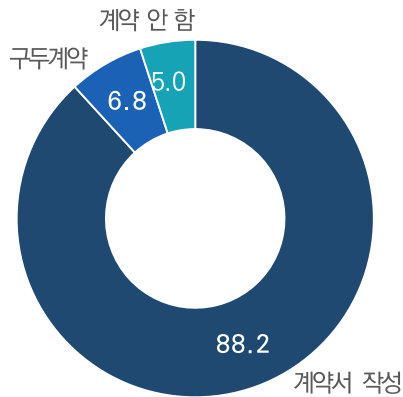
Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

### 3) MCN사 계약방법

- \* 소속 MCN사와의 계약방법은 '계약서 작성'을 통한 계약이 88.2%, '구두계약'이 6.8%, '계약 안 함'이 5.0%로 조사됨
- \* 구독자 수가 '10만 명 이상'인 경우 응답자 전원이 '계약서 작성'을 통해 MCN사와 계약이 이루어진 것으로 나타남
- \* 콘텐츠 장르 중에서는 '푸드/쿠킹'(23.1%), 'IT/기술/과학'(20.0%) 콘텐츠에서 '구두계약' 방식을 활용한 비중이 상대적으로 높게 나타남

그림 2-51 MCN사 계약방법

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-69 MCN사 계약방법

(단위 : %)

		사례수	계약서 작성	구두계약	계약 안 함
전체		161	88.2	6.8	5.0
성별	남성	94	87.2	6.4	6.4
	여성	67	89.6	7.5	3.0
연령별	20대 이하	71	93.0	4.2	2.8
	30대	67	91.0	6.0	3.0
	40대	21	71.4	14.3	14.3
	50대 이상	2	0.0	50.0	50.0
구독자 수	1만명 미만	53	71.7	15.1	13.2
	1만~10만명 미만	71	94.4	4.2	1.4
	10만명 이상	37	100.0	0.0	0.0
콘텐츠 장르	게임	21	100.0	0.0	0.0
	음악/댄스	19	94.7	5.3	0.0
	푸드/쿠킹	13	76.9	23.1	0.0
	문화예술	7	100.0	0.0	0.0
	라이프스타일	56	91.1	5.4	3.6
	엔터테인먼트	16	87.5	6.3	6.3
	정보전달	12	66.7	8.3	25.0
	IT/기술/과학	5	80.0	20.0	0.0
취미 등	12	75.0	8.3	16.7	

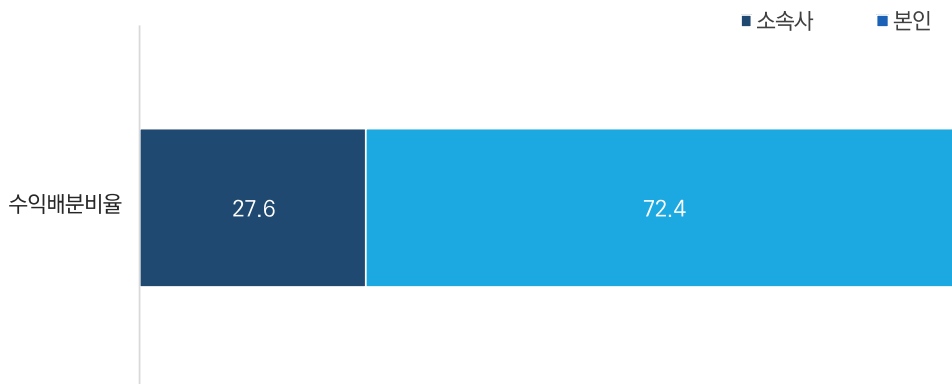
Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

#### 4) 소속사와 수익배분율

- \* 소속사와의 수익배분 비율은 전체적으로 소속사 27.6%, 본인 72.4%의 비율로 이루어지고 있는 것으로 나타남
- \* 구독자 수가 1만 명 미만, 1만~10만 명 미만, 10만 명 이상으로 증가할수록 본인의 수익배분율이 66.5%에서 73.9%, 78.2%로 점차 커지는 것으로 나타남
- \* ‘문화예술’ 장르 창작자는 본인의 수익 배분 비율이 84.3%로 타 장르 대비 상대적으로 가장 큰 비율의 수익을 거두고 있는 것으로 나타난 반면, ‘취미 등’ 장르 창작자는 본인의 수익 배분 비율이 59.0%로, 타 장르 대비 상대적으로 적은 비율의 수익을 거두고 있는 것으로 나타남

그림 2-52 소속사와 수익배분율

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-70 소속사와 수익배분율

(단위 : %)

		사례수	소속사	본인
전체		161	27.6	72.4
성별	남성	94	26.1	73.9
	여성	67	29.7	70.3
연령별	20대 이하	71	22.0	78.0
	30대	67	30.7	69.3
	40대	21	35.5	64.5
	50대 이상	2	35.0	65.0
구독자 수	1만명 미만	53	33.5	66.5
	1만~10만명 미만	71	26.1	73.9
	10만명 이상	37	21.8	78.2
콘텐츠 장르	게임	21	17.2	82.8
	음악/댄스	19	27.4	72.6
	푸드/쿠킹	13	37.0	63.0
	문화예술	7	15.7	84.3
	라이프스타일	56	27.0	73.0
	엔터테인먼트	16	25.3	74.7
	정보전달	12	35.0	65.0
	IT/기술/과학	5	28.0	72.0
취미 등	12	41.0	59.0	

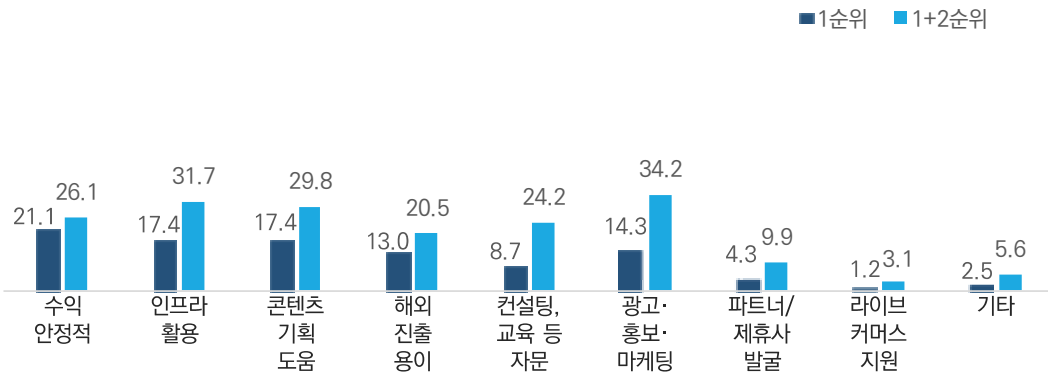
Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

## 5) MCN사에 소속하여 활동하는 이유

- \* MCN사에 소속하여 활동하는 이유를 조사한 결과 ‘수익 안정적’(21.1%)이 가장 큰 이유로 나타났고, 이어서 ‘인프라 활용’ 및 ‘콘텐츠 기획 시 도움’(각 17.4%), ‘광고·홍보·마케팅’(14.3%) 등의 순으로 응답을 보임
- \* 30대 연령대가 타 연령대 대비 MCN사에 소속하여 활동하는 이유 중 ‘해외 진출 용이’(25.4%)를 응답한 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타남
- \* 구독자 수가 10만 명 이상, 1만~10만 명 미만, 1만 명 미만으로 감소할수록 소속사 활동 이유로 ‘수익 안정적’과 ‘인프라 활용’을 선택한 비율이 각각 29.7%, 39.4%, 43.4%로 점차 커지는 것으로 나타남
- \* 콘텐츠 장르별로 살펴보는 경우 ‘푸드/쿠킹’(46.2%) 콘텐츠가 상대적으로 가장 높은 비율로 안정적 수익을 위해 MCN사에 소속되어 활동하는 것으로 조사됨

그림 2-53 MCN사에 소속하여 활동하는 이유

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-71 MCN사에 소속하여 활동하는 이유(1순위)

(단위 : %)

		사례수	수익 안정적	인프라 (시설/ 장비, 인력) 활용	콘텐츠 기획 시 도움	해외 진출 용이	컨설팅, 교육, 법률/ 세무 자문	광고· 홍보· 마케팅	파트너/ 제휴사 발굴	라이브 커머스 지원	기타
전체		161	21.1	17.4	17.4	13.0	8.7	14.3	4.3	1.2	2.5
성별	남성	94	19.1	19.1	18.1	8.5	9.6	14.9	5.3	2.1	3.2
	여성	67	23.9	14.9	16.4	19.4	7.5	13.4	3.0	0.0	1.5
연령별	20대 이하	71	28.2	12.7	18.3	5.6	11.3	18.3	2.8	0.0	2.8
	30대	67	13.4	17.9	17.9	25.4	6.0	10.4	3.0	3.0	3.0
	40대	21	23.8	33.3	9.5	0.0	9.5	14.3	9.5	0.0	0.0
	50대 이상	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	53	24.5	18.9	13.2	17.0	7.5	9.4	7.5	1.9	0.0
	1만~10만명 미만	71	21.1	18.3	15.5	15.5	9.9	14.1	2.8	0.0	2.8
	10만명 이상	37	16.2	13.5	27.0	2.7	8.1	21.6	2.7	2.7	5.4
콘텐츠 장르	게임	21	19.0	23.8	14.3	0.0	14.3	19.0	0.0	0.0	9.5
	음악/댄스	19	21.1	15.8	26.3	10.5	10.5	10.5	5.3	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	13	46.2	15.4	7.7	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	7.7
	문화예술	7	14.3	14.3	14.3	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	14.3
	라이프스타일	56	30.4	16.1	21.4	10.7	3.6	14.3	1.8	1.8	0.0
	엔터테인먼트	16	6.3	12.5	25.0	12.5	12.5	25.0	6.3	0.0	0.0
	정보전달	12	0.0	16.7	8.3	33.3	16.7	25.0	0.0	0.0	0.0
	IT/기술/과학	5	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0
취미 등	12	8.3	25.0	0.0	33.3	8.3	16.7	0.0	8.3	0.0	

Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

표 2-72 MCN사에 소속하여 활동하는 이유(1+2순위)

(단위 : %)

		사례수	수익 안정적	인프라 (시설/ 장비, 인력) 활용	콘텐츠 기획 시 도움	해외 진출 용이	컨설팅, 교육, 법률/ 세무 자문	광고· 홍보· 마케팅	파트너/ 제휴사 발굴	라이브 커머스 지원	기타
전체		161	26.1	31.7	29.8	20.5	24.2	34.2	9.9	3.1	5.6
성별	남성	94	24.5	33.0	30.9	19.1	25.5	29.8	9.6	3.2	6.4
	여성	67	28.4	29.9	28.4	22.4	22.4	40.3	10.4	3.0	4.5
연령별	20대 이하	71	29.6	25.4	29.6	8.5	29.6	43.7	9.9	2.8	4.2
	30대	67	22.4	28.4	31.3	32.8	20.9	28.4	9.0	4.5	7.5
	40대	21	28.6	66.7	23.8	19.0	14.3	23.8	9.5	0.0	4.8
	50대 이상	2	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
구독자 수	1만명 미만	53	28.3	34.0	28.3	28.3	22.6	28.3	7.5	3.8	1.9
	1만~10만명 미만	71	28.2	29.6	26.8	21.1	23.9	38.0	11.3	2.8	5.6
	10만명 이상	37	18.9	32.4	37.8	8.1	27.0	35.1	10.8	2.7	10.8
콘텐츠 장르	게임	21	23.8	33.3	14.3	4.8	28.6	47.6	4.8	0.0	19.0
	음악/댄스	19	21.1	26.3	36.8	10.5	26.3	47.4	15.8	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	13	46.2	15.4	23.1	23.1	38.5	23.1	15.4	0.0	7.7
	문화예술	7	28.6	14.3	42.9	28.6	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3
	라이프스타일	56	35.7	35.7	39.3	19.6	17.9	28.6	5.4	5.4	1.8
	엔터테인먼트	16	12.5	31.3	43.8	25.0	18.8	25.0	6.3	0.0	6.3
	정보전달	12	0.0	25.0	16.7	41.7	41.7	58.3	8.3	0.0	0.0
	IT/기술/과학	5	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	60.0	0.0	0.0
취미 등	12	16.7	50.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	16.7	8.3	

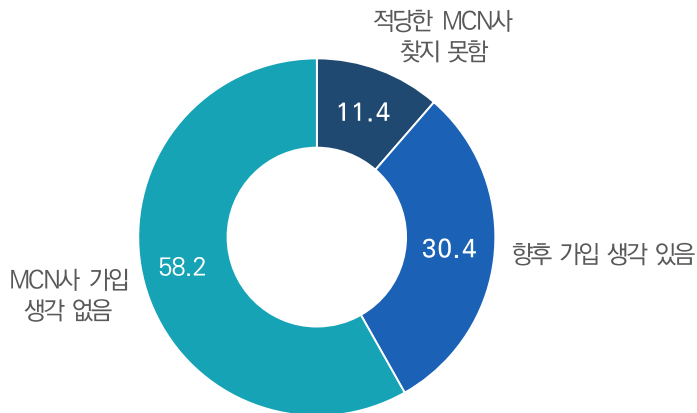
Base : MCN사에 소속되어 활동하는 응답자

### 6) 개인으로 활동하는 이유

- \* MCN사에 소속되지 않고 개인으로 활동하는 이유로는 ‘MCN사 가입 생각 없음’이 58.2%로 가장 높게 나타났고, ‘향후 가입 생각 있음’(30.4%), ‘적당한 MCN사 찾지 못함’(11.4%) 순으로 나타남
- \* MCN사 가입 생각이 없다고 응답한 비중이 상대적으로 높게 나타난 집단은 ‘여성’(60.9%), ‘40대’(60.6%), ‘구독자 수 10만 명 이상’(65.2%), ‘취미 등’ (67.7%) 장르 창작자로 나타남
- \* 특히 ‘게임’ 콘텐츠 창작자는 ‘적당한 MCN사를 찾지 못해서’ 개인으로 활동하고 있다고 응답한 비율이 20.0%로 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-54 개인으로 활동하는 이유

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속되지 않은 응답자

표 2-73 개인으로 활동하는 이유

(단위 : %)

		사례수	적당한 MCN사를 찾지 못함	아직 시도하지 않았지만 향후 가입 생각 있음	MCN사 가입 생각 없음
전체		839	11.4	30.4	58.2
성별	남성	550	11.8	31.5	56.7
	여성	289	10.7	28.4	60.9
연령별	20대 이하	242	14.5	32.2	53.3
	30대	354	10.2	29.4	60.5
	40대	165	10.3	29.1	60.6
	50대 이상	78	10.3	32.1	57.7
구독자 수	1만명 미만	422	9.7	34.4	55.9
	1만~10만명 미만	305	13.1	28.2	58.7
	10만명 이상	112	13.4	21.4	65.2
콘텐츠 장르	게임	70	20.0	40.0	40.0
	음악/댄스	53	13.2	41.5	45.3
	푸드/쿠킹	38	15.8	28.9	55.3
	문화예술	32	15.6	34.4	50.0
	라이프스타일	192	15.6	28.6	55.7
	엔터테인먼트	70	12.9	31.4	55.7
	정보전달	190	4.7	28.9	66.3
	IT/기술/과학	30	10.0	36.7	53.3
	취미 등	164	7.9	24.4	67.7

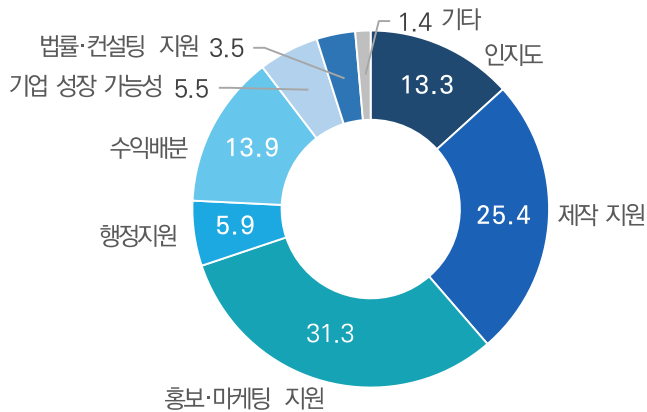
Base : MCN사에 소속되지 않은 응답자

### 7) MCN사 가입 시 주요 고려사항

- \* MCN사 가입 시 주요 고려사항은 ‘홍보·마케팅 지원’(31.3%), ‘제작 지원’(25.4%), ‘수익 배분’(13.9%) 등의 순으로 응답이 나타남
- \* MCN사 가입 시 남성은 여성보다 ‘제작지원’(남성 29.2%, 여성 18.3%)을 더 많이 고려하는 것으로 나타난 반면, 여성은 남성보다 ‘홍보·마케팅 지원’(여성 37.2%, 남성 28.0%)을 더 많이 고려하는 것으로 보임
- \* 콘텐츠 장르 별로 살펴보는 경우 ‘엔터테인먼트’는 ‘홍보·마케팅 지원’(48.9%), ‘정보전달’은 ‘제작지원’(42.1%)을 주요 고려사항으로 여긴다고 응답한 비율이 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-55 MCN사 가입 시 주요 고려사항

(단위 : %)



Base : MCN사에 소속 중이거나 가입 의사가 있는 응답자

표 2-74 MCN사 가입 시 주요 고려사항

(단위 : %)

		사례수	인지도	제작지원	홍보·마케팅 지원	행정지원	수익배분	기업 성장 가능성	법률·컨설팅 지원	기타
전체		512	13.3	25.4	31.3	5.9	13.9	5.5	3.5	1.4
성별	남성	332	13.9	29.2	28.0	6.3	13.3	4.8	3.3	1.2
	여성	180	12.2	18.3	37.2	5.0	15.0	6.7	3.9	1.7
연령별	20대 이하	184	15.2	20.7	33.7	6.0	16.8	3.3	3.8	0.5
	30대	207	11.6	27.5	28.5	5.8	14.0	6.8	3.4	2.4
	40대	86	16.3	24.4	32.6	8.1	8.1	5.8	4.7	0.0
	50대 이상	35	5.7	40.0	31.4	0.0	11.4	8.6	0.0	2.9
구독자 수	1만명 미만	239	16.7	25.9	30.5	5.9	12.1	3.8	4.2	0.8
	1만~10만명 미만	197	9.1	23.4	33.5	6.6	15.7	7.1	2.5	2.0
	10만명 이상	76	13.2	28.9	27.6	3.9	14.5	6.6	3.9	1.3
콘텐츠 장르	게임	63	15.9	19.0	25.4	4.8	19.0	6.3	6.3	3.2
	음악/댄스	48	20.8	22.9	27.1	8.3	18.8	0.0	2.1	0.0
	푸드/쿠킹	30	6.7	26.7	36.7	13.3	10.0	0.0	6.7	0.0
	문화예술	23	17.4	13.0	13.0	8.7	13.0	30.4	4.3	0.0
	라이프스타일	141	17.7	24.1	30.5	7.1	10.6	5.0	3.5	1.4
	엔터테인먼트	47	12.8	23.4	48.9	0.0	10.6	2.1	2.1	0.0
	정보전달	76	5.3	42.1	27.6	2.6	13.2	5.3	2.6	1.3
	IT/기술/과학	19	5.3	10.5	57.9	15.8	5.3	0.0	0.0	5.3
취미 등	65	9.2	26.2	29.2	3.1	20.0	7.7	3.1	1.5	

Base : MCN사 소속 중이거나 가입 의사가 있는 응답자

## 2. 창작자 직업 만족도

### 1) 현재 창작자 직업 만족도

- \* 창작자 직업 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 55.9%로, 매우 불만족하거나 불만족 한다(7.8%)는 응답보다 현저히 더 높은 것으로 나타남
- \* 구독자 수 '10만 명 이상'을 보유한 창작자의 경우 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 66.5%로 상대적으로 높게 나타남
- \* 콘텐츠 장르 별로 살펴보는 경우 '게임' 장르 창작자는 '불만족 한다'(11.0%)는 응답이 상대적으로 높게 나타난 반면, '정보전달' 장르 창작자는 '매우 만족한다'(23.8%)는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- \* 현재 직업 만족도는 전체 평균 3.63점으로 나타남

그림 2-56 현재 창작자 직업 만족도

(단위 : %)

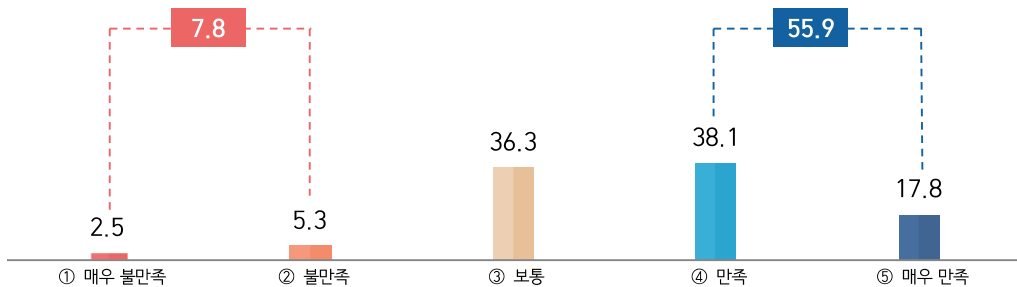


표 2-75 현재 창작자 직업 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		1,000	2.5	5.3	36.3	38.1	17.8	3.63
성별	남성	644	3.1	5.9	36.2	35.4	19.4	3.62
	여성	356	1.4	4.2	36.5	43.0	14.9	3.66
연령별	20대 이하	313	2.6	4.5	33.5	41.2	18.2	3.68
	30대	421	1.9	5.2	34.9	40.4	17.6	3.67
	40대	186	2.2	7.5	43.5	30.1	16.7	3.52
	50대 이상	80	6.3	3.8	37.5	32.5	20.0	3.56
구독자 수	1만명 미만	475	2.7	6.5	40.8	37.5	12.4	3.50
	1만~10만명 미만	376	2.7	4.3	33.8	38.8	20.5	3.70
	10만명 이상	149	1.3	4.0	28.2	38.3	28.2	3.88
콘텐츠 장르	게임	91	2.2	11.0	23.1	44.0	19.8	3.68
	음악/댄스	72	6.9	5.6	38.9	36.1	12.5	3.42
	푸드/쿠킹	51	2.0	5.9	41.2	37.3	13.7	3.55
	문화예술	39	0.0	0.0	35.9	46.2	17.9	3.82
	라이프스타일	248	2.8	6.0	36.3	39.1	15.7	3.59
	엔터테인먼트	86	2.3	2.3	44.2	32.6	18.6	3.63
	정보전달	202	2.0	3.5	35.1	35.6	23.8	3.76
	IT/기술/과학	35	0.0	2.9	40.0	48.6	8.6	3.63
	취미 등	176	2.3	6.3	37.5	36.4	17.6	3.61

## 2) 이전 직업과 비교 시 창작자 직업 만족도

- \* 이전 직업과 비교하여 창작자 직업 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 57.1%로, 매우 불만족하거나 불만족 한다(8.9%)는 응답보다 높게 나타남
- \* 이전 직업 대비 현재 직업에 대한 만족도(매우 만족 및 만족)가 높은 연령대는 '20대 이하'(63.9%)로 나타남
- \* '문화예술' 콘텐츠의 경우 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 74.4%로 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 이전 직업과 비교 시 직업 만족도는 전체 평균 3.69점으로 나타남

그림 2-57 이전 직업과 비교 시 창작자 직업 만족도

(단위 : %)

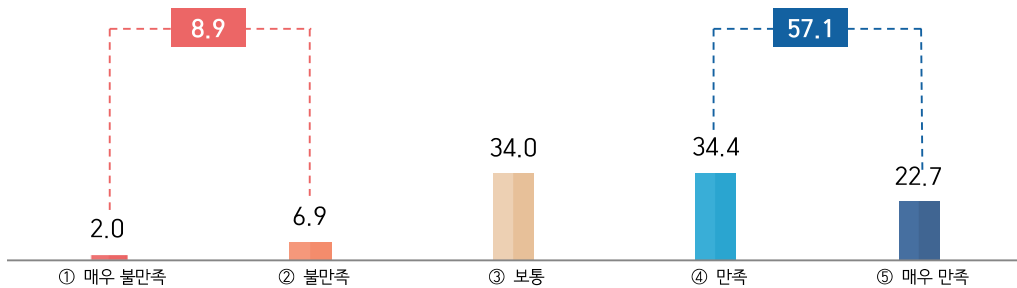


표 2-76 이전 직업과 비교 시 창작자 직업 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		1,000	2.0	6.9	34.0	34.4	22.7	3.69
성별	남성	644	2.6	7.1	34.6	32.1	23.4	3.67
	여성	356	0.8	6.5	32.9	38.5	21.3	3.73
연령별	20대 이하	313	1.6	5.8	28.8	39.9	24.0	3.79
	30대	421	2.4	6.9	33.0	33.5	24.2	3.70
	40대	186	2.2	8.1	44.1	30.1	15.6	3.49
	50대 이상	80	1.3	8.8	36.3	27.5	26.3	3.69
구독자 수	1만명 미만	475	2.5	8.4	39.8	35.2	14.1	3.50
	1만~10만명 미만	376	1.6	6.1	30.1	33.5	28.7	3.82
	10만명 이상	149	1.3	4.0	25.5	34.2	34.9	3.97
콘텐츠 장르	게임	91	1.1	4.4	22.0	45.1	27.5	3.93
	음악/댄스	72	4.2	5.6	50.0	30.6	9.7	3.36
	푸드/쿠킹	51	3.9	11.8	39.2	25.5	19.6	3.45
	문화예술	39	2.6	2.6	20.5	43.6	30.8	3.97
	라이프스타일	248	2.8	7.3	33.1	35.5	21.4	3.65
	엔터테인먼트	86	2.3	3.5	39.5	30.2	24.4	3.71
	정보전달	202	1.5	4.5	36.6	29.7	27.7	3.78
	IT/기술/과학	35	0.0	14.3	22.9	48.6	14.3	3.63
	취미 등	176	0.6	10.8	33.0	34.1	21.6	3.65

### 3) 창작자 업무환경 만족도

- \* 창작자의 업무환경 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 50.7%로, 매우 불만족하거나 불만족 한다(11.8%)는 응답보다 높게 나타남
- \* 업무환경 만족도(매우 만족 및 만족)는 구독자 수가 1만 명 미만, 1만~10만 명 미만, 10만 명 이상으로 증가할수록 45.5%에서 54.8%, 57.1%로 증가하는 것으로 나타남
- \* ‘문화예술’ 콘텐츠 창작자의 경우 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 61.5%로 타 장르와 비교해 상대적으로 높게 나타남
- \* 업무환경 만족도는 전체 평균 3.53점으로 나타남

그림 2-58 창작자 업무환경 만족도

(단위 : %)

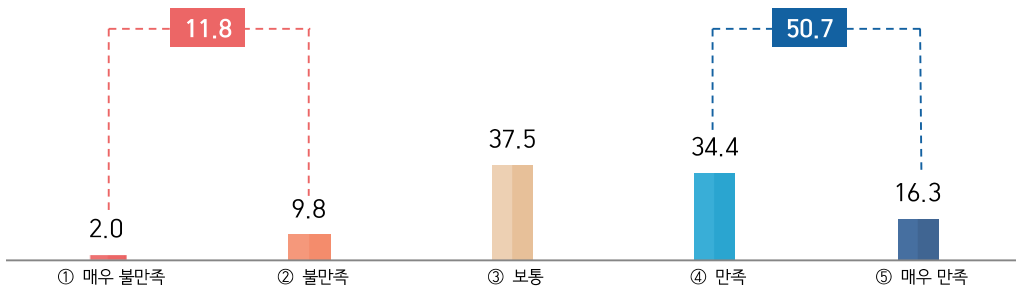


표 2-77 창작자 업무환경 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		1,000	2.0	9.8	37.5	34.4	16.3	3.53
성별	남성	644	2.3	9.0	36.6	34.5	17.5	3.56
	여성	356	1.4	11.2	39.0	34.3	14.0	3.48
연령별	20대 이하	313	1.9	9.9	33.2	35.5	19.5	3.61
	30대	421	1.4	8.8	36.8	36.6	16.4	3.58
	40대	186	2.7	11.3	46.2	29.0	10.8	3.34
	50대 이상	80	3.8	11.3	37.5	31.3	16.3	3.45
구독자 수	1만명 미만	475	2.7	10.7	41.1	33.9	11.6	3.41
	1만~10만명 미만	376	1.9	10.4	33.0	35.4	19.4	3.60
	10만명 이상	149	0.0	5.4	37.6	33.6	23.5	3.75
콘텐츠 장르	게임	91	1.1	7.7	31.9	40.7	18.7	3.68
	음악/댄스	72	2.8	15.3	40.3	31.9	9.7	3.31
	푸드/쿠킹	51	2.0	15.7	27.5	37.3	17.6	3.53
	문화예술	39	0.0	2.6	35.9	41.0	20.5	3.79
	라이프스타일	248	2.4	8.5	39.5	36.3	13.3	3.50
	엔터테인먼트	86	1.2	10.5	36.0	31.4	20.9	3.60
	정보전달	202	1.5	9.9	36.1	34.2	18.3	3.58
	IT/기술/과학	35	5.7	5.7	40.0	34.3	14.3	3.46
취미 등	176	2.3	10.8	41.5	29.0	16.5	3.47	

#### 4) 창작자 경제적 요소 만족도

- \* 창작자의 경제적 요소 만족도는 매우 불만족하거나 불만족 한다는 응답이 38.4%로, 매우 만족하거나 만족한다(26.7%)는 응답보다 높게 나타남
- \* '구독자 수 10만 명 이상'의 창작자의 경우 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 46.9%로 상대적으로 가장 높게 나타남
- \* 콘텐츠 장르에서는 '게임'(35.2%), '문화예술'(30.8%), '엔터테인먼트'(37.2%) 콘텐츠에서 경제적 만족도(매우 만족 및 만족)가 상대적으로 높은 것으로 나타남
- \* 경제적 요소 만족도는 전체 평균 2.83점으로 나타남

그림 2-59 창작자 경제적 요소 만족도

(단위 : %)

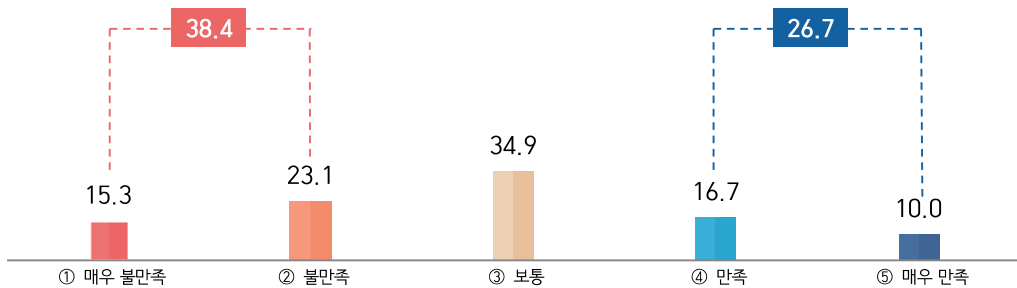


표 2-78 창작자 경제적 요소 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		1,000	15.3	23.1	34.9	16.7	10.0	2.83
성별	남성	644	14.1	24.2	33.5	16.5	11.6	2.87
	여성	356	17.4	21.1	37.4	17.1	7.0	2.75
연령별	20대 이하	313	13.4	22.4	32.6	18.2	13.4	2.96
	30대	421	15.0	22.6	34.0	18.8	9.7	2.86
	40대	186	18.3	25.8	40.3	10.2	5.4	2.59
	50대 이상	80	17.5	22.5	36.3	15.0	8.8	2.75
구독자 수	1만명 미만	475	18.9	26.3	35.8	13.3	5.7	2.60
	1만~10만명 미만	376	14.1	22.9	34.6	17.8	10.6	2.88
	10만명 이상	149	6.7	13.4	32.9	24.8	22.1	3.42
콘텐츠 장르	게임	91	9.9	23.1	31.9	13.2	22.0	3.14
	음악/댄스	72	31.9	26.4	23.6	13.9	4.2	2.32
	푸드/쿠킹	51	23.5	23.5	27.5	15.7	9.8	2.65
	문화예술	39	10.3	17.9	41.0	20.5	10.3	3.03
	라이프스타일	248	13.3	23.8	37.9	17.3	7.7	2.82
	엔터테인먼트	86	11.6	22.1	29.1	24.4	12.8	3.05
	정보전달	202	13.9	20.8	36.1	19.3	9.9	2.91
	IT/기술/과학	35	8.6	28.6	31.4	20.0	11.4	2.97
취미 등	176	17.6	23.9	39.8	10.8	8.0	2.68	

### 5) 창작자의 사회적 평판

- \* 창작자 직업의 사회적 평판은 ‘매우 높음’ 및 ‘높음’은 39.0%, ‘매우 낮음’ 및 ‘낮음’은 19.8%로 나타남
- \* ‘구독자 수 10만 명 이상’의 경우 ‘매우 높음’ 및 ‘높음’ 응답이 57.1%로, 구독자 수가 적은 창작자와 비교해 상대적으로 높게 나타남
- \* 창작자 직업의 사회적 평판은 전체 평균 3.25점으로 나타남

그림 2-60 창작자의 사회적 평판

(단위 : %)

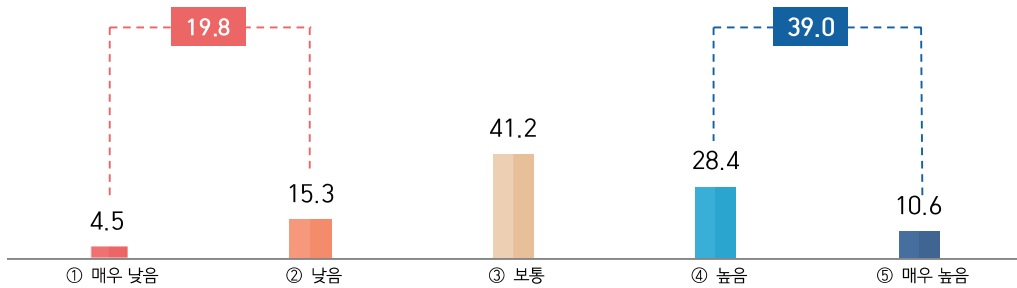


표 2-79 창작자의 사회적 평판

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	평균
전체		1,000	4.5	15.3	41.2	28.4	10.6	3.25
성별	남성	644	5.0	17.5	38.4	27.5	11.6	3.23
	여성	356	3.7	11.2	46.3	30.1	8.7	3.29
연령별	20대 이하	313	3.2	16.3	39.0	29.4	12.1	3.31
	30대	421	6.7	12.1	41.3	27.6	12.4	3.27
	40대	186	2.7	19.9	43.0	29.0	5.4	3.15
	50대 이상	80	2.5	17.5	45.0	27.5	7.5	3.20
구독자 수	1만명 미만	475	5.3	17.5	45.7	23.8	7.8	3.11
	1만~10만명 미만	376	3.5	13.3	42.0	30.6	10.6	3.32
	10만명 이상	149	4.7	13.4	24.8	37.6	19.5	3.54
콘텐츠 장르	게임	91	5.5	23.1	31.9	26.4	13.2	3.19
	음악/댄스	72	2.8	16.7	38.9	34.7	6.9	3.26
	푸드/쿠킹	51	9.8	19.6	37.3	21.6	11.8	3.06
	문화예술	39	2.6	15.4	56.4	17.9	7.7	3.13
	라이프스타일	248	4.4	12.9	44.8	28.2	9.7	3.26
	엔터테인먼트	86	2.3	18.6	37.2	24.4	17.4	3.36
	정보전달	202	4.0	12.4	39.1	33.2	11.4	3.36
	IT/기술/과학	35	11.4	14.3	28.6	42.9	2.9	3.11
	취미 등	176	4.0	14.8	46.6	25.0	9.7	3.22

### 6) 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성

- \* 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성을 조사한 결과 ‘매우 높음’ 및 ‘높음’을 응답한 비율이 63.2%, ‘매우 낮음’ 및 ‘낮음’을 응답한 비율이 10.1%로 나타남
- \* ‘여성’ 창작자가 상대적으로 높은 비율(69.1%)로 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성이 높다고 응답함
- \* 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성을 평균 3.79점으로 평가함

그림 2-61 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성

(단위 : %)

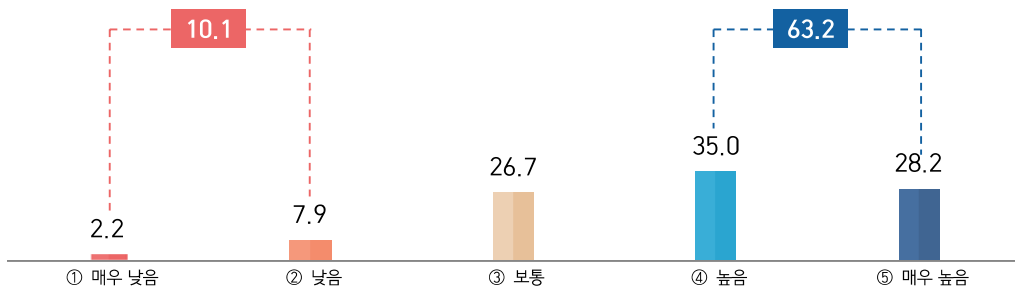


표 2-80 향후 1년 이내 창작자 직업의 발전 가능성

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	평균
전체		1,000	2.2	7.9	26.7	35.0	28.2	3.79
성별	남성	644	2.8	9.2	28.1	32.0	28.0	3.73
	여성	356	1.1	5.6	24.2	40.4	28.7	3.90
연령별	20대 이하	313	1.9	9.3	24.9	35.1	28.8	3.80
	30대	421	2.1	7.6	25.7	33.3	31.4	3.84
	40대	186	2.7	8.1	31.2	34.9	23.1	3.68
	50대 이상	80	2.5	3.8	28.8	43.8	21.3	3.78
구독자 수	1만명 미만	475	2.5	6.7	29.1	34.9	26.7	3.77
	1만~10만명 미만	376	0.8	8.0	25.8	37.5	27.9	3.84
	10만명 이상	149	4.7	11.4	21.5	28.9	33.6	3.75
콘텐츠 장르	게임	91	1.1	7.7	25.3	30.8	35.2	3.91
	음악/댄스	72	5.6	18.1	25.0	33.3	18.1	3.40
	푸드/쿠킹	51	2.0	11.8	29.4	27.5	29.4	3.71
	문화예술	39	0.0	7.7	30.8	28.2	33.3	3.87
	라이프스타일	248	2.4	8.5	25.8	38.3	25.0	3.75
	엔터테인먼트	86	1.2	5.8	43.0	29.1	20.9	3.63
	정보전달	202	0.5	5.4	23.3	34.7	36.1	4.00
	IT/기술/과학	35	2.9	5.7	34.3	37.1	20.0	3.66
취미 등	176	4.0	6.3	22.2	39.8	27.8	3.81	

### 7) 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성

- \* 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성을 조사한 결과 ‘매우 높음’ 및 ‘높음’을 응답한 비율이 70.1%, ‘매우 낮음’ 및 ‘낮음’을 응답한 비율이 7.8%로 나타남
- \* ‘30대’ 창작자가 타 연령대 대비 상대적으로 높은 비율(72.5%)로 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속가능성이 높다고 응답함
- \* 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성을 평균 3.94점으로 평가함

그림 2-62 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성

(단위 : %)

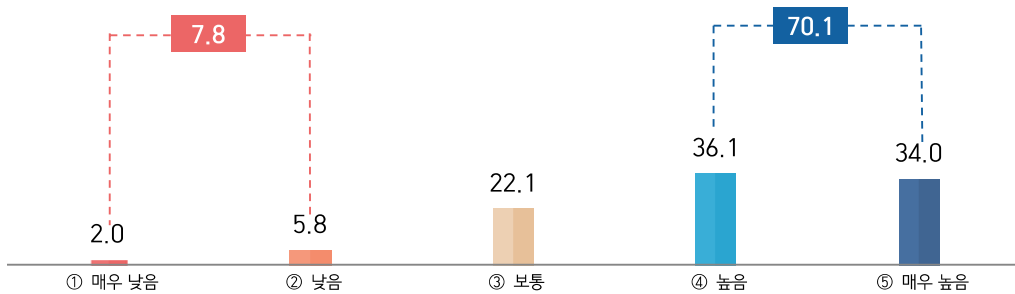


표 2-81 향후 1년 이내 창작자 직업의 지속 가능성

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	평균
전체		1,000	2.0	5.8	22.1	36.1	34.0	3.94
성별	남성	644	2.2	5.1	25.0	33.2	34.5	3.93
	여성	356	1.7	7.0	16.9	41.3	33.1	3.97
연령별	20대 이하	313	1.3	7.0	22.4	37.1	32.3	3.92
	30대	421	2.6	5.9	19.0	34.0	38.5	4.00
	40대	186	2.2	4.3	27.4	37.6	28.5	3.86
	50대 이상	80	1.3	3.8	25.0	40.0	30.0	3.94
구독자 수	1만명 미만	475	2.7	7.8	25.9	36.6	26.9	3.77
	1만~10만명 미만	376	0.5	3.2	19.1	37.0	40.2	4.13
	10만명 이상	149	3.4	6.0	17.4	32.2	40.9	4.01
콘텐츠 장르	게임	91	1.1	6.6	22.0	36.3	34.1	3.96
	음악/댄스	72	2.8	5.6	30.6	34.7	26.4	3.76
	푸드/쿠킹	51	3.9	2.0	27.5	35.3	31.4	3.88
	문화예술	39	0.0	2.6	25.6	35.9	35.9	4.05
	라이프스타일	248	2.0	6.9	21.0	39.5	30.6	3.90
	엔터테인먼트	86	2.3	8.1	27.9	32.6	29.1	3.78
	정보전달	202	1.0	4.0	20.3	33.7	41.1	4.10
	IT/기술/과학	35	0.0	2.9	17.1	45.7	34.3	4.11
취미 등	176	3.4	7.4	18.2	34.7	36.4	3.93	

### 8) 창작자 활동 시작 계기

- \* 창작자 활동 시작 계기를 조사한 결과 ‘콘텐츠에 대한 열정과 재능이 있어서’가 31.8%로 가장 높은 응답률을 보였고, ‘재미있는 취미 활동을 하려고’ 30.3%, ‘콘텐츠에 대한 전문 기술 보유’(10.4%) 등의 응답 순이 나타남
- \* ‘50대 이상’(18.8%) 연령대의 경우 ‘콘텐츠에 대한 전문기술 보유’로 인해 창작자 활동을 시작하게 된 비율이 타 연령대 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 콘텐츠 장르 별로 살펴보는 경우 ‘엔터테인먼트’는 ‘콘텐츠에 대한 열정과 재능이 있어서’가 43.0%, ‘정보전달’은 ‘향후 유망한 분야로 판단되어서’가 18.8%의 응답을 보이며 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-63 창작자 활동 시작 계기

(단위 : %)

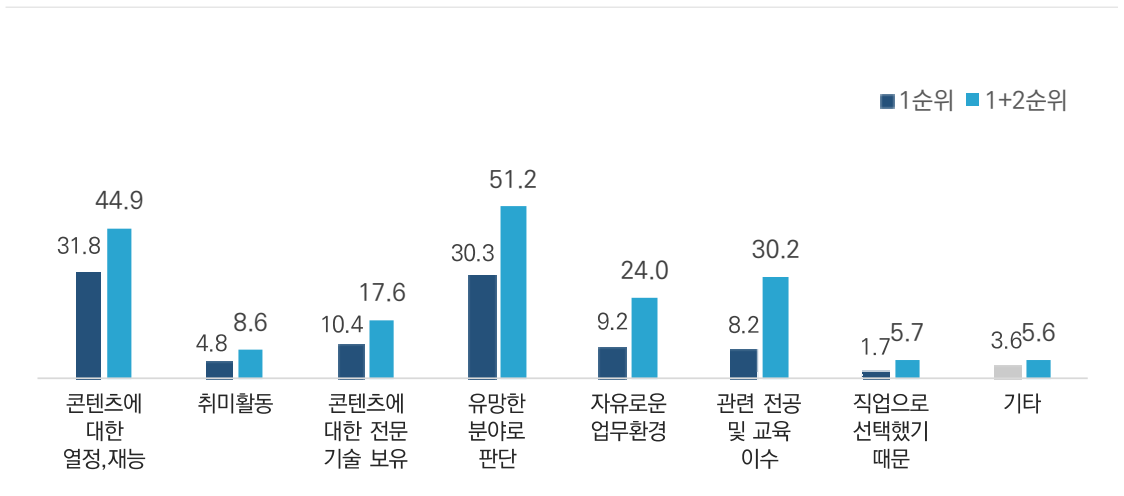


표 2-82 창작자 활동 시작 계기(1순위)

(단위 : %)

		사례수	콘텐츠에 대한 열정과 재능이 있어서	관련 학과 및 관련 교육훈련 기관을 다녔기 때문에	개인 미디어 콘텐츠에 대한 전문 기술이 있어서	재미있고 취미활동을 하려고	향후 유망한 분야로 판단 되어서	일하는 것이 자유로워서	창작자를로 선택해서	기타
전체		1,000	31.8	4.8	10.4	30.3	9.2	8.2	1.7	3.6
성별	남성	644	31.4	5.0	12.0	28.3	9.3	8.2	1.9	4.0
	여성	356	32.6	4.5	7.6	34.0	9.0	8.1	1.4	2.8
연령별	20대 이하	313	36.1	4.2	6.7	34.8	5.8	8.3	0.6	3.5
	30대	421	31.1	5.9	9.7	29.9	10.0	7.4	2.9	3.1
	40대	186	28.5	3.8	14.5	28.0	11.3	9.1	0.5	4.3
	50대 이상	80	26.3	3.8	18.8	20.0	13.8	10.0	2.5	5.0
구독자 수	1만명 미만	475	32.0	6.7	11.4	30.3	8.0	7.6	1.5	2.5
	1만~10만명 미만	376	30.1	3.2	10.1	31.4	11.7	7.7	1.6	4.3
	10만명 이상	149	35.6	2.7	8.1	27.5	6.7	11.4	2.7	5.4
콘텐츠 장르	게임	91	24.2	5.5	6.6	42.9	6.6	5.5	1.1	7.7
	음악/댄스	72	30.6	5.6	12.5	40.3	8.3	2.8	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	51	25.5	5.9	11.8	37.3	5.9	9.8	3.9	0.0
	문화예술	39	38.5	2.6	2.6	30.8	5.1	17.9	0.0	2.6
	라이프스타일	248	33.1	4.8	10.1	34.3	4.4	8.5	2.0	2.8
	엔터테인먼트	86	43.0	5.8	14.0	19.8	5.8	8.1	0.0	3.5
	정보전달	202	29.7	4.5	9.4	19.3	18.8	11.4	2.5	4.5
	IT/기술/과학	35	31.4	2.9	22.9	14.3	5.7	14.3	0.0	8.6
취미 등	176	31.8	4.5	10.2	33.0	10.8	4.0	2.3	3.4	

# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-83 창작자 활동 시작 계기(1+2순위)

(단위 : %)

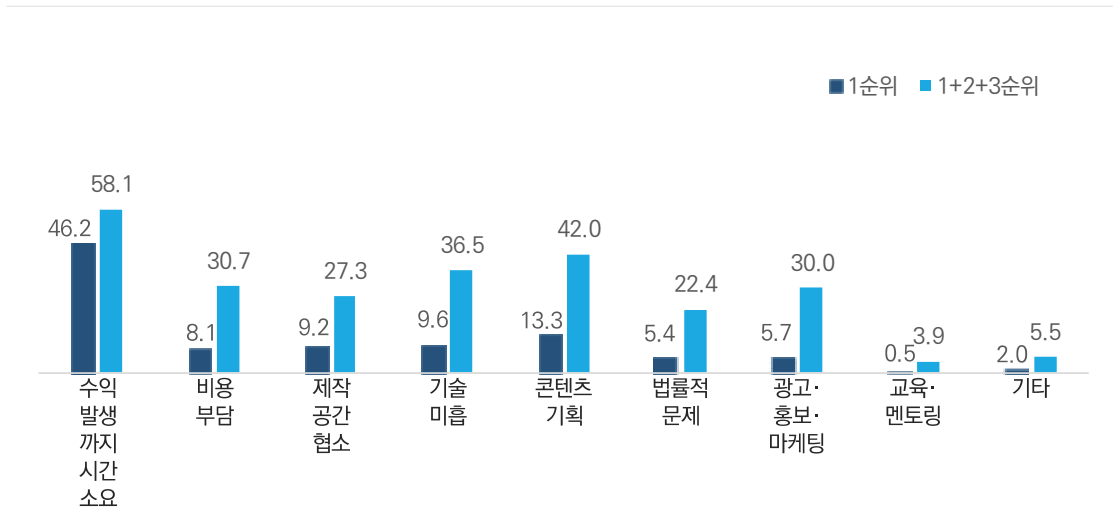
		사례수	콘텐츠에 대한 열정과 재능이 있어서	관련 학과 및 교육훈련 기관을 다녔기 때문에	개인 미디어 콘텐츠에 대한 전문 기술이 있어서	재미있고 취미활동을 하려고	향후 유망한 분야로 판단 되어서	일하는 것이 자유로워서	창작자를 직업으로 선택해서	기타
전체		1,000	44.9	8.6	17.6	51.2	24.0	30.2	5.7	5.6
성별	남성	644	44.1	8.9	20.7	50.2	23.3	29.8	5.4	5.3
	여성	356	46.3	8.1	12.1	53.1	25.3	30.9	6.2	6.2
연령별	20대 이하	313	48.6	8.3	11.5	59.1	19.2	29.1	3.8	4.8
	30대	421	44.9	9.3	18.1	48.7	25.4	30.6	7.4	5.5
	40대	186	41.4	8.1	23.1	47.8	26.3	31.2	3.8	7.5
	50대 이상	80	38.8	7.5	26.3	41.3	30.0	30.0	8.8	5.0
구독자 수	1만명 미만	475	41.1	12.2	18.3	50.9	22.9	31.4	5.9	4.6
	1만~10만명 미만	376	46.0	5.6	17.0	54.3	25.5	29.8	5.3	6.6
	10만명 이상	149	54.4	4.7	16.8	44.3	23.5	27.5	6.0	6.0
콘텐츠 장르	게임	91	35.2	5.5	12.1	71.4	16.5	26.4	6.6	8.8
	음악/댄스	72	50.0	5.6	22.2	61.1	19.4	20.8	4.2	2.8
	푸드/쿠킹	51	45.1	7.8	19.6	56.9	17.6	31.4	5.9	0.0
	문화예술	39	46.2	2.6	10.3	43.6	15.4	48.7	10.3	7.7
	라이프스타일	248	43.5	12.5	17.3	53.2	19.8	30.6	5.6	5.2
	엔터테인먼트	86	52.3	12.8	24.4	46.5	23.3	17.4	3.5	3.5
	정보전달	202	46.5	7.4	15.8	39.1	38.6	32.7	6.4	5.9
	IT/기술/과학	35	45.7	5.7	34.3	37.1	17.1	40.0	2.9	11.4
취미 등	176	43.8	7.4	15.3	52.8	24.4	32.4	5.7	6.3	

### 3. 창작자 활동 시 애로사항

- \* 창작자 활동 시 가장 큰 애로사항으로는 '수익 발생까지 일정 기간 소요'(46.2%), '콘텐츠 기획'(13.3%), '기술(영상 촬영, 편집 등) 미흡'(9.6%), '제작 공간 협소(스튜디오 대여 등)'(9.2%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 종합 애로사항으로는 '수익 발생까지 일정 기간 소요'(58.1%), '콘텐츠 기획'(42.0%), '기술(영상 촬영, 편집 등) 미흡'(36.5%), '장비구매 또는 대여 등 비용 부담'(30.7%) 등의 응답 순이 나타남
- \* 특히 '문화예술'(20.5%) 콘텐츠는 콘텐츠 특성상 창작자 활동 시 가장 주된 애로사항으로 '저작권 등 법률적 문제'를 응답한 비율이 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 2-64 창작자 활동 시 애로사항

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-84 창작자 활동 시 애로사항(1순위)

(단위 : %)

		사례수	수익발생 까지 일정기간 소요	장비구매 또는 대여 비용부담 (음원, SW 포함)	제작공간 협소 (스튜디오 대여 등)	기술 (영상촬영 편집 등) 미흡	콘텐츠 기획	저작권 등 법률적 문제	광고· 홍보· 마케팅	교육· 멘토링	기타
전체		1,000	46.2	8.1	9.2	9.6	13.3	5.4	5.7	0.5	2.0
성별	남성	644	43.9	8.1	9.3	10.1	14.8	5.6	5.7	0.8	1.7
	여성	356	50.3	8.1	9.0	8.7	10.7	5.1	5.6	0.0	2.5
연령별	20대 이하	313	44.1	7.3	11.2	6.1	14.4	8.9	4.5	0.3	3.2
	30대	421	48.2	10.0	8.1	8.8	11.9	5.0	6.7	0.0	1.4
	40대	186	45.2	7.0	9.7	14.5	14.0	1.6	4.8	1.6	1.6
	50대 이상	80	46.3	3.8	6.3	16.3	15.0	2.5	7.5	1.3	1.3
구독자 수	1만명 미만	475	52.6	10.3	8.4	9.5	7.6	3.6	5.5	1.1	1.5
	1만~10만명 미만	376	43.9	4.8	10.1	10.9	15.4	6.9	6.1	0.0	1.9
	10만명 이상	149	31.5	9.4	9.4	6.7	26.2	7.4	5.4	0.0	4.0
콘텐츠 장르	게임	91	42.9	5.5	13.2	5.5	16.5	5.5	6.6	0.0	4.4
	음악/댄스	72	41.7	9.7	8.3	8.3	9.7	13.9	8.3	0.0	0.0
	푸드/쿠킹	51	39.2	15.7	9.8	7.8	7.8	3.9	11.8	0.0	3.9
	문화예술	39	38.5	5.1	12.8	5.1	12.8	20.5	2.6	0.0	2.6
	라이프스타일	248	49.2	8.5	9.3	11.3	12.9	4.0	2.4	0.8	1.6
	엔터테인먼트	86	41.9	18.6	10.5	9.3	5.8	8.1	3.5	0.0	2.3
	정보전달	202	47.0	4.0	8.9	12.4	15.8	2.5	7.4	0.0	2.0
	IT/기술/과학	35	45.7	11.4	8.6	5.7	20.0	2.9	5.7	0.0	0.0
취미 등	176	50.6	5.7	6.3	9.1	14.8	3.4	6.8	1.7	1.7	

표 2-85 창작자 활동 시 애로사항(1+2+3순위)

(단위 : %)

		사례수	수익발생 까지 일정기간 소요	장비구매 또는 대여 등 비용부담 (음원, SW 포함)	제작공간 협소 (스튜디오 대여 등)	기술 (영상촬영 편집 등) 미흡	콘텐츠 기획	저작권 등 법률적 문제	광고· 홍보· 마케팅	교육· 멘토링	기타
전체		1,000	58.1	30.7	27.3	36.5	42.0	22.4	30.0	3.9	5.5
성별	남성	644	56.1	30.4	26.4	36.0	43.9	23.1	28.0	4.0	5.4
	여성	356	61.8	31.2	28.9	37.4	38.5	21.1	33.7	3.7	5.6
연령별	20대 이하	313	56.5	27.5	31.0	31.9	45.4	25.6	29.7	2.9	7.3
	30대	421	59.6	32.3	25.9	35.9	41.6	24.5	29.7	2.9	5.2
	40대	186	58.6	37.1	24.7	40.3	39.2	14.0	31.2	7.0	4.3
	50대 이상	80	55.0	20.0	26.3	48.8	37.5	18.8	30.0	6.3	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	63.8	33.9	26.1	39.2	35.2	21.5	26.3	3.6	3.4
	1만~10만명 미만	376	56.6	28.2	27.9	35.4	45.7	22.6	34.8	5.1	7.4
	10만명 이상	149	43.6	26.8	29.5	30.9	54.4	24.8	29.5	2.0	7.4
콘텐츠 장르	게임	91	54.9	25.3	23.1	39.6	52.7	20.9	25.3	1.1	11.0
	음악/댄스	72	54.2	31.9	27.8	34.7	37.5	33.3	44.4	1.4	0.0
	푸드/쿠킹	51	52.9	35.3	27.5	31.4	33.3	17.6	37.3	2.0	5.9
	문화예술	39	56.4	23.1	20.5	28.2	66.7	46.2	25.6	0.0	7.7
	라이프스타일	248	59.3	33.5	29.8	37.9	35.9	20.6	25.8	4.4	5.6
	엔터테인먼트	86	55.8	44.2	34.9	31.4	36.0	25.6	19.8	2.3	5.8
	정보전달	202	61.9	24.8	26.2	43.1	42.6	16.8	35.6	4.5	5.9
	IT/기술/과학	35	48.6	40.0	37.1	20.0	42.9	34.3	25.7	5.7	2.9
취미 등	176	60.2	27.8	22.7	35.2	46.0	19.9	30.7	6.8	4.0	

## 4절. 정책 수요

### 1. 지원정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 ‘1인 미디어 창작자 육성’ 정책에 대한 인지도가 37.3%로 가장 높았고, ‘1인 미디어 콘텐츠 제작 지원’(36.2%), ‘1인 미디어 제작 인프라 지원’(34.9%) 순으로 높은 인지도를 보임
- \* ‘푸드/쿠킹’ 장르 창작자는 ‘콘텐츠 유통’(51.0%), ‘문화예술’ 장르 창작자는 ‘인프라 지원’(51.3%) 정책에 관한 인지도가 타 장르 대비 상대적으로 높은 것으로 나타남

그림 2-65 지원정책 인지도(통합)

(단위 : %)

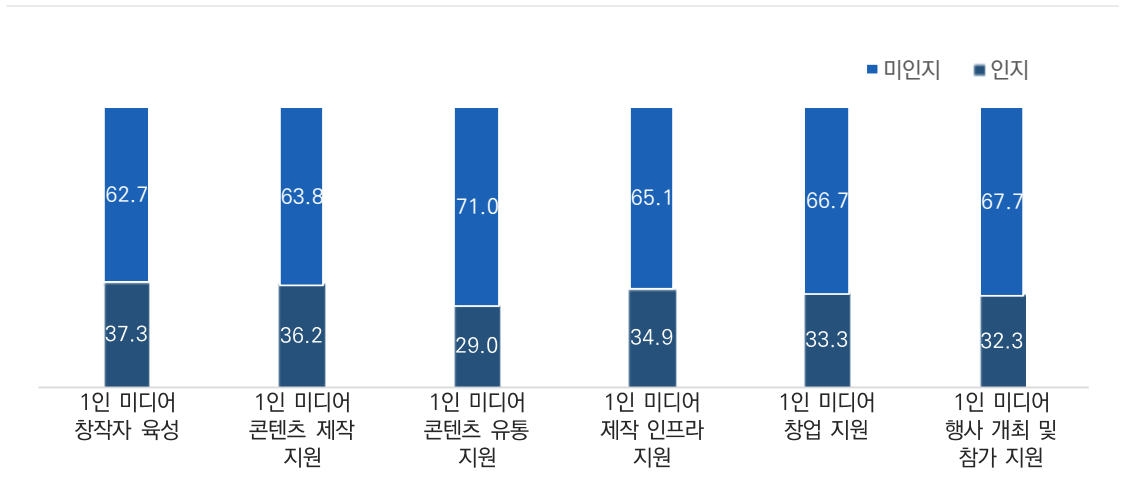


표 2-86 지원정책 인지도(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	창작자유성	콘텐츠 제작	콘텐츠 유통	인프라 지원	창업 지원	행사 개최
전체		1,000	37.3	36.2	29.0	34.9	33.3	32.3
성별	남성	644	36.6	35.7	28.9	34.6	33.9	33.1
	여성	356	38.5	37.1	29.2	35.4	32.3	30.9
연령별	20대 이하	313	30.4	26.8	22.7	29.7	27.8	28.8
	30대	421	43.5	43.2	32.3	39.2	37.1	35.4
	40대	186	38.2	39.2	32.3	36.6	34.9	33.9
	50대 이상	80	30.0	28.8	28.8	28.8	31.3	26.3
구독자 수	1만명 미만	475	39.6	38.5	34.3	37.5	36.6	35.2
	1만~10만명 미만	376	35.1	33.8	22.9	31.6	30.1	28.5
	10만명 이상	149	35.6	34.9	27.5	34.9	30.9	32.9
콘텐츠 장르	게임	91	29.7	25.3	23.1	24.2	22.0	24.2
	음악/댄스	72	30.6	30.6	22.2	26.4	20.8	25.0
	푸드/쿠킹	51	47.1	41.2	51.0	39.2	41.2	41.2
	문화예술	39	41.0	46.2	35.9	51.3	41.0	46.2
	라이프스타일	248	39.9	41.1	33.1	38.3	40.3	36.7
	엔터테인먼트	86	44.2	44.2	32.6	43.0	43.0	44.2
	정보전달	202	31.7	27.7	20.3	29.2	24.3	25.7
	IT/기술/과학	35	42.9	40.0	34.3	37.1	48.6	31.4
취미 등	176	38.6	38.6	28.4	36.4	33.0	29.5	

### 1) '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 창작자 육성' 정책에 관해서 잘 알고 있거나 알고 있다는 응답이 37.3%로, 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(62.7%) 보다 낮게 나타나 해당 정책의 인지도는 다소 낮은 것으로 보임
- \* '문화예술' 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 잘 알고 있다는 응답이 23.1%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-66 '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도

(단위 : %)

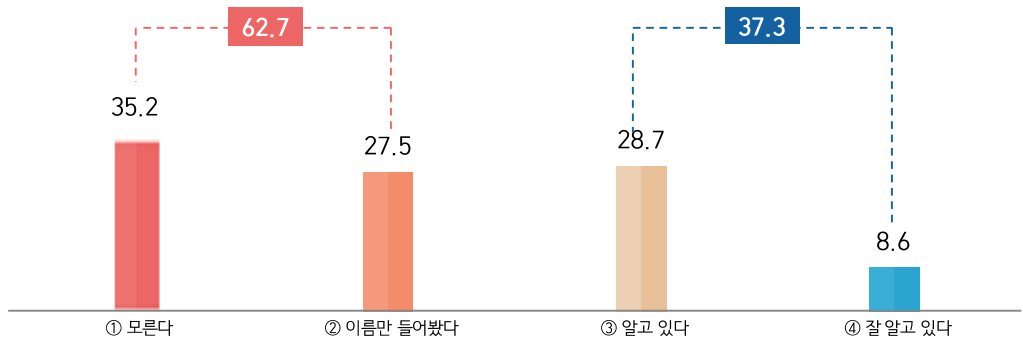


표 2-87 '1인 미디어 창작자 육성'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	35.2	27.5	28.7	8.6
성별	남성	644	35.6	27.8	27.0	9.6
	여성	356	34.6	27.0	31.7	6.7
연령별	20대 이하	313	38.0	31.6	21.7	8.6
	30대	421	31.1	25.4	34.4	9.0
	40대	186	34.9	26.9	28.0	10.2
	50대 이상	80	46.3	23.8	27.5	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	30.7	29.7	31.8	7.8
	1만~10만명 미만	376	39.4	25.5	25.8	9.3
	10만명 이상	149	38.9	25.5	26.2	9.4
콘텐츠 장르	게임	91	39.6	30.8	15.4	14.3
	음악/댄스	72	33.3	36.1	26.4	4.2
	푸드/쿠킹	51	27.5	25.5	37.3	9.8
	문화예술	39	38.5	20.5	17.9	23.1
	라이프스타일	248	33.9	26.2	31.5	8.5
	엔터테인먼트	86	29.1	26.7	32.6	11.6
	정보전달	202	46.5	21.8	24.3	7.4
	IT/기술/과학	35	37.1	20.0	37.1	5.7
취미 등	176	26.7	34.7	34.1	4.5	

## 2) ‘1인 미디어 콘텐츠 제작 지원’정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 ‘1인 미디어 콘텐츠 제작 지원’ 정책에 관해서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 63.8%로, 잘 알고 있거나 알고 있다고 응답한 비율(36.2%)보다 더 높게 나타나 해당 정책의 인지도는 다소 낮은 것으로 보임
- \* ‘문화예술’ 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 잘 알고 있다는 응답이 20.5%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-67 ‘1인 미디어 콘텐츠 제작 지원’정책 인지도

(단위 : %)

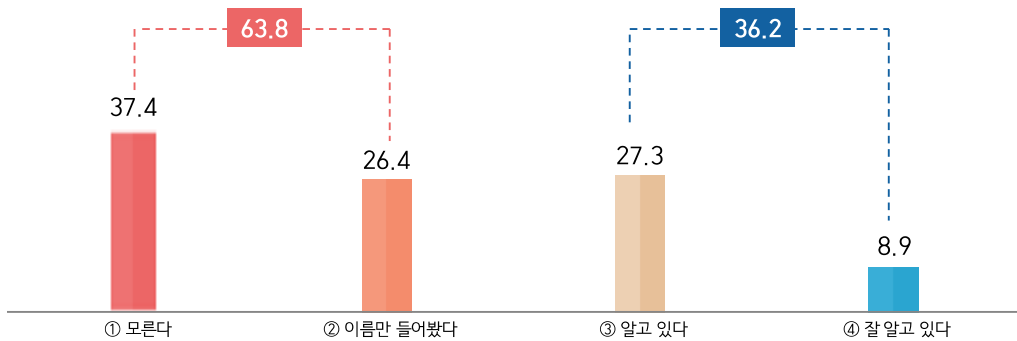


표 2-88 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	37.4	26.4	27.3	8.9
성별	남성	644	39.0	25.3	26.7	9.0
	여성	356	34.6	28.4	28.4	8.7
연령별	20대 이하	313	39.9	33.2	19.5	7.3
	30대	421	33.7	23.0	33.5	9.7
	40대	186	37.6	23.1	28.0	11.3
	50대 이상	80	46.3	25.0	23.8	5.0
구독자 수	1만명 미만	475	32.8	28.6	31.4	7.2
	1만~10만명 미만	376	41.8	24.5	23.1	10.6
	10만명 이상	149	40.9	24.2	24.8	10.1
콘텐츠 장르	게임	91	47.3	27.5	15.4	9.9
	음악/댄스	72	37.5	31.9	26.4	4.2
	푸드/쿠킹	51	31.4	27.5	27.5	13.7
	문화예술	39	35.9	17.9	25.6	20.5
	라이프스타일	248	33.1	25.8	32.3	8.9
	엔터테인먼트	86	27.9	27.9	31.4	12.8
	정보전달	202	48.5	23.8	19.3	8.4
	IT/기술/과학	35	34.3	25.7	37.1	2.9
취미 등	176	33.0	28.4	32.4	6.3	

### 3) '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 정책에 관해서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 71.0%로, 잘 알고 있거나 알고 있다는 응답(29.0%)보다 더 높게 나타나 해당 정책의 인지도는 낮은 것으로 보임
- \* '푸드/쿠킹' 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 51.0%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-68 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도

(단위 : %)

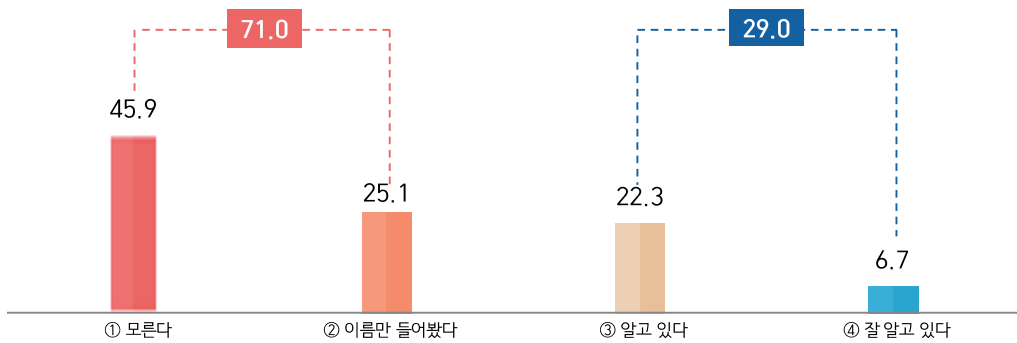


표 2-89 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	45.9	25.1	22.3	6.7
성별	남성	644	46.4	24.7	21.7	7.1
	여성	356	44.9	25.8	23.3	5.9
연령별	20대 이하	313	50.5	26.8	17.6	5.1
	30대	421	41.6	26.1	23.8	8.6
	40대	186	43.0	24.7	25.8	6.5
	50대 이상	80	57.5	13.8	25.0	3.8
구독자 수	1만명 미만	475	40.0	25.7	28.0	6.3
	1만~10만명 미만	376	50.5	26.6	16.2	6.6
	10만명 이상	149	53.0	19.5	19.5	8.1
콘텐츠 장르	게임	91	54.9	22.0	13.2	9.9
	음악/댄스	72	48.6	29.2	20.8	1.4
	푸드/쿠킹	51	35.3	13.7	37.3	13.7
	문화예술	39	43.6	20.5	25.6	10.3
	라이프스타일	248	39.9	27.0	23.4	9.7
	엔터테인먼트	86	34.9	32.6	26.7	5.8
	정보전달	202	56.4	23.3	15.3	5.0
	IT/기술/과학	35	45.7	20.0	25.7	8.6
취미 등	176	45.5	26.1	26.1	2.3	

#### 4) '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 정책에 관해서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 65.1%로, 잘 알고 있거나 알고 있다고 응답(34.9%)보다 더 높게 나타나 해당 정책의 인지도는 다소 낮은 것으로 보임
- \* '문화예술' 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 알고 있다는 응답이 51.3%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-69 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도

(단위 : %)

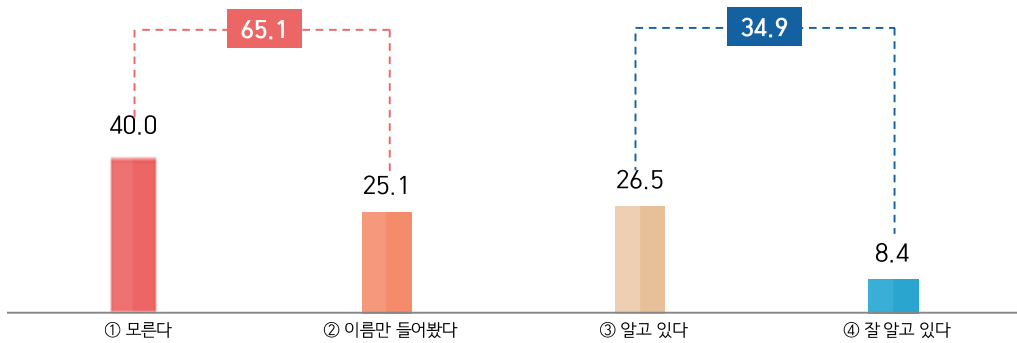


표 2-90 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	40.0	25.1	26.5	8.4
성별	남성	644	41.5	23.9	25.2	9.5
	여성	356	37.4	27.2	28.9	6.5
연령별	20대 이하	313	45.7	24.6	23.3	6.4
	30대	421	34.9	25.9	28.5	10.7
	40대	186	38.2	25.3	28.5	8.1
	50대 이상	80	48.8	22.5	23.8	5.0
구독자 수	1만명 미만	475	34.5	28.0	29.1	8.4
	1만~10만명 미만	376	43.6	24.7	23.4	8.2
	10만명 이상	149	48.3	16.8	26.2	8.7
콘텐츠 장르	게임	91	54.9	20.9	14.3	9.9
	음악/댄스	72	44.4	29.2	20.8	5.6
	푸드/쿠킹	51	35.3	25.5	27.5	11.8
	문화예술	39	35.9	12.8	41.0	10.3
	라이프스타일	248	33.5	28.2	26.6	11.7
	엔터테인먼트	86	31.4	25.6	32.6	10.5
	정보전달	202	50.0	20.8	22.8	6.4
	IT/기술/과학	35	42.9	20.0	28.6	8.6
취미 등	176	34.1	29.5	32.4	4.0	

### 5) '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 창업 지원' 정책에 관해서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 66.7%로, 잘 알고 있거나 알고 있다는 응답(33.3%)보다 더 높게 나타나 해당 정책의 인지도는 다소 낮은 것으로 보임
- \* 'IT/기술/과학' 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 알고 있다는 응답이 48.6%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-70 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도

(단위 : %)

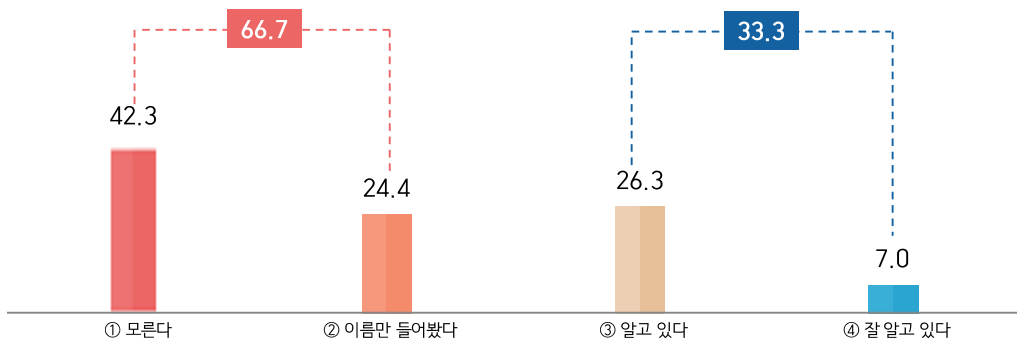


표 2-91 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	42.3	24.4	26.3	7.0
성별	남성	644	43.8	22.4	26.4	7.5
	여성	356	39.6	28.1	26.1	6.2
연령별	20대 이하	313	49.5	22.7	21.4	6.4
	30대	421	37.3	25.7	28.5	8.6
	40대	186	39.2	25.8	28.5	6.5
	50대 이상	80	47.5	21.3	28.8	2.5
구독자 수	1만명 미만	475	36.0	27.4	30.3	6.3
	1만~10만명 미만	376	47.6	22.3	22.3	7.7
	10만명 이상	149	49.0	20.1	23.5	7.4
콘텐츠 장르	게임	91	57.1	20.9	13.2	8.8
	음악/댄스	72	48.6	30.6	19.4	1.4
	푸드/쿠킹	51	33.3	25.5	25.5	15.7
	문화예술	39	43.6	15.4	28.2	12.8
	라이프스타일	248	35.1	24.6	31.9	8.5
	엔터테인먼트	86	32.6	24.4	33.7	9.3
	정보전달	202	52.0	23.8	18.8	5.4
	IT/기술/과학	35	34.3	17.1	42.9	5.7
취미 등	176	39.8	27.3	29.5	3.4	

### 6) '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 정책에 관해서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 67.7%로, 잘 알고 있거나 알고 있다는 응답(32.3%)보다 더 높게 나타나 해당 정책의 인지도는 다소 낮은 것으로 보임
- \* '문화예술' 장르 창작자의 경우 해당 정책에 관해 알고 있다는 응답이 46.1%로, 타 장르 대비 상대적으로 더 많이 알고 있는 것으로 나타남

그림 2-71 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

(단위 : %)

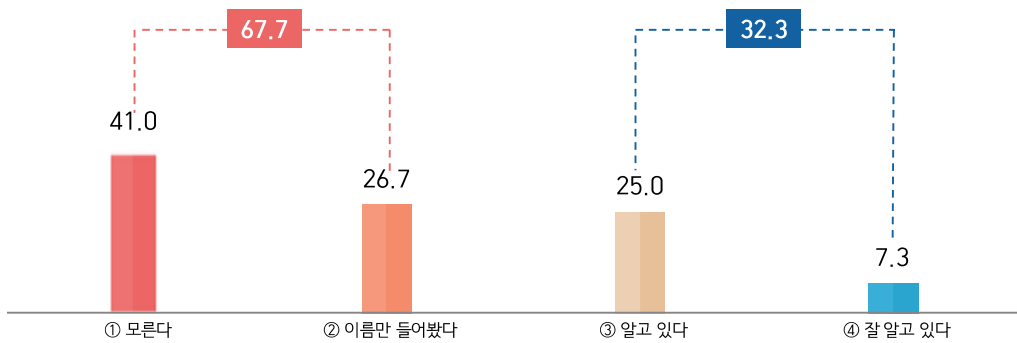


표 2-92 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
전체		1,000	41.0	26.7	25.0	7.3
성별	남성	644	40.4	26.6	24.8	8.2
	여성	356	42.1	27.0	25.3	5.6
연령별	20대 이하	313	45.4	25.9	22.7	6.1
	30대	421	36.8	27.8	26.6	8.8
	40대	186	39.2	26.9	26.3	7.5
	50대 이상	80	50.0	23.8	22.5	3.8
구독자 수	1만명 미만	475	36.2	28.6	27.6	7.6
	1만~10만명 미만	376	46.0	25.5	21.8	6.6
	10만명 이상	149	43.6	23.5	24.8	8.1
콘텐츠 장르	게임	91	49.5	26.4	13.2	11.0
	음악/댄스	72	51.4	23.6	22.2	2.8
	푸드/쿠킹	51	31.4	27.5	33.3	7.8
	문화예술	39	35.9	17.9	33.3	12.8
	라이프스타일	248	37.5	25.8	29.0	7.7
	엔터테인먼트	86	29.1	26.7	33.7	10.5
	정보전달	202	51.0	23.3	19.8	5.9
	IT/기술/과학	35	37.1	31.4	20.0	11.4
취미 등	176	36.4	34.1	25.0	4.5	

## 2. 지원정책 참여 경험 및 만족도

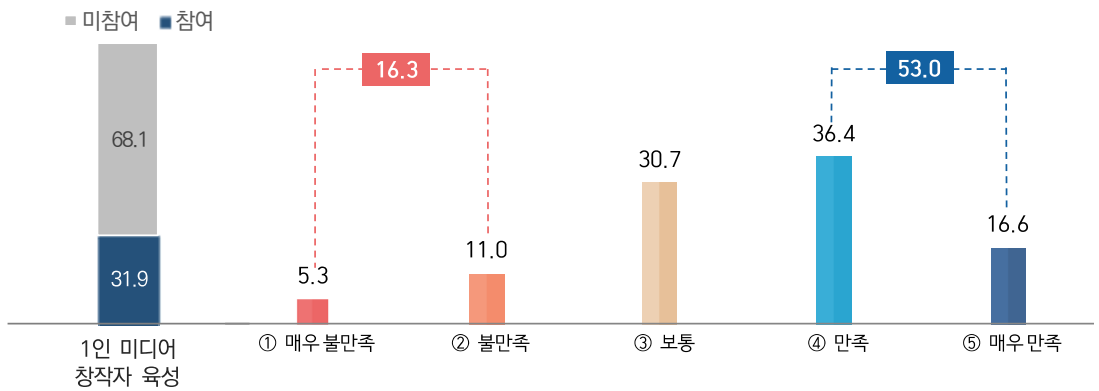
### 1) '1인 미디어 창작자 육성' 참여경험 및 만족도

\* 지원정책 중 '1인 미디어 창작자 육성' 프로그램에는 31.9%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 53.0%로 매우 불만족하거나 불만족 한다는 의견(16.3%)보다 많은 것으로 나타남

\* '1인 미디어 창작자 육성'의 만족도는 평균 3.48점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 '게임'(3.83점), '엔터테인먼트'(3.69점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-72 '1인 미디어 창작자 육성' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 창작자 육성' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-93 '1인 미디어 창작자 육성' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		319	5.3	11.0	30.7	36.4	16.6	3.48
성별	남성	204	5.4	10.3	28.4	38.2	17.6	3.52
	여성	115	5.2	12.2	34.8	33.0	14.8	3.40
연령별	20대 이하	87	5.7	4.6	34.5	36.8	18.4	3.57
	30대	150	6.7	14.7	30.7	35.3	12.7	3.33
	40대	58	1.7	13.8	25.9	34.5	24.1	3.66
	50대 이상	24	4.2	4.2	29.2	45.8	16.7	3.67
구독자 수	1만명 미만	171	5.8	11.7	28.1	38.6	15.8	3.47
	1만~10만명 미만	105	4.8	8.6	31.4	37.1	18.1	3.55
	10만명 이상	43	4.7	14.0	39.5	25.6	16.3	3.35
콘텐츠 장르	게임	23	4.3	13.0	17.4	26.1	39.1	3.83
	음악/댄스	22	9.1	9.1	36.4	45.5	0.0	3.18
	푸드/쿠킹	19	0.0	10.5	42.1	31.6	15.8	3.53
	문화예술	16	0.0	12.5	50.0	37.5	0.0	3.25
	라이프스타일	90	7.8	3.3	27.8	41.1	20.0	3.62
	엔터테인먼트	29	0.0	10.3	37.9	24.1	27.6	3.69
	정보전달	50	4.0	22.0	22.0	34.0	18.0	3.40
	IT/기술/과학	13	7.7	7.7	38.5	38.5	7.7	3.31
취미 등	57	7.0	14.0	31.6	38.6	8.8	3.28	

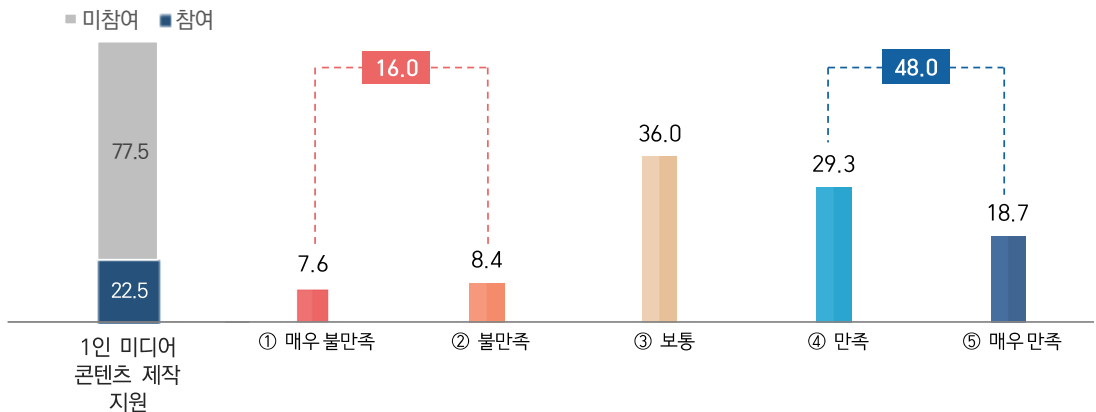
Base : '1인 미디어 창작자 육성' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

## 2) '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 참여경험 및 만족도

- \* 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 프로그램에는 22.5%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 48.0%로 매우 불만족하거나 불만족 한다는 의견(16.0%)보다 많은 것으로 나타남
- \* '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'의 만족도는 평균 3.43점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 '문화예술'(3.80점), '라이프스타일' 및 '정보전달'(각 3.65점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-73 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-94 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		225	7.6	8.4	36.0	29.3	18.7	3.43
성별	남성	147	8.8	10.9	34.7	31.3	14.3	3.31
	여성	78	5.1	3.8	38.5	25.6	26.9	3.65
연령별	20대 이하	56	8.9	5.4	33.9	26.8	25.0	3.54
	30대	112	7.1	8.9	36.6	28.6	18.8	3.43
	40대	44	2.3	13.6	38.6	31.8	13.6	3.41
	50대 이상	13	23.1	0.0	30.8	38.5	7.7	3.08
구독자 수	1만명 미만	110	9.1	10.0	35.5	30.0	15.5	3.33
	1만~10만명 미만	82	3.7	8.5	36.6	26.8	24.4	3.60
	10만명 이상	33	12.1	3.0	36.4	33.3	15.2	3.36
콘텐츠 장르	게임	15	13.3	26.7	13.3	20.0	26.7	3.20
	음악/댄스	10	10.0	0.0	50.0	20.0	20.0	3.40
	푸드/쿠킹	17	17.6	11.8	29.4	29.4	11.8	3.06
	문화예술	10	0.0	0.0	50.0	20.0	30.0	3.80
	라이프스타일	63	6.3	4.8	28.6	38.1	22.2	3.65
	엔터테인먼트	26	3.8	7.7	53.8	15.4	19.2	3.38
	정보전달	26	0.0	11.5	38.5	23.1	26.9	3.65
	IT/기술/과학	12	0.0	33.3	33.3	25.0	8.3	3.08
취미 등	46	13.0	2.2	39.1	37.0	8.7	3.26	

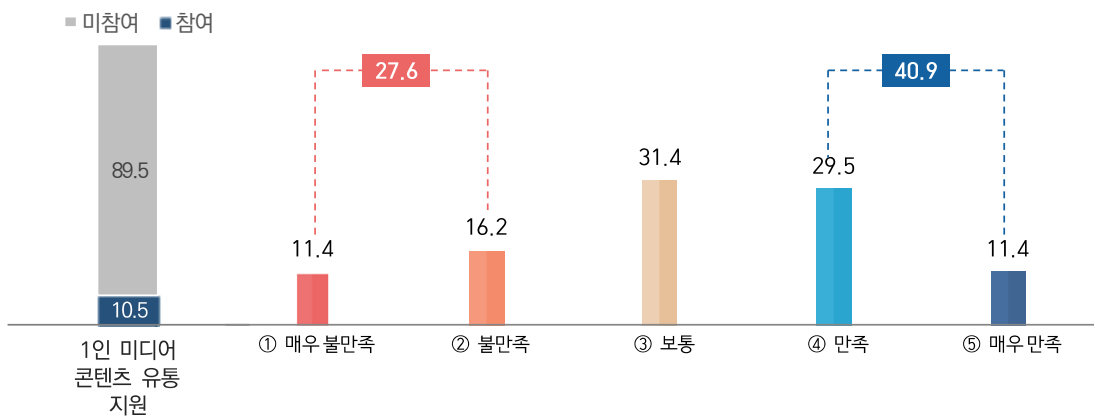
Base : '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

### 3) '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 참여경험 및 만족도

- \* 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 프로그램에는 10.5%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 40.9%로 매우 불만족하거나 불만족 한다는 의견(27.6%)보다 많은 것으로 나타남
- \* '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'의 만족도는 평균 3.13점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 '게임'(3.67점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-74 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-95 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		105	11.4	16.2	31.4	29.5	11.4	3.13
성별	남성	71	14.1	18.3	31.0	25.4	11.3	3.01
	여성	34	5.9	11.8	32.4	38.2	11.8	3.38
연령별	20대 이하	30	3.3	20.0	30.0	40.0	6.7	3.27
	30대	48	14.6	16.7	29.2	22.9	16.7	3.10
	40대	19	10.5	10.5	36.8	31.6	10.5	3.21
	50대 이상	8	25.0	12.5	37.5	25.0	0.0	2.63
구독자 수	1만명 미만	57	12.3	14.0	33.3	31.6	8.8	3.11
	1만~10만명 미만	30	10.0	16.7	26.7	23.3	23.3	3.33
	10만명 이상	18	11.1	22.2	33.3	33.3	0.0	2.89
콘텐츠 장르	게임	9	22.2	0.0	0.0	44.4	33.3	3.67
	음악/댄스	4	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	3.00
	푸드/쿠킹	9	11.1	44.4	33.3	0.0	11.1	2.56
	문화예술	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	2.33
	라이프스타일	35	11.4	5.7	31.4	37.1	14.3	3.37
	엔터테인먼트	16	6.3	6.3	68.8	12.5	6.3	3.06
	정보전달	12	8.3	25.0	33.3	25.0	8.3	3.00
	IT/기술/과학	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	2.67
취미 등	14	14.3	21.4	14.3	42.9	7.1	3.07	

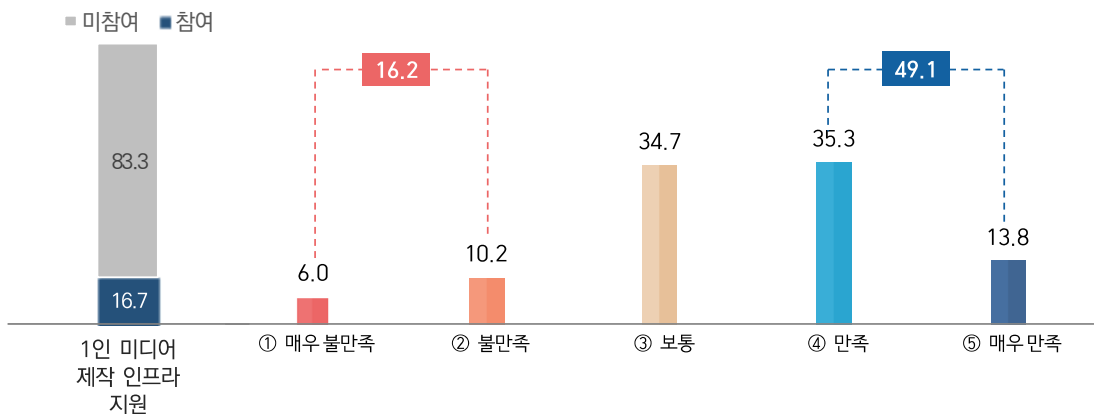
Base : '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

#### 4) '1인 미디어 제작 인프라 지원' 참여경험 및 만족도

- \* 지원정책 중 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 프로그램에는 16.7%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 49.1%로 매우 불만족하거나 불만족 한다(16.2%)는 의견보다 많은 것으로 나타남
- \* '1인 미디어 제작 인프라 지원'의 만족도는 평균 3.41점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 'IT/기술/과학'(4.00점), '정보전달'(3.64점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-75 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 제작 인프라 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-96 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		167	6.0	10.2	34.7	35.3	13.8	3.41
성별	남성	105	7.6	9.5	35.2	30.5	17.1	3.40
	여성	62	3.2	11.3	33.9	43.5	8.1	3.42
연령별	20대 이하	38	2.6	10.5	28.9	42.1	15.8	3.58
	30대	80	8.8	11.3	32.5	32.5	15.0	3.34
	40대	38	5.3	7.9	42.1	31.6	13.2	3.39
	50대 이상	11	0.0	9.1	45.5	45.5	0.0	3.36
구독자 수	1만명 미만	97	6.2	11.3	36.1	35.1	11.3	3.34
	1만~10만명 미만	52	5.8	9.6	34.6	32.7	17.3	3.46
	10만명 이상	18	5.6	5.6	27.8	44.4	16.7	3.61
콘텐츠 장르	게임	9	11.1	11.1	22.2	22.2	33.3	3.56
	음악/댄스	10	10.0	10.0	70.0	0.0	10.0	2.90
	푸드/쿠킹	10	10.0	20.0	20.0	30.0	20.0	3.30
	문화예술	6	16.7	16.7	33.3	33.3	0.0	2.83
	라이프스타일	56	8.9	5.4	33.9	42.9	8.9	3.38
	엔터테인먼트	20	0.0	15.0	45.0	30.0	10.0	3.35
	정보전달	25	4.0	12.0	24.0	36.0	24.0	3.64
	IT/기술/과학	7	0.0	0.0	28.6	42.9	28.6	4.00
취미 등	24	0.0	12.5	37.5	41.7	8.3	3.46	

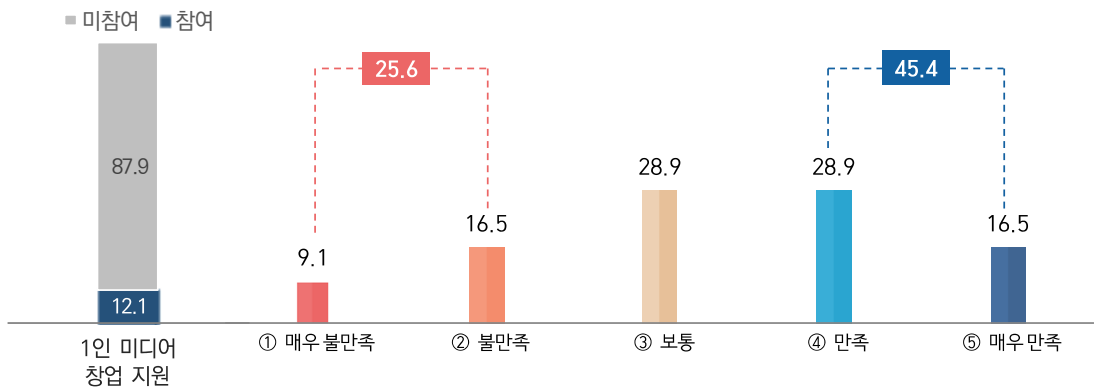
Base : '1인 미디어 제작 인프라 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

### 5) '1인 미디어 창업 지원' 참여경험 및 만족도

- \* 지원정책 중 '1인 미디어 창업 지원' 프로그램에는 12.1%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 45.4%로 매우 불만족하거나 불만족 한다는 의견(25.6%)보다 많은 것으로 나타남
- \* '1인 미디어 창업 지원'의 만족도는 평균 3.27점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 'IT/기술/과학'(3.67점), '게임'(3.60점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-76 '1인 미디어 창업 지원' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 창업 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-97 '1인 미디어 창업 지원' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		121	9.1	16.5	28.9	28.9	16.5	3.27
성별	남성	76	10.5	19.7	25.0	27.6	17.1	3.21
	여성	45	6.7	11.1	35.6	31.1	15.6	3.38
연령별	20대 이하	31	12.9	0.0	38.7	32.3	16.1	3.39
	30대	59	10.2	23.7	23.7	25.4	16.9	3.15
	40대	22	0.0	13.6	31.8	36.4	18.2	3.59
	50대 이상	9	11.1	33.3	22.2	22.2	11.1	2.89
구독자 수	1만명 미만	71	11.3	16.9	31.0	31.0	9.9	3.11
	1만~10만명 미만	36	5.6	16.7	22.2	25.0	30.6	3.58
	10만명 이상	14	7.1	14.3	35.7	28.6	14.3	3.29
콘텐츠 장르	게임	10	10.0	10.0	10.0	50.0	20.0	3.60
	음악/댄스	10	10.0	20.0	20.0	30.0	20.0	3.30
	푸드/쿠킹	11	18.2	18.2	36.4	0.0	27.3	3.00
	문화예술	3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	3.00
	라이프스타일	43	4.7	11.6	25.6	39.5	18.6	3.56
	엔터테인먼트	16	18.8	18.8	43.8	12.5	6.3	2.69
	정보전달	14	7.1	35.7	14.3	35.7	7.1	3.00
	IT/기술/과학	3	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	3.67
취미 등	11	9.1	9.1	45.5	18.2	18.2	3.27	

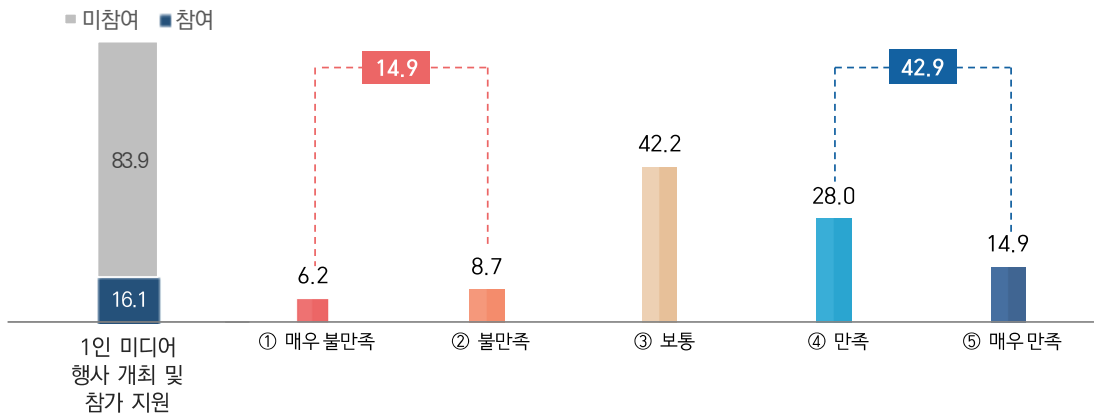
Base : '1인 미디어 창업 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

### 6) '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 참여경험 및 만족도

- \* 지원정책 중 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 프로그램에는 16.1%가 참여했던 것으로 나타났고, 그에 대한 만족도는 매우 만족하거나 만족한다는 응답이 42.9%로 매우 불만족하거나 불만족 한다(14.9%)는 의견보다 많은 것으로 나타남
- \* '1인 미디어 창업 지원'의 만족도는 평균 3.37점으로 드러났는데, 여러 콘텐츠 장르 중 특히 '라이프스타일'(3.61점), '게임'(3.50점) 장르에서 상대적으로 높은 만족도를 보임

그림 2-77 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 만족도

(단위 : %)



Base : '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

표 2-98 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 만족도

(단위 : %, 점)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
전체		161	6.2	8.7	42.2	28.0	14.9	3.37
성별	남성	107	8.4	10.3	43.9	22.4	15.0	3.25
	여성	54	1.9	5.6	38.9	38.9	14.8	3.59
연령별	20대 이하	42	4.8	9.5	42.9	26.2	16.7	3.40
	30대	73	6.8	11.0	43.8	24.7	13.7	3.27
	40대	33	3.0	3.0	33.3	39.4	21.2	3.73
	50대 이상	13	15.4	7.7	53.8	23.1	0.0	2.85
구독자 수	1만명 미만	89	5.6	7.9	44.9	31.5	10.1	3.33
	1만~10만명 미만	46	6.5	10.9	41.3	17.4	23.9	3.41
	10만명 이상	26	7.7	7.7	34.6	34.6	15.4	3.42
콘텐츠 장르	게임	12	8.3	16.7	16.7	33.3	25.0	3.50
	음악/댄스	6	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	3.33
	푸드/쿠킹	13	15.4	15.4	30.8	30.8	7.7	3.00
	문화예술	10	0.0	10.0	60.0	30.0	0.0	3.20
	라이프스타일	46	4.3	4.3	37.0	34.8	19.6	3.61
	엔터테인먼트	24	4.2	12.5	50.0	8.3	25.0	3.38
	정보전달	17	5.9	11.8	47.1	29.4	5.9	3.18
	IT/기술/과학	7	14.3	14.3	42.9	14.3	14.3	3.00
취미 등	26	7.7	0.0	50.0	34.6	7.7	3.35	

Base : '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 프로그램 참여경험이 있는 응답자

### 3. 필요정책

#### 1) 지원정책 건의사항

- \* 지원정책 건의 사항은 크게 ‘행정 절차 간소화/진행 개선’, ‘교육 확대’, ‘제작 지원’, ‘구성보충 필요’ 항목으로 분류됨
- \* 세부 건의사항 내용은 아래와 같음

표 2-99 지원정책 건의 세부사항

(단위 : 개)

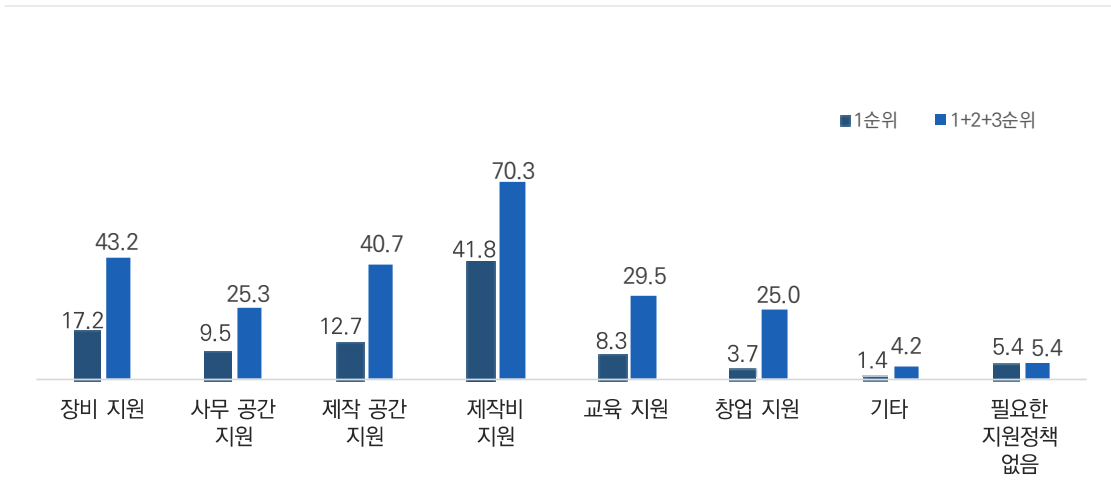
세부 의견	응답 수
현실적, 실질적, 직접적인 지원 요망	43
행정절차, 서류 간소화 요망	25
다양한 채널을 통한 적극적인 홍보 요망	24
참여기회 확대 요망	23
다양한 지원 프로그램 필요	22
지원 조건이 까다로움 / 조건이 제한적임	21
개별 맞춤 지원 요망	14
교육, 대여(장비, 공간), 자금 등 지역별 균형 있는 지원 요망	12
인건비, 콘텐츠비, 활동비, 주거비 등 자금지원 요망	11
분야별 현장 경험이 풍부한 전문가를 강사/심사위원/멘토로 초빙	10
저녁 등 다양한 시간대 교육 진행 요망	2
공유 오피스, 스튜디오에 대한 다양한 활용방법 제시 바람	1

## 2) 필요정책 세부사항

- \* 1인 미디어 산업에 필요정책으로는 ‘제작비 지원’이 41.8%로 가장 많은 수요가 필요한 것으로 나타났고, 이어서 ‘장비 지원’(17.2%), ‘제작 공간 지원’(12.7%), ‘사무 공간 지원’(9.5%), ‘교육 지원’(8.3%), ‘창업 지원’(3.7%) 순으로 수요를 보임
- \* 특히 ‘50대 이상’ 창작자의 12.5%가 ‘교육 지원’ 정책이 필요하다고 응답해 타 연령대 대비 해당 정책의 필요성을 강조하였으며, ‘문화예술’ 장르 창작자는 25.6%가 ‘사무 공간 지원’ 정책이 필요하다고 응답해 타 장르 창작자 대비 공간 지원에 대한 수요가 높은 것으로 나타남

그림 2-78 필요정책 세부사항

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 2-100 필요정책 세부사항(1순위)

(단위 : %)

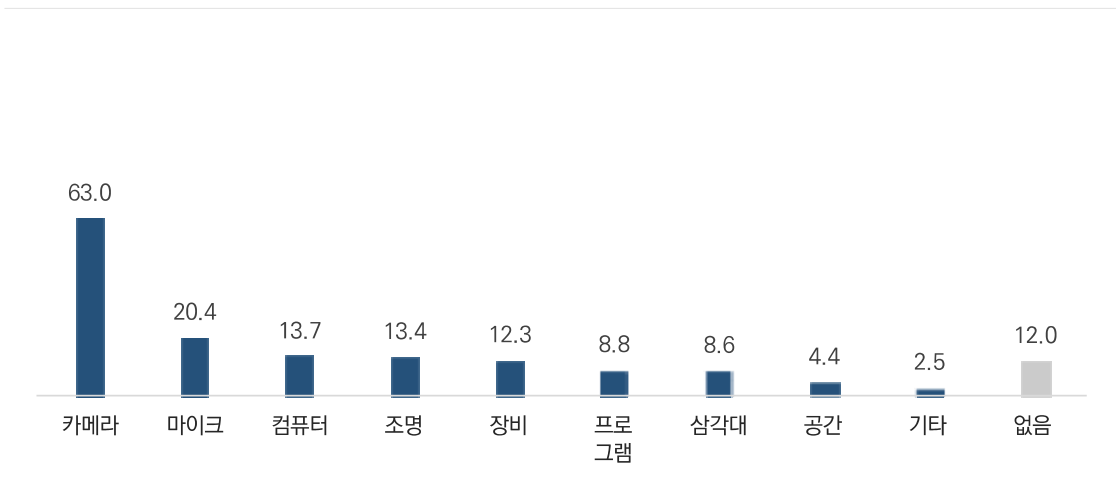
		사례수	장비 지원	사무 공간 지원	제작 공간 (스튜디오) 지원	제작비 지원	교육 지원	창업 지원	기타	필요한 지원정책 없음
전체		1,000	17.2	9.5	12.7	41.8	8.3	3.7	1.4	5.4
성별	남성	644	18.2	9.9	12.6	39.8	8.1	3.9	1.4	6.2
	여성	356	15.4	8.7	12.9	45.5	8.7	3.4	1.4	3.9
연령별	20대 이하	313	19.2	8.3	9.9	45.4	5.8	3.2	1.6	6.7
	30대	421	14.0	10.9	13.5	43.9	8.8	3.6	1.2	4.0
	40대	186	22.0	7.5	13.4	38.2	9.7	3.8	2.2	3.2
	50대 이상	80	15.0	11.3	17.5	25.0	12.5	6.3	0.0	12.5
구독자 수	1만명 미만	475	19.6	8.4	14.3	38.3	9.7	3.8	1.1	4.8
	1만~10만명 미만	376	16.8	10.4	12.0	41.5	8.2	4.0	1.9	5.3
	10만명 이상	149	10.7	10.7	9.4	53.7	4.0	2.7	1.3	7.4
콘텐츠 장르	게임	91	19.8	7.7	12.1	30.8	12.1	2.2	1.1	14.3
	음악/댄스	72	16.7	5.6	13.9	51.4	6.9	2.8	0.0	2.8
	푸드/쿠킹	51	19.6	5.9	13.7	43.1	3.9	5.9	5.9	2.0
	문화예술	39	15.4	25.6	7.7	38.5	2.6	0.0	5.1	5.1
	라이프스타일	248	21.8	8.9	13.7	41.9	5.2	4.0	1.2	3.2
	엔터테인먼트	86	12.8	14.0	15.1	41.9	4.7	3.5	1.2	7.0
	정보전달	202	14.4	11.4	12.4	39.6	11.4	5.0	1.0	5.0
	IT/기술/과학	35	8.6	11.4	14.3	57.1	5.7	2.9	0.0	0.0
취미 등	176	16.5	5.7	10.8	43.2	12.5	3.4	1.1	6.8	

### 3) 필요장비 세부사항

- \* 필요장비로는 ‘카메라’가 63.0%로 나타나 가장 많은 수요를 보였고 이어서 ‘마이크’(20.4%), ‘컴퓨터’(13.7%), ‘조명’(13.4%), ‘촬영 장비’(12.3%) 등의 순을 보임
- \* 이 외에도 ‘촬영배경’, ‘전동 슬라이드’, ‘그래픽카드’, ‘방음시설’, ‘캡처 보드’, ‘프롬프터’ 등의 장비를 필요로 하는 것으로 나타남

그림 2-79 필요장비 세부사항(복수응답)

(단위 : %)



#### 4) 필요공간 세부사항

- \* 필요공간은 크게 ‘공간 지원’과 ‘임대료 지원’의 항목으로 분류되며, 필요공간에 대한 세부사항은 아래와 같음 (상위 항목은 주로 ‘공간 지원’에 대한 응답에 해당함)
- \* 대부분 편집 등 제작을 진행할 수 있는 작은 공간을 필요로 했으며, 임대료보다는 직접적인 공간 지원을 필요로 하는 응답자가 많았음

표 2-101 필요공간 세부사항(복수응답)

(단위 : 개)

항목	세부 의견	응답 수
공간 지원	전문 스튜디오/전문 촬영 공간/제작 공간 필요	84
	임대료(월세) 전액 지원/임대료 지원/공간 무료대여	54
	9~10평 공간 필요	35
	1인용 공간, 개인용 사무실 필요	34
	3~5평 공간 필요	27
	조용한 공간/방음시설 있는 공간	22
	자유로운 공적 공간	10
	20~30평 공간 필요	13
임대료 지원	저렴한 임대료 제공	28
	월 20~30만 원 지원	23
	월 100~200만 원 지원	19
	월 5~10만 원 지원	17

## 5) 필요교육 세부사항

- \* 필요교육은 크게 '영상 제작', '채널 운영', '법률 교육' 등의 항목으로 분류되며, 필요교육에 대한 세부적인 사항은 아래와 같음
- \* '영상 제작' 관련 교육에 대한 수요가 가장 많았음(중복 포함 184개의 건의사항)

표 2-102 필요교육 세부사항(복수응답)

(단위 : 개)

항목	세부 의견	응답 수
영상 제작	편집 기술 교육 필요	70
	영상 기획에 대한 교육 필요	32
	촬영 기술 교육 필요	21
	영상 제작에 대한 교육 필요	17
채널 운영	마케팅 및 홍보 교육 필요	34
	채널 운영방법(채널 육성법, 사후관리 등) 교육 필요	11
	기초 지식(전체 프로세스 등)이 필요	6
법률 교육	법률(저작권 관련, 소비자 보호법 등)에 대한 교육 필요	13
기타	창작자 간 교류/협업/클라보 연계	12
	멘토링/코칭이 있으면 좋겠음	10
	알고리즘 관련 교육이 필요함	9

### 6) 지원정책 필요 없음 세부사항

\* '지원정책이 필요하지 않다'고 응답한 비율이 전체의 5.4%였는데, 상세 이유로는 '현재에 만족하기 때문'이라는 비율이 29.6%로 가장 많았고, '취미생활로 적합한 분야'라는 비율이 9.3%, '개인의 영역이기 때문', '효과가 미비함'이 각각 7.4%로 그 뒤를 이음

\* 지원정책 필요 없음에 대한 세부적인 사항은 아래와 같음

표 2-103 지원정책 필요 없음 세부사항(복수응답)

(단위 : %)

세부 의견	응답 비율
현재 만족 할 만큼 충분한 지원	29.6
취미생활로 적합한 분야이기 때문에 지원 필요 없음	9.3
개인 창작의 전문영역이기 때문에 개인역량의 문제임	7.4
효과가 미비함	7.4
간단한 작업이고 진입장벽이 낮기 때문	5.6
각자가 해결해야 할 일이므로 타인이 관여할 문제가 아님	5.6
복잡한 절차	5.6
블루오션 시장이라서	1.9
경험을 통한 배움이 필요	1.9
도움이 안되기 때문	1.9

## 5. 1인 미디어 산업 활성화 관련 건의사항

\* 1인 미디어 산업 활성화 관련 건의사항으로는 다음과 같은 의견들이 제시됨

표 2-104 1인 미디어 산업 활성화 관련 건의사항(복수응답)

(단위 : 개)

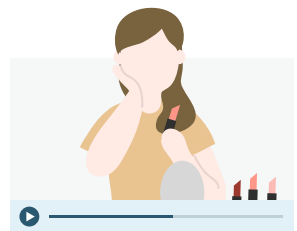
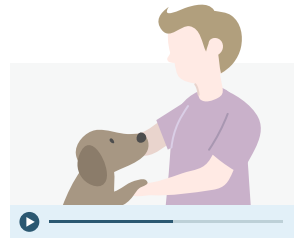
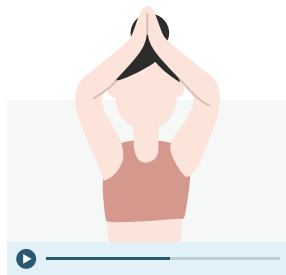
세부 의견	응답 수
콘텐츠 제작 지원	74
장비 및 공간 지원(무료 대여, 장비 구입비 등)	74
다양한 채널 통한 적극적인 홍보 도움	63
인건비, 콘텐츠비, 활동비, 주거비 등 자금지원 필요	62
법률/세금/저작권 관련 전문 컨설팅 등 교육이 필요	35
마케팅/홍보 관련 교육과 지원 요망	32
정부, 공공기관, 기업과 연계(콜라보레이션 지원, 협업 등)	32
다양한 교육 상시 제공(외국어, 노하우, 기본소양, 인성, 창의성 교육 등)	28
비주류 콘텐츠(교육, 과학 등) 지원확대 요망	28
1:1 멘토링 지원 요망	27
다양한 지원 프로그램 필요	26
편집, 기획, 장비 사용법 등 제작을 위한 기술교육 요망	24
창작자 간 상호 교류 공간/커뮤니티 공간 활성화 필요	21
산업박람회, 공모전, 콘테스트 등 다양한 행사 주기적 개최 바람	19
전문인력 지원(인건비 지원 등) 필요	11
음악, 사진, 템플릿, 애니메이션 등 저작권 관련 콘텐츠 사용 지원	11
통·번역/자막 등 언어지원 필요	10
해외진출 기반 마련 및 지원 요망(해외마케팅, 해외 취재 등)	7
공공기관 소유의 관련 장비, 공간대여에 대한 접근성 확대 요망	3
팀으로 활동하는 단체도 지원 원함	1



# 2

PART

## 사업체 조사 결과





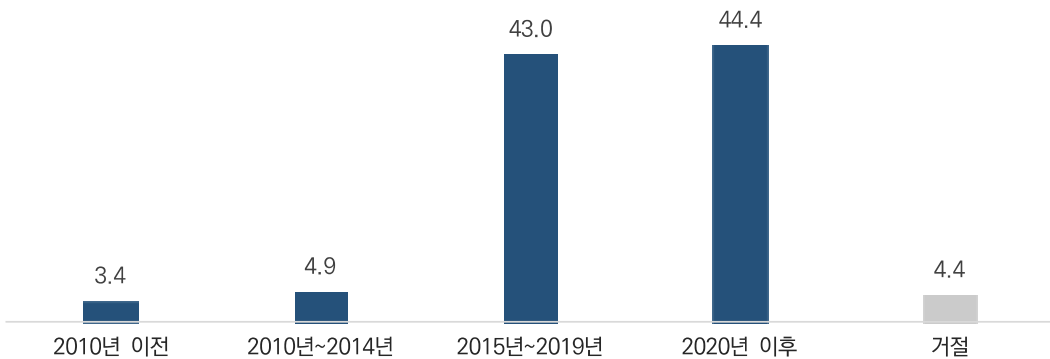
# 1절. 일반현황

## 1. 사업 참여 연도

- \* 1인 미디어 사업에 참여한 연도는 '2020년 이후'(44.4%)와 '2015년~ 2019년'(43.0%)으로, 2015년 이후 참여한 사업체가 과반수이상으로 나타났으며, 다음으로 '2010~2014년'(4.9%), '2010년 이전'(3.4%)의 순으로 나타남
- \* 종사자 규모가 '20~29인'인 사업체에서 '2015~2019년'(85.9%)에 비해 상대적으로 높게 나타남
- \* 매출액이 30억 미만 응답 비율이 다른 규모의 사업체인 사업체에서는 '2010년 이전'에 사업에 참여한 경우가 없는 반면, 매출액 '30억 이상'인 사업체의 16.8%가 '2010년 이전'에 사업에 참여했다고 응답

그림 3-1 사업 참여 연도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-1 사업 참여 연도

(단위 : %)

		사례수	2010년 이전	2010년 ~2014년	2015년 ~2019년	2020년 이후	무응답
전체		206	3.4	4.9	43.0	44.4	4.4
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	1.4	4.1	46.9	45.5	2.1
	광고·마케팅	52	5.0	0.0	48.7	41.3	5.0
	매니지먼트 (MCN사)	40	0.0	4.7	31.0	53.6	10.7
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	21.5	29.2	27.4	21.8	0.0
종사자 규모	1~4인	86	0.0	2.3	25.2	70.2	2.3
	5~9인	35	0.0	0.0	35.5	60.7	3.8
	10~19인	35	0.0	5.9	43.1	45.8	5.2
	20~29인	12	0.0	7.0	85.9	7.0	0.0
	30인 이상	30	13.5	8.7	50.0	27.9	0.0
	무응답	9	0.0	0.0	13.2	33.0	53.9
조직 유형	법인사업체	135	6.9	7.4	64.7	16.9	4.1
	개인사업체	66	0.0	0.0	50.3	49.7	0.0
	기타	5	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	33	0.0	10.8	33.3	55.9	0.0
	1~5억원 미만	29	0.0	0.0	43.3	56.7	0.0
	5~10억원 미만	22	0.0	0.0	33.6	66.4	0.0
	10~30억원 미만	41	0.0	11.3	66.2	22.6	0.0
	30억 이상	42	16.8	4.6	55.4	23.2	0.0
	무응답	40	0.0	0.0	19.8	57.2	23.0

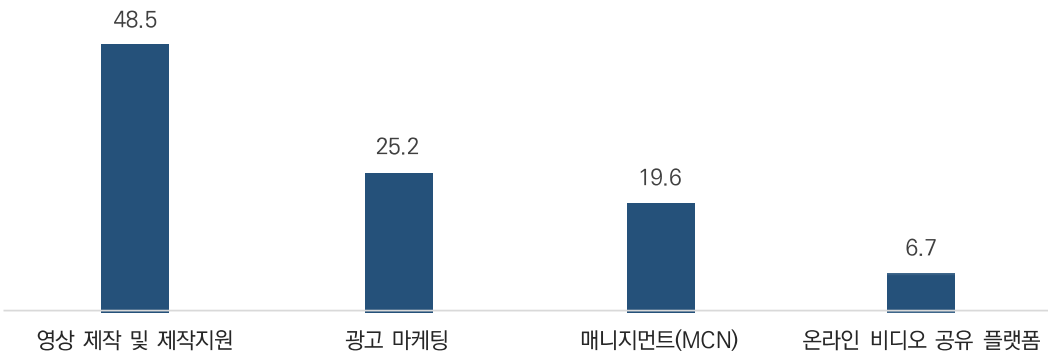
## 2. 참여 사업 분야

### 1) 주요 참여 사업 분야

- \* 주요 참여 사업 분야로는 '영상 제작 및 제작지원'이 48.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '광고 마케팅'(25.2%), '매니지먼트(MCN사)'(19.6%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(6.7%)의 순으로 나타남
- \* 매출액이 10억 원 미만인 사업체에서는 '영상 제작 및 제작지원'이, 10억 원 이상인 사업체에서는 '광고 마케팅' 분야가 가장 높게 나타남

그림 3-2 주요 참여 사업 분야

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-2 주요 참여 사업 분야

(단위 : %)

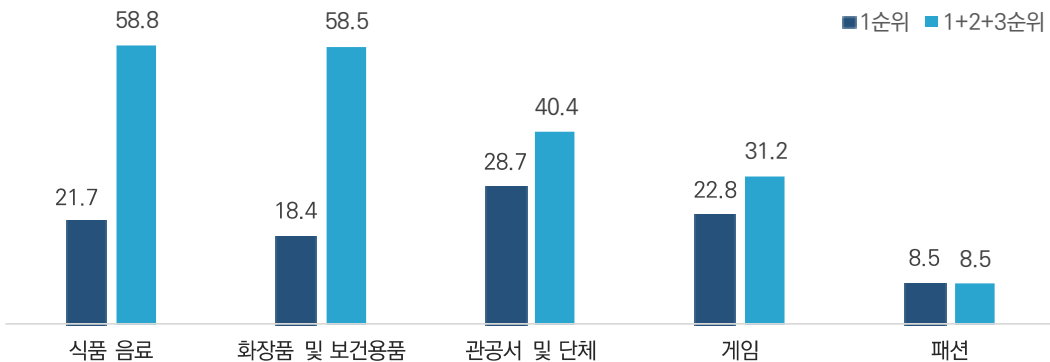
		사례수	영상 제작 및 제작지원	광고 마케팅	매니지먼트(MCN사)	온라인 비디오 공유 플랫폼
전체		206	48.5	25.2	19.6	6.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	100.0	0.0	0.0	0.0
	광고·마케팅	52	0.0	100.0	0.0	0.0
	매니지먼트(MCN사)	40	0.0	0.0	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	0.0	0.0	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	86	67.4	9.3	20.9	2.3
	5~9인	35	41.3	20.8	27.6	10.3
	10~19인	35	52.9	34.0	13.1	0.0
	20~29인	12	46.1	28.2	18.7	7.0
	30인 이상	30	35.6	30.0	18.4	16.0
	무응답	9	26.4	34.1	39.6	0.0
조직 유형	법인사업체	135	46.3	26.3	17.3	10.1
	개인사업체	66	76.2	17.4	6.5	0.0
	기타	5	50.0	0.0	0.0	50.0
매출액	1억원 미만	33	71.2	3.0	15.0	10.8
	1~5억원 미만	29	51.0	17.0	28.6	3.4
	5~10억원 미만	22	50.0	14.0	31.4	4.6
	10~30억원 미만	41	37.3	46.4	12.8	3.5
	30억 이상	42	34.0	38.4	13.8	13.8
	무응답	40	52.4	21.2	23.8	2.6

## 2) 주 고객사 업종

- \* 광고·마케팅 분야의 사업체에 광고를 의뢰하는 주 고객사의 업종은 '관공서 및 단체'가 28.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '식품 음료'(21.7%), '화장품 및 보건용품'(18.4%) 등의 순으로 나타남
- \* 종사자 규모가 10인 이하인 소규모 사업체의 경우 '게임'의 응답 비율이 상대적으로 높게 나타남(59.0%)
- \* '법인사업체'에서는 모든 주 고객사 업종이 고르게 나타난 반면, '개인사업체'에서는 '관공서 및 단체'가 75.2%로 다른 업종에 비해 상대적으로 높게 나타남

그림 3-3 주 고객사 업종

(단위 : %)



Base : 주요 참여 사업 분야가 '광고·마케팅'인 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-3 주 고객사 업종(1순위)

(단위 : %)

		사례수	식품 음료	화장품 및 보건용품	관공서 및 단체	게임	패션
전체		31	21.7	18.4	28.7	22.8	8.5
종사자 규모	1~4인	7	0.0	0.0	41.0	59.0	0.0
	5~9인	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	6	45.1	0.0	54.9	0.0	0.0
	30인 이상	8	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3
	무응답	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	27	21.2	21.2	21.6	26.2	9.8
	개인사업체	4	24.8	0.0	75.2	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	-	-	-	-	-	-
	1~5억원 미만	2	42.9	0.0	0.0	57.1	0.0
	5~10억원 미만	-	-	-	-	-	-
	10~30억원 미만	15	20.5	20.5	21.2	20.5	17.4
	30억 이상	8	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	무응답	6	0.0	46.0	54.0	0.0	0.0

Base : 주요 참여 사업 분야가 '광고·마케팅'인 사업체

표 3-4 주 고객사 업종(1+2+3순위)

(단위 : %)

		사례수	식품 음료	화장품 및 보건용품	관공서 및 단체	게임	패션
전체		31	58.8	58.5	40.4	31.2	8.5
종사자 규모	1~4인	7	0.0	41.0	41.0	59.0	0.0
	5~9인	4	100.0	100.0	24.8	0.0	0.0
	10~19인	3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	30인 이상	8	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3
	무응답	3	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	27	64.0	63.6	31.4	36.0	9.8
	개인사업체	4	24.8	24.8	100.0	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	-	-	-	-	-	-
	1~5억원 미만	2	42.9	42.9	42.9	57.1	0.0
	5~10억원 미만	-	-	-	-	-	-
	10~30억원 미만	15	79.5	78.8	21.2	20.5	17.4
	30억 이상	8	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0
	무응답	6	46.0	46.0	54.0	46.0	0.0

Base : 주요 참여 사업 분야가 '광고·마케팅'인 사업체

### 3. 사업 성장 단계

- \* 사업 성장 단계 중 '초기성장기'가 38.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '고도성장기'(23.1%), '창업기'(19.6%), '성숙기'(15.0%)의 순으로 나타남
- \* 종사자 규모가 '20~29인'인 사업체에서 '초기성장기'의 응답이 75.4%로 타 규모의 사업체에 비해 상대적으로 높은 응답률을 보임
- \* 매출액이 '1~5억 원 미만'인 사업체의 경우 '초기성장기'(62.9%)에 해당하는 비율이 상대적으로 높게 나타남

그림 3-4 사업 성장 단계

(단위 : %)

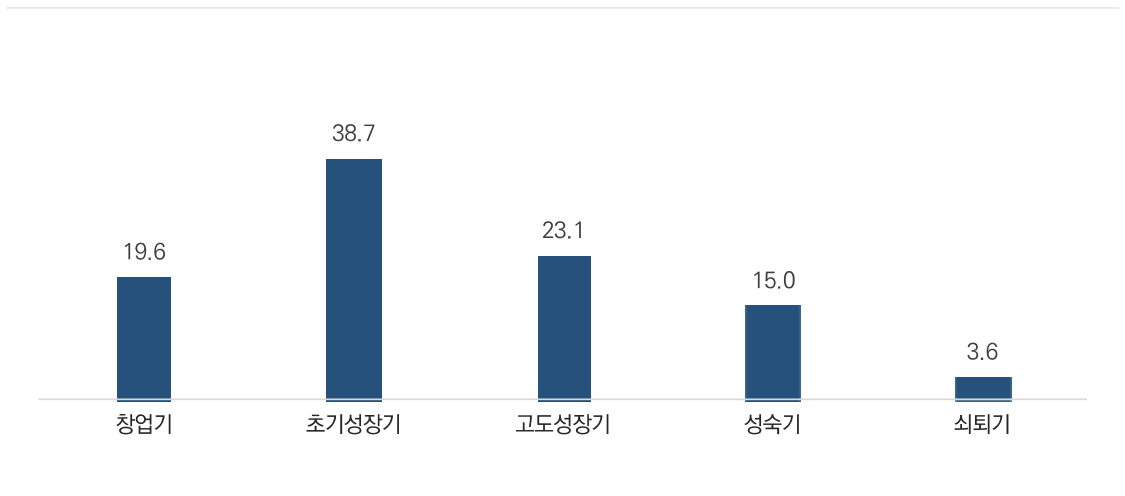


표 3-5 사업 성장 단계

(단위 : %)

		사례수	창업기	초기성장기	고도성장기	성숙기	쇠퇴기
전체		129	19.6	38.7	23.1	15.0	3.6
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	25.1	52.7	5.1	12.3	4.7
	광고·마케팅	31	13.2	10.3	59.6	16.9	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	18.5	28.1	27.5	18.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	7.8	48.7	23.2	20.3	0.0
종사자 규모	1~4인	36	37.9	35.8	17.9	4.2	4.2
	5~9인	26	19.6	39.0	11.7	29.6	0.0
	10~19인	27	11.4	49.6	16.1	11.4	11.4
	20~29인	10	0.0	75.4	24.6	0.0	0.0
	30인 이상	23	11.1	12.6	57.1	19.2	0.0
	무응답	6	16.4	41.1	0.0	42.5	0.0
조직형	법인사업체	101	10.1	42.6	28.6	14.1	4.6
	개인사업체	23	65.5	30.2	4.3	0.0	0.0
	기타	5	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	35.2	29.0	8.3	27.6	0.0
	1~5억원 미만	20	25.0	62.9	6.7	5.5	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	47.2	0.0	0.0	52.8
	10~30억원 미만	33	17.1	28.7	44.8	9.4	0.0
	30억 이상	30	0.0	42.0	38.2	19.8	0.0
	무응답	12	44.0	33.8	0.0	22.2	0.0

## 2절. 경영현황

### 1. 1인 미디어 사업 참여 분야

- \* 1인 미디어와 관련하여 참여하고 있는 사업으로 '영상 제작 및 제작지원'이 65.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '광고·마케팅'(42.1%), '매니지먼트'(39.3%), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(17.9%)의 순으로 나타남
- \* 종사가 규모가 '20~29인 이상'인 사업체에서 '매니지먼트'(73.3%) 분야에 참여하는 비율이 타 종사자 규모 대비 상대적으로 높게 나타남
- \* 매출액이 5억 원 미만인 사업체의 경우 '영상 제작 및 제작지원' 분야에 높은 비중으로 참여하고 있다고 응답함

그림 3-5 1인 미디어 사업 참여 분야(복수응답)

(단위 : %)

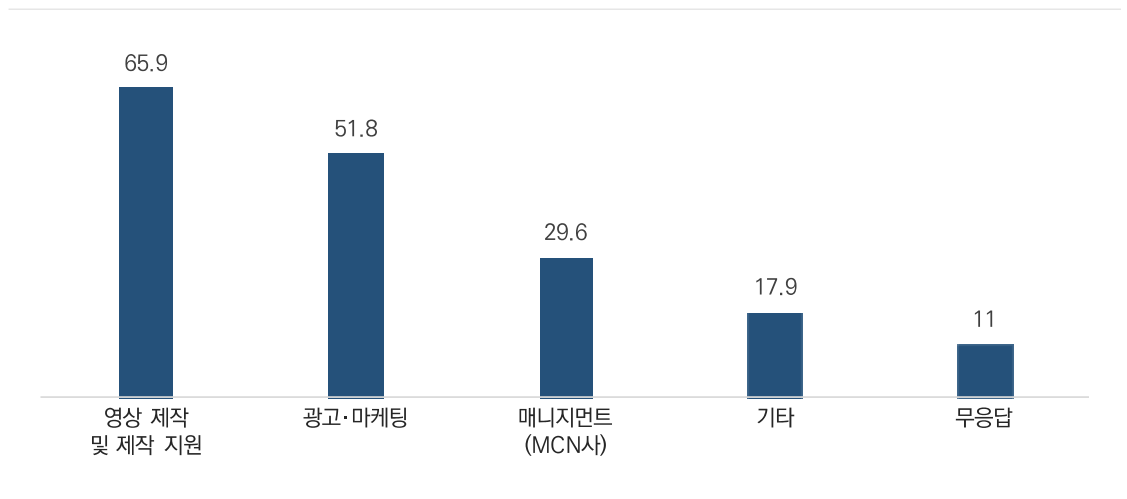


표 3-6 1인 미디어 사업 참여 분야(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	영상 제작 및 제작지원	광고·마케팅	매니지먼트 (MCN사)	기타	무응답
전체		206	65.9	51.8	29.6	17.9	11.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	107.7	18.7	7.1	1.1	10.5
	광고·마케팅	52	11.7	106.0	6.9	14.9	9.9
	매니지먼트 (MCN사)	40	25.1	49.2	88.8	21.8	11.2
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	89.4	93.2	103.6	138.3	18.8
종사자 규모	1~4인	86	71.2	28.4	21.4	3.5	5.8
	5~9인	35	66.7	38.8	24.5	18.4	10.4
	10~19인	35	61.6	52.8	29.3	12.0	18.1
	20~29인	12	52.0	85.6	37.6	0.0	0.0
	30인 이상	30	68.7	127.6	58.4	71.6	8.6
	무응답	9	33.0	19.8	19.8	19.8	67.0
조직형	법인사업체	135	77.0	55.9	36.6	27.1	11.4
	개인사업체	66	43.9	47.5	17.3	0.0	7.1
	기타	5	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
매출액	1억원 미만	33	77.2	7.5	13.5	3.0	18.3
	1~5억원 미만	29	83.2	43.4	32.1	14.1	0.0
	5~10억원 미만	22	52.7	37.7	45.5	13.8	21.4
	10~30억원 미만	41	54.9	90.2	16.3	26.0	7.7
	30억 이상	42	76.5	92.1	51.9	39.7	6.2
	무응답	40	50.9	21.0	22.5	3.8	15.8

## 2. 1인 미디어 관련 매출액

- \* 1인 미디어 사업 관련 전체 매출액은 2019년 3,610억 5,200만 원, 2020년 4,923억 9,600만 원으로, 2019년에 비해 2020년 매출액이 증가함
- \* 사업 분야 대분류별로는 ‘광고 제작·대행 관련 매출’분야가 2019년 1,857억 9,200만 원, 2020년 2,700억 4,200만 원으로 가장 높게 나타났으며 다음으로 ‘매니지먼트 관련 매출’, ‘플랫폼 관련 매출’, ‘영상 제작 관련 매출’ 순으로 나타남

그림 3-6 1인 미디어 관련 매출액

(단위 : 백만 원)

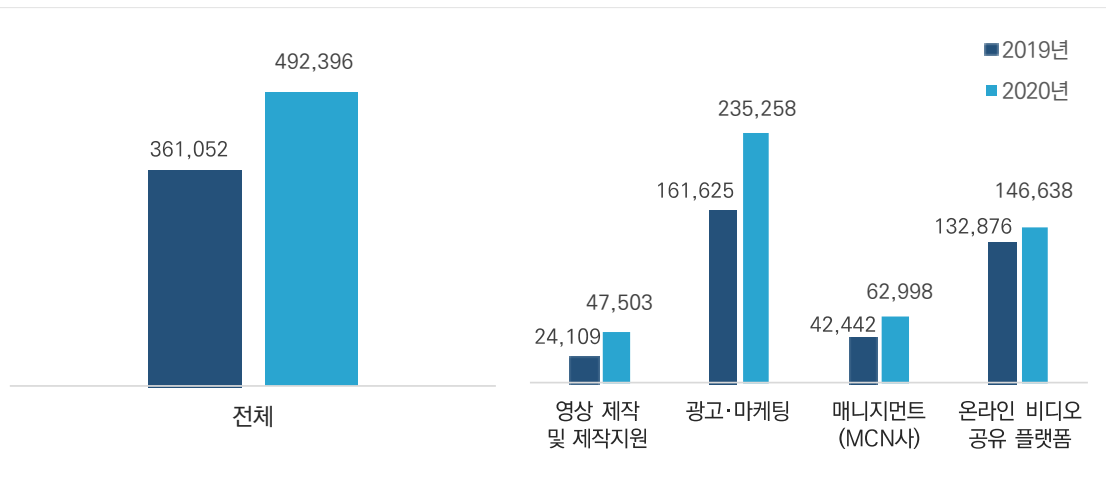


표 3-7 1인 미디어 관련 매출액 합(2019년)

(단위 : 백만 원)

		사례수	영상 제작 관련 매출	광고 제작·대행 관련 매출	매니지먼트 관련 매출	플랫폼 관련 매출	전체
전체		206	38,313	185,792	76,779	60,167	361,052
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	18,280	5,316	513	-	24,109
	광고·마케팅	52	1,669	156,060	3,201	694	161,625
	매니지먼트 (MCN사)	40	1,217	12,023	28,802	400	42,442
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	17,147	12,393	44,262	59,073	132,876
종사자 규모	1~4인	86	1,513	1,277	337	15	3,142
	5~9인	35	2,436	3,132	0	28	5,596
	10~19인	35	8,678	3,233	100	14	12,025
	20~29인	12	17	3,878	3,245	-	7,140
	30인 이상	30	25,669	174,272	73,096	60,111	333,149
	무응답	9	35,004	185,067	76,366	60,167	356,604
조직 유형	법인사업체	135	3,310	726	413	-	4,448
	개인사업체	66	0	-	-	-	0
	기타	5	319	-	281	15	615
매출액	1억원 미만	33	756	163	127	27	1,073
	1~5억원 미만	29	1,436	0	0	1	1,437
	5~10억원 미만	22	11,637	7,658	6,779	694	26,768
	10~30억원 미만	41	24,166	177,698	69,592	59,430	330,886
	30억 이상	42	-	273	-	-	273
	무응답	40	0	273	0	0	273

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-8 1인 미디어 관련 매출액 합(2020년)

(단위 : 백만원)

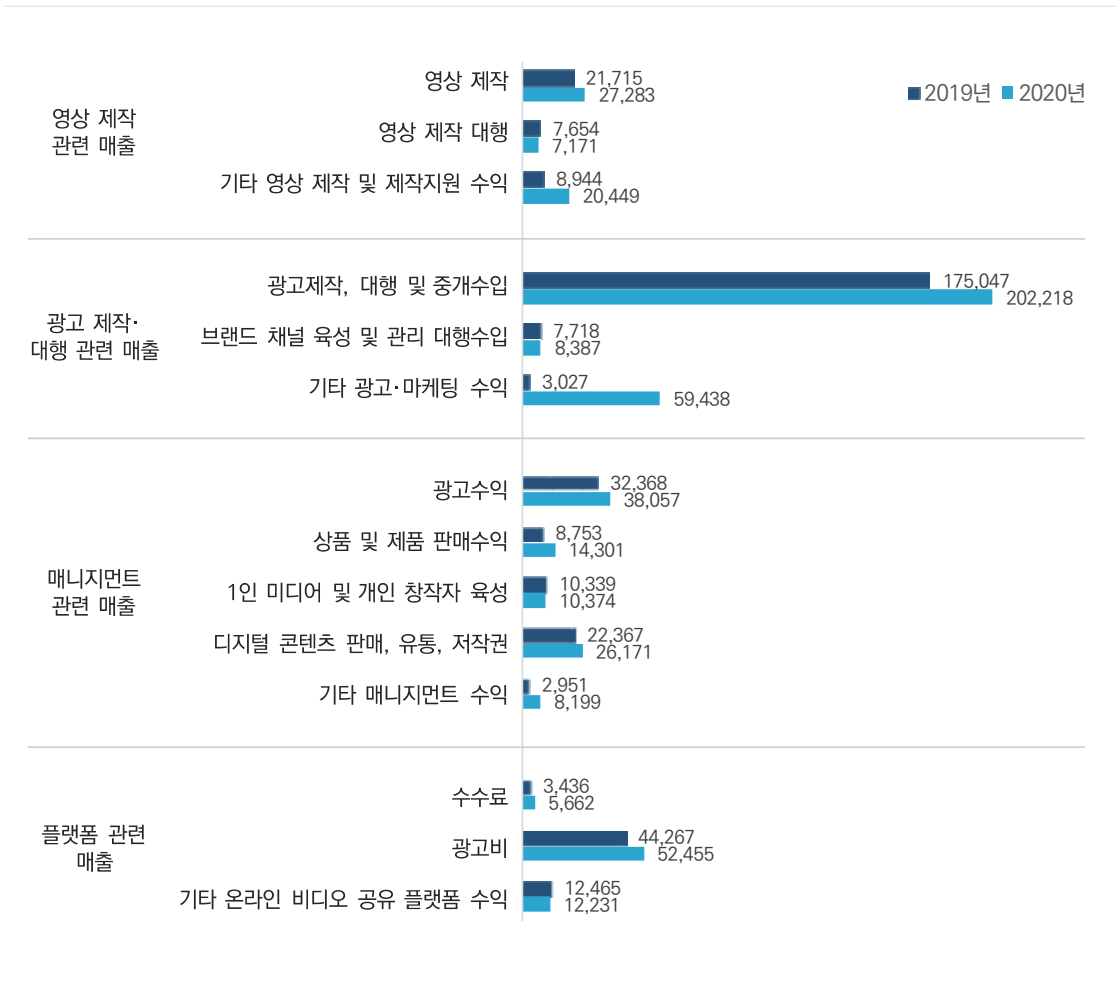
		사례수	영상 제작 관련 매출	광고 제작·대행 관련 매출	매니지먼트 관련 매출	플랫폼 관련 매출	전체
전체		206	54,904	270,042	97,102	70,348	492,396
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	38,774	6,058	2,638	33	47,503
	광고·마케팅	52	2,003	227,876	4,040	1,339	235,258
	매니지먼트 (MCN사)	40	2,246	19,503	40,243	1,006	62,998
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	11,882	16,605	50,181	67,970	146,638
종사자 규모	1~4인	86	6,790	3,416	1,968	213	12,387
	5~9인	35	3,904	13,206	2,400	175	19,686
	10~19인	35	10,020	4,131	4,301	78	18,531
	20~29인	12	6,589	5,946	4,170	-	16,705
	30인 이상	30	27,371	243,192	84,113	69,732	424,408
	무응답	9	230	150	150	150	680
조직 유형	법인사업체	135	44,813	216,023	94,570	70,348	425,755
	개인사업체	66	10,091	54,019	2,531	-	66,641
	기타	5	0	-	-	-	0
매출액	1억원 미만	33	837	45	330	13	1,225
	1~5억원 미만	29	2,764	1,570	1,755	169	6,257
	5~10억원 미만	22	3,888	1,038	3,577	201	8,704
	10~30억원 미만	41	14,578	13,612	8,664	1,409	38,264
	30억 이상	42	28,386	252,977	82,480	68,407	432,250
	무응답	40	4,451	800	295	150	5,696

### 3. 1인 미디어 관련 세부 매출액

\* 사업 세부 분야별로 영상 제작 관련 매출에서는 ‘영상 제작’이, 광고제작·대행 관련 매출에서는 ‘광고제작, 대행 및 중개수입’이, 매니지먼트 관련 매출에서는 ‘광고 수익’이, 플랫폼 관련 매출에서는 ‘광고비’ 분야가 가장 높은 매출액을 기록함

그림 3-7 1인 미디어 관련 세부 매출액

(단위 : 백만 원)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-9 1인 미디어 관련 세부 매출액 합

(단위 : 백만 원)

		2019년	2020년
전체		361,052	492,396
영상 제작 관련 매출	영상 제작	21,715	27,283
	영상 제작 대행	7,654	7,171
	기타 영상 제작 및 제작지원 수익	8,944	20,450
광고 제작· 대행 관련 매출	광고제작, 대행 및 중개수입	175,047	202,218
	브랜드 채널 육성 및 관리 대행수입	7,718	8,387
	기타 광고·마케팅 수익	3,027	59,438
매니지먼트 관련 매출	광고수익	32,368	38,057
	상품 및 제품 판매수익	8,753	14,301
	1인 미디어 및 창작자 육성	10,339	10,374
	디지털 콘텐츠 판매, 유통, 저작권	22,367	26,171
	기타 매니지먼트 수익	2,951	8,199
플랫폼 관련 매출	수수료	3,436	5,662
	광고비	44,267	52,455
	회원 가입비	0	0
	기타 온라인 비디오 공유 플랫폼 수익	12,465	12,231

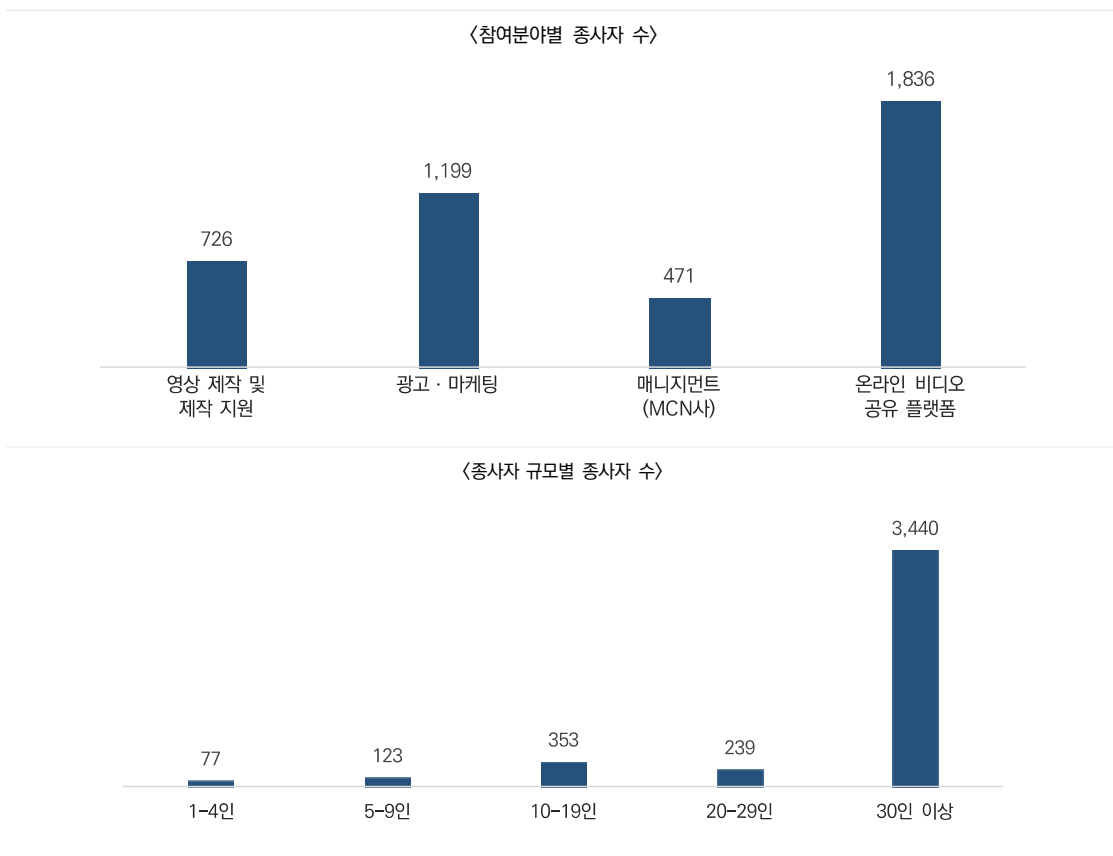
### 3절. 인력현황

#### 1. 전체 인력 현황

- \* 1인 미디어 산업 관련 전체 종사자는 총 4,232명이며, 참여 분야별로 ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’ 분야 종사하는 인력이 1,836명으로 가장 높게 나타남
- \* 다음으로 ‘광고·마케팅’ 분야는 1,199명, ‘영상 제작 및 제작지원’ 분야는 726명, ‘매니지먼트(MCN사)’ 분야는 471명의 인력이 종사하고 있는 것으로 파악됨
- \* 종사자 규모별로는 ‘30인 이상’의 사업체에서 총 3,440명으로 가장 많은 1인 미디어 산업 인력을 보유하고 있는 것으로 나타남

그림 3-8 참여분야별 - 종사자 규모별 1인 미디어 산업 종사자 수(2020년 말 기준)

(단위 : 명)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-10 전체 인력 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %, 명)

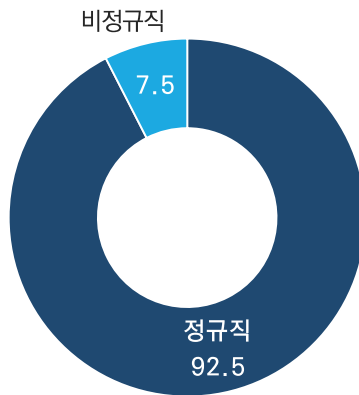
		사례수	남자	여자	전체
전체		206	59.5	40.5	4,232
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	51.5	48.5	726
	광고·마케팅	52	51.1	48.9	1,199
	매니지먼트 (MCN사)	40	48.5	51.5	471
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	71.0	29.0	1,836
종사자 규모	1~4인	86	35.5	64.5	77
	5~9인	35	55.1	44.9	123
	10~19인	35	42.4	57.6	353
	20~29인	12	60.0	40.0	239
	30인 이상	30	61.9	38.1	3,440
	무응답	8	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	59.7	40.3	4,097
	개인사업체	66	52.4	47.6	120
	기타	5	50.0	50.0	16
매출액	1억원 미만	33	45.6	54.4	46
	1~5억원 미만	29	48.9	51.1	142
	5~10억원 미만	22	47.3	52.7	88
	10~30억원 미만	41	49.9	50.1	520
	30억 이상	42	62.2	37.8	3,376
	무응답	40	43.6	56.4	60

## 2. 고용형태별 현황

- \* 고용형태별로는 정규직이 92.5%, 비정규직이 7.5%의 비율을 보여 정규직의 형태로 고용된 종사자가 훨씬 더 많은 비율을 차지
- \* 비정규직 비율은 종사자 규모 '5~9인'에서 21.0%, '1~4인'에서 12.3%로, 상대적으로 작은 규모의 사업체에서 비정규직 비율이 높은 것으로 나타남

그림 3-9 고용형태별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-11 고용형태별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)

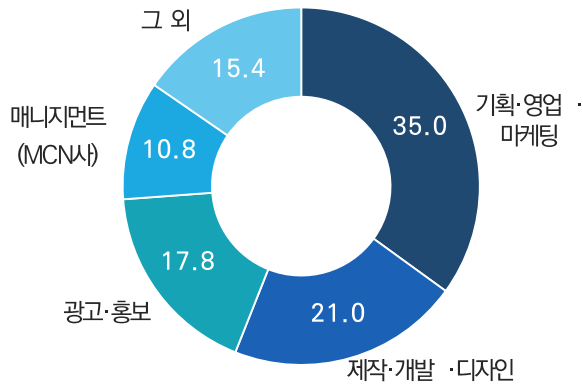
		사례수	정규직	비정규직
전체		206	92.5	7.5
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	90.7	9.3
	광고·마케팅	52	97.6	2.4
	매니지먼트 (MCN사)	40	89.5	10.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	90.6	9.4
종사자 규모	1~4인	86	90.7	9.3
	5~9인	35	75.3	24.7
	10~19인	35	94.4	5.6
	20~29인	12	89.2	10.8
	30인 이상	30	93.1	6.9
	무응답	9	-	-
조직 유형	법인사업체	135	92.6	7.4
	개인사업체	66	94.1	5.9
	기타	5	33.3	66.7
매출액	1억원 미만	33	70.7	29.3
	1~5억원 미만	29	86.0	14.0
	5~10억원 미만	22	100.0	0.0
	10~30억원 미만	41	99.2	0.8
	30억 이상	42	91.7	8.3
	무응답	40	100.0	0.0

### 3. 직무별 현황

- \* 직무별로는 '기획·영업·마케팅'이 35.0%로 가장 높게 나타났고, 이어서 '제작·개발·디자인'(21.0%), '광고·홍보'(17.8%), '그 외 직무'(15.4%), '매니지먼트(MCN사)'(10.8%)의 순으로 나타남
- \* '제작·개발·디자인'은 종사자 규모가 '1~4인'에서 45.6%, '5~9인'에서 38.9%, '10~19인'에서 45.4%로 나타나 20인 미만의 비교적 규모가 작은 사업체에서 가장 높은 비율을 차지
- \* 매출액 '1~5억 원 미만' 사업체에서 '제작·개발·디자인'(48.9%)의 응답이 상대적으로 높게 나타남

그림 3-10 직무별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-12 직무별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)

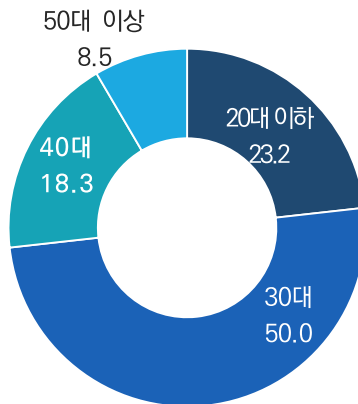
		사례수	기획·영업·마케팅	제작·개발·디자인	광고·홍보	매니지먼트(MCN사)	그 외 직무
전체		206	35.0	21.0	17.8	10.8	15.4
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	27.4	47.0	8.4	2.1	15.2
	광고·마케팅	52	67.2	8.4	18.9	0.7	4.9
	매니지먼트(MCN사)	40	19.4	34.6	12.8	20.2	13.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	16.6	15.4	22.8	20.2	25.0
종사자 규모	1~4인	86	30.9	45.6	2.5	19.4	1.6
	5~9인	35	24.4	38.9	15.5	14.7	6.5
	10~19인	35	21.1	45.4	15.4	4.6	13.5
	20~29인	12	17.3	16.2	21.3	12.7	32.6
	30인 이상	30	37.8	17.9	16.2	12.0	16.1
	무응답	9	39.9	17.8	37.6	1.7	3.0
조직 유형	법인사업체	135	35.4	21.0	17.6	10.8	15.2
	개인사업체	66	22.5	25.3	24.2	11.2	16.8
	기타	5	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
매출액	1억원 미만	33	33.5	31.6	6.5	14.4	14.0
	1~5억원 미만	29	16.0	48.9	7.3	27.1	0.7
	5~10억원 미만	22	31.0	22.4	11.5	11.3	23.8
	10~30억원 미만	41	24.0	38.6	12.5	5.1	19.8
	30억 이상	42	37.8	16.6	17.7	11.9	16.0
	무응답	40	36.5	20.5	34.6	2.5	5.9

## 4. 연령별 현황

- \* 연령별로는 '30대'가 50.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 '20대 이하'(23.2%), 40대(18.3%), 50대 이상(8.5%)의 순으로 나타남
- \* '20대 이하'의 비율은 '매니지먼트' 분야에서 61.0%, '40대'와 '50대 이상'의 비율은 '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야에서 각 24.0%와 13.4%로, 다른 참여분야에 비해 상대적으로 높게 나타남
- \* 40대 이상의 인력 비율('40대'(19.5%), '50대 이상'(9.8%))이 종사자 규모가 '30인 이상'인 기업에서 다른 규모의 사업체보다 상대적으로 높게 나타남

그림 3-11 연령별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-13 연령별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)

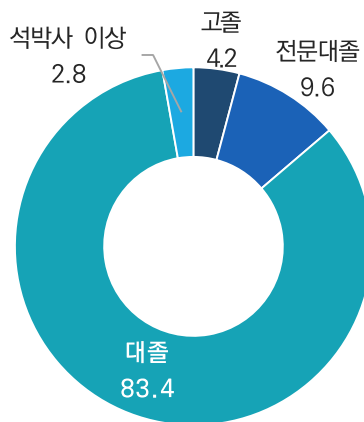
		사례수	20대 이하	30대	40대	50대 이상
전체		206	23.2	50.0	18.3	8.5
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	25.3	54.8	15.7	4.2
	광고·마케팅	52	34.8	50.1	12.4	2.6
	매니지먼트 (MCN사)	40	61.0	32.5	5.3	1.2
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	10.0	52.6	24.0	13.4
종사자 규모	1~4인	86	48.2	38.7	9.2	3.9
	5~9인	35	57.1	27.1	9.4	6.4
	10~19인	35	32.8	50.7	13.0	3.5
	20~29인	12	58.2	18.6	20.2	3.0
	30인 이상	30	16.5	54.1	19.5	9.8
	무응답	9	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	23.3	49.3	18.9	8.6
	개인사업체	66	20.2	70.5	5.5	3.8
	기타	5	33.3	50.0	0.0	16.7
매출액	1억원 미만	33	22.3	54.4	11.0	12.3
	1~5억원 미만	29	53.0	31.8	11.5	3.7
	5~10억원 미만	22	12.4	67.7	19.9	0.0
	10~30억원 미만	41	31.5	51.3	14.0	3.3
	30억 이상	42	19.1	51.0	19.7	10.1
	무응답	40	74.5	9.5	13.6	2.4

## 5. 학력별 현황

- \* 학력별로는 ‘대졸’이 83.4%로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘전문대졸’(9.6%), ‘고졸’(4.2%), ‘석박사 이상’(2.8%)의 순으로 나타남
- \* 특히 ‘광고·마케팅’ 분야에서 ‘대졸’ 인력 비율이 91.6%로 가장 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 ‘20~29인’ 사업체에서 ‘고졸’ 인력 비율이 13.0%, ‘5~9인’ 사업체에서 ‘석박사 이상’ 인력 비율이 9.6%로 다른 규모의 사업체에 비해 높게 나타남

그림 3-12 학력별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-14 학력별 현황(2020년 말 기준)

(단위 : %, 명)

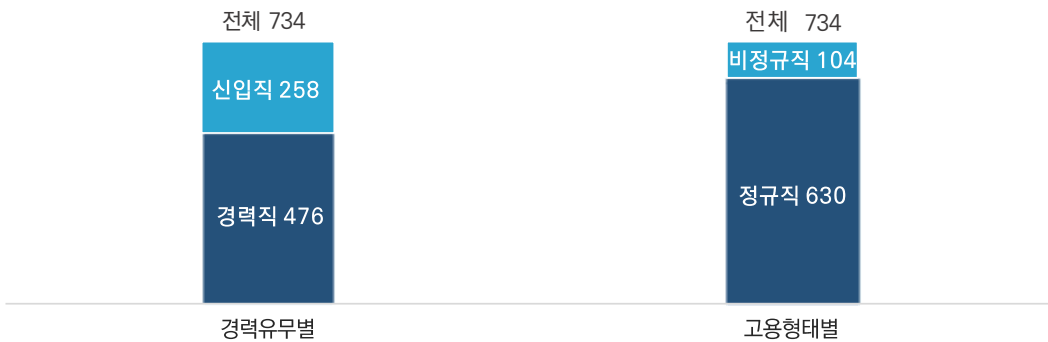
		사례수	고졸	전문대졸	대졸	석박사 이상
전체		206	4.2	9.6	83.4	2.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	4.0	10.1	79.2	6.8
	광고·마케팅	52	3.4	4.7	91.6	0.2
	매니지먼트 (MCN사)	40	6.8	18.2	72.5	2.4
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	0.0	31.1	61.0	7.8
종사자 규모	1~4인	86	7.8	3.4	81.0	7.8
	5~9인	35	10.3	13.5	66.6	9.6
	10~19인	35	5.1	20.4	71.8	2.7
	20~29인	12	13.0	12.8	73.1	1.1
	30인 이상	30	2.1	6.9	88.7	2.3
	무응답	9	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	3.9	9.9	83.5	2.8
	개인사업체	66	10.1	6.5	81.8	1.7
	기타	5	0.0	0.0	83.3	16.7
매출액	1억원 미만	33	4.4	0.0	81.1	14.5
	1~5억원 미만	29	5.1	6.0	84.4	4.4
	5~10억원 미만	22	14.3	12.4	67.5	5.8
	10~30억원 미만	41	7.5	14.4	75.4	2.7
	30억 이상	42	2.4	8.9	86.5	2.2
	무응답	40	5.4	0.0	92.9	1.7

## 6. 채용 인력

- \* 1인 미디어 산업과 관련하여 2020년 1년간 채용한 인력은 총 734명으로, 경력유무별로는 '경력직'이 476명으로 '신입직'(258명)보다 높게 나타났으며, 고용형태별로는 '정규직'이 630명으로 '비정규직'(104명)보다 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 '30인 이상'인 사업체의 채용 인력은 452명으로, 다른 규모의 사업체에 비해 많은 인력을 채용함
- \* 매출액이 '30억 이상'인 사업체에서 460명을 채용하여, 타 매출액의 사업체보다 많은 인력을 채용함

그림 3-13 2020년 1년간 채용 인력

(단위 : 명)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-15 2020년 1년간 채용 인력

(단위 : 명)

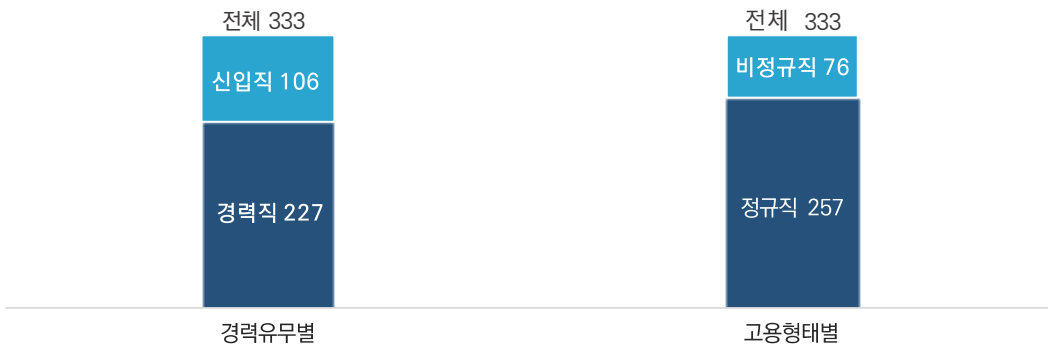
		사례수	경력유무별		고용형태별		전체
			경력직	신입직	정규직	비정규직	
전체		206	476	258	630	104	734
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	194	88	261	21	282
	광고·마케팅	52	87	53	116	23	140
	매니지먼트 (MCN사)	40	181	114	244	51	296
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	14	3	8	8	17
종사자 규모	1~4인	86	21	3	14	10	24
	5~9인	35	28	21	44	5	49
	10~19인	35	56	60	102	14	117
	20~29인	12	39	54	69	23	92
	30인 이상	30	332	120	401	51	452
	무응답	9	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	454	254	614	94	708
	개인사업체	66	23	1	16	8	24
	기타	5	0	3	0	3	3
매출액	1억원 미만	33	8	5	6	7	12
	1~5억원 미만	29	48	24	66	6	72
	5~10억원 미만	22	22	22	44	0	44
	10~30억원 미만	41	88	58	143	3	146
	30억 이상	42	311	149	371	89	460
	무응답	40	0	0	0	0	0

## 7. 채용 예정 인력

- \* 1인 미디어 산업과 관련하여 향후 2022년 1년간 채용할 인력은 총 333명으로, 경력유무별로는 '경력직'의 수요가 227명으로 '신입직'(106명)보다 높게 나타났으며, 고용형태별로는 '정규직'이 257명으로 '비정규직'(76명)보다 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 '10~19인'인 사업체의 채용 예정 인력은 103명으로 다른 규모의 채용 예정 인력보다 높게 나타남
- \* '영상 제작 및 제작지원'분야의 채용 예정 인력은 160명으로 참여분야 중 가장 높은 수요를 나타냈으며 다음으로 '매니지먼트'(116명), '광고·마케팅'(44명), '온라인 비디오 공유 플랫폼'(12명) 순으로 나타남

그림 3-14 2022년 1년간 채용 예정 인력

(단위 : 명)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-16 2022년 1년간 채용 예정 인력

(단위 : 명)

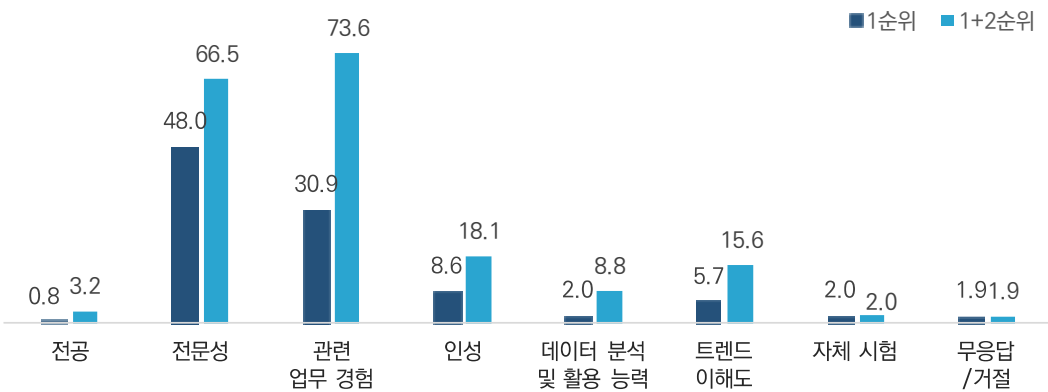
		사례수	경력유무별		고용형태별		전체
			경력직	신입직	정규직	비정규직	
전체		206	227	106	257	76	333
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	108	53	144	16	160
	광고·마케팅	52	31	13	21	23	44
	매니지먼트 (MCN사)	40	80	36	88	29	116
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	8	4	4	8	12
종사자 규모	1~4인	86	28	9	33	4	37
	5~9인	35	19	11	21	9	30
	10~19인	35	53	49	91	12	103
	20~29인	12	61	17	55	23	78
	30인 이상	30	66	19	57	29	85
	무응답	9	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	204	98	231	72	302
	개인사업체	66	23	5	26	2	28
	기타	5	0	3	0	3	3
매출액	1억원 미만	33	15	8	18	5	23
	1~5억원 미만	29	37	22	54	5	59
	5~10억원 미만	22	9	13	19	3	22
	10~30억원 미만	41	59	47	102	3	105
	30억 이상	42	103	17	60	60	120
	무응답	40	4	0	4	0	4

## 8. 채용 시 중요하게 고려하는 항목

- \* 1인 미디어 산업 인력 채용 시 가장 중요하게 고려하는 항목으로 '전문성'이 48.0%로 가장 높게 나타났으며, '관련 업무 경험'(30.9%), '인성'(8.6%), '트렌드 이해도'(5.7%) 등의 순으로 나타남
- \* '매니지먼트' 분야에서는 채용 시 '전문성'(23.3%)보다 '관련 업무 경험'(38.6%)을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타남
- \* '개인사업체'의 경우 '전문성'을 가장 중요하게 고려한다는 응답이 60.9%로 '법인사업체'에 비해 높게 나타남

그림 3-15 채용 시 중요하게 고려하는 항목

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-17 채용 시 중요하게 고려하는 항목(1순위)

(단위 : %)

		사례수	전공	전문성	관련 업무 경험	인성	데이터 분석 및 활용 능력	트렌드 이해도	자체 시험	무응답
전체		129	0.8	48.0	30.9	8.6	2.0	5.7	2.0	1.9
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	1.6	57.4	30.3	7.7	0.0	1.5	0.0	1.5
	광고·마케팅	31	0.0	41.6	23.1	9.9	8.5	8.5	8.5	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	0.0	23.3	38.6	10.1	0.0	20.1	0.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	51.3	40.9	7.8	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	0.0	63.5	25.3	8.4	0.0	2.8	0.0	0.0
	5~9인	26	4.2	61.7	26.8	0.0	0.0	7.3	0.0	0.0
	10~19인	27	0.0	56.0	21.5	22.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	10	0.0	13.7	61.7	0.0	0.0	24.6	0.0	0.0
	30인 이상	23	0.0	23.7	37.9	8.1	11.1	8.1	11.1	0.0
	무응답	6	0.0	16.4	42.5	0.0	0.0	0.0	0.0	41.1
조직 유형	법인사업체	101	1.1	42.4	32.5	10.0	2.6	7.3	2.6	1.5
	개인사업체	23	0.0	60.9	30.5	4.3	0.0	0.0	0.0	4.3
	기타	5	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	0.0	64.8	18.6	12.4	0.0	4.1	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	5.5	42.0	52.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	64.2	35.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	0.0	48.8	21.4	24.1	0.0	5.7	0.0	0.0
	30억 이상	30	0.0	32.8	35.0	0.0	8.6	15.0	8.6	0.0
	무응답	12	0.0	44.0	34.5	0.0	0.0	0.0	0.0	21.5

표 3-18 채용 시 중요하게 고려하는 항목(1+2순위)

(단위 : %)

		사례수	전공	전문성	관련 업무 경험	인성	데이터 분석 및 활용 능력	트렌드 이해도	자체 시험	무응답
전체		129	3.2	66.5	73.6	18.1	8.8	15.6	2.0	1.9
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	1.6	70.4	71.6	19.9	4.7	15.5	0.0	1.5
	광고·마케팅	31	0.0	62.8	73.1	20.2	26.9	8.5	8.5	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	10.6	41.2	74.1	10.1	0.0	38.1	0.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	7.8	92.2	84.3	15.7	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	2.8	79.9	73.4	22.4	0.0	15.9	0.0	0.0
	5~9인	26	11.9	82.6	64.5	3.9	11.7	15.7	0.0	0.0
	10~19인	27	0.0	77.5	77.1	33.9	11.4	0.0	0.0	0.0
	20~29인	10	0.0	27.3	61.7	29.9	24.6	24.6	0.0	0.0
	30인 이상	23	0.0	34.7	88.9	8.1	11.1	33.5	11.1	0.0
	무응답	6	0.0	58.9	58.9	0.0	0.0	0.0	0.0	41.1
조직형 유형	법인사업체	101	4.1	62.6	72.1	18.2	11.3	17.5	2.6	1.5
	개인사업체	23	0.0	75.9	74.2	21.5	0.0	11.1	0.0	4.3
	기타	5	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	4.1	79.3	64.8	29.0	0.0	14.5	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	15.4	64.1	63.0	20.7	0.0	21.8	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	100.0	88.6	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	0.0	58.8	75.9	33.5	18.4	13.4	0.0	0.0
	30억 이상	30	0.0	50.7	78.0	0.0	17.2	26.1	8.6	0.0
	무응답	12	0.0	78.5	78.5	0.0	0.0	0.0	0.0	21.5

## 9. 채용 시 경험한 애로사항

\* 채용 시 경험한 애로사항으로는 ‘원하는 업무능력을 가진 지원자를 찾기 어려움’이 53.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘지원자에 대한 정보 부족으로 우수 인력 여부 판단이 어려움’(17.2%), ‘지원자들의 높은 근로조건 요구’(14.5%) 등의 순으로 나타남

\* 종사자 규모가 ‘1~4인’인 사업체의 18.5%가, ‘5~9인’인 사업체의 19.1%가 ‘지원자들의 높은 근로조건 요구’를 주요 애로사항으로 응답해, 다른 종사자 규모에 비해 작은 규모의 사업체에서 높게 나타남

그림 3-16 채용 시 경험한 애로사항

(단위 : %)

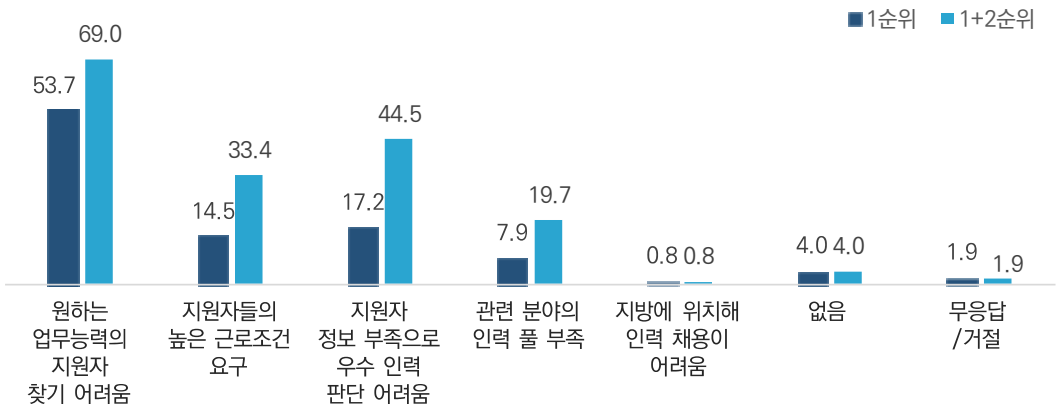


표 3-19 채용 시 경험한 애로사항(1순위)

(단위 : %)

		사례수	원하는 업무능력의 지원자를 찾기 어려움	지원자들의 높은 근로조건 요구	지원자 정보 부족으로 우수 인력 판단이 어려움	관련 분야의 인력 부족	지방에 위치해 인력 채용이 어려움	없음	무응답/거절
전체		129	53.7	14.5	17.2	7.9	0.8	4.0	1.9
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	48.6	16.1	16.0	12.4	1.6	3.8	1.5
	광고·마케팅	31	61.4	11.7	18.4	0.0	0.0	8.5	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	56.6	15.3	10.1	10.1	0.0	0.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	57.7	11.2	31.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	60.3	18.5	8.4	12.9	0.0	0.0	0.0
	5~9인	26	49.0	19.1	9.4	14.2	4.2	4.2	0.0
	10~19인	27	49.6	16.5	33.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	10	68.2	0.0	18.1	0.0	0.0	13.7	0.0
	30인 이상	23	46.1	11.1	23.7	8.1	0.0	11.1	0.0
	무응답	6	58.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	41.1
조직 유형	법인사업체	101	51.3	15.6	20.1	6.5	1.1	4.0	1.5
	개인사업체	23	65.1	12.9	8.6	4.3	0.0	4.7	4.3
	기타	5	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	54.1	18.6	12.4	14.8	0.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	58.7	20.9	9.5	5.5	5.5	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	88.6	0.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	40.9	25.6	27.8	5.7	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	30	50.0	4.8	23.2	8.6	0.0	13.4	0.0
	무응답	12	60.6	0.0	0.0	8.6	0.0	9.4	21.5

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-20 채용 시 경험한 애로사항(1+2순위)

(단위 : %)

		사례수	원하는 업무능력의 지원자를 찾기 어려움	지원자들의 높은 근로조건 요구	지원자 정보 부족으로 우수 인력 판단이 어려움	관련 분야의 인력 부족	지방에 위치해 인력 채용이 어려움	없음	무응답/거절
전체		129	69.0	10.6	33.4	44.5	19.7	0.8	4.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	64.8	10.6	36.7	37.5	18.5	1.6	3.8
	광고·마케팅	31	74.6	18.4	28.7	52.9	8.5	0.0	8.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	66.7	0.0	33.8	36.0	47.7	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	80.9	7.8	26.9	73.1	11.2	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	78.7	14.1	36.7	31.9	24.3	0.0	0.0
	5~9인	26	57.0	18.0	34.9	48.1	19.7	4.2	4.2
	10~19인	27	72.0	5.2	39.4	78.3	5.1	0.0	0.0
	20~29인	10	68.2	24.6	0.0	61.7	18.1	0.0	13.7
	30인 이상	23	66.8	0.0	28.2	23.7	35.5	0.0	11.1
	무응답	6	58.9	0.0	58.9	0.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	101	67.9	9.1	35.9	46.9	19.7	1.1	4.0
	개인사업체	23	78.1	8.6	30.2	32.5	12.9	0.0	4.7
	기타	5	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	66.5	19.0	39.3	39.7	23.1	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	74.1	10.4	36.3	37.3	25.4	5.5	0.0
	5~10억원 미만	9	88.6	0.0	64.2	47.2	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	65.1	9.1	34.9	61.3	21.9	0.0	0.0
	30억 이상	30	68.4	13.4	18.2	37.3	21.3	0.0	13.4
	무응답	12	60.6	0.0	22.2	38.4	8.6	0.0	9.4

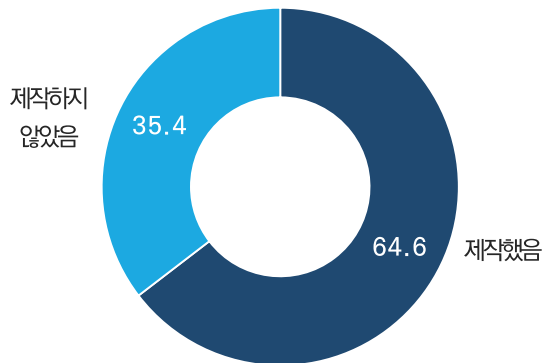
## 4절. 콘텐츠 제작 및 인프라 현황

### 1. 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험

- \* 1인 미디어 사업체 중 64.6%는 콘텐츠를 자체적으로 제작·유통 하는 것으로 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 ‘영상 제작 및 제작지원’과 ‘매니지먼트(MCN사)’ 분야가 각각 71.6%, 72.5%로 자체적인 콘텐츠 제작유통 비율이 높게 나타났으며, 종사자 규모별로는 ‘5~9인’(81.6%), ‘1~4인’(78.5%) 등 소규모 사업체의 자체적 콘텐츠 제작유통 비율이 상대적으로 높게 나타남

그림 3-17 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-21 자체 콘텐츠 제작 및 유통 경험

(단위 : %)

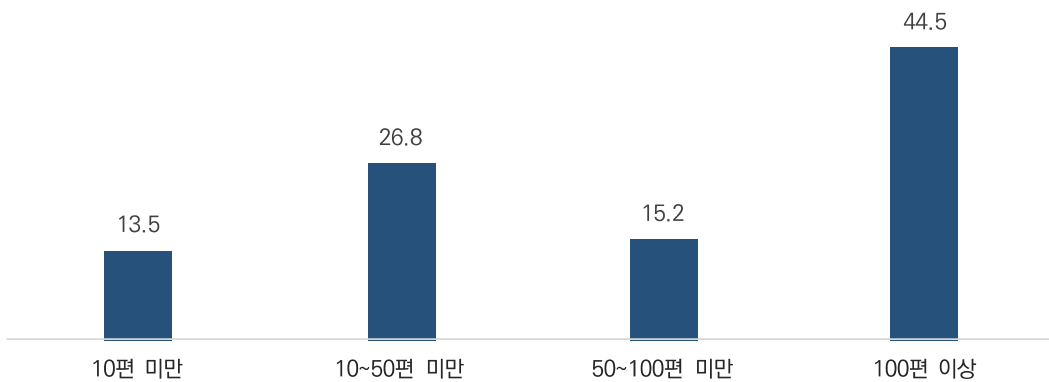
		사례수	제작했음	제작하지 않았음
전체		129	64.6	35.4
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	71.6	28.4
	광고·마케팅	31	45.3	54.7
	매니지먼트 (MCN사)	19	72.5	27.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	62.5	37.5
종사자 규모	1~4인	36	78.5	21.5
	5~9인	26	81.6	18.4
	10~19인	27	42.4	57.6
	20~29인	10	59.8	40.2
	30인 이상	23	62.1	37.9
	무응답	6	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	101	62.1	37.9
	개인사업체	23	79.4	20.6
	기타	5	50.0	50.0
매출액	1억원 미만	24	76.9	23.1
	1~5억원 미만	20	57.2	42.8
	5~10억원 미만	9	100.0	0.0
	10~30억원 미만	33	28.4	71.6
	30억 이상	30	75.8	24.2
	무응답	12	100.0	0.0

## 2. 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수

- \* 2020년 1인 미디어 사업체들이 제작·유통한 콘텐츠 수는 평균 171.31편임
  - 연간 제작·유통한 콘텐츠 수가 100편 이상인 사업체는 전체의 44.5%로 가장 많았으며, '10~50편 미만'이 26.8%, '50~100편 미만'이 15.2%로 나타남
- \* 사업 분야 대부분별로는 '광고·마케팅' 분야는 평균 351.58편의 콘텐츠를 제작·유통 하는 것으로 나타났으며, '영상 제작 및 제작지원' 분야는 평균 140.71편, '매니지먼트(MCN사)' 분야는 평균 120.15편을 제작·유통하는 것으로 나타남

그림 3-18 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수

(단위 : %)



Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-22 자체 콘텐츠 제작 및 유통 콘텐츠 수

(단위 : %, 편)

		사례수	10편 미만	10~50편 미만	50~100편 미만	100편 이상	평균
전체		83	13.5	26.8	15.2	44.5	171.31
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	23.7	20.6	11.7	44.0	140.71
	광고·마케팅	14	0.0	40.7	0.0	59.3	351.58
	매니지먼트 (MCN사)	14	0.0	42.4	21.9	35.8	120.15
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	0.0	12.5	50.4	37.0	106.82
종사자 규모	1~4인	30	25.6	25.6	30.8	17.9	62.31
	5~9인	15	16.0	68.1	8.0	8.0	46.40
	10~19인	11	0.0	0.0	0.0	100.0	339.54
	20~29인	7	30.4	22.4	16.8	30.4	166.09
	30인 이상	14	6.1	25.2	17.1	51.6	132.00
	무응답	5	0.0	0.0	0.0	100.0	893.18
조직 유형	법인사업체	62	11.5	30.6	12.7	45.1	199.23
	개인사업체	18	22.7	17.0	11.3	48.9	95.70
	기타	3	0.0	0.0	100.0	0.0	60.00
매출액	1억원 미만	19	26.9	26.9	27.4	18.8	64.30
	1~5억원 미만	11	19.1	62.7	18.3	0.0	19.18
	5~10억원 미만	9	0.0	11.4	17.1	71.5	279.09
	10~30억원 미만	10	0.0	51.9	15.1	33.0	193.51
	30억 이상	23	17.7	17.7	6.3	58.3	163.94
	무응답	12	0.0	0.0	8.6	91.4	439.29

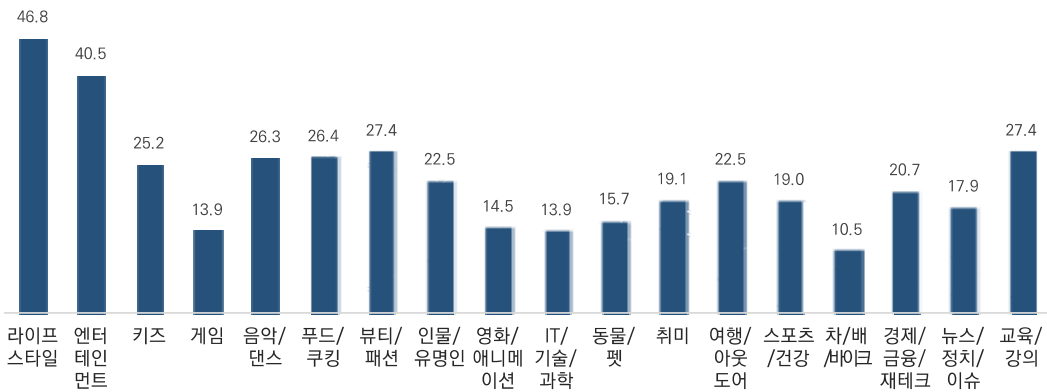
Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

### 3. 자체 제작 콘텐츠 장르

- \* 1인 미디어 사업체가 자체 제작유통하는 콘텐츠의 장르는 ‘라이프스타일’이 46.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘엔터테인먼트’(40.5%), ‘교육/강의’와 ‘뷰티/패션’(각 27.4%), ‘푸드/쿠킹’(26.4%) 순으로 높게 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 ‘광고-마케팅’은 ‘뷰티/패션’, ‘스포츠/건강’이 각각 59.3%, ‘매니지먼트(MCN사)’는 ‘라이프스타일’(71.5%), ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’은 ‘엔터테인먼트’(69.5%), ‘키즈’(67.6%), ‘여행/아웃도어’(69.5%) 장르에서 타 장르 대비 자체 제작 비율이 높게 나타남

그림 3-19 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답)

(단위 : %)



Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-23 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답) - 계속

(단위 : %)

		사례수	라이프 스타일	엔터테인먼트	키즈	게임	음악/댄스	푸드/쿠킹	뷰티/패션	인물/유명인
전체		83	46.8	40.5	25.2	13.9	26.3	26.4	27.4	22.5
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	37.6	36.0	23.3	2.1	21.7	17.9	17.2	23.6
	광고·마케팅	14	59.3	37.4	18.7	40.7	37.4	37.4	59.3	18.7
	매니지먼트 (MCN사)	14	71.5	42.4	13.9	13.9	24.8	38.7	24.8	13.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	37.0	69.5	67.6	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0
종사자 규모	1~4인	30	38.5	5.1	0.0	5.1	7.7	5.1	5.1	10.3
	5~9인	15	0.0	22.6	31.3	22.2	8.0	0.0	30.2	0.0
	10~19인	11	100.0	75.6	50.4	0.0	50.4	25.2	25.2	50.4
	20~29인	7	22.4	83.2	39.2	0.0	52.8	52.8	52.8	22.4
	30인 이상	14	50.0	43.9	18.7	20.7	24.8	39.0	24.8	24.8
	무응답	5	100.0	50.8	50.8	50.8	50.8	80.3	80.3	50.8
조직 유형	법인사업체	62	49.9	46.1	33.4	16.8	33.1	33.4	34.7	28.1
	개인사업체	18	42.7	11.9	0.0	5.7	6.2	5.7	5.7	5.7
	기타	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	19	26.9	19.3	0.0	5.4	0.0	5.4	0.0	10.8
	1~5억원 미만	11	25.4	34.1	45.2	0.0	16.6	16.6	34.9	16.6
	5~10억원 미만	9	88.6	71.5	47.2	0.0	88.6	35.8	35.8	35.8
	10~30억원 미만	10	33.0	33.0	48.1	51.9	0.0	0.0	31.9	33.0
	30억 이상	23	51.7	56.7	13.0	13.0	37.0	51.7	37.0	25.6
	무응답	12	69.7	31.6	34.5	22.2	31.6	35.1	35.1	22.2

Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

표 3-24 자체 제작 콘텐츠 장르(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	영화/애니메이션	IT/기술/과학	동물/펫	취미	여행/아웃도어	스포츠/건강	차/배/바이크	경제/금융/채테크
전체		83	14.5	13.9	15.7	19.1	22.5	19.0	10.5	20.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	6.5	3.0	5.3	17.7	11.7	9.7	6.7	13.5
	광고·마케팅	14	18.7	37.4	40.7	18.7	40.7	59.3	18.7	56.1
	매니지먼트 (MCN사)	14	13.9	13.9	13.9	13.9	13.9	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	55.0	37.0	37.0	37.0	69.5	37.0	37.0	37.0
종사자 규모	1~4인	30	10.2	0.0	0.0	5.1	15.4	0.0	0.0	5.1
	5~9인	15	9.3	0.0	30.2	8.0	8.0	22.2	0.0	0.0
	10~19인	11	0.0	0.0	0.0	50.4	24.4	25.2	25.2	0.0
	20~29인	7	25.9	30.4	22.4	22.4	0.0	0.0	0.0	30.4
	30인 이상	14	21.5	26.8	18.7	12.6	37.8	29.7	12.6	42.2
	무응답	5	50.8	50.8	50.8	50.8	50.8	50.8	50.8	70.5
조직 유형	법인사업체	62	15.9	18.3	20.8	23.7	15.9	25.2	13.9	25.7
	개인사업체	18	11.3	0.0	0.0	5.7	34.2	0.0	0.0	5.7
	기타	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	19	10.8	0.0	0.0	5.4	24.7	0.0	0.0	5.4
	1~5억원 미만	11	26.2	0.0	26.2	26.2	18.3	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	0.0	0.0	71.5	0.0	35.8	35.8	0.0
	10~30억원 미만	10	15.1	0.0	31.9	0.0	0.0	31.9	0.0	0.0
	30억 이상	23	13.0	39.0	19.3	13.0	27.7	30.7	13.0	55.0
	무응답	12	22.2	22.2	22.2	22.2	48.3	22.2	22.2	30.8

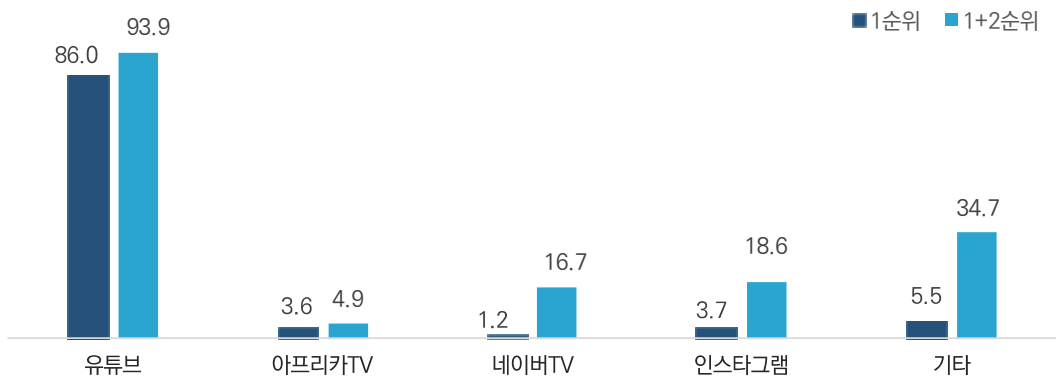
Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

#### 4. 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼

\* 1인 미디어 사업체가 자체 제작한 콘텐츠를 유통하는 플랫폼은 주로 '유튜브'로 전체의 86.0% 비중을 차지하였으며, 다음으로는 인스타그램이 3.7%, 아프리카TV가 3.6% 등의 응답 순으로 나타남

그림 3-20 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼

(단위 : %)



Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

표 3-25 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼(1순위)

(단위 : %)

		사례수	유튜브	아프리카TV	네이버TV	인스타그램	기타
전체		83	86.0	3.6	1.2	3.7	5.5
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	97.9	0.0	2.1	0.0	0.0
	광고·마케팅	14	78.0	0.0	0.0	22.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	14	85.4	0.0	0.0	0.0	14.6
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	30.5	37.0	0.0	0.0	32.4
종사자 규모	1~4인	30	94.9	0.0	5.1	0.0	0.0
	5~9인	15	85.4	0.0	0.0	0.0	14.6
	10~19인	11	75.6	0.0	0.0	24.4	0.0
	20~29인	7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	14	76.4	12.6	0.0	0.0	11.0
	무응답	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	62	92.1	4.7	0.0	0.0	3.2
	개인사업체	18	77.1	0.0	5.7	17.2	0.0
	기타	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	19	80.7	0.0	5.4	0.0	13.9
	1~5억원 미만	11	82.5	0.0	0.0	0.0	17.5
	5~10억원 미만	9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	10	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	23	87.0	13.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	12	73.9	0.0	0.0	0.0	26.1

Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-26 자체 제작 콘텐츠 유통 플랫폼(1+2순위)

(단위 : %)

		사례수	유튜브	아프리카TV	네이버TV	인스타그램	기타
전체		83	93.9	4.9	16.7	18.6	34.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	100.0	2.3	24.1	15.7	17.8
	광고·마케팅	14	78.0	0.0	0.0	22.0	100.0
	매니지먼트 (MCN사)	14	85.4	0.0	0.0	35.8	28.5
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	100.0	37.0	30.5	0.0	32.4
종사자 규모	1~4인	30	100.0	0.0	5.1	33.3	10.3
	5~9인	15	85.4	8.0	7.3	0.0	60.8
	10~19인	11	75.6	0.0	25.2	24.4	49.6
	20~29인	7	100.0	0.0	16.8	0.0	52.8
	30인 이상	14	100.0	12.6	30.9	14.2	22.0
	무응답	5	100.0	0.0	0.0	49.2	50.8
조직 유형	법인사업체	62	96.8	6.5	20.5	10.1	33.6
	개인사업체	18	82.8	0.0	5.7	51.3	29.1
	기타	3	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	19	100.0	0.0	5.4	29.6	19.3
	1~5억원 미만	11	82.5	9.5	0.0	8.7	53.2
	5~10억원 미만	9	100.0	0.0	11.4	0.0	35.8
	10~30억원 미만	10	100.0	0.0	48.1	0.0	31.9
	30억 이상	23	100.0	13.0	31.9	14.7	22.7
	무응답	12	73.9	0.0	0.0	47.5	66.2

Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

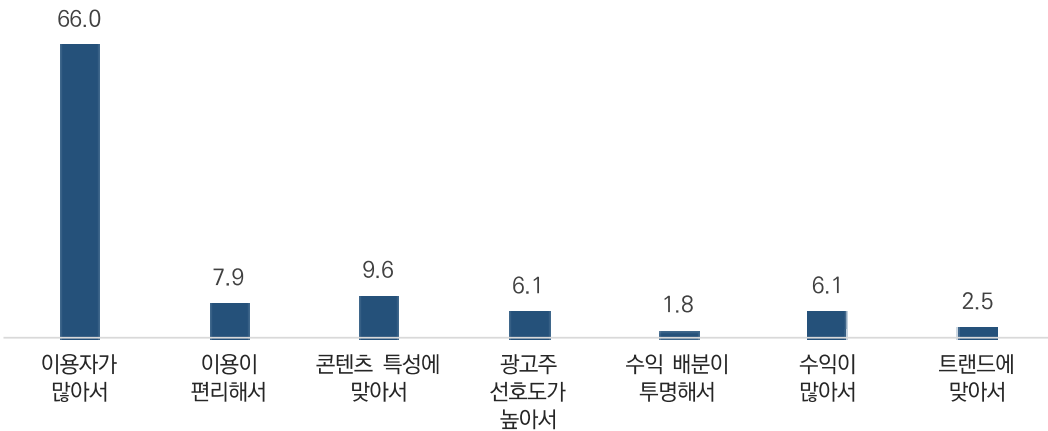
## 5. 해당 플랫폼 선정 이유

\* 1인 미디어 사업체들이 해당 플랫폼을 사용하는 이유는 ‘이용자가 많아서’가 전체의 66.0%로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘콘텐츠 특성에 맞아서’ 9.6%, ‘이용이 편리해서’ 7.9%, ‘광고주 선호도가 높아서’와 ‘수익이 많아서’가 각각 6.1% 등의 응답 순이 나타남

\* 사업 분야 대분류별로는 ‘매니지먼트(MCN사)’은 ‘콘텐츠 특성에 맞아서’ 해당 플랫폼을 사용하는 경우가 25.5%, ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’의 경우 ‘이용이 편리해서’가 69.5%로 타 분야 대비 상대적으로 높게 나타남

그림 3-21 해당 플랫폼 선정 이유

(단위 : %)



Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-27 해당 플랫폼 선정 이유

(단위 : %)

		사례수	이용자가 많아서	이용이 편리해서	콘텐츠 특성에 맞아서	광고주 선호도가 높아서	수익 배분이 투명해서	수익이 많아서	트렌드에 맞아서
전체		83	66.0	7.9	9.6	6.1	1.8	6.1	2.5
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	47	72.2	2.1	9.4	5.2	0.0	6.7	4.4
	광고·마케팅	14	81.3	0.0	0.0	18.7	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	14	49.7	0.0	25.5	0.0	10.9	13.9	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	8	30.5	69.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	30	61.5	5.1	15.4	5.1	7.7	0.0	5.1
	5~9인	15	77.4	0.0	14.6	0.0	0.0	0.0	8.0
	10~19인	11	74.8	0.0	0.0	0.0	0.0	25.2	0.0
	20~29인	7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	14	56.1	23.6	6.1	6.1	0.0	8.1	0.0
	무응답	5	19.7	0.0	29.5	50.8	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	62	69.5	4.7	7.9	8.0	0.0	8.1	1.7
	개인사업체	18	63.1	5.7	17.0	0.0	8.5	0.0	5.7
	기타	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	19	56.5	13.9	16.1	5.4	8.1	0.0	0.0
	1~5억원 미만	11	64.3	8.7	17.5	0.0	0.0	0.0	9.5
	5~10억원 미만	9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	10	67.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.0	0.0
	30억 이상	23	72.3	13.0	0.0	6.3	0.0	8.4	0.0
	무응답	12	44.0	0.0	25.2	22.2	0.0	0.0	8.6

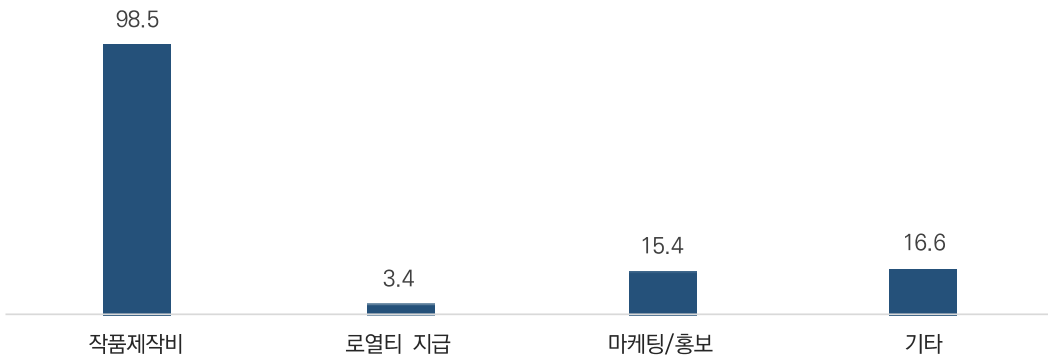
Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

## 6. 자체 제작 콘텐츠 제작 비용

- \* 1인 미디어 사업체는 연간 콘텐츠 제작을 위해 연평균 1억 3,390만 원을 사용하는 것으로 나타났음. 이중 '작품제작비'는 연평균 9,850만 원, '마케팅/홍보비'는 연평균 1,540만 원, '로열티 지급'은 연평균 340만 원으로 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 '광고·마케팅' 분야의 연평균 콘텐츠 제작 비용이 2억 3,810만 원으로 타 분야 대비 가장 높았고, 그 다음으로는 '매니지먼트(MCN사)' 분야가 1억 4,030만 원, '영상 제작 및 제작지원' 분야가 1억 1,980만 원 순으로 나타남

그림 3-22 자체 제작 콘텐츠 제작 비용(평균)

(단위 : 백만 원)



Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-28 자체 제작 콘텐츠 제작 비용(평균)

(단위 : 백만 원)

		사례수	작품제작비	로열티 지급	마케팅/홍보	기타	전체
전체		206	98.5	3.4	15.4	16.6	133.9
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	106.4	2.1	5.4	5.9	119.8
	광고·마케팅	52	128.1	13.5	81.6	14.9	238.1
	매니지먼트 (MCN사)	40	65.8	2.0	10.3	62.4	140.3
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	59.5	0.0	1.0	0.6	61.1
종사자 규모	1~4인	86	50.4	3.0	20.1	1.5	74.9
	5~9인	35	127.9	1.7	0.4	0.2	130.1
	10~19인	35	170.5	8.2	21.1	19.7	219.5
	20~29인	12	213.3	4.4	21.8	21.8	261.3
	30인 이상	30	47.4	0.4	12.2	93.1	153.1
	무응답	9	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	135	116.8	4.5	14.9	21.8	158.0
	개인사업체	66	41.1	0.0	19.7	2.3	63.1
	기타	5	80.0	0.0	0.0	0.0	80.0
매출액	1억원 미만	33	30.5	0.0	1.7	0.5	32.8
	1~5억원 미만	29	66.0	2.1	0.0	0.0	68.0
	5~10억원 미만	22	46.1	0.4	18.5	21.4	86.3
	10~30억원 미만	41	207.0	9.6	28.7	0.0	245.3
	30억 이상	42	165.1	6.7	17.5	53.5	242.9
	무응답	40	78.9	0.0	75.2	8.7	162.8

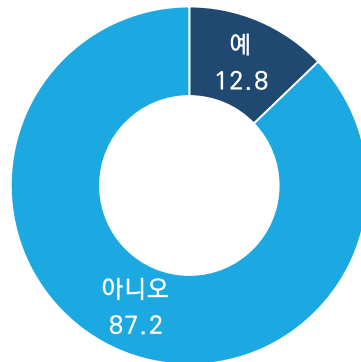
Base : 자체적으로 콘텐츠를 제작한 경험이 있는 사업체

## 7. 외부 투자 경험

- \* 1인 미디어 사업체의 12.8%가 외부에서 투자를 받은 경험이 있는 것으로 나타났으며, 87.2%는 외부에서 투자를 받은 경험이 없는 것으로 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 '온라인 비디오 공유 플랫폼' 사업체의 31.0%가 외부 투자 경험이 있다고 응답해 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 '매니지먼트(MCN사)' 20.1%, '영상 제작 및 제작지원' 9.3% 순으로 높게 나타남

그림 3-23 외부 투자 경험

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-29 외부 투자 경험

(단위 : %)

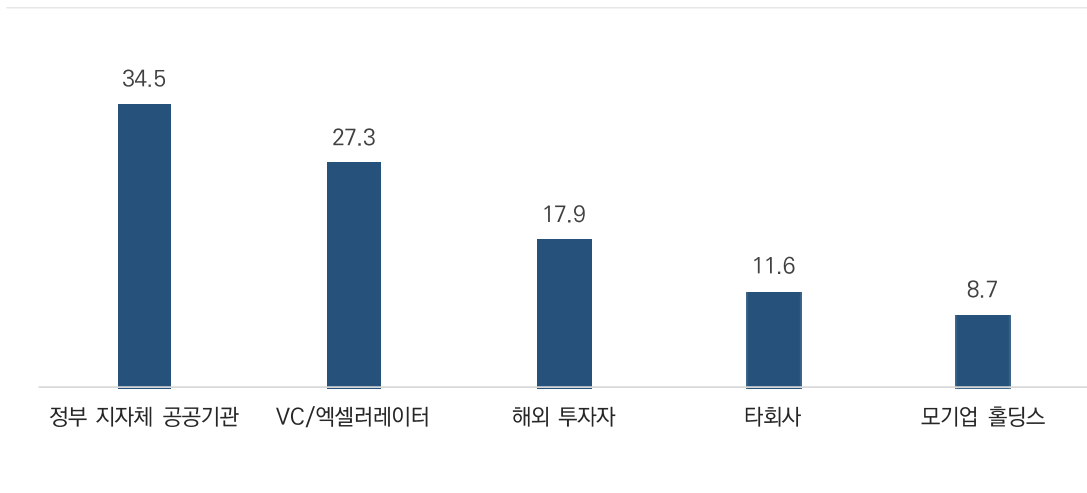
		사례수	예	아니오
전체		129	12.8	87.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	9.3	90.7
	광고·마케팅	31	8.5	91.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	20.1	79.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	31.0	69.0
종사자 규모	1~4인	36	4.0	96.0
	5~9인	26	12.5	87.5
	10~19인	27	0.0	100.0
	20~29인	10	31.5	68.5
	30인 이상	23	23.5	76.5
	무응답	6	0.0	100.0
조직 유형	법인사업체	101	12.8	87.2
	개인사업체	23	16.1	83.9
	기타	5	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	24	4.1	95.9
	1~5억원 미만	20	20.0	80.0
	5~10억원 미만	9	0.0	100.0
	10~30억원 미만	33	21.1	78.9
	30억 이상	30	14.6	85.4
	무응답	12	0.0	100.0

## 8. 외부 투자 시 주요 투자사

- \* 1인 미디어 사업체 중 외부 투자는 주로 '정부·지자체·공공기관'(34.5%)이며, 다음으로 'VC/엑셀러레이터' 27.3%, '해외 투자자' 17.9% 순으로 높게 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 '영상 제작 및 제작지원'은 '정부·지자체·공공기관'을 통한 투자가 76.5%, '광고·마케팅'은 주로 'VC/엑셀러레이터'(100.0%)를 통한 투자, '온라인 비디오 공유 플랫폼'은 주로 '해외 투자자'(74.7%)를 통한 투자가 이루어지고 있는 것으로 나타남

그림 3-24 외부 투자 시 주요 투자사

(단위 : %)



Base : 외부 투자를 받은 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-30 외부 투자 시 주요 투자사

(단위 : %)

구분	사례수	정부 지자체 공공기관	VC/ 엑셀러레이터	해외 투자자	타회사	모기업 홀딩스	
전체	16	34.5	27.3	17.9	11.6	8.7	
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	6	76.5	0.0	0.0	0.0	23.5
	광고·마케팅	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	4	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	4	25.3	0.0	74.7	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~9인	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	-	-	-	-	-	-
	20~29인	2	57.6	42.4	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	11	0.0	29.1	33.3	21.5	16.1
	무응답	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	13	16.2	34.9	22.9	14.8	11.1
	개인사업체	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	4	52.3	47.7	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	-	-	-	-	-	-
	10~30억원 미만	7	36.5	36.5	0.0	26.9	0.0
	30억 이상	4	0.0	0.0	67.3	0.0	32.7
	무응답	-	-	-	-	-	-

Base : 외부 투자를 받은 경험이 있는 사업체

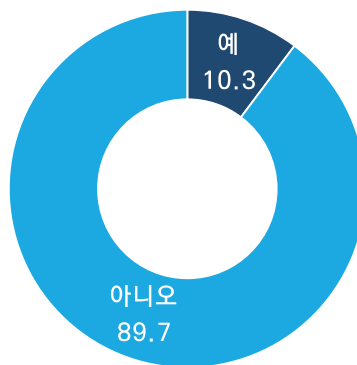
## 9. 해외시장 진출 현황

### 1) 해외 수출 경험

- \* 1인 미디어 사업체 중 해외 수출 경험은 전체의 10.3%로 나타남
- \* 사업 분야 대분류별로는 ‘영상 제작 및 제작지원’이 13.1%로 가장 높았고, 다음으로 ‘매니지먼트(MCN사)’ 10.1%, ‘광고·마케팅’ 8.5% 순으로 높게 나타남

그림 3-25 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 경험

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-31 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 경험

(단위 : %)

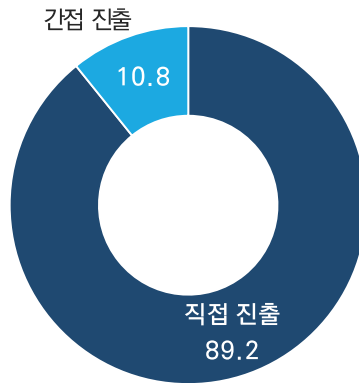
		사례수	예	아니오
전체		129	10.3	89.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	13.1	86.9
	광고·마케팅	31	8.5	91.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	10.1	89.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	100.0
종사자 규모	1~4인	36	5.6	94.4
	5~9인	26	8.4	91.6
	10~19인	27	11.4	88.6
	20~29인	10	31.8	68.2
	30인 이상	23	0.0	100.0
	무응답	6	42.5	57.5
조직 유형	법인사업체	101	12.2	87.8
	개인사업체	23	4.3	95.7
	기타	5	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	24	8.3	91.7
	1~5억원 미만	20	20.4	79.6
	5~10억원 미만	9	0.0	100.0
	10~30억원 미만	33	9.4	90.6
	30억 이상	30	4.8	95.2
	무응답	12	22.2	77.8

## 2) 해외시장 진출 방법

\* 1인 미디어 사업체의 해외시장 진출 방법은 주로 '직접 진출'(89.2%)로 나타났으며, '영상 제작 및 제작지원' 분야는 '간접 진출'이 16.4%로 타 분야 대비 높은 것으로 나타남

그림 3-26 해외시장 진출 방법

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-32 해외시장 진출 방법

(단위 : %)

		사례수	직접 진출	간접 진출
전체		13	89.2	10.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	9	83.6	16.4
	광고·마케팅	3	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	2	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	-	-	-
종사자 규모	1~4인	2	100.0	0.0
	5~9인	2	100.0	0.0
	10~19인	3	100.0	0.0
	20~29인	3	57.1	42.9
	30인 이상			
	무응답	3	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	12	88.3	11.7
	개인사업체	1	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	2	100.0	0.0
	1~5억원 미만	4	100.0	0.0
	10~30억원 미만	3	100.0	0.0
	30억 이상	1	0.0	100.0
	무응답	3	100.0	0.0

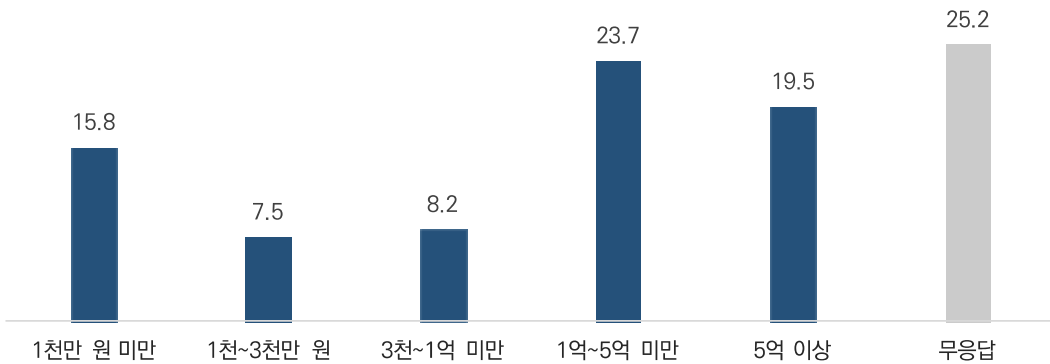
Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

### 3) 1인 미디어 콘텐츠 수출액

- \* 1인 미디어 사업체의 콘텐츠 수출액은 전체 평균 14억 3,700만 원이며, 참여분야 중 '광고·마케팅'이 50억 원으로 가장 높은 평균 수출액이 나타남
- \* '1억~5억 미만'으로 응답한 비율이 가장 높게 나타났고, 다음으로 '5억 이상'(19.5%), '1천만 원 미만'(15.8%), '3천~1억 미만'(8.2%), '1천~3천만 원'(7.5%)의 순으로 나타남

그림 3-27 1인 미디어 콘텐츠 수출액

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-33 1인 미디어 콘텐츠 수출액

(단위 : %)

		사례수	1천만 원 미만	1천~3천만원	3천~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	무응답	평균 (백만원)
전체		13	15.8	7.5	8.2	23.7	19.5	25.2	1,437
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	9	23.9	11.4	12.5	35.9	0.0	16.4	180
	광고·마케팅	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5,000
	매니지먼트 (MCN사)	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-
	온라인 비디오 공유 플랫폼	-	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13
	5~9인	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	16
	10~19인	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	400
	20~29인	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-
	30인 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
	무응답	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5,000
조직 유형	법인사업체	12	17.1	0.0	8.9	25.7	21.1	27.3	1,596
	개인사업체	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25
매출액	1억원 미만	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13
	1~5억원 미만	4	0.0	0.0	26.7	0.0	0.0	46.6	16
	10~30억원 미만	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	400
	30억 이상	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-
	무응답	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5,000

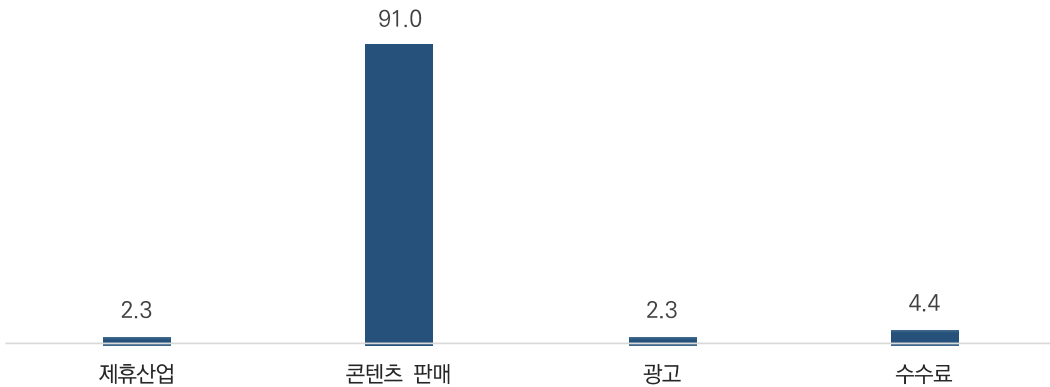
Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

#### 4) 콘텐츠 유형별 수출액 비중

- \* 수출액에서 '콘텐츠 판매'가 91.0%로 가장 비중이 높은 콘텐츠 유형으로 나타났으며, 다음으로 '수수료' 4.4%, '제휴산업'과 '광고'가 각 2.3%의 순으로 나타남
- \* '개인사업체'의 경우 '수수료'가 50%로 '콘텐츠 판매'(50%)와 같은 비중으로 나타남

그림 3-28 콘텐츠 유형별 수출액 비중

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-34 콘텐츠 유형별 수출액 비중

(단위 : %)

		사례수	제휴산업	콘텐츠 판매	광고	수수료
전체		206	2.3	91.0	2.3	4.4
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	100	0.0	94.3	0.0	5.7
	광고·마케팅	52	10.0	80.0	10.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	40	-	-	-	-
	온라인 비디오 공유 플랫폼	14	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	86	0.0	75.0	0.0	25.0
	5~9인	35	0.0	100.0	0.0	0.0
	10~19인	35	0.0	100.0	0.0	0.0
	20~29인	12	0.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	30	-	-	-	-
	무응답	9	10.0	80.0	10.0	0.0
조직 유형	법인사업체	135	2.5	95.0	2.5	0.0
	개인사업체	66	0.0	50.0	0.0	50.0
	기타	5	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	33	0.0	75.0	0.0	25.0
	1~5억원 미만	29	0.0	100.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	22	-	-	-	-
	10~30억원 미만	41	0.0	100.0	0.0	0.0
	30억 이상	42	0.0	100.0	0.0	0.0
	무응답	40	10.0	80.0	10.0	0.0

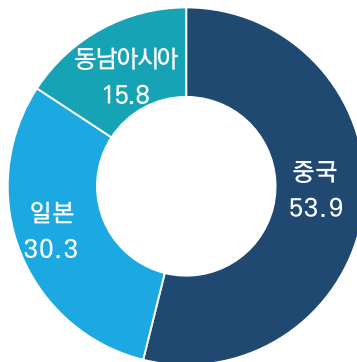
Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

## 5) 해외 시장 콘텐츠 주요 수출국

- \* 1인 미디어 사업체의 콘텐츠 주요 수출국은 '중국'이 53.9%로 가장 높게 나타났고, '일본'이 30.3%, '동남아시아' 15.8%로 응답한 사업체 모두 아시아권에 수출하고 있는 것으로 나타남
- \* '광고·마케팅' 분야에서는 '일본'이, '매니지먼트' 분야에서는 '중국'이 주요 수출국으로 나타남

그림 3-29 해외 시장 콘텐츠 주요 수출국

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-35 해외 시장 콘텐츠 주요 수출국

(단위 : %)

		사례수	중국	일본	동남아시아
전체		13	53.9	30.3	15.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	9	59.8	16.4	23.9
	광고·마케팅	3	0.0	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	2	100.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	2	50.0	0.0	50.0
	5~9인	2	50.0	0.0	50.0
	10~19인	3	100.0	0.0	0.0
	20~29인	3	100.0	0.0	0.0
	30인 이상	-	-	-	-
	무응답	3	0.0	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	12	58.3	32.8	8.9
	개인사업체	1	0.0	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	2	50.0	0.0	50.0
	1~5억원 미만	4	73.3	0.0	26.7
	10~30억원 미만	3	100.0	0.0	0.0
	30억 이상	1	0.0	100.0	0.0
	무응답	3	0.0	100.0	0.0

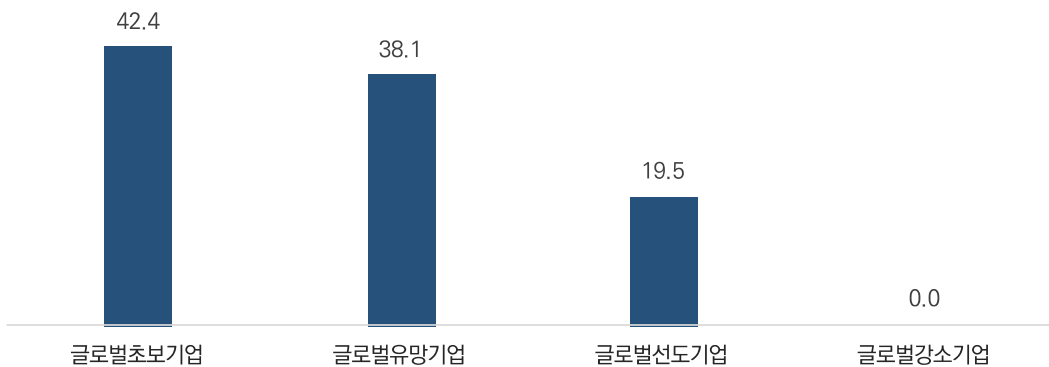
Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

## 6) 해외 시장 진출단계

- \* 해외 시장 진출단계 중 '글로벌초보기업'에 해당한다고 응답한 비율이 42.4%로 가장 높게 나타났으며, '글로벌유망기업'은 38.1%, '글로벌선도기업' 19.5%의 순으로 나타남
- \* '글로벌강소기업'에 해당한다고 응답한 사업체는 없었으며, 초기 진출단계에 해당하는 비율이 높은 비중을 차지하는 것으로 나타남

그림 3-30 해외 시장 진출 단계

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-36 해외 시장 진출 단계

(단위 : %)

		사례수	글로벌초보기업	글로벌유망기업	글로벌선도기업	글로벌강소기업
전체		13	42.4	38.1	19.5	0.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	9	64.1	35.9	0.0	0.0
	광고·마케팅	3	0.0	0.0	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	2	0.0	100.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	2	100.0	0.0	0.0	0.0
	5~9인	2	100.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	3	0.0	100.0	0.0	0.0
	20~29인	3	0.0	100.0	0.0	0.0
	30인 이상	-	-	-	-	-
	무응답	3	0.0	0.0	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	12	37.7	41.2	21.1	0.0
	개인사업체	1	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	2	100.0	0.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	4	53.4	46.6	0.0	0.0
	10~30억원 미만	3	0.0	100.0	0.0	0.0
	30억 이상	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	3	0.0	0.0	100.0	0.0

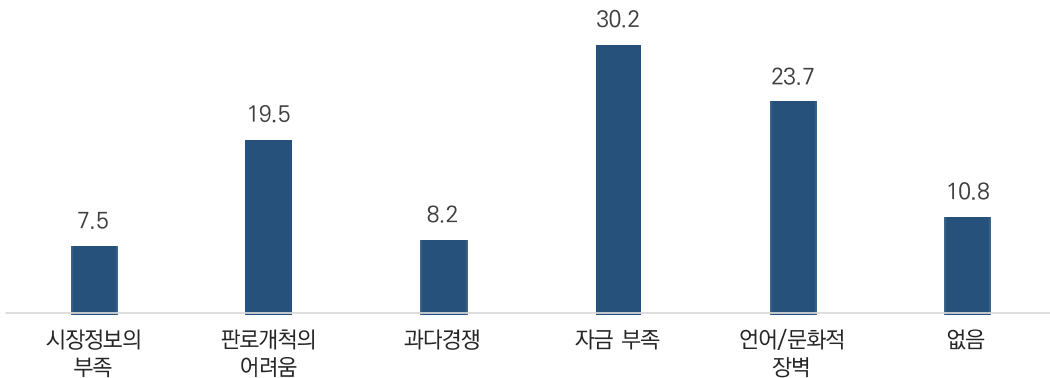
Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

## 7) 해외 시장 진출 시 애로사항

- \* 1인 미디어 콘텐츠를 해외로 수출할 때 겪는 가장 큰 어려움으로 '자금 부족'이 30.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '언어/문화적 장벽'(23.7%), '판로개척의 어려움'(19.5%) 등의 순으로 나타남
- \* '영상 제작 및 제작지원' 분야에서는 '언어/문화적 장벽'(35.9%)이, '광고·마케팅' 분야에서는 '판로개척의 어려움'(100.0%)이 주요 애로사항으로 나타남

그림 3-31 해외 시장 진출 시 애로사항

(단위 : %)



Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-37 해외 시장 진출 시 애로사항

(단위 : %)

		사례수	시장정보의 부족	판로개척의 어려움	과다경쟁	자금 부족	언어/문화적 장벽	없음
전체		13	7.5	19.5	8.2	30.2	23.7	10.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	9	11.4	0.0	12.5	23.9	35.9	16.4
	광고·마케팅	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	5~9인	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	10~19인	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	20~29인	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	30인 이상	-	-	-	-	-	-	-
	무응답	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	12	8.2	21.1	8.9	24.5	25.7	11.7
	개인사업체	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	4	0.0	0.0	26.7	73.3	0.0	0.0
	10~30억원 미만	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	30억 이상	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	무응답	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Base : 해외 진출 경험이 있는 사업체

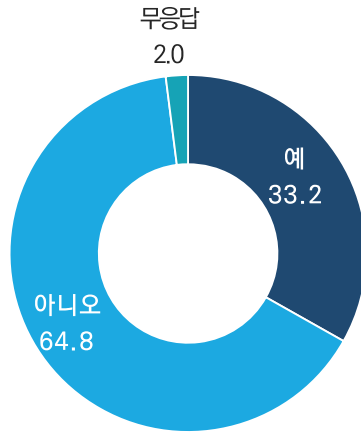
## 10. 향후 해외 수출 계획

### 1) 향후 콘텐츠 해외 수출 계획 여부

- \* 향후 1인 미디어 관련 콘텐츠를 해외에 수출할 계획이 없다고 응답한 사업체가 64.8%로, 수출 계획이 있는 사업체(33.2%)보다 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 '20~29인'인 사업체에서 해외 수출 계획이 있다(56.4%)고 응답한 비율이 계획이 없다(43.6%)는 응답보다 상대적으로 높게 나타남
- \* 매출액이 '1~5억 미만'인 사업체에서 해외 수출 계획이 있다(64.3%)고 응답한 비율이 없다(35.7%)는 응답보다 상대적으로 높게 나타남

그림 3-32 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-38 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획

(단위 : %)

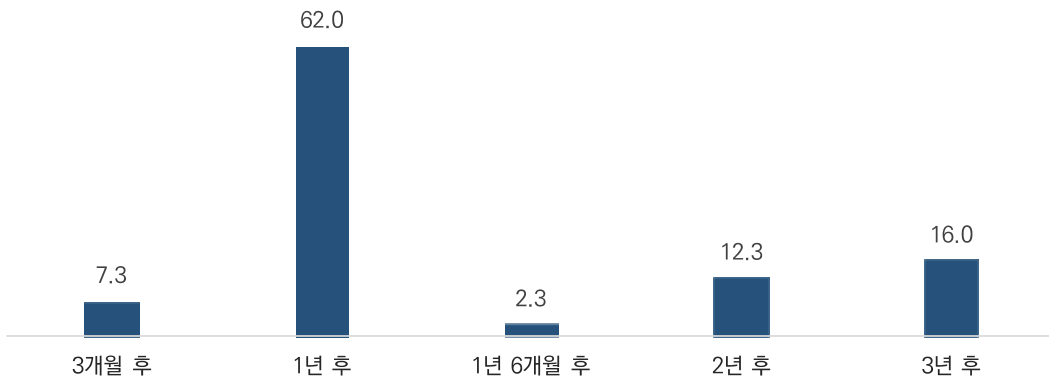
		사례수	예	아니오	무응답
전체		129	33.2	64.8	2.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	42.2	57.8	0.0
	광고·마케팅	31	12.8	78.7	8.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	30.2	69.8	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	38.9	61.1	0.0
종사자 규모	1~4인	36	40.7	59.3	0.0
	5~9인	26	24.9	75.1	0.0
	10~19인	27	16.6	83.4	0.0
	20~29인	10	56.4	43.6	0.0
	30인 이상	23	40.0	60.0	0.0
	무응답	6	32.9	24.7	42.5
조직 유형	법인사업체	101	31.0	66.4	2.6
	개인사업체	23	49.9	50.1	0.0
	기타	5	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	41.4	58.6	0.0
	1~5억원 미만	20	64.3	35.7	0.0
	5~10억원 미만	9	35.8	64.2	0.0
	10~30억원 미만	33	13.4	86.6	0.0
	30억 이상	30	34.4	65.6	0.0
	무응답	12	8.6	69.2	22.2

## 2) 향후 콘텐츠 해외 수출 계획 시기

- \* 향후 1인 미디어 콘텐츠를 해외에 수출할 계획이 있는 사업체가 희망하는 해외 수출 계획 시기는 '1년 후'가 62.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '3년 후' 16.0%, '2년 후' 12.3%의 순으로 나타남
- \* '영상 제작 및 제작지원' 분야의 사업체에서 '3개월 후'가 11.1%의 응답률을 보이며 다른 분야의 사업체에 비해 상대적으로 높게 나타남

그림 3-33 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 시기

(단위 : %)



Base : 향후 해외 진출 계획이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-39 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 계획 시기

(단위 : %)

		사례수	3개월 후	1년 후	1년 6개월 후	2년 후	3년 후
전체		43	7.3	62.0	2.3	12.3	16.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	28	11.1	59.6	3.5	18.7	7.1
	광고·마케팅	4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	6	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	40.4	0.0	0.0	59.6
종사자 규모	1~4인	15	0.0	67.6	8.1	8.1	16.2
	5~9인	6	0.0	62.1	0.0	37.9	0.0
	10~19인	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	6	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	9	0.0	49.6	0.0	0.0	50.4
	무응답	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	31	10.1	63.9	0.0	10.5	15.5
	개인사업체	12	0.0	56.8	8.6	17.3	17.3
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	10	0.0	70.0	0.0	10.0	20.0
	1~5억원 미만	13	0.0	66.8	7.8	25.4	0.0
	5~10억원 미만	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	4	0.0	57.6	0.0	0.0	42.4
	30억 이상	10	0.0	71.4	0.0	0.0	28.6
	무응답	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

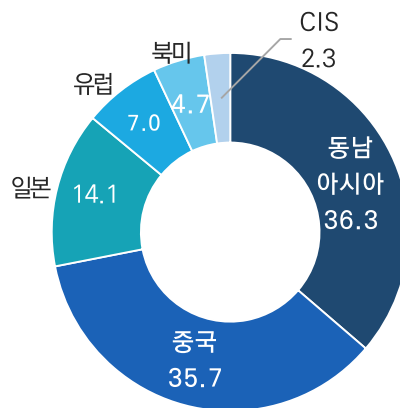
Base : 향후 해외 진출 계획이 있는 사업체

### 3) 향후 해외 수출 희망 국가

- \* 향후 1인 미디어 콘텐츠를 해외에 수출할 계획이 있는 사업체가 희망하는 수출 국가는 '동남아시아'가 36.3%, '중국'이 35.7%로 높게 나타났으며, 다음으로 '일본'(14.1%), '유럽'(7.0%) 등의 순으로 나타남
- \* 매출액이 '1억 원 미만'인 사업체에서는 아시아 외 지역에 수출을 희망하는 비율이 '유럽', '북미'가 각 20.0%, 'CIS<sup>9)</sup>'가 10.0%로 비교적 고르게 나타남

그림 3-34 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 희망 국가

(단위 : %)



Base : 향후 해외 진출 계획이 있는 사업체

9) 독립국가연합(러시아, 몰도바, 벨라루스, 아르메니아, 아제르바이잔, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 타지키스탄)

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-40 향후 1인 미디어 콘텐츠 해외 수출 희망 국가

(단위 : %)

		사례수	동남아시아	중국	일본	유럽	북미	CIS
전체		43	36.3	35.7	14.1	7.0	4.7	2.3
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	28	34.4	30.1	21.3	7.1	7.1	0.0
	광고·마케팅	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	6	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	59.6	0.0	20.2	0.0	20.2
종사자 규모	1~4인	15	35.1	8.1	16.2	16.2	16.2	8.1
	5~9인	6	37.9	50.5	0.0	11.6	0.0	0.0
	10~19인	5	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20~29인	6	36.5	26.9	36.5	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	9	34.7	50.4	14.9	0.0	0.0	0.0
	무응답	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	31	33.7	48.9	7.8	3.2	3.2	3.2
	개인사업체	12	43.2	0.0	30.9	17.3	8.6	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	10	20.0	10.0	20.0	20.0	20.0	10.0
	1~5억원 미만	13	43.5	48.7	0.0	7.8	0.0	0.0
	5~10억원 미만	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	4	42.4	0.0	57.6	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	10	39.0	47.1	13.9	0.0	0.0	0.0
	무응답	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

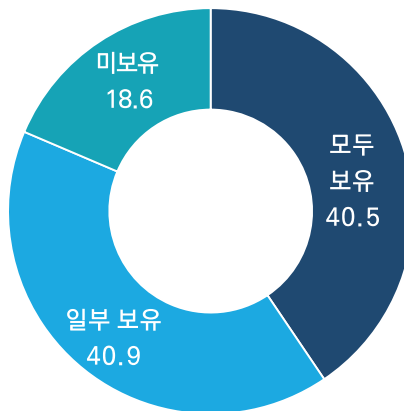
Base : 향후 해외 진출 계획이 있는 사업체

## 11. 콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부

- \* 1인 미디어 콘텐츠 제작에 필요한 장비를 모두 보유하거나 일부 보유하고 있는 사업체는 81.4%, 보유하지 않은 사업체는 18.6%로 나타남
- \* '광고·마케팅' 분야의 사업체에서 '미보유'가 34.5%로 다른 분야의 사업체에 비해 상대적으로 미보유율이 높게 나타남
- \* 매출액별로는 '5~10억 원 미만'의 사업체에서 '모두 보유'의 응답이 82.9%로 상대적으로 높은 비율로 나타남

그림 3-35 콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-41 콘텐츠 제작에 필요한 장비 보유 여부

(단위 : %)

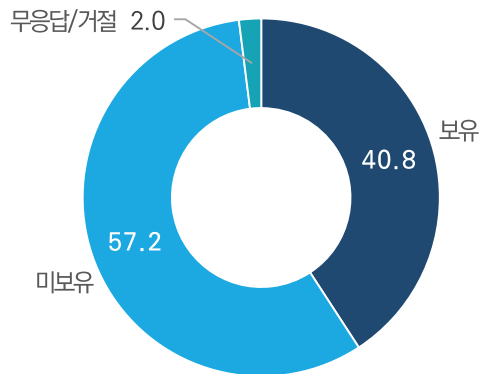
		사례수	모두 보유	일부 보유	미보유
전체		129	40.5	40.9	18.6
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	50.3	39.9	9.8
	광고·마케팅	31	36.8	28.7	34.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	18.5	55.6	25.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	31.0	53.3	15.7
종사자 규모	1~4인	36	42.9	40.7	16.4
	5~9인	26	47.1	37.8	15.0
	10~19인	27	39.5	38.0	22.5
	20~29인	10	38.3	48.1	13.7
	30인 이상	23	31.4	46.5	22.1
	무응답	6	42.5	32.9	24.7
조직 유형	법인사업체	101	46.4	31.7	21.9
	개인사업체	23	12.9	78.5	8.6
	기타	5	50.0	50.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	41.7	45.9	12.4
	1~5억원 미만	20	31.8	51.6	16.7
	5~10억원 미만	9	82.9	0.0	17.1
	10~30억원 미만	33	27.5	48.4	24.1
	30억 이상	30	51.3	26.7	22.0
	무응답	12	34.5	52.6	12.9

## 12. 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황

- \* 1인 미디어 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오를 보유하고 있는 사업체는 40.8%, 보유하지 않은 사업체는 57.2%로 스튜디오를 보유하지 않은 사업체의 비율이 더 높게 나타남
- \* '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야의 사업체에서는 '보유'가 64.0%로 다른 분야의 사업체에 비해 상대적으로 보유율이 높게 나타남

그림 3-36 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-42 콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오 보유 현황

(단위 : %)

		사례수	보유	미보유	무응답
전체		129	40.8	57.2	2.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	35.5	64.5	0.0
	광고·마케팅	31	38.3	53.3	8.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	48.2	51.8	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	64.0	36.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	22.6	77.4	0.0
	5~9인	26	49.8	50.2	0.0
	10~19인	27	54.7	45.3	0.0
	20~29인	10	56.4	43.6	0.0
	30인 이상	23	46.1	53.9	0.0
	무응답	6	0.0	57.5	42.5
조직 유형	법인사업체	101	43.2	54.2	2.6
	개인사업체	23	28.5	71.5	0.0
	기타	5	50.0	50.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	19.0	81.0	0.0
	1~5억원 미만	20	19.5	80.5	0.0
	5~10억원 미만	9	82.9	17.1	0.0
	10~30억원 미만	33	43.7	56.3	0.0
	30억 이상	30	59.5	40.5	0.0
	무응답	12	38.4	39.4	22.2

### 13. 콘텐츠 제작인력 보유 현황

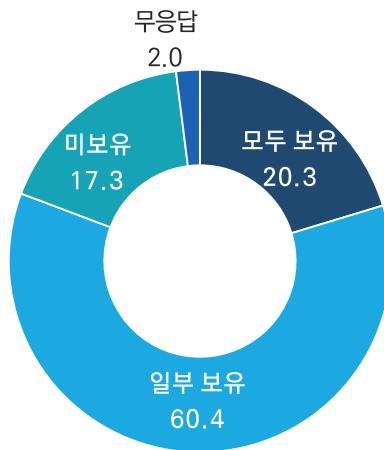
#### 1) 콘텐츠 제작인력 보유 여부

\* 1인 미디어 콘텐츠 제작에 필요한 인력을 모두 보유하고 있거나 일부 보유하고 있는 사업체는 80.7%로 보유하지 않은 사업체(17.3%)에 비해 높게 나타남

\* 특히 매출액이 '1~5억 원 미만'인 사업체와 '5~10억 원 미만'인 사업체에서는 모두 제작인력을 보유하고 있다고 응답

그림 3-37 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 보유 여부

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-43 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 보유 여부

(단위 : %)

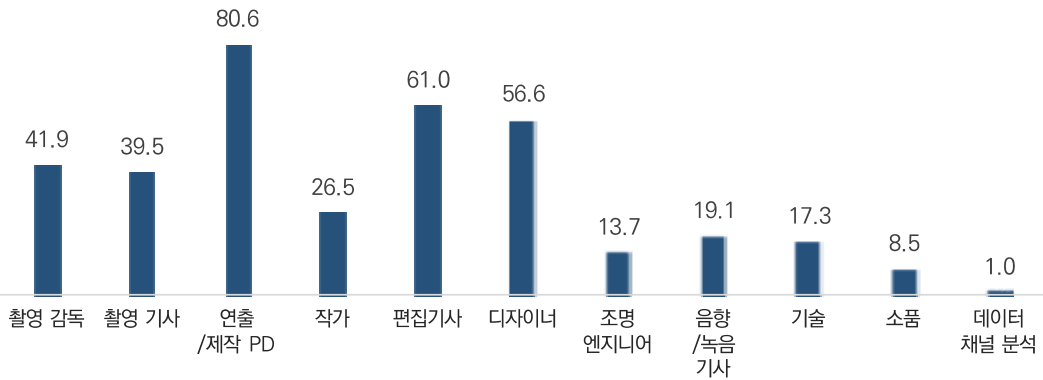
		사례수	모두 보유	일부 보유	미보유	무응답/거절
전체		129	20.3	60.4	17.3	2.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	25.0	62.2	12.8	0.0
	광고·마케팅	31	16.9	47.7	26.9	8.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	7.4	82.5	10.1	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	23.2	48.7	28.1	0.0
종사자 규모	1~4인	36	10.1	73.1	16.8	0.0
	5~9인	26	9.7	63.0	27.3	0.0
	10~19인	27	33.2	55.8	11.0	0.0
	20~29인	10	38.3	61.7	0.0	0.0
	30인 이상	23	29.8	48.1	22.1	0.0
	무응답	6	0.0	41.1	16.4	42.5
조직 유형	법인사업체	101	26.0	59.4	12.0	2.6
	개인사업체	23	0.0	78.5	21.5	0.0
	기타	5	0.0	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	4.1	53.8	42.1	0.0
	1~5억원 미만	20	5.5	94.5	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	35.8	64.2	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	21.3	64.0	14.8	0.0
	30억 이상	30	41.4	41.3	17.2	0.0
	무응답	12	12.3	48.3	17.2	22.2

## 2) 콘텐츠 제작인력 직무

- \* 1인 미디어 콘텐츠 제작인력의 직무는 ‘연출/제작 PD’가 80.6% 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘편집기사’(61.0%), ‘디자이너’(56.6%), ‘촬영 감독’(41.9%) 등의 순으로 나타남
- \* ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’ 분야에서 ‘연출/제작 PD’가 100.0%로 다른 분야의 사업체에 비해 상대적으로 높게 나타남

그림 3-38 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 직무(복수응답)

(단위 : %)



Base : 콘텐츠 제작인력을 보유한 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-44 1인 미디어 콘텐츠 제작인력 직무(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	촬영감독	촬영기사	연출/제작 PD	작가	편집기사	디자이너	조명엔지니어	음향/녹음기사	기술	소품	데이터 채널 분석
전체		104	41.9	39.5	80.6	26.5	61.0	56.6	13.7	19.1	17.3	8.5	1.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	58	38.4	35.2	79.7	29.7	61.3	53.0	14.7	18.4	15.2	5.4	1.7
	광고·마케팅	20	44.4	43.8	88.2	13.1	50.6	69.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	17	31.2	31.2	64.7	22.9	57.1	50.6	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	9	78.2	73.4	100.0	41.2	89.1	62.5	62.5	62.5	62.5	62.5	0.0
종사자 규모	1~4인	30	34.5	23.9	53.1	26.5	44.2	25.7	0.0	13.3	8.0	0.0	5.3
	5~9인	19	6.5	50.1	74.5	50.4	38.5	38.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~19인	24	47.3	35.4	88.1	0.0	76.1	64.6	11.9	11.9	23.9	11.9	0.0
	20~29인	10	68.5	36.3	100.0	36.3	46.4	76.6	18.2	36.3	18.2	0.0	0.0
	30인 이상	18	54.1	54.1	94.4	35.1	76.8	77.3	33.6	35.4	29.8	22.4	0.0
	무응답	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	86	41.4	42.6	83.0	26.2	62.7	57.2	16.6	17.2	19.2	10.3	1.2
	개인사업체	18	44.1	25.2	69.3	28.0	52.9	53.3	0.0	27.9	8.2	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	39.3	32.1	57.1	28.6	50.0	7.1	0.0	17.9	10.7	0.0	7.1
	1~5억원 미만	20	26.1	21.3	77.4	41.8	44.2	38.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	35.8	71.5	82.9	0.0	82.9	88.6	35.8	35.8	71.5	35.8	0.0
	10~30억원 미만	29	33.7	27.9	89.0	0.0	38.2	62.7	0.0	15.7	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	25	68.9	63.1	100.0	57.0	86.6	82.3	45.0	39.2	41.1	23.1	0.0
	무응답	7	43.0	35.8	43.0	15.5	100.0	58.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Base : 콘텐츠 제작인력을 보유한 사업체

## 5절. 매니지먼트 및 라이브커머스 분야 사업 현황

### 1. 매니지먼트 분야 사업 현황

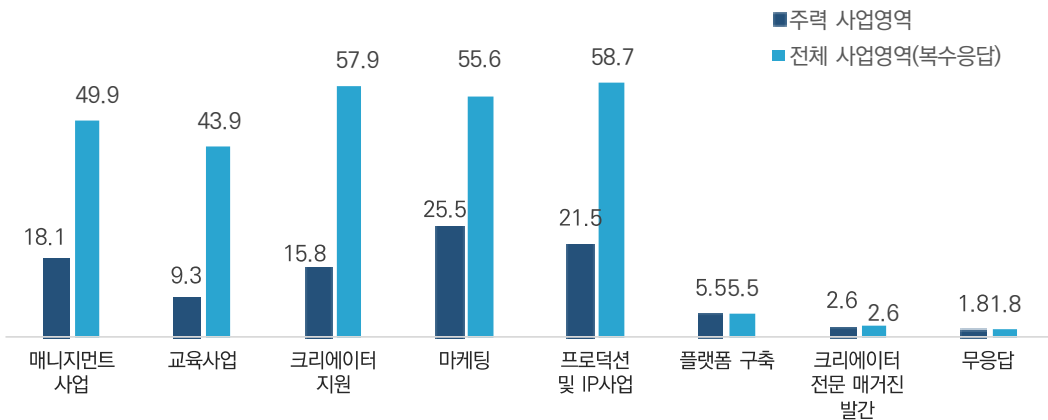
#### 1) 사업영역

\* 매니지먼트 분야 사업체의 주력 사업영역으로 '마케팅'이 25.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '프로덕션 및 IP사업'(21.5%), '매니지먼트 사업'(18.1%), 크리에이터 지원(15.8%) 등의 순으로 나타남

\* 전체 사업영역으로는 '프로덕션 및 IP사업'이 58.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '크리에이터 지원'(57.9%), '마케팅'(55.6%), '매니지먼트 사업'(49.9%) 등의 순으로 나타남

그림 3-39 사업영역

(단위 : %)



Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-45 주력 사업영역

(단위 : %)

		사례수	매니지먼트 사업	교육사업	크리에이터 지원	마케팅	프로덕션 및 IP사업	플랫폼 구축	크리에이터 전문 매거진 발간	무응답
전체		56	18.1	9.3	15.8	25.5	21.5	5.5	2.6	1.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	10.0	14.5	33.5	0.0	35.3	0.0	6.6	0.0
	광고·마케팅	10	27.1	0.0	0.0	27.1	14.0	31.8	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	28.1	10.6	7.9	45.5	7.9	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	0.0	0.0	54.8	26.6	0.0	0.0	18.6
종사자 규모	1~4인	14	13.8	0.0	23.1	0.0	53.8	0.0	0.0	9.2
	5~9인	9	41.4	37.9	0.0	0.0	20.7	0.0	0.0	0.0
	10~19인	12	0.0	22.7	45.3	10.1	0.0	21.9	0.0	0.0
	20~29인	4	52.8	0.0	0.0	0.0	47.2	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	11	15.9	0.0	0.0	72.2	0.0	0.0	11.9	0.0
	무응답	5	0.0	0.0	0.0	80.3	19.7	0.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	43	20.7	11.9	14.5	32.6	14.7	0.0	3.3	2.3
	개인사업체	12	8.9	0.0	20.5	0.0	45.7	24.9	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	0.0	0.0	35.7	0.0	50.0	0.0	0.0	14.3
	1~5억원 미만	8	35.6	23.8	0.0	0.0	40.7	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	8	19.3	40.4	40.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	12	15.4	0.0	25.4	26.7	32.5	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	11	24.0	0.0	0.0	62.7	0.0	0.0	13.3	0.0
	무응답	9	11.8	0.0	0.0	44.4	10.9	32.9	0.0	0.0

Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

표 3-46 전체 사업영역(복수응답)

(단위 : %)

	사례수	매니지먼트 사업	교육사업	크리에이터 지원	마케팅	프로덕션 및 IP사업	플랫폼 구축	크리에이터 전문 매거진 발간	무응답	
전체	56	49.9	43.9	57.9	55.6	58.7	5.5	2.6	1.8	
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	24.5	45.2	70.0	62.1	75.9	0.0	6.6	0.0
	광고·마케팅	10	68.2	41.1	41.1	41.1	68.2	31.8	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	84.1	40.8	53.4	55.6	43.4	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	54.8	54.8	54.8	26.6	0.0	0.0	18.6
종사자 규모	1~4인	14	26.2	21.5	35.4	21.5	53.8	0.0	0.0	9.2
	5~9인	9	79.3	58.6	41.4	41.4	41.4	0.0	0.0	0.0
	10~19인	12	32.8	45.3	78.1	55.4	55.4	21.9	0.0	0.0
	20~29인	4	52.8	22.4	52.8	52.8	77.6	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	11	63.5	68.3	56.3	84.1	43.7	0.0	11.9	0.0
	무응답	5	80.3	50.8	80.3	80.3	100.0	0.0	0.0	0.0
조직 형태	법인사업체	43	61.5	54.0	60.0	62.9	62.4	0.0	3.3	2.3
	개인사업체	12	8.9	8.2	50.6	29.4	45.7	24.9	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	0.0	14.3	35.7	14.3	50.0	0.0	0.0	14.3
	1~5억원 미만	8	75.2	75.2	51.4	64.4	53.6	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	8	59.6	80.7	80.7	80.7	80.7	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	12	42.1	0.0	57.6	47.6	43.8	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	11	59.3	76.0	62.7	76.0	72.6	0.0	13.3	0.0
	무응답	9	56.2	28.1	56.2	44.4	55.2	32.9	0.0	0.0

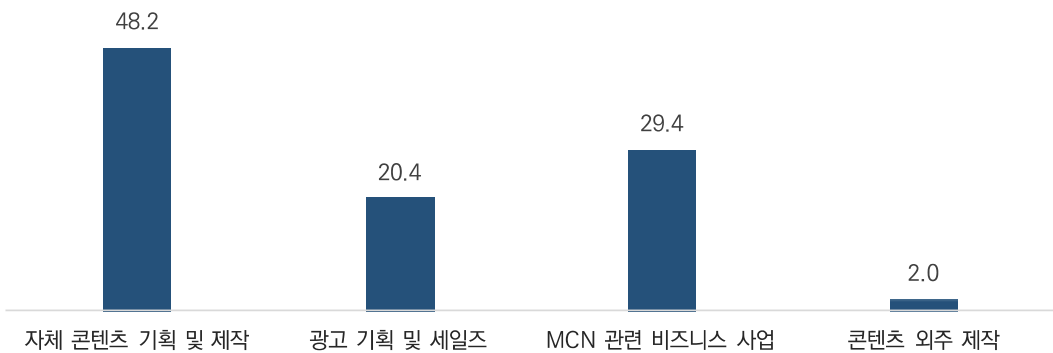
Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

## 2) 주 수익모델

- \* 매니지먼트 분야 사업체의 주 수익모델은 '자체 콘텐츠 기획 및 제작'이 48.2%로 가장 높게 나타났으며, 'MCN사 관련 비즈니스 사업'(29.4%), '광고 기획 및 세일즈'(20.4%), '콘텐츠 외주 제작'(2.0)의 순으로 나타남
- \* 매출액이 '30억 이상'인 사업체에서는 '광고 기획 및 세일즈'를 통해 수익을 얻는다는 응답이 69.0%로 가장 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 '1~4인'인 소규모 사업체의 73.8%가 '자체 콘텐츠 기획 및 제작'을 주 수익모델로 응답해 그 외 수익모델에 비해 높은 수준으로 나타남

그림 3-40 주 수익모델

(단위 : %)



Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

표 3-47 주 수익모델

(단위 : %)

		사례수	자체 콘텐츠 기획 및 제작	광고 기획 및 세일즈	MCN사 관련 비즈니스 사업	콘텐츠 외주 제작
전체		56	48.2	20.4	29.4	2.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	75.5	0.0	19.5	5.0
	광고·마케팅	10	31.8	68.2	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	25.9	10.1	64.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	45.2	54.8	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	14	73.8	12.3	13.8	0.0
	5~9인	9	20.7	0.0	58.6	20.7
	10~19인	12	67.2	0.0	32.8	0.0
	20~29인	4	69.6	30.4	0.0	0.0
	30인 이상	11	11.9	40.5	47.6	0.0
	무응답	5	19.7	50.8	29.5	0.0
조직형	법인사업체	43	37.0	26.2	34.2	2.5
	개인사업체	12	87.7	0.0	12.3	0.0
	기타	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	78.6	0.0	21.4	0.0
	1~5억원 미만	8	34.5	15.8	36.7	13.0
	5~10억원 미만	8	59.6	0.0	40.4	0.0
	10~30억원 미만	12	57.9	0.0	42.1	0.0
	30억 이상	11	13.3	69.0	17.7	0.0
	무응답	9	55.6	28.1	16.3	0.0

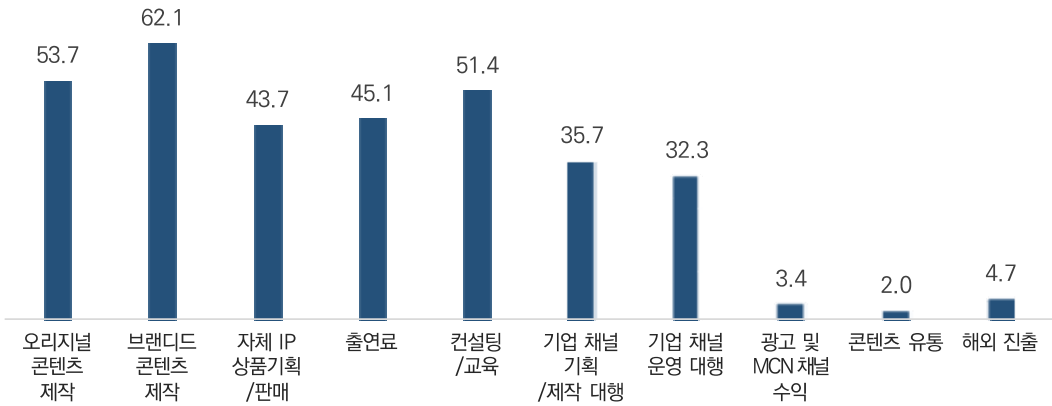
Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

### 3) 수익 발생 영역

- \* 수익이 발생하는 세부 영역으로 ‘브랜드 콘텐츠 제작’이 62.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘오리지널 콘텐츠 제작’(53.7%), ‘컨설팅/교육’(51.4%), ‘출연료’(45.1%), ‘자체 IP 상품기획/판매’(43.7%) 등의 순으로 나타남
- \* ‘매니지먼트’ 분야에서 ‘브랜드 콘텐츠 제작’이 71.4%로 다른 분야에 비해 상대적으로 높게 나타남
- \* 매출액 ‘1~5억 원 미만’의 사업체에서는 수익 발생 영역 중 ‘출연료’(75.2%)가 가장 높게 나타남

그림 3-41 수익 발생 영역(복수응답)

(단위 : %)



Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

표 3-48 수익 발생 영역(복수응답)

(단위 : %)

		사례수	오리 지널 콘텐츠 제작	브랜드 디드 콘텐츠 제작	자체 IP 상품 기획/ 판매	출연료	컨설팅 /교육	기업 채널 기획/ 제작 대행	기업 채널 운영 대행	광고 및 MCN 사 채널 수익	콘텐츠 유통	해외 진출
전체		56	53.7	62.1	43.7	45.1	51.4	35.7	32.3	3.4	2.0	4.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	54.4	53.0	19.5	26.1	61.7	30.7	16.9	0.0	5.0	0.0
	광고·마케팅	10	41.1	68.2	68.2	41.1	27.1	27.1	58.9	0.0	0.0	27.1
	매니지먼트 (MCN사)	19	46.0	71.4	56.1	66.2	50.8	40.3	30.2	10.1	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	100.0	54.8	54.8	54.8	54.8	54.8	54.8	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	14	86.2	40.0	26.2	26.2	9.2	9.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~9인	9	20.7	20.7	20.7	58.6	58.6	20.7	20.7	0.0	20.7	0.0
	10~19인	12	22.7	78.1	22.7	32.8	45.3	22.7	21.9	0.0	0.0	0.0
	20~29인	4	69.6	52.8	52.8	22.4	52.8	22.4	30.4	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	11	56.3	72.2	72.2	84.1	84.1	84.1	72.2	15.9	0.0	0.0
	무응답	5	70.5	100.0	80.3	50.8	70.5	50.8	50.8	0.0	0.0	50.8
조직 유형	법인사업체	43	47.7	73.8	56.1	57.8	55.3	43.4	28.5	4.4	2.5	6.0
	개인사업체	12	75.1	20.5	0.0	0.0	37.5	8.2	46.0	0.0	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	78.6	42.9	21.4	21.4	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	8	50.3	51.4	51.4	75.2	59.3	47.5	13.0	0.0	13.0	0.0
	5~10억원 미만	8	59.6	80.7	40.4	40.4	40.4	40.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	12	47.9	52.1	15.4	26.7	61.7	15.4	36.3	15.4	0.0	0.0
	30억 이상	11	45.0	86.7	86.7	76.0	76.0	76.0	62.7	0.0	0.0	0.0
	무응답	9	50.8	55.2	44.4	28.1	38.9	28.1	61.0	0.0	0.0	28.1

Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

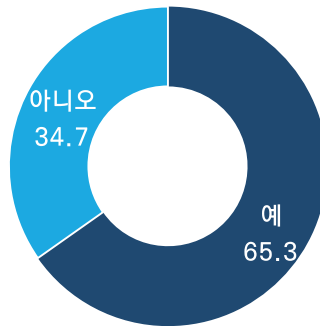
#### 4) 창작자 소속 현황

- \* 사업체별 창작자 소속 현황으로는 창작자가 소속되어 있는 사업체 65.3%, 소속되어 있지 않은 사업체 34.7%로 나타남
- \* 소속되어 있는 창작자 콘텐츠 분야별 비중으로는 ‘엔터테인먼트’가 27.2%로 상대적으로 가장 높게 나타났고, ‘취미’ 19.2%, ‘문화/예술’ 15.0%, ‘라이프스타일’ 14.7% 등의 응답 순이 나타남

그림 2-42 창작자 소속 여부 및 창작자 콘텐츠 분야별 비중

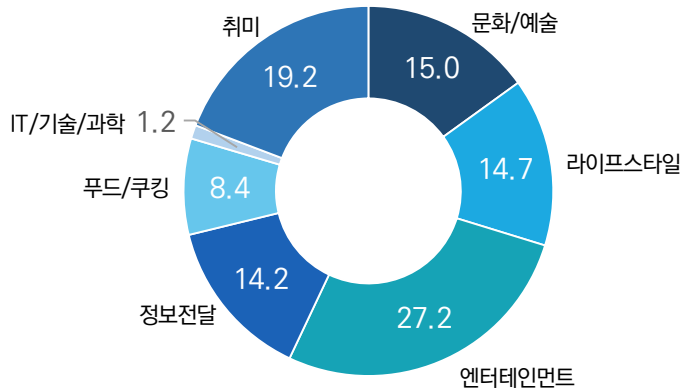
(단위 : %)

〈창작자 소속 여부〉



Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

〈창작자 콘텐츠 분야별 비중〉



Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

표 3-49 창작자 소속 여부

(단위 : %)

		사례수	예	아니오
전체		56	65.3	34.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	43.6	56.4
	광고·마케팅	10	41.1	58.9
	매니지먼트 (MCN사)	19	100.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	73.4	26.6
종사자 규모	1~4인	14	72.3	27.7
	5~9인	9	79.3	20.7
	10~19인	12	55.4	44.6
	20~29인	4	52.8	47.2
	30인 이상	11	88.1	11.9
	무응답	5	29.5	70.5
조직형	법인사업체	43	75.4	24.6
	개인사업체	12	29.4	70.6
	기타	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	71.4	28.6
	1~5억원 미만	8	75.2	24.8
	5~10억원 미만	8	100.0	0.0
	10~30억원 미만	12	42.1	57.9
	30억 이상	11	86.7	13.3
	무응답	9	28.1	71.9

Base : 매니지먼트 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-50 창작자 콘텐츠 분야별 비중

(단위 : %)

		사례수	문화/예술	라이프 스타일	엔터테인먼트	정보전달	푸드/쿠킹	IT/기술/과학	취미
전체		56	15.0	14.7	27.2	14.2	8.4	1.2	19.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	15.2	11.2	40.5	15.4	11.0	0.0	6.6
	광고·마케팅	10	19.8	10.2	26.4	0.0	13.2	0.0	30.4
	매니지먼트 (MCN사)	19	9.9	19.3	17.9	19.1	6.1	1.5	26.2
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	32.8	7.5	37.3	3.7	7.5	3.7	7.5
종사자 규모	1~4인	14	24.9	31.9	0.0	8.3	3.8	0.0	31.1
	5~9인	9	5.3	12.5	28.6	10.7	5.0	0.0	37.9
	10~19인	12	12.3	10.0	37.0	14.6	13.5	0.0	12.7
	20~29인	4	34.2	4.2	31.5	4.2	15.8	0.0	10.0
	30인 이상	11	5.5	10.4	40.1	26.8	6.6	4.8	5.9
	무응답	5	-	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	43	13.7	14.5	27.2	13.4	8.4	1.3	21.4
	개인사업체	12	26.5	16.7	27.3	21.1	8.4	0.0	0.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	39.0	42.0	0.0	13.0	6.0	0.0	0.0
	1~5억원 미만	8	12.0	16.2	12.9	6.5	3.0	0.0	49.4
	5~10억원 미만	8	12.1	8.1	31.1	8.1	13.3	0.0	27.3
	10~30억원 미만	12	6.2	8.9	14.3	52.2	5.9	0.0	12.6
	30억 이상	11	13.4	9.6	48.2	4.4	11.6	4.5	8.3
	무응답	9	0.0	0.0	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0

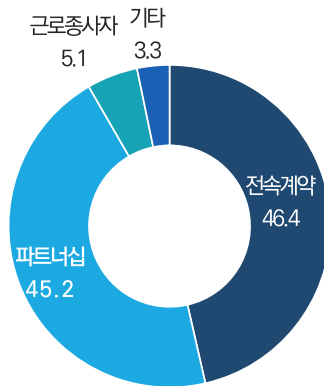
Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

## 5) 소속된 창작자와의 계약 형태

- \* 소속 창작자와의 계약 형태로는 ‘전속계약’이 46.4%로 가장 높은 비율로 나타났고, ‘파트너십’ 45.2%, ‘근로종사자’ 5.1% 등의 응답 순이 나타남
- \* ‘1~5억 원 미만’ 사업체의 경우 창작자들과 ‘파트너십’ 계약을 맺는 비율이 상대적으로 높게 나타남(82.8%)

그림 3-43 소속된 창작자와의 계약 형태

(단위 : %)



Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-51 소속된 창작자와의 계약 형태

(단위 : %)

		사례수	전속계약	파트너십	근로종사자	기타
전체		56	46.4	45.2	5.1	100.0
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	50.5	18.8	18.8	100.0
	광고·마케팅	10	52.8	47.2	0.0	-
	매니지먼트 (MCN사)	19	45.7	54.3	0.0	-
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	100.0	0.0	-
종사자 규모	1~4인	14	38.3	48.9	0.0	100.0
	5~9인	9	21.8	78.2	0.0	-
	10~19인	12	59.1	20.4	20.4	-
	20~29인	4	46.1	53.9	0.0	-
	30인 이상	11	62.3	37.7	0.0	-
	무응답	5	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	43	45.2	49.2	5.6	-
	개인사업체	12	60.0	0.0	0.0	100.0
	기타	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	60.0	20.0	0.0	100.0
	1~5억원 미만	8	17.2	82.8	0.0	-
	5~10억원 미만	8	40.4	39.5	20.2	-
	10~30억원 미만	12	27.2	72.8	0.0	-
	30억 이상	11	87.7	12.3	0.0	-
	무응답	9	0.0	0.0	0.0	0.0

Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

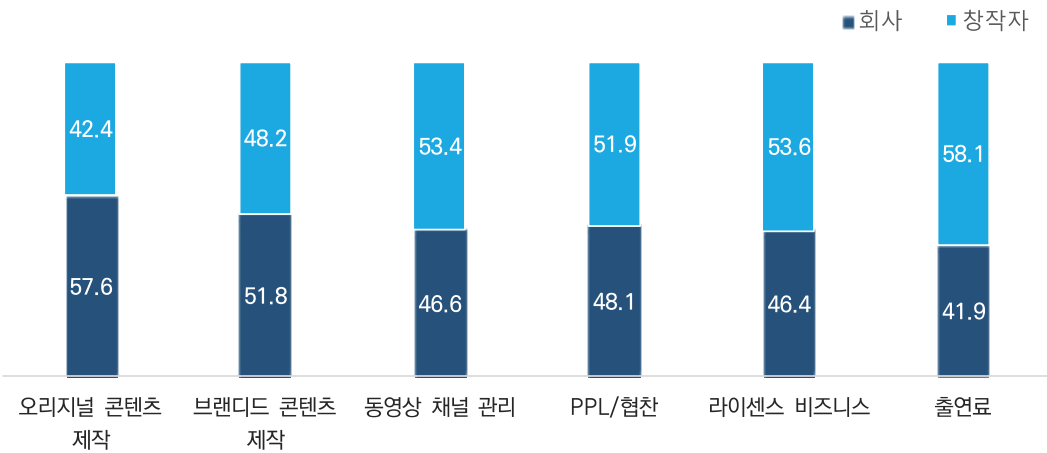
## 6) 소속된 창작자와의 수익 배분 형태

\* 소속 창작자와 수익 배분 형태는 항목에 따라 상이하게 나타남

- 오리지널 콘텐츠 제작 : 사업체 57.6%, 창작자 42.4%
- 브랜드 콘텐츠 제작 : 사업체 51.8%, 창작자 48.2%
- 동영상 채널 관리 : 사업체 46.6%, 창작자 53.4%
- PPL/협찬 : 사업체 48.1%, 창작자 51.9%
- 라이선스 비즈니스 : 사업체 46.4%, 창작자 53.6%
- 출연료 : 사업체 41.9%, 창작자 58.1%

그림 3-44 소속된 창작자와의 수익 배분 형태

(단위 : %)



Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-52 소속된 창작자와의 수익 배분 형태

(단위 : %)

	사례수	오리지널 콘텐츠 제작		브랜드 콘텐츠 제작		동영상 채널 관리		PPL/협찬		라이선스 비즈니스		출연료		
		회사	창작자	회사	창작자	회사	창작자	회사	창작자	회사	창작자	회사	창작자	
전체	56	57.6	42.4	51.8	48.2	46.6	53.4	48.1	51.9	46.4	53.6	41.9	58.1	
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	22	70.0	30.0	65.0	35.0	65.0	35.0	55.0	45.0	30.0	70.0	50.0	50.0
	광고·마케팅	10	-	-	30.0	70.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	매니지먼트 (MCN사)	19	55.1	44.9	46.7	53.3	35.8	64.2	44.0	56.0	51.3	48.7	39.9	60.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
종사자 규모	1~4인	14	39.1	60.9	33.5	66.5	25.0	75.0	35.0	65.0	45.0	55.0	40.0	60.0
	5~9인	9	61.7	38.3	95.0	5.0	95.0	5.0	95.0	5.0	95.0	5.0	61.7	38.3
	10~19인	12	70.0	30.0	65.0	35.0	65.0	35.0	55.0	45.0	30.0	70.0	50.0	50.0
	20~29인	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30인 이상	11	70.0	30.0	36.7	63.3	21.7	78.3	31.7	68.3	40.0	60.0	25.0	75.0
	무응답	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	43	58.4	41.6	51.9	48.1	46.3	53.7	47.9	52.1	46.0	54.0	41.1	58.9
	개인사업체	12	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	7	42.5	57.5	35.0	65.0	25.0	75.0	35.0	65.0	45.0	55.0	40.0	60.0
	1~5억원 미만	8	30.0	70.0	30.0	70.0	-	-	-	-	-	-	30.0	70.0
	5~10억원 미만	8	57.1	42.9	65.0	35.0	65.0	35.0	55.0	45.0	30.0	70.0	50.0	50.0
	10~30억원 미만	12	67.5	32.5	67.5	32.5	67.5	32.5	67.5	32.5	52.5	47.5	52.5	47.5
	30억 이상	11	100.0	0.0	35.0	65.0	12.5	87.5	27.5	72.5	55.0	45.0	32.5	67.5
	무응답	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Base : 소속된 창작자가 있는 매니지먼트 사업 참여 사업체

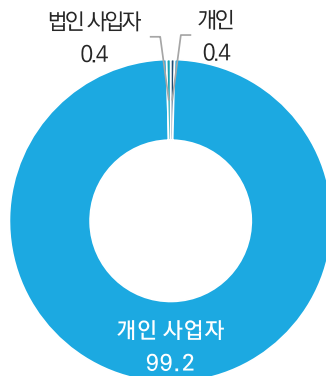
## 2. 라이브커머스 분야 사업 현황

### 1) 가입 사업자 수

- \* 라이브커머스 플랫폼에 가입되어 있는 사업자 비율은 '개인 사업자' 99.2%, '법인 사업자'와 '개인'은 각각 0.4%로, 개인 사업자가 대부분을 차지함
- \* 가입된 사업자 수는 '광고·마케팅' 분야에서 36,192개로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '온라인 비디오 공유 플랫폼'(253개), '영상 제작 및 제작지원'(154개), 매니지먼트(7개)의 순으로 나타남

그림 3-45 가입 사업자 수

(단위 : %)



Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-53 가입 사업자 수

(단위 : %, 개)

		사례수	개인	개인 사업자	법인 사업자	전체
전체		31	0.4	99.2	0.4	36,606
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	8	0.0	23.9	76.1	154
	광고·마케팅	6	0.0	100.0	0.0	36,192
	매니지먼트 (MCN사)	5	81.1	0.0	18.9	7
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	54.8	32.9	12.3	253
종사자 규모	1~4인	2	0.0	50.0	50.0	2
	5~9인	10	56.5	0.0	43.5	11
	10~19인	10	54.6	32.7	12.7	254
	20~29인	-	-	-	-	-
	30인 이상	9	0.0	99.7	0.3	36,340
	무응답	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	28	0.4	99.2	0.4	36,605
	개인사업체	1	0.0	100.0	0.0	1
	기타	3	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	5	0.0	50.0	50.0	2
	1~5억원 미만	5	73.3	0.0	26.7	8
	5~10억원 미만	4	0.0	0.0	100.0	4
	10~30억원 미만	8	0.0	100.0	0.0	36,195
	30억 이상	9	34.9	30.0	35.1	397
	무응답	-	-	-	-	-

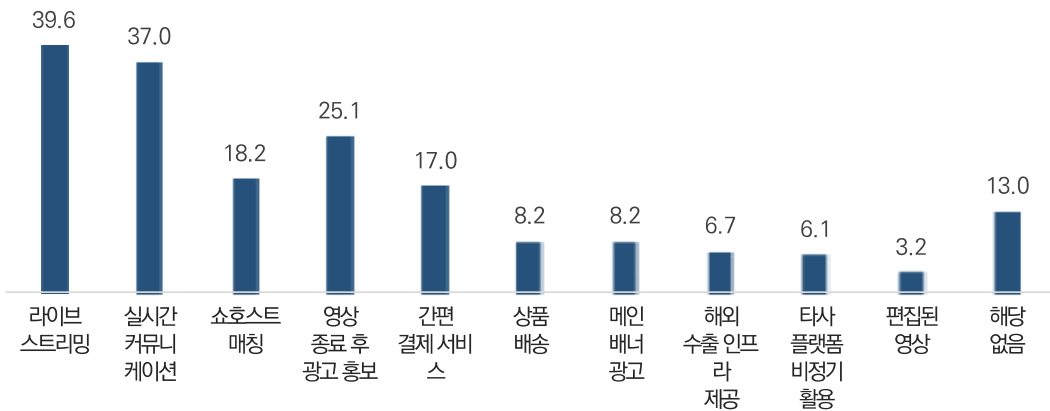
Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

## 2) 제공 서비스

- \* 라이브커머스 플랫폼을 통해 제공하는 서비스로는 ‘라이브 스트리밍’ 39.6%, ‘실시간 커뮤니케이션’ 37.0%, ‘영상 종료 후 광고 홍보’ 25.1% 등의 응답 순이 나타남
- \* ‘영상 제작 및 지원’ 사업체의 73.0%가 ‘라이브 스트리밍’ 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타남
- \* ‘10억~30억 원 미만’ 매출액을 가진 사업체의 83.4%가 ‘실시간 커뮤니케이션’ 서비스를 제공하는 것으로 나타나 상대적으로 높은 비율을 보임

그림 3-46 제공 서비스(복수응답)

(단위 : %)



Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-54 제공 서비스(복수응답)

(단위 : %)

	사례수	라이브 스트리밍	실시간 커뮤니케이션	쇼호스트 매칭	영상종료 후 광고홍보	간편결제 서비스	상품송	메인너 광고	해외수출인프라 제공	타사 플랫폼 정기 활용	편집된 영상	해당음	무응답	
전체	31	39.6	37.0	18.2	25.1	17.0	8.2	8.2	6.7	6.1	3.2	13.0	25.3	
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	8	73.0	59.0	40.5	14.1	0.0	0.0	0.0	14.1	0.0	0.0	27.0	0.0
	광고·마케팅	6	46.0	100.0	46.0	46.0	46.0	46.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.9	0.0	37.7	26.4	
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	33.0	11.2	0.0	33.0	21.8	0.0	0.0	7.8	0.0	7.8	0.0	51.3
종사자 규모	1~4인	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	5~9인	10	24.7	14.0	0.0	24.7	0.0	0.0	0.0	10.7	0.0	9.8	30.3	35.1
	10~19인	10	57.1	59.7	30.4	26.8	26.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.5
	20~29인	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30인 이상	9	45.3	45.3	29.1	29.1	29.1	29.1	29.1	0.0	21.5	0.0	0.0	33.3
	무응답	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	28	44.7	41.8	20.6	28.3	19.2	9.3	9.3	7.5	6.8	3.6	11.1	19.2
	개인사업체	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	기타	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
매출액	1억원 미만	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21.8	0.0	0.0	21.8	56.4
	1~5억원 미만	5	21.1	0.0	0.0	21.1	0.0	0.0	0.0	21.1	0.0	0.0	59.6	19.3
	5~10억원 미만	4	75.9	75.9	75.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24.1	0.0	0.0	
	10~30억원 미만	8	47.5	83.4	30.6	47.5	30.6	30.6	30.6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.6
	30억 이상	9	46.4	15.8	0.0	30.6	30.6	0.0	0.0	0.0	21.0	0.0	0.0	32.6
	무응답	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

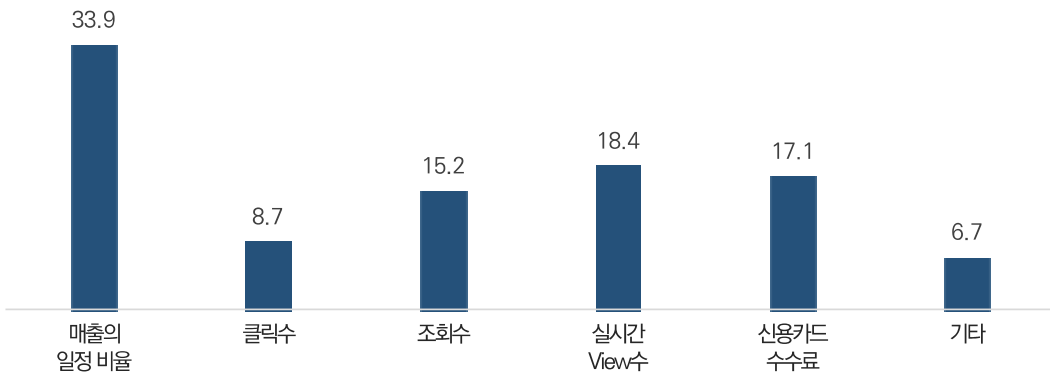
Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

### 3) 매출 발생 유형별 비중

- \* 라이브커머스 플랫폼 서비스에서 발생하는 매출의 유형으로는 ‘매출의 일정 비율’ 33.9%, ‘실시간 View수’ 18.4%, ‘신용카드 수수료’ 17.1%, ‘조회수’ 15.2% 등의 응답 순이 나타남
- \* 참여 분야별로는 ‘영상 제작 및 제작 지원’ 사업체가 상대적으로 높은 비율로 ‘매출의 일정 비율’을 매출로 발생시키고 있음(83.0%)
- \* ‘광고·마케팅’ 사업체의 54.0%가 ‘실시간 View수’를 통해 매출을 발생시켜 상대적으로 높은 비율을 보임

그림 3-47 매출 발생 유형별 비중

(단위 : %)



Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-55 매출 발생 유형별 비중

(단위 : %)

		사례수	매출의 일정 비율	클릭수	조회수	실시간 View수	신용카드 수수료	기타
전체		31	33.9	8.7	15.2	18.4	17.1	6.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	8	83.0	1.1	4.5	1.1	2.8	7.4
	광고·마케팅	6	29.4	0.0	0.0	54.0	0.0	16.6
	매니지먼트 (MCN사)	5	57.6	21.2	21.2	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	13.8	33.0	0.0	53.3	0.0
종사자 규모	1~4인	2	-	-	-	-	-	-
	5~9인	10	31.0	20.3	48.7	0.0	0.0	0.0
	10~19인	10	0.0	9.7	9.7	42.1	38.5	0.0
	20~29인	-	-	-	-	-	-	-
	30인 이상	9	77.0	0.5	1.9	0.5	1.2	18.9
	무응답	-	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	28	33.9	8.7	15.2	18.4	17.1	6.7
	개인사업체	1	-	-	-	-	-	-
	기타	3	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	5	-	-	-	-	-	-
	1~5억원 미만	5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	4	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	8	19.6	16.8	16.8	35.9	0.0	11.0
	30억 이상	9	47.6	0.5	1.9	0.5	46.5	3.0
	무응답	-	-	-	-	-	-	-

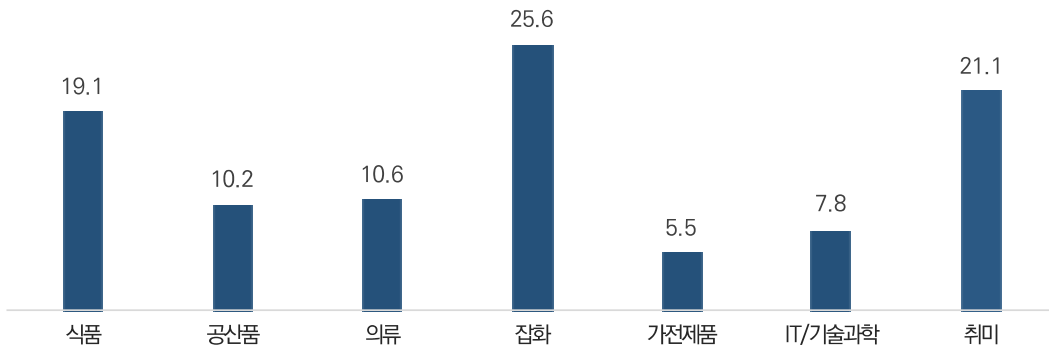
Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

#### 4) 판매 제품 카테고리 별 비중

- \* 판매 제품 카테고리 별 비중으로는 '잡화'가 25.6%로 가장 높은 비율로 나타났고, 이어서 '취미' 21.1%, '식품' 19.1%, '의류' 10.6% 등의 응답 순이 나타남
- \* '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야의 사업체에서는 '취미'가 45.4%로 가장 높은 비중의 제품 카테고리로 나타남
- \* 매출액이 '30억 이상'인 사업체의 경우 'IT/기술/과학'의 비중이 29.4%로 다른 카테고리에 비해 높게 나타남

그림 3-48 판매 제품 카테고리 별 비중

(단위 : %)



Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-56 판매 제품 카테고리 별 비중

(단위 : %)

		사례수	식품	공산품	의류	잡화	가전제품	IT/기술/ 과학	취미
전체		31	19.1	10.2	10.6	25.6	5.5	7.8	21.1
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	8	25.8	15.5	7.7	30.1	1.8	0.4	18.6
	광고·마케팅	6	24.6	2.3	18.4	52.4	2.3	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN)	5	30.0	0.0	24.2	11.5	5.8	11.5	16.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	16.1	0.0	3.2	12.9	22.3	45.4
종사자 규모	1~4인	2	0.0	0.0	0.0	35.0	40.0	0.0	25.0
	5~9인	10	0.0	33.5	0.0	23.6	0.0	0.0	42.9
	10~19인	10	25.1	6.1	7.1	26.5	0.0	13.4	21.8
	20~29인	-	-	-	-	-	-	-	-
	30인 이상	9	30.0	2.7	28.7	22.4	7.8	6.9	1.5
	무응답	-	-	-	-	-	-	-	-
조직 유형	법인사업체	28	20.0	10.7	11.1	24.5	5.8	8.2	19.8
	개인사업체	1	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	기타	3	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	5	0.0	0.0	0.0	35.0	40.0	0.0	25.0
	1~5억원 미만	5	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0
	5~10억원 미만	4	37.9	39.3	7.6	7.6	0.0	0.0	7.6
	10~30억원 미만	8	21.3	1.5	17.2	34.8	1.5	0.0	23.6
	30억 이상	9	16.4	0.5	10.9	13.3	5.5	29.4	24.1
	무응답	-	-	-	-	-	-	-	-

Base : 라이브커머스 플랫폼 분야 사업에 참여하는 사업체

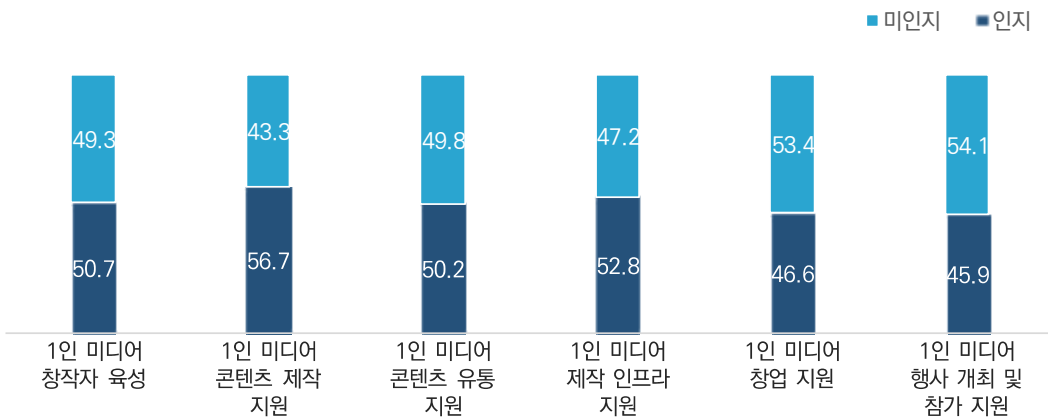
## 6절. 지원정책 수요 현황

### 1. 지원정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 정책에 대한 인지도가 56.7%로 가장 높았고, '1인 미디어 제작 인프라 지원'(52.8%), '1인 미디어 창작자 육성'(50.7%) 순으로 높은 인지도를 보임
- \* '법인사업체'의 '콘텐츠 제작 지원'에 대한 인지도가 53.0%, '개인사업체'의 '콘텐츠 유통 지원'에 대한 인지도가 73.6%로 상대적으로 높게 나타남
- \* 종사자 규모별로는 '1~4인'의 소규모 사업체에서 각 지원정책에 대한 인지도가 가장 높게 나타남

그림 3-49 지원정책 인지도(통합)

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-57 지원정책 인지도(통합)

(단위 : %)

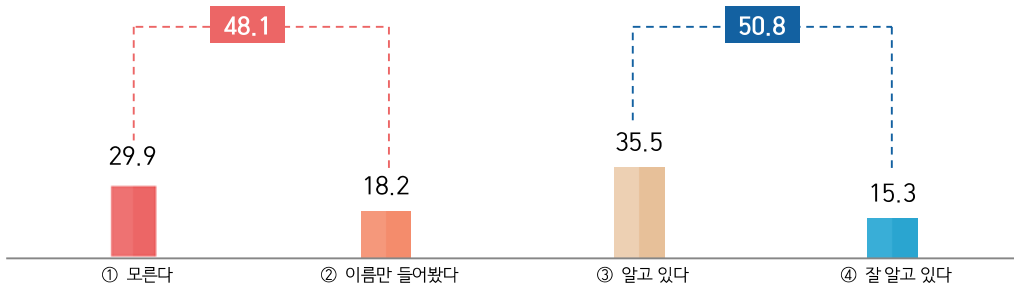
		사례수	창작자 육성	콘텐츠 제작 지원	콘텐츠 유통 지원	제작 인프라 지원	창업 지원	행사 개최 및 참가 지원
전체		129	50.7	56.7	50.2	52.8	46.6	45.9
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	48.9	71.2	54.3	58.4	53.3	49.8
	광고·마케팅	31	38.6	28.7	28.7	38.6	28.7	28.7
	매니지먼트 (MCN사)	19	56.6	48.7	56.6	56.6	48.7	56.1
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	80.9	59.1	70.4	51.3	51.3	51.3
종사자 규모	1-4인	36	44.9	51.9	50.5	42.1	43.5	40.7
	5-9인	26	52.1	61.9	51.9	52.5	43.9	42.5
	10-19인	27	49.2	62.4	39.5	62.0	39.5	44.6
	20-29인	10	56.4	56.4	56.4	56.4	56.4	56.4
	30인 이상	23	51.0	51.0	51.0	51.0	51.0	51.0
	무응답	6	75.3	58.9	75.3	75.3	75.3	58.9
조직 유형	법인사업체	101	43.9	53.0	44.8	48.5	42.7	42.8
	개인사업체	23	69.3	62.8	73.6	60.7	62.8	58.5
	기타	5	100.0	100.0	50.0	100.0	50.0	50.0
매출액	1억원 미만	24	73.1	83.5	70.7	73.1	60.3	56.2
	1~5억원 미만	20	77.0	82.4	82.4	72.4	72.0	77.4
	5~10억원 미만	9	52.8	88.6	52.8	52.8	17.1	17.1
	10~30억원 미만	33	24.5	34.2	29.1	43.3	34.2	38.4
	30억 이상	30	45.2	40.7	35.9	35.9	40.7	35.9
	무응답	12	43.1	34.5	43.1	43.1	43.1	34.5

### 1) '1인 미디어 창작자 육성' 정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 창작자 육성' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 50.8%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(48.1%)보다 높게 나타남
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(69.3%)로 '1인 미디어 창작자 육성'에 대한 인지도를 보임
- \* '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야의 사업체에서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 80.9%로 다른 분야의 사업체에 비해 높은 편으로 나타남

그림 3-50 '1인 미디어 창작자 육성' 정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-58 '1인 미디어 창작자 육성' 정책 인지도

(단위 : %)

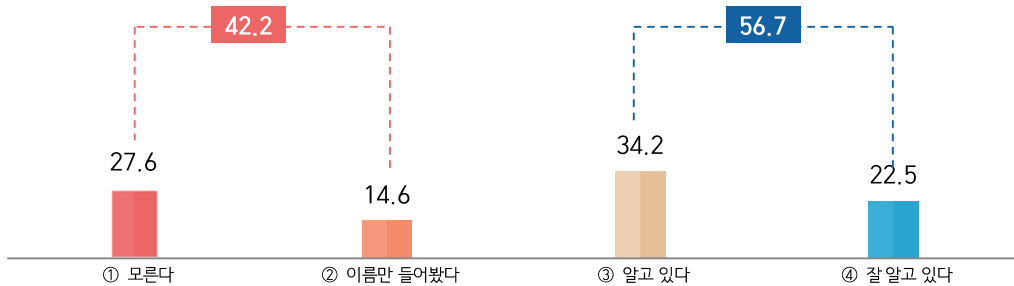
		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	29.9	18.2	35.5	15.3	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	28.1	23.0	32.0	16.8	0.0
	광고·마케팅	31	43.0	18.4	38.6	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	35.5	0.0	46.6	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	19.1	29.6	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	41.0	14.1	33.6	11.2	0.0
	5-9인	26	28.8	19.1	28.0	24.1	0.0
	10-19인	27	16.5	34.3	32.6	16.6	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	30.2	20.8	0.0
	무응답	6	0.0	0.0	75.3	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	36.3	18.3	31.5	12.4	1.5
	개인사업체	23	9.0	21.7	60.7	8.6	0.0
	기타	5	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	18.6	8.3	35.2	37.9	0.0
	1~5억원 미만	20	17.6	5.5	55.8	21.1	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	47.2	52.8	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	52.5	23.0	24.5	0.0	0.0
	30억 이상	30	36.6	18.2	24.2	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	26.1	43.1	0.0	12.9

## 2) '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 56.7%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(42.2%)보다 높게 나타남
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(62.8%)로 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'에 대한 인지도를 보임
- \* '영상 제작 및 제작지원' 분야의 사업체에서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 71.3%로 다른 분야의 사업체에 비해 높은 편으로 나타남

그림 3-51 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원' 정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-59 '1인 미디어 콘텐츠 제작 지원'정책 인지도

(단위 : %)

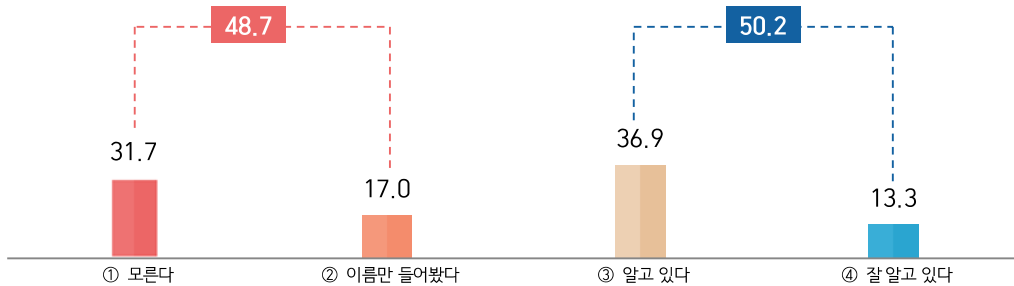
		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	27.6	14.6	34.2	22.5	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	23.6	5.1	40.5	30.8	0.0
	광고·마케팅	31	43.0	28.3	28.7	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	35.5	7.9	38.6	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	0.0	40.9	7.8	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	32.6	15.5	29.4	22.4	0.0
	5-9인	26	28.8	9.4	29.3	32.5	0.0
	10-19인	27	16.5	21.1	34.3	28.1	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	30.2	20.8	0.0
	무응답	6	0.0	16.4	58.9	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	33.3	12.2	33.3	19.7	1.5
	개인사업체	23	9.0	28.2	45.6	17.2	0.0
	기타	5	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	6.2	10.3	29.0	54.5	0.0
	1~5억원 미만	20	17.6	0.0	50.4	32.0	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	11.4	88.6	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	52.5	13.3	24.8	9.4	0.0
	30억 이상	30	36.6	22.6	19.8	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	34.7	34.5	0.0	12.9

### 3) '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 50.2%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(48.7%)보다 높게 나타남
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(73.6%)로 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'에 대한 인지도를 보임
- \* '온라인 비디오 공유 플랫폼' 분야의 사업체에서 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'에 대한 인지도는 70.4%로 다른 분야의 사업체에 비해 높은 편으로 나타남

그림 3-52 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-60 '1인 미디어 콘텐츠 유통 지원'정책 인지도

(단위 : %)

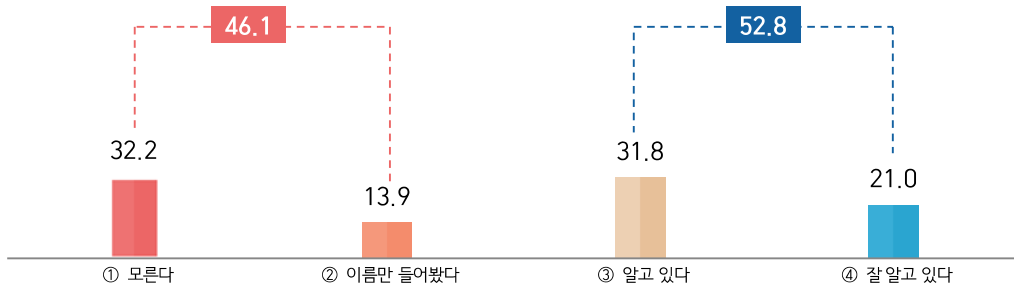
		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	31.7	17.0	36.9	13.3	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	27.3	18.4	41.4	13.0	0.0
	광고·마케팅	31	43.0	28.3	28.7	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	35.5	0.0	46.6	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	21.8	7.8	19.1	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	35.4	14.1	39.2	11.2	0.0
	5-9인	26	34.3	13.8	37.7	14.2	0.0
	10-19인	27	26.6	33.9	22.9	16.6	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	30.2	20.8	0.0
	무응답	6	0.0	0.0	75.3	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	38.5	15.2	32.3	12.4	1.5
	개인사업체	23	9.0	17.4	65.0	8.6	0.0
	기타	5	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	10.3	19.0	43.4	27.2	0.0
	1~5억원 미만	20	17.6	0.0	61.3	21.1	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	47.2	52.8	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	52.5	18.4	29.1	0.0	0.0
	30억 이상	30	50.7	13.4	15.0	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	26.1	43.1	0.0	12.9

#### 4) '1인 미디어 제작 인프라 지원' 정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 52.8%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(46.1%)보다 높게 나타남
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(60.7%)로 '1인 미디어 제작 인프라 지원'에 대한 인지도를 보임
- \* 매출액이 적은 사업체일수록 '1인 미디어 제작 인프라 지원'에 대한 인지도가 높은 것으로 나타남

그림 3-53 '1인 미디어 제작 인프라 지원' 정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-61 '1인 미디어 제작 인프라 지원'정책 인지도

(단위 : %)

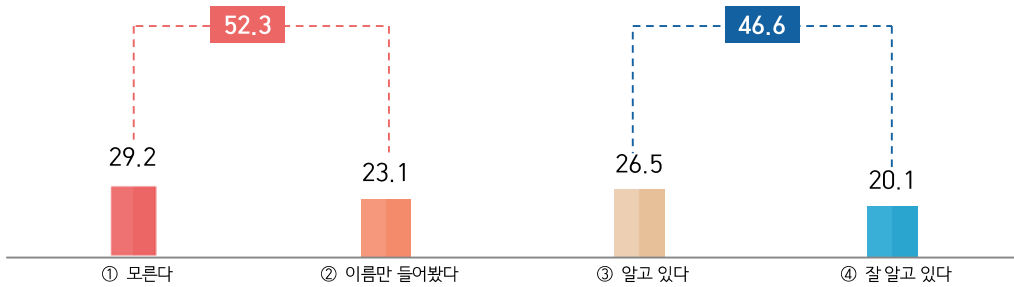
		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	32.2	13.9	31.8	21.0	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	28.8	12.8	30.6	27.8	0.0
	광고·마케팅	31	43.0	18.4	38.6	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	35.5	0.0	46.6	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	19.1	29.6	0.0	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	38.2	19.7	30.8	11.2	0.0
	5-9인	26	43.7	3.9	24.2	28.3	0.0
	10-19인	27	16.5	21.5	22.5	39.5	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	30.2	20.8	0.0
	무응답	6	0.0	0.0	75.3	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	39.2	10.9	28.7	19.8	1.5
	개인사업체	23	9.0	30.3	52.1	8.6	0.0
	기타	5	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	14.5	12.4	35.2	37.9	0.0
	1~5억원 미만	20	22.6	5.0	45.8	26.6	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	47.2	52.8	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	56.7	0.0	24.5	18.8	0.0
	30억 이상	30	41.4	22.6	15.0	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	26.1	43.1	0.0	12.9

### 5) '1인 미디어 창업 지원' 정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 창업 지원' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 46.6%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(52.3%)보다 낮게 나타나 해당 정책에 대한 인지도는 상대적으로 낮은 것으로 보임
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(62.9%)로 '1인 미디어 창업 지원'에 대한 인지도를 보임
- \* 매출액이 '1억 원 미만'인 사업체에서 60.3%, '1~5억 원 미만'인 사업체에서 72.0%의 인지도를 보여 매출액 규모가 비교적 작은 사업체에서 상대적으로 높은 인지도가 나타남

그림 3-54 '1인 미디어 창업 지원'정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-62 '1인 미디어 창업 지원' 정책 인지도

(단위 : %)

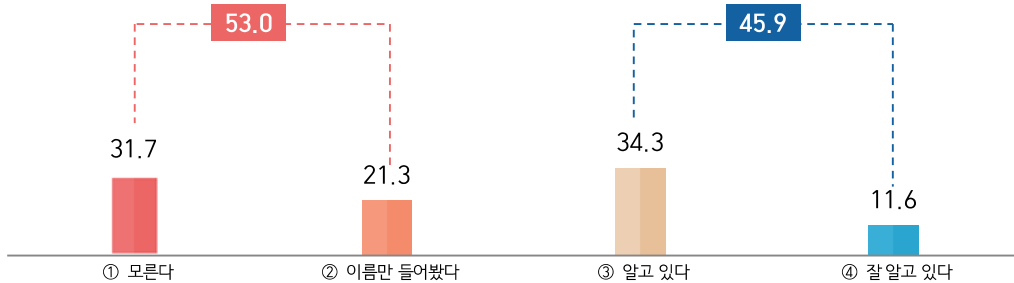
		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	29.2	23.1	26.5	20.1	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	29.0	17.7	27.2	26.1	0.0
	광고·마케팅	31	33.1	38.3	28.7	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	35.5	7.9	38.6	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	11.2	37.5	0.0	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	35.4	21.1	26.6	16.8	0.0
	5-9인	26	32.5	23.6	25.5	18.4	0.0
	10-19인	27	16.5	44.0	11.4	28.1	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	19.2	31.8	0.0
	무응답	6	0.0	0.0	75.3	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	32.7	23.1	25.1	17.6	1.5
	개인사업체	23	9.0	28.2	38.8	24.1	0.0
	기타	5	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	21.0	18.6	24.8	35.5	0.0
	1~5억원 미만	20	17.6	10.4	45.4	26.6	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	82.9	17.1	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	47.7	18.1	17.1	17.1	0.0
	30억 이상	30	36.6	22.6	19.8	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	26.1	43.1	0.0	12.9

## 6) '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 중 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원' 정책에 관해서 알고 있거나 잘 알고 있다는 응답이 45.9%로 모르거나 이름만 들어봤다는 응답(53.0%)보다 낮게 나타나 해당 정책에 대한 인지도는 상대적으로 낮은 것으로 보임
- \* '개인사업체'가 상대적으로 높은 비율(58.5%)로 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'에 대한 인지도를 보임
- \* 매출액이 '5~10억 원 미만', '10~30억 원 미만', '30억 이상'인 사업체에서 모르거나 이름만 들어봤다는 응답이 각 82.9%, 61.6%, 64.1%로, 5억 원 미만의 사업체들에 비해 비교적 높은 미인지도를 보임

그림 3-55 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-63 '1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원'정책 인지도

(단위 : %)

		사례수	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다	무응답
전체		129	31.7	21.3	34.3	11.6	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	30.3	19.9	40.1	9.8	0.0
	광고·마케팅	31	33.1	38.3	28.7	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	28.1	7.9	46.0	10.1	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	40.9	7.8	0.0	51.3	0.0
종사자 규모	1-4인	36	41.0	18.3	26.6	14.0	0.0
	5-9인	26	32.0	25.5	28.4	14.2	0.0
	10-19인	27	21.5	33.9	39.4	5.2	0.0
	20-29인	10	43.6	0.0	56.4	0.0	0.0
	30인 이상	23	31.8	17.2	30.2	20.8	0.0
	무응답	6	0.0	16.4	58.9	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	37.5	18.2	33.5	9.3	1.5
	개인사업체	23	13.3	28.2	45.6	12.9	0.0
	기타	5	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	18.6	25.2	24.8	31.4	0.0
	1~5억원 미만	20	22.6	0.0	72.0	5.5	0.0
	5~10억원 미만	9	0.0	82.9	17.1	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	43.5	18.1	38.4	0.0	0.0
	30억 이상	30	50.7	13.4	15.0	21.0	0.0
	무응답	12	18.0	34.7	34.5	0.0	12.9

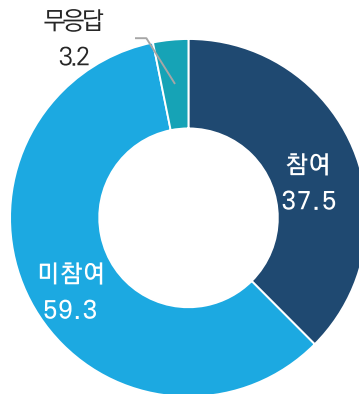
## 2. 1인 미디어 지원정책 참여 경험 및 만족도

### 1) 1인 미디어 지원정책 참여 경험

- \* 1인 미디어 산업 지원정책에 참여 경험이 있다는 응답이 37.5%, 참여 경험이 없다는 응답이 59.3%로 나타남
- \* '개인 사업체'의 참여 경험 비율이 62.8%로 상대적으로 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 '30인 이상'인 사업체에서 1인 미디어 지원정책 참여 경험 비율(51.0%) 이 타 규모의 사업체에 비해 높게 나타남

그림 3-56 1인 미디어 지원정책 참여 경험

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-64 1인 미디어 지원정책 참여경험

(단위 : %)

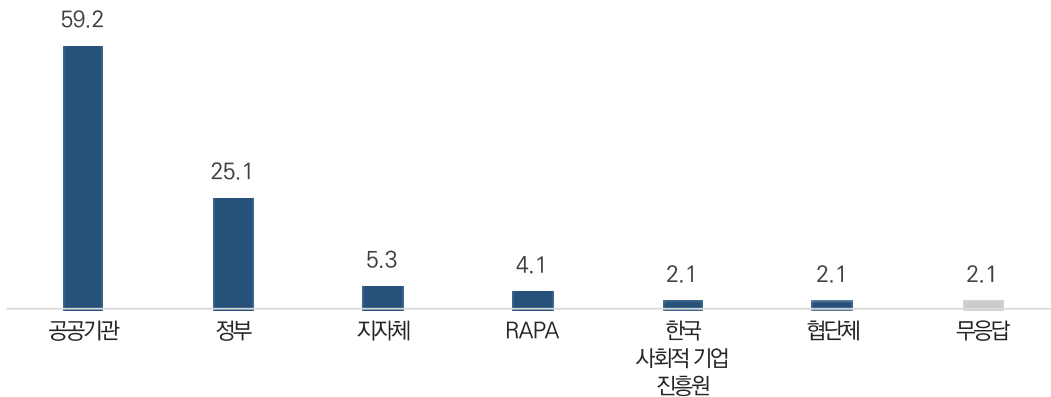
		사례수	참여	미참여	무응답
전체		129	37.5	59.3	3.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	50.4	49.6	0.0
	광고·마케팅	31	8.5	83.1	8.5
	매니지먼트 (MCN사)	19	38.1	54.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	38.9	61.1	0.0
종사자 규모	1-4인	36	49.1	50.9	0.0
	5-9인	26	16.5	83.5	0.0
	10-19인	27	39.5	60.5	0.0
	20-29인	10	18.1	81.9	0.0
	30인 이상	23	51.0	49.0	0.0
	무응답	6	32.9	0.0	67.1
조직 유형	법인사업체	101	33.6	62.3	4.1
	개인사업체	23	62.8	37.2	0.0
	기타	5	0.0	100.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	57.9	42.1	0.0
	1~5억원 미만	20	51.6	48.4	0.0
	5~10억원 미만	9	64.2	35.8	0.0
	10~30억원 미만	33	24.8	75.2	0.0
	30억 이상	30	27.3	72.7	0.0
	무응답	12	8.6	56.3	35.1

## 2) 최근 참여 지원정책 수행 기관

- \* 최근 참여 지원정책 수행 기관으로는 공공기관이 59.2%로 과반을 보였고, 이어서 정부(25.1%), 지자체(5.3%), RAPA(4.1%) 등의 응답 순이 나타남
- \* ‘온라인 비디오 공유 플랫폼’ 사업체의 경우 정부 주관 지원정책에 참여한 비율이 상대적으로 높게 나타남(59.6%)
- \* ‘영상 제작 및 제작지원’ 사업체의 공공기관 주관 지원정책 참여 비율이 상대적으로 높게 나타남(60.8%)

그림 3-57 최근 참여 지원정책 수행 기관

(단위 : %)



Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-65 최근 참여 지원정책 수행 기관

(단위 : %)

		사례수	정부	지자체	공공기관	한국사회적 기업진흥원	RAPA	협단체	무응답/거 절
전체		48	25.1	5.3	59.2	2.1	4.1	2.1	2.1
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	34	27.4	0.0	60.8	3.0	3.0	3.0	3.0
	광고·마케팅	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	7	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	59.6	0.0	20.2	0.0	20.2	0.0	0.0
종사자 규모	1-4인	18	28.6	0.0	54.3	5.7	5.7	5.7	0.0
	5-9인	4	25.5	0.0	51.1	0.0	23.4	0.0	0.0
	10-19인	11	28.9	0.0	71.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	20-29인	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	12	24.7	21.7	53.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
조직 유형	법인사업체	34	27.1	7.6	56.4	3.0	3.0	3.0	0.0
	개인사업체	15	20.6	0.0	65.7	0.0	6.9	0.0	6.9
	기타	-	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	28.6	0.0	50.0	7.1	7.1	7.1	0.0
	1~5억원 미만	10	20.3	0.0	79.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	6	55.7	0.0	26.6	0.0	17.7	0.0	0.0
	10~30억원 미만	8	0.0	31.1	68.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	30억 이상	8	36.0	0.0	64.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

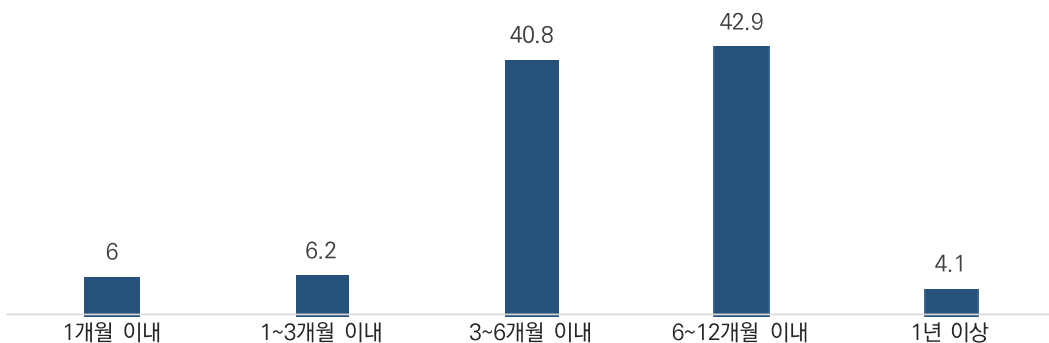
Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

### 3) 최근 참여 지원정책 참여 기간

- \* 최근에 참여한 지원정책의 참여 기간으로는 '6~12개월 이내'가 42.9%로 가장 높은 비율로 나타났고, 이어서 '3~6개월 이내' 40.8%, '11~3개월 이내' 6.2% 등의 응답 순이 나타남
- \* '법인사업체'의 지원정책의 참여 기간은 '3~6개월 이내'이라는 비율이 46.5%로 상대적으로 높게 나타남
- \* '온라인 비디오 공유 플랫폼' 사업체의 지원정책 참여 기간은 '3~6개월 이내'이라는 비율이 79.8%로 상대적으로 높게 나타남

그림 3-58 최근 참여 지원정책 참여 기간

(단위 : %)



Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-66 최근 참여 지원정책 참여 기간

(단위 : %, 개월)

		사례수	1개월 이내	1~3개월 이내	3~6개월 이내	6~12개월 이내	1년 이상	평균
전체		48	6.0	6.2	40.8	42.9	4.1	6.8
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	34	3.0	5.9	36.8	48.3	5.9	6.4
	광고·마케팅	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	10.0
	매니지먼트 (MCN사)	7	26.4	0.0	47.2	26.4	0.0	4.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	0.0	20.2	79.8	0.0	0.0	11.0
종사자 규모	1-4인	18	5.7	11.4	48.6	34.3	0.0	6.9
	5-9인	4	0.0	23.4	76.6	0.0	0.0	9.0
	10-19인	11	0.0	0.0	28.9	71.1	0.0	7.7
	20-29인	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	2.8
	30인 이상	12	16.0	0.0	24.7	59.3	0.0	7.9
	무응답	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
조직 유형	법인사업체	34	8.6	5.9	46.5	39.0	0.0	7.7
	개인사업체	15	0.0	6.9	27.4	52.0	13.7	4.7
	기타	-	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	7.1	14.3	50.0	28.6	0.0	7.1
	1~5억원 미만	10	0.0	0.0	50.2	49.8	0.0	6.3
	5~10억원 미만	6	0.0	17.7	26.6	55.7	0.0	5.3
	10~30억원 미만	8	0.0	0.0	37.8	62.2	0.0	9.0
	30억 이상	8	23.2	0.0	36.0	40.7	0.0	7.3
	무응답	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

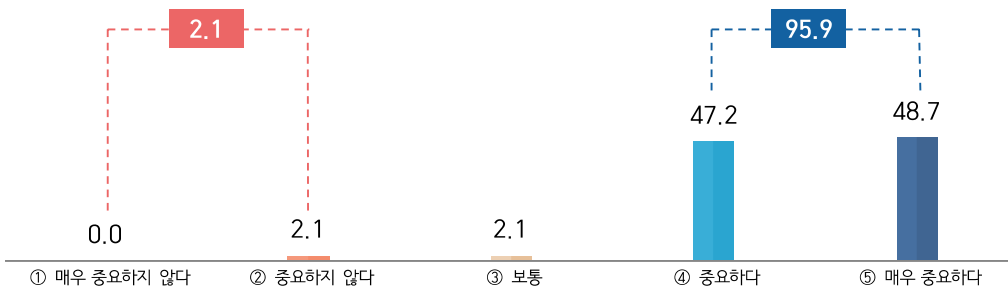
Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

#### 4) 1인 미디어 산업 지원정책 참여 중요도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책에 참여하는 것이 사업에 있어 중요하다고 생각하는 정도는 ‘중요하다’ 또는 ‘매우 중요하다’의 응답이 95.9%, ‘중요하지 않다’라고 응답한 비율(2.1%)보다 높게 나타남
- \* 종사자 규모가 5인 이상인 사업체 또는 매출액이 1억 원 이상인 사업체는 모두 ‘중요하다’ 또는 ‘매우 중요하다’고 응답해 전반적으로 중요도가 높게 나타남

그림 3-59 1인 미디어 산업 지원정책 참여 중요도

(단위 : %)



Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-67 1인 미디어 산업 지원정책 참여 중요도

(단위 : %)

		사례수	매우 중요하지 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
전체		48	-	2.1	2.1	47.2	48.7
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	34	-	3.0	3.0	44.4	49.7
	광고·마케팅	3	-	0.0	0.0	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	7	-	0.0	0.0	73.6	26.4
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	-	0.0	0.0	0.0	100.0
종사자 규모	1-4인	18	-	5.7	0.0	31.4	62.9
	5-9인	4	-	0.0	0.0	25.5	74.5
	10-19인	11	-	0.0	0.0	57.9	42.1
	20-29인	2	-	0.0	0.0	0.0	100.0
	30인 이상	12	-	0.0	0.0	75.3	24.7
	무응답	2	-	0.0	50.0	50.0	0.0
조직 유형	법인사업체	34	-	0.0	0.0	51.0	49.0
	개인사업체	15	-	6.9	6.9	38.3	48.0
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	-	7.1	0.0	21.4	71.4
	1~5억원 미만	10	-	0.0	0.0	20.3	79.7
	5~10억원 미만	6	-	0.0	0.0	82.3	17.7
	10~30억원 미만	8	-	0.0	0.0	100.0	0.0
	30억 이상	8	-	0.0	0.0	46.5	53.5
	무응답	1	-	0.0	0.0	100.0	0.0

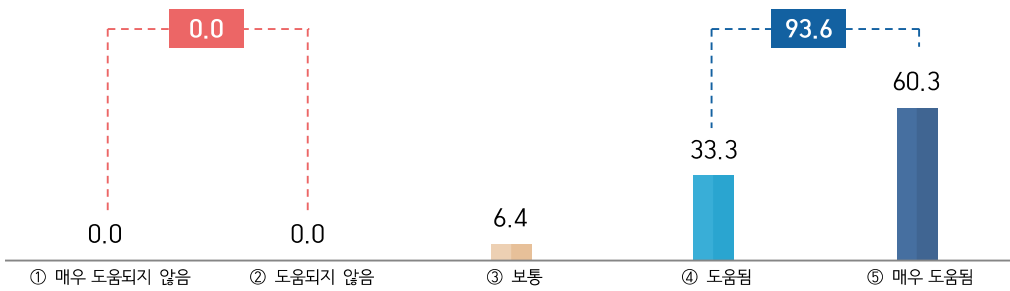
Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

### 5) 1인 미디어 산업 지원정책 참여 도움 정도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 참여의 도움 정도는 도움 되거나 매우 도움 된다고 응답한 비율이 93.6%로 높게 나타남
- \* 매출액이 큰 사업체일수록 1인 미디어 산업 지원정책 참여의 도움 정도를 높게 평가함

그림 3-60 1인 미디어 산업 지원정책 참여 도움 정도

(단위 : %)



Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-68 1인 미디어 산업 지원정책 참여 도움 정도

(단위 : %)

		사례수	매우 도움되지 않음	도움되지 않음	보통	도움됨	매우 도움됨
전체		48	-	-	6.4	33.3	60.3
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	34	-	-	9.2	30.1	60.8
	광고·마케팅	3	-	-	0.0	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	7	-	-	0.0	47.2	52.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	-	-	0.0	0.0	100.0
종사자 규모	1-4인	18	-	-	5.7	42.9	51.4
	5-9인	4	-	-	25.5	0.0	74.5
	10-19인	11	-	-	0.0	28.9	71.1
	20-29인	2	-	-	0.0	0.0	100.0
	30인 이상	12	-	-	0.0	37.6	62.4
	무응답	2	-	-	50.0	50.0	0.0
조직 유형	법인사업체	34	-	-	3.2	35.8	61.0
	개인사업체	15	-	-	13.7	27.4	58.9
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	-	-	7.1	42.9	50.0
	1~5억원 미만	10	-	-	10.6	0.0	89.4
	5~10억원 미만	6	-	-	0.0	82.3	17.7
	10~30억원 미만	8	-	-	0.0	31.1	68.9
	30억 이상	8	-	-	0.0	23.2	76.8
	거절	1	-	-	0.0	100.0	0.0

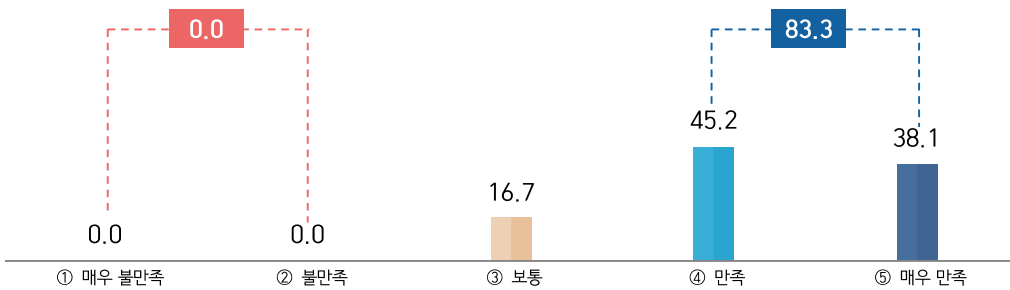
Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

## 6) 1인 미디어 산업 지원정책 참여 만족도

- \* 1인 미디어 산업 지원정책 참여에 대한 만족도는 만족하거나 매우 만족한다는 응답의 비율이 83.3%로 높게 나타남
- \* '법인사업체'의 지원정책 참여 만족 비율이 상대적으로 높게 나타남(90.9%)
- \* '매우 불만족' 또는 '불만족'으로 응답한 사업체는 없는 것으로 나타나 지원정책에 참여한 사업체 모두 보통 이상 수준의 만족도를 보임

그림 3-61 1인 미디어 산업 지원정책 참여 만족도

(단위 : %)



Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-69 1인 미디어 산업 지원정책 참여 만족도

(단위 : %)

		사례수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
전체		48	-	-	16.7	45.2	38.1
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	34	-	-	24.0	38.4	37.6
	광고·마케팅	3	-	-	0.0	100.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	7	-	-	0.0	47.2	52.8
	온라인 비디오 공유 플랫폼	5	-	-	0.0	59.6	40.4
종사자 규모	1-4인	18	-	-	28.6	25.7	45.7
	5-9인	4	-	-	25.5	25.5	48.9
	10-19인	11	-	-	0.0	57.9	42.1
	20-29인	2	-	-	0.0	0.0	100.0
	30인 이상	12	-	-	0.0	84.0	16.0
	무응답	2	-	-	100.0	0.0	0.0
조직 유형	법인사업체	34	-	-	9.1	51.1	39.8
	개인사업체	15	-	-	34.3	31.4	34.3
	기타	-	-	-	-	-	-
매출액	1억원 미만	14	-	-	35.7	14.3	50.0
	1~5억원 미만	10	-	-	10.6	20.3	69.2
	5~10억원 미만	6	-	-	0.0	82.3	17.7
	10~30억원 미만	8	-	-	0.0	100.0	0.0
	30억 이상	8	-	-	0.0	59.3	40.7
	거절	1	-	-	100.0	0.0	0.0

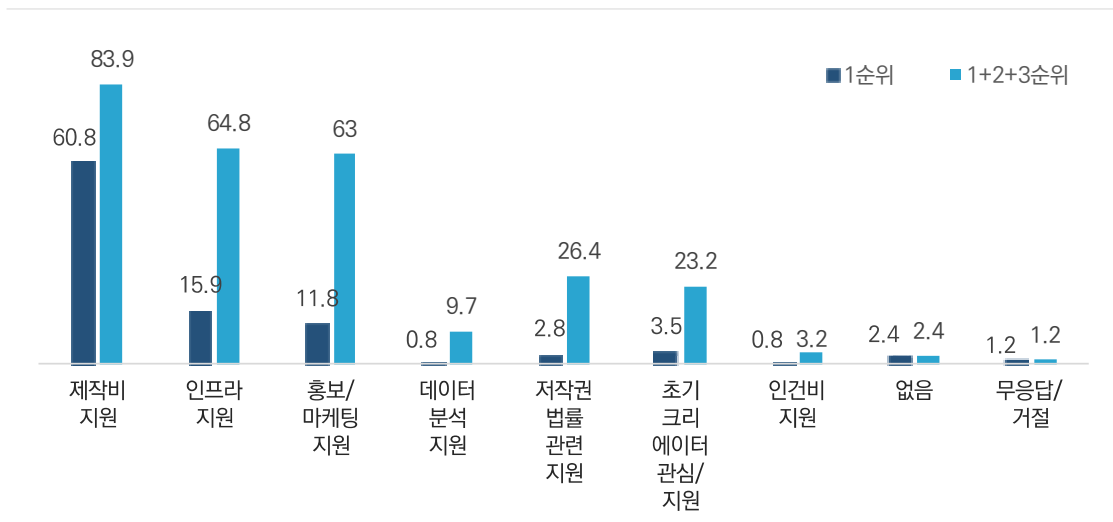
Base : 1인 미디어 지원정책에 참여한 경험이 있는 사업체

### 3. 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항

- \* 1인 미디어 산업 활성화를 위한 필요 사항은 ‘제작비 지원’이 60.8%로 가장 높은 비율로 나타났고, 이어서 ‘인프라 지원(15.9%)’, ‘홍보/마케팅 지원(11.8%)’, ‘초기 크리에이터에 대한 관심과 지원(3.5%)’ 등의 응답 순이 나타남
- \* 1순위부터 3순위의 응답 비율을 모두 합한 결과 또한 1순위 필요 사항과 같은 응답 순을 보임
- \* ‘5~10억 원 미만’ 매출액의 사업체는 인프라 지원을 원하는 비율이 35.8%로 타 매출액 사업체 대비 높게 나타남

그림 3-62 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항

(단위 : %)



# 1인 미디어산업 실태조사

표 3-70 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항(1순위)

(단위 : %)

		사례수	제작비 지원	인프라 지원 (장소대여, 장비대여 등)	홍보/마케팅 지원	데이터 분석 지원	저작권, 법률관련 지원	초기 크리에이터에 대한 관심과 지원	인건비 지원	없음	무응답
전체		129	60.8	15.9	11.8	0.8	2.8	3.5	0.8	2.4	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	61.1	17.6	8.2	1.5	1.6	3.9	1.5	4.7	0.0
	광고·마케팅	31	44.4	28.7	18.4	0.0	8.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	74.6	0.0	7.4	0.0	0.0	10.1	0.0	0.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	78.2	0.0	21.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1-4인	36	82.8	8.5	0.0	2.8	3.1	0.0	2.8	0.0	0.0
	5-9인	26	73.0	9.7	0.0	0.0	0.0	17.3	0.0	0.0	0.0
	10-19인	27	34.3	22.9	31.4	0.0	0.0	0.0	0.0	11.4	0.0
	20-29인	10	70.1	29.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	23	48.1	23.7	17.2	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	6	32.9	0.0	42.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	54.9	20.4	12.6	1.0	3.7	1.9	1.0	3.1	1.5
	개인사업체	23	88.9	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	5	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	81.0	0.0	0.0	4.1	0.0	10.7	4.1	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	89.1	5.5	0.0	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	64.2	35.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	36.1	27.8	21.0	0.0	0.0	5.7	0.0	9.4	0.0
	30억 이상	30	49.3	23.2	18.8	0.0	8.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	거절	12	64.9	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.9

표 3-71 1인 미디어 산업 활성화 필요 사항(1+2+3순위)

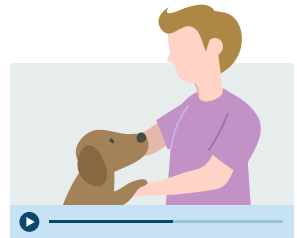
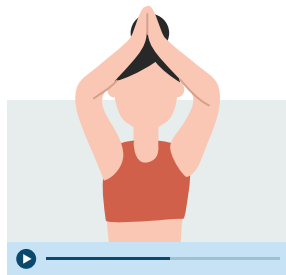
(단위 : %)

		사례수	제작비 지원	인프라 지원 (장소대여, 장비대여 등)	홍보/마케팅 지원	데이터 분석 지원	저작권, 법률관련 지원	초기 크리에이터에 대한 관심과 지원	인건비 지원	없음	무응답
전체		129	83.9	64.8	63.0	9.7	26.4	23.2	3.2	2.4	1.2
참여 분야	영상 제작 및 제작지원	67	83.1	61.3	57.8	4.6	26.0	25.5	6.2	4.7	0.0
	광고·마케팅	31	83.1	63.2	72.8	18.4	35.3	10.3	0.0	0.0	0.0
	매니지먼트 (MCN사)	19	92.1	74.1	54.0	20.1	18.0	18.0	0.0	0.0	7.9
	온라인 비디오 공유 플랫폼	13	78.2	73.1	79.7	0.0	19.1	49.9	0.0	0.0	0.0
종사자 규모	1~4인	36	97.2	56.2	78.7	14.1	21.3	21.3	2.8	0.0	0.0
	5~9인	26	95.8	70.9	54.6	4.2	35.0	35.3	0.0	0.0	0.0
	10~19인	27	67.1	60.5	65.7	0.0	22.9	32.9	11.4	11.4	0.0
	20~29인	10	100.0	48.1	56.4	24.6	13.7	29.9	0.0	0.0	0.0
	30인 이상	23	76.3	80.8	49.0	16.3	30.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	무응답	6	32.9	75.3	58.9	0.0	42.5	16.4	0.0	0.0	24.7
조직 유형	법인사업체	101	79.4	65.3	63.2	8.4	28.3	19.1	4.1	3.1	1.5
	개인사업체	23	100.0	54.6	75.9	17.4	24.1	23.7	0.0	0.0	0.0
	기타	5	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	1억원 미만	24	95.9	60.7	51.7	8.3	22.8	48.3	4.1	0.0	0.0
	1~5억원 미만	20	94.5	79.1	83.6	5.5	15.9	15.9	0.0	0.0	0.0
	5~10억원 미만	9	100.0	52.8	100.0	0.0	11.4	35.8	0.0	0.0	0.0
	10~30억원 미만	33	81.2	67.9	51.1	0.0	37.8	24.5	9.4	9.4	0.0
	30억 이상	30	72.3	66.9	57.0	21.3	22.0	9.2	0.0	0.0	0.0
	거절	12	64.9	40.2	69.2	26.1	43.9	8.6	0.0	0.0	12.9



III  
CHAPTER

부록

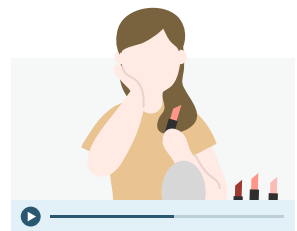
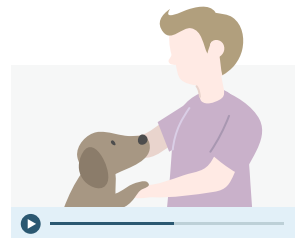
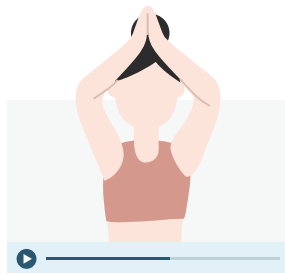




# 1

PART

## 주요 용어 해설





# 1. 1인 미디어 관련 종사자 직무 구분 및 정의

## 1) 기획·영업·마케팅

- ▶ 1인 미디어 산업 관련 콘텐츠 영업 및 기획 등에 필요한 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 영업, 전략·콘텐츠 기획, 시나리오, 캠페인 기획, 디지털 기획, 모델링 분석, MD, PR, 영업(해외영업), 마케팅, 마케터 등

## 2) 제작·개발·디자인

- ▶ 1인 미디어 산업 관련 콘텐츠 제작 등에 필요한 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 작가, 감독 및 기술감독, 영상 연출/촬영/녹화/편집/음향/조명 기사, 무대 기사/기술사, Art Director, 온/오프라인 연계 디지털 콘텐츠 제작, 소프트웨어, 디지털 솔루션 및 서비스 개발, PD, 백엔드 개발, 프론트 엔드 개발 등

## 3) 광고·홍보·유통

- ▶ 개인 각종 매체를 활용하여 1인 미디어 콘텐츠 유통에 필요한 광고 및 홍보 등의 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 광고 및 홍보 업무 전반, 채널 관리, 스케줄 지원 등

## 4) 매니지먼트

- ▶ 창작자(크리에이터)를 발굴 및 각종 활동을 지원하는 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 파트너십 매니저(창작자 발굴, 콘텐츠 기획/분석/관리) 창작자 업무 지원, 콘텐츠 운영 매니저 등

## 5) 그 외 직무

- ▶ 기타 1인 미디어 사업 관련 업무를 하는 인력 중 명시되지 않은 업무를 하는 인력
  - 예시 직무 : 교육, 컨설팅, 노무, 회계, 재무, 법무, 경영, 인사 등

## 2. 1인 미디어 창작자 활동의 정의

- ▶ 직접 제작한 콘텐츠를 유튜브, 아프리카TV 등 개인 채널에 제공하는 활동 및 그로 인해 발생한 부가수익을 창출하는 활동

## 3. 고용형태의 정의

### 1) 정규직

- ▶ 인사규정에 의해 채용되었으며, 1년 이상 근로계약 체결자, 전일제 근로자, 계속 근무 가능한 종사자 (자영업자, 무급가족종사자, 임원 포함)

### 2) 비정규직

- ▶ 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직(프리랜서), 일용직, 아르바이트(파트타임), 훈련생, 인턴 등

### 3) 프리랜서

- ▶ 특정 기업, 단체, 조직 등에 전담하지 않고 자신의 기술과 능력을 이용해 사회적으로 독립적인 개인 사업자를 의미. 비정규직 이외의 인력

## 4. 사업영역의 정의

### 1) 매니지먼트 사업

- ▶ 크리에이터 관리 등 창작자들의 전반적인 활동을 지원

### 2) 교육 사업

- ▶ 아카데미 개설 등 신규 크리에이터 발굴 및 육성

### 3) 크리에이터 지원

- ▶ 제작비/인력 지원, 법률/세무 지원, 장비/스튜디오 대여 등

#### 4) 마케팅

- ▶ 컨설팅, 광고주 개발, 사업 파트너, 제휴사 발굴

#### 5) 프로덕션 및 IP 사업

- ▶ 오리지널 콘텐츠 기획/제작, MD 상품개발 등

### 5. 해외시장 진출단계의 정의

#### 1) 글로벌초보기업

- ▶ 해외 진출 역량 일부를 보유한 기업으로 상시수출을 진행한다고 보기 어려운 단계

#### 2) 글로벌유망기업

- ▶ 상시 수출을 진행하는 단계로서, 수출확대 가능성이 높아 다양한 수준의 지원 프로그램 추천이 필요한 단계

#### 3) 글로벌선도기업

- ▶ 해외 마케팅 인력 등이 충분히 확보되어있어 해외 네트워크 구축 등 선별적 프로그램 지원이 필요한 단계

#### 4) 글로벌강소기업

- ▶ 기술개발 및 브랜드화 등 심화 수준의 지원이 필요한 단계

### 6. 지원정책의 정의

#### 1) 1인 미디어 창작자 육성

- ▶ 교육과 멘토링을 통해 크리에이터 육성

2) 1인 미디어 콘텐츠 제작 지원

- ▶ 제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등으로 콘텐츠 제작을 지원

3) 1인 미디어 콘텐츠 유통 지원

- ▶ 홍보, 마케팅, 해외진출 도움 등 콘텐츠의 전반적인 유통을 지원

4) 1인 미디어 제작 인프라 지원

- ▶ 사무 공간, 스튜디오, 장비 등을 제공하여 콘텐츠 제작 인프라를 지원

5) 1인 미디어 창업 지원

- ▶ 신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등 창작자의 창업을 지원

6) 1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원

- ▶ 크리에이터들이 참가할 수 있는 행사를 기획하고 개최

## 7. 콘텐츠 장르의 정의

1) 라이프스타일

- ▶ 라이프스타일, 뷰티/패션, 동물/펫, 스포츠/건강

2) 엔터테인먼트

- ▶ 엔터테인먼트, 인물/유명인

3) 문화예술

- ▶ 영화/애니메이션

4) 정보전달

- ▶ 차/배/바이크, 경제/금융/재테크, 뉴스/정치/이슈, 교육/강의

## 5) 취미 등

- ▶ 키즈, 취미, 여행/아웃도어, 기타 장르

## 8. 기타 용어 정의

### 1) 브랜드드 콘텐츠

- ▶ 광고주가 SNS 크리에이터에게 대가를 주고 생산한 결과물

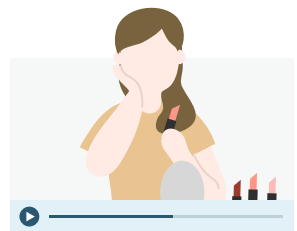
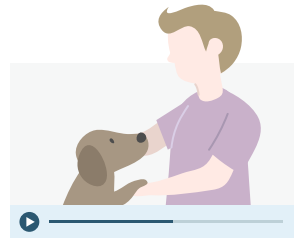
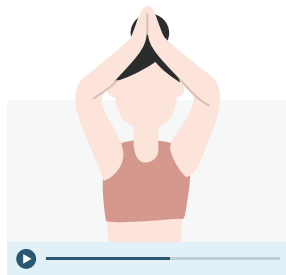
### 2) MCN사

- ▶ Multi Channel Networks의 약자로, 1인 창작자가 만든 영상 콘텐츠를 관리·지원하면서 수익을 공유하는 사업



2  
PART

조사표





# 1인 미디어 산업 실태조사(창작자)

안녕하십니까? 과학기술정보통신부와 한국전파진흥협회에서는 국내 1인 미디어 유관 사업체와 창작자를 대상으로 「1인 미디어 산업 실태조사」를 실시하고 있습니다.

1인 미디어 산업의 규모, 수익현황, 근로환경 등을 파악하여, 그 결과를 관련 경영 전략 수립, 연구 활동 등에 필요한 기초정보로 활용하고자 합니다.

응답 내용은 통계목적으로만 사용되며, 통계법 제33조에 의해 절대 비밀이 보장됨을 약속드립니다. 바쁘시더라도 정확한 조사가 이루어질 수 있도록 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

2021년 7월

☞ 조사 관련 문의사항은 아래 조사기관 담당자에게 연락 주시기 바랍니다.

- 주관기관 : 한국전파진흥협회 / ■ 조사기관 : (주)케이스탯리서치  
 ■ 담당자 : (주)케이스탯리서치 최혜진 과장 (02-6188-6045)

## 통계법 제33조(비밀의 보호 등)

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

- ✓ 본 조사의 기준시점은 2020년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일입니다.  
 특별한 응답 지시문이 없을 경우, 모든 응답은 2020년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
- ✓ 1인 미디어란 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 개인이 주체가 되어 시청각 콘텐츠가 공유 또는 제공 되는 서비스를 의미합니다.
- ✓ 1인 미디어 창작자란 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 시청각 콘텐츠를 기획, 제작, 유통하는 개인 또는 법인을 의미합니다.
- ✓ 본 실태조사에서 정의하는 「1인 미디어 창작자」의 범위는 다음과 같이 분류되며, 본 조사에서는 1인 미디어 채널을 운영하고 콘텐츠를 공급하여 연간 일정 규모의 매출이 발생한 ① 일반 개인 창작자와 ② 중소·자영업자를 대상으로 조사범위를 한정합니다.

대분류	중분류	정의
창작자	개인 창작자	1인 또는 소규모 집단이 인터넷 기반의 다양한 주제의 영상 콘텐츠 등을 창작하고, 이를 영상 플랫폼에 업로드하여 시청자에게 유통하는 자
	단체, 법인 창작자	비영리단체, 제조업, 서비스업, 기타사업을 행하는 자로 온라인 비디오공유 플랫폼에 채널 또는 계정을 개설하여 시청각 콘텐츠를 제공하는 자



A4. 귀하께서 **주로 이용하고 있는 플랫폼**은 무엇입니까? **한 가지만** 선택해 주십시오.

- ① 유튜브      ② 아프리카TV      ③ 트위터      ④ 네이버TV      ⑤ 인스타그램  
 ⑥ 틱톡      ⑦ 페이스북      ⑧ 카카오톡      ⑨ 기타(      )

A5. 귀하께서 플랫폼[A4 응답값]을 선택하신 이유는 무엇입니까? (      )

- ① 이용자가 많아서      ② 플랫폼 이미지가 좋아서      ③ 콘텐츠 특성(장르 등)에 맞아서  
 ④ 수익 창출이 용이해서      ⑥ 기타(      )

## B. 채널 보유 및 콘텐츠 제공 현황

2020년 12월 말 기준 개인 계정으로 보유하고 있는 플랫폼 중, 주 이용 플랫폼에 대해 응답해주세요.

B1. 귀하는 주 이용 플랫폼[A4 응답값]에 몇 개의 채널을 보유하고 계십니까?

- ① 1개      ② 2개      ③ 3개 이상(      개)

B2. 귀하께서 보유하고 있는 채널 현황에 대해 응답해주시기 바랍니다.

B2-1. 수익순위	B2-2. 채널명	B2-3. 개설일(가입일)	B2-4. 구독자수	B2-5. 구독자의 주요 연령대	B2-6. 콘텐츠 업로드(방송) 주기
1순위		년 월	명	① 10대 이하 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상	① 월간 ② 격주 ③ 주1회 ④ 주2~3회 ⑤ 주4~5회 ⑥ 매일 ⑦ 비정기
2순위		년 월	명	① 10대 이하 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상	① 월간 ② 격주 ③ 주1회 ④ 주2~3회 ⑤ 주4~5회 ⑥ 매일 ⑦ 비정기
3순위		년 월	명	① 10대 이하 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상	① 월간 ② 격주 ③ 주1회 ④ 주2~3회 ⑤ 주4~5회 ⑥ 매일 ⑦ 비정기

B2-6. 귀하께서는 구독자 확보를 위해 주로 어떤 활동을 하십니까? 우선순위로 **2가지**만 선택해 주십시오.

◆ 1순위 (      )      ◆ 2순위 (      )

- ① 영상을 자주 업로드 함      ② 채널 주제와 일관된 영상      ③ 눈에 띄는 썸네일(사진과 문구)  
 ④ 높은 영상 퀄리티      ⑤ 해시태그(검색) 최적화      ⑥ 상위노출/추천영상  
 ⑦ 화제성 높은 주제선정      ⑧ 기타(      )





1인 미디어산업 실태조사

C8-1. 그 이유는 무엇입니까? 우선순위로 **2가지**만 선택해 주십시오.

◆ 1순위 (     )	◆ 2순위 (     )
---------------	---------------

- ① 개인적으로 선호하는 장르라서      ② 화제성(대중성)이 높은 장르여서
- ③ 수익 발생 가능성이 높아서          ④ 콘텐츠 기획(또는 제작)이 쉬워서
- ⑤ 시청자와 소통이 쉬워서              ⑥ 전문성이 있는 분야라서
- ⑦ 경력개발 가능성이 있어서          ⑧ 기타(            )

C9. 2020년 1년간 귀하께서 [B2-1의 1순위] 채널을 활용해 경험한 활동을 **모두** 선택하여 주십시오.

- ① 라이브방송      ② 라이브커머스      ③ 1분 이내 영상      ④ 기타(     )

C10. 귀하의 콘텐츠 이용자의 거주 국가 비중은 어떻게 됩니까?

비중	국내이용자	해외이용자
100%	%	%

(→국내 이용자 비중이 100인 경우, C11로 이동)

C10-1. (해외이용자 비중이 1% 이상인 경우)해외이용자의 거주 국가는 어디입니까? **모두** 선택하여 주십시오.

- ① 중국    ② 대만    ③ 일본    ④ 동남아시아(인도네시아, 태국, 베트남 등)    ⑤ 중남미
- ⑥ 북미    ⑦ 유럽    ⑧ 기타(     )

C11. 귀하는 해외시장에 콘텐츠를 제공하고 있습니까? (     )

※ 유튜브 등 오픈된 플랫폼에 콘텐츠를 업로드하여 국가와 상관없이 소비되는 경우는 제외

- ① 예(     년부터 제공)
- ② 제공 예정(     년 후 제공예정) (→C12로 이동)
- ③ 제공 계획 없음 (→D1로 이동)

C11-1. 현재 제공하고 있는 국가는 어디입니까? **모두** 선택하여 주십시오.

- ① 중국    ② 대만    ③ 일본    ④ 동남아시아(인도네시아, 태국, 베트남 등)    ⑤ 중남미
- ⑥ 북미    ⑦ 유럽    ⑧ 기타(     )

C11-2. 해외시장에서 발생한 수익은 얼마입니까?

구분	수익 합계
2019년	만원
2020년	만원

※ 최초수익 발생일이 2020년일 경우 2019년은 '없음' 또는 '-'로 입력해주세요.

C12. 해외시장 진출 시 발생하는 애로사항은 무엇입니까? ( )

- ① 자막 또는 번역 등 재편집에 대한 시간 및 비용 부담
- ② 해당 국가의 문화 또는 정서적 차이
- ③ 각종 규제에 인한 시장 진입의 어려움
- ④ 해외 시장 분석 정보 부족
- ⑤ 채널 홍보 미흡
- ⑥ 언어적 장벽
- ⑦ 기타( )

## D. 콘텐츠 제작 인프라

D1. 2020년 1년 동안 콘텐츠 제작을 위해 귀하께서 **새롭게 구매한** 장비나 소프트웨어를 **모두** 선택해 주십시오.

- ① 카메라
- ② 웹캠(스트리밍용)
- ③ 액션캠
- ④ 헬리캠
- ⑤ 마이크
- ⑥ 조명
- ⑦ 삼각대
- ⑧ 짐벌
- ⑨ 프로그램(정기결제 사이트 등)
- ⑩ 클라우드 서버
- ⑪ 데스크탑(노트북)
- ⑫ 기타( )
- ⑬ 없음

D2. 2020년 1년 동안 콘텐츠 제작을 위해 대여하고 있는 장비나 소프트웨어가 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오(→D3로 이동)

D2-1. 대여해서 사용하고 있는 장비나 소프트웨어를 **모두** 선택해 주십시오.

- ① 카메라
- ② 웹캠(스트리밍용)
- ③ 액션캠
- ④ 헬리캠
- ⑤ 마이크
- ⑥ 조명
- ⑦ 삼각대
- ⑧ 짐벌
- ⑨ 프로그램(정기결제 사이트 등)
- ⑩ 클라우드 서버
- ⑪ 데스크탑(노트북)
- ⑫ 기타( )

D2-2. 주로 어디서 대여하고 있습니까?

- ① 정부·지자체·공공기관
- ② 민간
- ③ 기타( )

D3. 2020년 1년간 콘텐츠 제작을 위해 **주로 활용한 공간**은 어디입니까?

- ① 집(→E1로 이동)
- ② 개인 소유공간(사무실/스튜디오)
- ③ 대여공간(사무실/스튜디오/카페 등)
- ④ 기타( )

D3-1. (D4의 ②~④응답자) 2020년 1년간 **공간 활용을 위해 지불 한 비용**은 얼마입니까? ( )만원

※ 임대료 등 월 관리 비용 × 12개월로 계산하여 응답해주세요.

### E. 창작자 활동 현황

E1. 귀하는 MCN사\*사에 소속되어 활동하고 있습니까? ( )

- ① 예
- ② 아니오(→E2로 이동)

※ MCN사(Multi Channel Networks) : 1인 창작자가 만든 영상 콘텐츠를 관리·지원하면서 수익을 공유하는 사업

E1-1. 소속된 MCN사명은 무엇입니까? ( )

- ① DIA TV
- ② 트레져헌터
- ③ 콜랩코리아
- ④ 레페리
- ⑤ 샌드박스
- ⑥ 메이커스
- ⑦ 비디오빌리지
- ⑧ 제다이
- ⑨ 미디어 자몽
- ⑩ 기타 ( )

E1-2. MCN사와 계약 시, 계약서 작성을 하셨습니까? ( )

- ① 계약서 작성(→E1-4로 이동)
- ② 구두계약(→E1-4로 이동)
- ③ 계약 안 함(→E1-3로 이동)

※ 계약서란 고용조건, 수수료 지급기준, 저작권, 창작기준 등의 항목이 포함되어 갑과 을이 한 부씩 보유하고 있는 것을 말함

E1-3. 계약하지 않는다면, 어떤 방식으로 소속되어 일하고 계십니까? 구체적으로 적어주세요.

---



---

※ 예시 : 콘텐츠 제작, 인프라 지원 등 창작자 활동 필요시 일부분만 별도 활용

E1-4. 2021년 6월 말 현재 MCN사와 귀하의 수익 배분율은 어떻게 되시나요?

구분	소속사	본인	합계
단위(%)	%	%	100%

E1-5. MCN사에 소속되어 1인 미디어 창작자 활동을 하시는 이유는 무엇입니까?

우선순위별로 2가지만 선택해 주십시오. (→응답 후 E3로 이동)

◆ 1순위 ( )	◆ 2순위 ( )
-----------	-----------

- ① 수익 안정적
- ② 인프라(시설/장비, 인력) 활용
- ③ 콘텐츠 기획 시 도움
- ④ 해외 진출 용이
- ⑤ 컨설팅, 교육, 법률/세무 자문
- ⑥ 광고·홍보·마케팅
- ⑦ 파트너/제휴사 발굴
- ⑧ 라이브커머스 지원
- ⑨ 기타( )

E2. MCN사에 소속되지 않고 개인으로 활동하는 이유는 무엇입니까? ( )

- ① 적당한 MCN사를 찾지 못함
- ② 아직 시도하지 않았지만 향후 가입 생각 있음
- ③ MCN사 가입 생각 없음(→F1로 이동)

E3. MCN사 가입 시 주요 고려사항은 무엇입니까? **한 가지만** 선택해 주십시오. ( )

- ① 인지도                      ② 제작지원                      ③ 홍보·마케팅 지원                      ④ 행정지원  
 ⑤ 수익배분                      ⑥ 기업 성장 가능성                      ⑦ 법률·컨설팅 지원                      ⑧ 기타( )

## F. 직업만족도

F1. **현재** 창작자라는 **직업에 대한 만족도**는 어떻습니까? ( )

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

F2. **이전 직업**(부업일 경우 현재 직업)과 **비교**하였을 때 창작자로서의 **직업만족도**는 어떻습니까? ( )

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

F3. 창작자로서의 **업무환경에 대한 만족도**는 어떻습니까? ( )

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

F4. 창작자라는 직업을 통해 얻어지는 **경제적 요소에 대한 만족**은 어떻습니까? ( )

매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

F5. 창작자라는 직업에 대한 **사회적 평판**은 어떻습니까? ( )

매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

F6. 귀하는 향후 1년 이내 창작자 **직업의 발전 가능성**에 대해 어떻게 생각하십니까? ( )

매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

F7. 귀하는 향후 1년 이내 창작자라는 **직업을 지속할 가능성**이 있습니까? ( )

매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤



G2-3. 지원정책에 대한 만족 또는 불만족, 참여 시 불편했던 점, 개선사항 등을 자유롭게 작성해 주십시오.

---

---

G3. 1인 미디어 산업 지원정책 중 **귀하에게 필요한 정책**은 무엇입니까? 우선순위별로 **3가지**만 선택해 주십시오.

◆ 1순위 (     )	◆ 2순위 (     )	◆ 3순위 (     )
---------------	---------------	---------------

- ① 장비 지원(→G3-1로 이동)
- ② 사무 공간 지원(→G3-2로 이동)
- ③ 제작 공간(스튜디오) 지원(→G3-2로 이동)
- ④ 제작비 지원
- ⑤ 교육 지원(→G3-3로 이동)
- ⑥ 창업 지원
- ⑦ 기타(     )
- ⑧ 필요한 지원정책 없음(→G3-4로 이동)

G3-1. (① 응답자) 장비명 또는 사양(모델명) 등 지원이 필요한 내용을 구체적으로 작성해 주십시오.

---

---

G3-2. (②, ③ 응답자) 공간 규모, 임대료(월 대여료) 등 지원이 필요한 내용을 구체적으로 작성해 주십시오.

---

---

G3-3. (⑤ 응답자) 희망 커리큘럼 등 지원이 필요한 내용을 구체적으로 작성해 주십시오.

---

---

G3-4. (⑧ 응답자) 지원정책이 필요하지 않은 이유는 무엇인지 구체적으로 작성해 주십시오.

---

---

G4. 추가로 1인 미디어 산업 활성화를 위해 필요하다고 생각하는 지원정책이나 제안하고 싶은 사항을 자유롭게 작성해 주십시오.

---

---

◇ 응답자 특성

DQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남성                      ② 여성

DQ2. 귀하가 현재 거주하시는 지역은 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

DQ3. 귀하의 나이는 만으로 어떻게 되십니까? (        )세

DQ4. 2020년 12월 말 기준 귀하는 1인 미디어 창작자 활동을 전업으로 하십니까?

- ① 예                                      ② 아니오(⇒DQ4-2로 이동)

DQ4-1. 그렇다면 1인 미디어 창작자로 활동하기 전 귀하의 직업은 무엇이었습니까? (⇒DQ5로 이동)

- ① 농/임/어업                      ② 자영업                      ③ 판매/영업/서비스직                      ④ 생산/기능/노무직  
 ⑤ 사무/관리/전문직                      ⑥ 전업주부                      ⑦ 학생                                      ⑧ 무직/퇴직/기타

DQ4-2. 그렇다면 현재 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 농/임/어업                      ② 자영업                      ③ 판매/영업/서비스직                      ④ 생산/기능/노무직  
 ⑤ 사무/관리/전문직                      ⑥ 전업주부                      ⑦ 학생                                      ⑧ 무직/퇴직/기타

DQ5. 귀하의 월평균 소득은 대략 얼마입니까? (유튜브 수익, 광고수익 등 모두 포함)

- ① 100만 원 미만                      ② 100만 원 이상-200만 원 미만  
 ③ 200만 원 이상-300만 원 미만                      ④ 300만 원 이상-400만 원 미만  
 ⑤ 400만 원 이상-500만 원 미만                      ⑥ 500만 원 이상-600만 원 미만  
 ⑦ 600만 원 이상-700만 원 미만                      ⑧ 700만 원 이상-800만 원 미만  
 ⑨ 800만 원 이상-900만 원 미만                      ⑩ 900만 원 이상-1,000만 원 미만                      ⑪ 1,000만 원 이상

DQ6. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸 이하                      ② 전문대졸                      ③ 대졸                                      ④ 석박사

응답자 이름	E-mail	휴대폰번호
--------	--------	-------

개인정보 수집

- 개인정보의 수집·이용 목적 : 응답자 확인, 답례품 지급
- 수집하려는 개인정보의 항목 : 성명, 이메일, 전화번호
- 개인정보의 보유 및 이용기간 : 조사 종료 후 1년

DQ7. 위 개인정보 수집에 동의하십니까? 동의를 거부할 권리가 있으며, 동의 거부 시 개인정보를 별도 보관하지 않습니다.

- ① 동의함                                      ② 동의 안함

♣ 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다. ♣

# 1인 미디어 산업 실태조사(사업체)

안녕하십니까? 과학기술정보통신부와 한국전파진흥협회에서는 국내 1인 미디어 유관 사업체와 창작자를 대상으로 「1인 미디어 산업 실태조사」를 실시하고 있습니다.

1인 미디어 산업의 규모, 수익현황, 근로환경 등을 파악하여, 그 결과를 관련 경영 전략 수립, 연구 활동 등에 필요한 기초정보로 활용하고자 합니다.

응답 내용은 통계목적에만 사용되며, 통계법 제33조에 의해 절대 비밀이 보장됨을 약속드립니다. 바쁘시더라도 정확한 조사가 이루어질 수 있도록 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

2021년 7월

☞ 조사 관련 문의사항은 아래 조사기관 담당자에게 연락 주시기 바랍니다.

- 주관기관 : 한국전파진흥협회 /  조사기관 : (주)케이스탯리서치  
 담당자 : (주)케이스탯리서치 최혜진 과장 (02-6188-6045)

## 통계법 제33조(비밀의 보호 등)

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

- ✓ 본 조사의 기준시점은 2020년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일입니다.  
 특별한 응답 지시문이 없을 경우, 모든 응답은 2020년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오.
- ✓ 본 실태조사에서 정의하는 「1인 미디어 산업」은 다음과 같습니다.  
 - 1인 미디어 산업이란 “1인 미디어 콘텐츠의 생산과 유통을 통해 사회적이고 경제적인 가치가 창출되는 산업”을 의미하여, 다음과 같이 분야별로 구분이 가능합니다.

대분류	정의
영상 제작 및 제작지원	1인 미디어 콘텐츠를 직접 제작하거나 제작을 지원하는 기업 (채널관리 및 개인, 법인 채널에 대한 컨설팅 업무를 하는 기업도 포함)
광고·마케팅	1인 미디어 콘텐츠를 매개로 온라인 비디오 공유 플랫폼을 통해 광고 및 상업적 목적의 브랜드 콘텐츠 등을 유통, 거래하는 기업
매니지먼트 (MCN사)	온라인 비디오 공유 플랫폼 등에서 창작자의 콘텐츠 유통·판매·저작권 관리·광고 유치·투자 및 자금지원 등에 도움을 주고 콘텐츠로부터 나온 수익을 창작자와 나눠 갖는 미디어 기업
온라인 비디오 공유 플랫폼	1인 미디어 콘텐츠를 유통, 거래, 소비하는 플랫폼을 운영하는 부가통신사업자 또는 이에 준하는 사업자

## 0. 사업체 기본정보

1) 사업체명			2) 대표자명		
3) 설립연도			4) 전화번호		
5) 사업체 주소	(도로명 기준)				
6) 조직형태	① 법인사업체		② 개인사업체		③ 기타 (비영리 기관, 정부출연기관)
7) 사업자등록번호			8) 법인등록번호		
9) 총 매출액	2019년		백만원	10) 영업이익 (2020년)	
	2020년(A)		백만원		백만원
11) 총 종사자수	2019년				명
	2020년				명
12) 상장여부(계획) (거래소, 코스닥 등)	① 상장	상장년도 _____ 년 상장시장 : ① 코스피    ② 코스닥    ③ 코넥스			
	② 비상장	향후 상장 계획 : ① 있다 ( _____ 년)    ② 없다			

## A. 일반현황 및 경영현황

A1. 귀사는 언제부터 1인 미디어 산업에 참여하고 있습니까? \_\_\_\_\_년부터 참여

A1-1. 귀사가 참여하고 있는 1인 미디어 산업을 구체적으로 작성해주시기 바랍니다.

---



---

A2. 귀사에서 현재 참여하고 있는 1인 미디어 산업 **주요분야**는 대분류 기준으로 무엇입니까?(     )

- ① 영상 제작 및 제작지원                      ② 광고-마케팅                      ③ 매니지먼트(MCN사)  
 ④ 온라인 비디오 공유 플랫폼              ⑤ 기타(구체적으로:     )

A2-1. (A2 ② 광고-마케팅 응답자) 귀사에 광고를 의뢰하는 주 고객사의 업종은 무엇입니까? 비중이 높은 순서로 3개만 선택하여 주십시오.

◆ 1순위 (     )                      ◆ 2순위 (     )                      ◆ 3순위 (     )

- ① 금융보험증권                      ② 노트북, 휴대폰 등 전자전자                      ③ 식품음료  
 ④ 의료-제약                      ⑤ 건설                      ⑥ 화장품 및 보건용품  
 ⑦ 관공서 및 단체                      ⑧ 게임                      ⑨ 기타(구체적으로:     )

A3. 아래 세부 산업 분야로 볼 때 귀사에서 참여하고 있는 1인 미디어 **세부 산업 분야**는 무엇입니까? **모두** 선택하여 주십시오.

- ① 영상 제작 및 제작지원                      ② 1인 미디어 광고 및 중개  
 ③ 매니지먼트(MCN사)                          ④ 해외 플랫폼(방송, 스트리밍 등)  
 ⑤ 국내 플랫폼(방송, 스트리밍 등)          ⑥ 라이브커머스 전문 플랫폼      ⑦ 기타(구체적으로:                      )

A4. 귀사는 1인 미디어 산업의 **성장단계** 중 어느 단계에 있다고 보십니까? (      )

- ① 창업기 : 제품 및 서비스를 개발, 준비하는 단계  
 ② 초기성장기 : 제품 및 서비스가 출시되어 매출이 처음 발생하는 단계  
 ③ 고도성장기 : 제품 및 시장이 확대되고 매출이 급증하는 단계  
 ④ 성숙기 : 경쟁이 심화되고 성장이 안정되는 단계  
 ⑤ 쇠퇴기 : 기업 활동이 정체되거나 철수가 고려되는 단계

A5. 귀사의 1인 미디어 관련 매출액을 응답해 주시기 바랍니다.

대분류	세부매출 분야	사업 참여 여부	기준연도	
			2019년	2020년
영상 제작 관련 매출	영상 제작	1 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	영상 제작 대행	2 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	기타(수출, 유통, 2차 생산품 등으로 발생한 매출)	3 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	소계		백만원	백만원
광고 제작· 대행 관련 매출	광고제작, 대행 및 중개수입	4 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	브랜드 채널 육성 및 관리 대행수입	5 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	기타(수출, 유통, 2차 생산품 등으로 발생한 매출)	6 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	소계		백만원	백만원
매니지먼트 관련 매출	광고수익(브랜드콘텐츠, PPL 및 플랫폼광고 등)	7 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	상품 및 제품 판매수익(굿즈 등)	8 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	1인 미디어 및 창작자 육성(교육 등)	9 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	디지털 콘텐츠 판매, 유통, 저작권	10 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	기타(기부금, 2차 생산품 등)	11 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
소계		백만원	백만원	
플랫폼 관련 매출	수수료(매출, 신용카드 결제 등)	12 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	광고비	13 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	회원 가입비	14 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	기타(수출, 유통, 2차 생산품 등으로 발생한 매출)	15 <input type="checkbox"/>	백만원	백만원
	소계		백만원	백만원
1인 미디어 산업 매출액 합계(B)			백만원	백만원

※ 1인 미디어 산업 매출액 합계(B) ≤ 기업의 총매출액(A)

## B. 인력 현황

B1. 2020년 12월 말 기준 귀사의 전체 종사자 중 고용형태별×성별 1인 미디어 산업 관련 종사자 현황은 어떻게 되십니까?

성별	1) 정규직	2)비정규직	합계	3)프리랜서
남자	명	명	명	명
여자	명	명	명	명
합계(C)	명	명	명	명

※ 해당 내용이 없을경우 '0'으로 기입

- 정규직 : 인사규정에 의해 채용되었으며, 1년 이상 근로계약 체결자, 전일제 근로자, 계속근무 가능한 종사자 (자영업자, 무급가족종사자, 임원은 정규직에 포함)
- 비정규직 : 1년 미만의 계약직 근로자, 파견직(프리랜서), 일용직, 아르바이트(파트타임), 훈련생, 인턴 등
- 프리랜서 : 특정 기업, 단체, 조직 등에 전담하지 않고 자신의 기술과 능력을 이용해 사회적으로 독립적인 개인 사업자를 의미. 비정규직 이외의 인력을 의미

B2. 2020년 12월 말 기준 귀사의 전체 종사자 중 직무별 1인 미디어 산업 관련 종사자 현황은 어떻게 되십니까?

구분	기획·영업·마케팅	제작·개발·디자인	광고·홍보	매니지먼트	그 외 직무	합계(D)
합계	명	명	명	명	명	명

※ 각 구분별 합계는 (C)의 합계와 일치(C=D=E=F)

### 〈보기〉 직무별 설명 및 예시업무

직무명	정의 및 예시업무
기획·영업·마케팅	· 1인 미디어 산업 관련 콘텐츠 영업 및 기획 등에 필요한 업무를 하는 인력 예시업무 : 영업, 전략·콘텐츠 기획, 시나리오, 캠페인 기획, 디지털 기획, 모델링 분석, MD, PR, 영업(해외영업), 마케팅, 마케터 등
제작·개발·디자인	· 1인 미디어 산업 관련 콘텐츠 제작 등에 필요한 업무를 하는 인력 예시업무 : 작가, 감독 및 기술감독, 영상 연출/촬영/녹화/편집/음향/조명 기사, 무대기사/기술사, Art Director, 온/오프라인 연계 디지털 콘텐츠 제작, 소프트웨어, 디지털 솔루션 및 서비스 개발, PD, 백엔드 개발, 프론트 엔드 개발 등
광고·홍보·유통	· 개인 각종 매체를 활용하여 1인 미디어 콘텐츠 유통에 필요한 광고 및 홍보 등의 업무를 하는 인력 예시업무 : 광고 및 홍보 업무 전반, 채널 관리, 스케줄 지원 등
매니지먼트	· 창작자(크리에이터)를 발굴 및 각종 활동을 지원하는 업무를 하는 인력 예시업무 : 파트너십 매니저(창작자 발굴, 콘텐츠 기획/분석/관리) 창작자 업무 지원, 콘텐츠 운영 매니저 등
그 외 직무	· 기타 1인 미디어 사업 관련 업무를 하는 인력 중 명시되지 않은 업무를 하는 인력 예시업무 : 교육, 컨설팅, 노무, 회계, 재무, 법무, 경영, 인사 등

B3. 2020년 12월 말 기준 귀사의 전체 종사자 중 연령별 1인 미디어 산업 관련 종사자 현황은 어떻게 되십니까?

연령별	20대 이하	30대	40대	50대 이상	합계(E)
합계	명	명	명	명	명

※ 각 구분별 합계는 (C)의 합계와 일치(C=D=E=F)

B4. 2020년 12월 말 기준 귀사의 전체 종사자 중 **학력별** 1인 미디어 산업 관련 종사자 현황은 어떻게 되십니까?

연령별	고졸	전문대졸	대졸	석박사 이상	합계(F)
합계	명	명	명	명	명

※ 각 구분별 합계는 (C)의 합계와 일치(C=D+E=F)

B5. 1인 미디어 산업과 관련하여 이미 **채용을 하였거나 채용할 예정** 있는 인력은 몇 명입니까?

직무별 인력 구분	2020년 1년간 채용인력 (명)					2022년 1년간 채용예정인력 (명)				
	합계	경력유무별		고용형태별		합계	경력유무별		고용형태별	
		경력직	신입직*	정규직	비정규직		경력직	신입직*	정규직	비정규직
기획·영업·마케팅										
제작·개발·디자인										
광고·홍보·유통										
매니지먼트										
그 외 직무										
<b>전체</b>										

\* 신입직은 직장 경력이 1년 미만인 경우를 의미합니다.

B6. 귀사에서 1인 미디어 산업 인력 **채용 시 가장 중요하게 고려되는** 항목은 무엇입니까? 중요한 순서대로 **2개만** 작성하여 주십시오.

◆ 1순위 ( )      ◆ 2순위 ( )

- ① 학력
- ② 전공
- ③ 전문성(산업에 대한 이해도)
- ④ 관련 업무 경험
- ⑤ 외국어 능력
- ⑥ 인성
- ⑦ 자격증
- ⑧ 데이터 분석 및 활용 능력
- ⑩ 공모전 입상 경험
- ⑪ 트렌드 이해도
- ⑫ 기타 ( )

B7. 귀사에서 1인 미디어 산업 관련 인력 **채용 시 경험한 애로사항**은 무엇입니까? 중요한 순서대로 **2개만** 작성하여 주십시오.

◆ 1순위 ( )      ◆ 2순위 ( )

- ① 회사에서 원하는 업무능력을 가진 지원자를 찾기 어려움
- ② 회사에서 필요로 하는 전공교육을 받은 지원자를 찾기 어려움
- ③ 회사에서 제시하는 근로조건보다 지원자들의 높은 근로조건 요구
- ④ 지원자에 대한 정보 부족으로 우수 인력 여부 판단이 어려움
- ⑤ 관련 분야의 인력 풀 부족
- ⑥ 기타 (구체적으로: )

### C. 사업 현황

매니지먼트(MCN사) 분야의 사업의 경영 현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

C1. 1인 미디어 산업과 관련된 귀사의 **전체 사업영역** 및 **주력하고 있는 사업영역**은 무엇입니까?

구분	C1-1 전체 사업영역 (복수응답)	C1-2 주력 사업영역 (단수응답)
1) 매니지먼트 사업(크리에이터 관리)	①	①
2) 교육사업(아카데미, 신규크리에이터 발굴 및 육성)	②	②
3) 크리에이터 지원(제작비/인력지원, 법률/세무 지원, 장비/스튜디오 대여 등)	③	③
4) 마케팅(컨설팅, 광고주 개발, 사업 파트너, 제휴사 발굴)	④	④
5) 프로덕션 및 IP사업(오리지널 콘텐츠 기획/제작, MD 상품개발 등)	⑤	⑤
6) 기타 (구체적으로: _____)	⑥	⑥

※ 주력 사업영역이란 매출 비중이 가장 크거나, 매출이 발생하지 않더라도 귀사에서 주력으로 선택한 영역을 말합니다.

C2. 귀사의 **주 수익모델**은 다음 중 어떤 것입니까? (     )

- ① 자체 콘텐츠 기획 및 제작
- ② 광고 기획 및 세일즈
- ③ MCN사 관련 비즈니스 사업
- ④ 기타(구체적으로: \_\_\_\_\_)

C2-1. 아래 세부 사업영역으로 볼 때 귀사에서 **수익이 발생**하고 있는 영역을 **모두** 선택하여 주십시오.

- ① 오리지널 콘텐츠 제작
- ② 브랜드 콘텐츠 제작
- ③ 자체 IP 상품기획/판매
- ④ 출연료(라이브커머스 등)
- ⑤ 컨설팅/교육
- ⑥ 기업 채널 기획/제작 대행
- ⑦ 기업 채널 운영 대행
- ⑧ 기타(구체적으로: \_\_\_\_\_)

C3. 귀사에 **창작자(크리에이터)**가 소속되어 있습니까? (     )

- ① 예
- ② 아니오(→라이브커머스 사업을 할 경우 C4로 이동)

C3-1. 귀사에 소속되어 있는 **창작자(크리에이터)**수 **현황**에 대하여 응답해 주십시오.

구분	2020년 12월 말 기준 현원	2020년 1년간 신규 영입 창작자 수
창작자 수	명	명

C3-2. 귀사에 소속되어 있는 창작자(크리에이터)의 **콘텐츠 장르별 분포 현황**에 대하여 응답해 주십시오.

콘텐츠장르	문화/예술	라이프스타일	엔터테인먼트	정보전달	푸드/쿠킹	IT/기술/과학	취미	합계
비중	%	%	%	%	%	%	%	100%

C3-3. 귀사에 소속되어 있는 창작자(크리에이터)의 **계약형태**에 대하여 응답해 주십시오.

구분	전속계약	파트너십	근로종사자	기타( )	합계
비중	%	%	%	%	100%

C3-4. 귀사는 소속되어 있는 창작자(크리에이터)와 **수익**을 어떻게 나누고 있습니까?

구분	오리지널 콘텐츠 제작	브랜드 콘텐츠 제작	동영상 채널 관리	PPL/협찬	라이선스 비즈니스	출연료	기타 ( )
회사							
창작자							
비중	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

라이브커머스 플랫폼 분야의 사업현황에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

C4. 귀사의 라이브커머스 플랫폼에 가입되어있는 사업자(개인 및 개인/법인 사업자 포함)는 총 몇 개입니까?

구분	개인	개인 사업자	법인 사업자	합계
가입 사업자 수	개	개	개	개

C5. 귀사의 라이브커머스 플랫폼에서 **제공하는 서비스**에 대해 **모두** 응답해 주십시오.

- |                           |                |
|---------------------------|----------------|
| ① 라이브 스트리밍                | ② 실시간 커뮤니케이션   |
| ③ 쇼호스트 매칭                 | ④ 영상종료 후 광고 홍보 |
| ⑤ 간편결제 서비스                | ⑥ 상품 배송        |
| ⑦ 메인 배너에 판매 일정 및 제품 노출 광고 | ⑧ 해외 수출 인프라 제공 |
| ⑨ 기타( )                   |                |

C6. 귀사의 라이브커머스 플랫폼 서비스에서 발생하는 **매출액 유형별 비중**은 어떻게 됩니까?

구분	매출의 일정 비율	클릭수	조회수	실시간 View수	신용카드 수수료	입점사 회원 가입비	기타	합계
비중	%	%	%	%	%	%	%	100%

C7. 가입된 사업자(개인 및 개인/법인 사업자 포함)의 **판매 제품 카테고리별 분포**는 어떻게 됩니까?

구분	식품	공산품	의류	잡화	가전제품	IT/기술/과학	취미	합계
비중	%	%	%	%	%	%	%	100%





## 1인 미디어산업 실태조사

다음은 1인 미디어 콘텐츠 제작 장비 현황에 대한 질문입니다.

D6. 귀사에서 1인 미디어 콘텐츠 **제작에 필요한 장비를 보유하고** 있습니까? ( )

- ① 모두 보유(→D6-1로 이동)      ② 일부 보유(→D6-1로 이동)      ③ 미보유(→D6-2로 이동)

※ 모두 보유는 대여/임대를 제외한 보유를 의미

D6-1. 귀사에서 보유하고 있는 장비는 무엇입니까?(→응답 후 D6-2로 이동)

---

---

D6-2. 귀사에서 대여/임대하고 있는 장비는 무엇입니까?(→응답 후 D6-3로 이동)

---

---

※ 대여/임대하고 있는 장비가 없을 경우 '없음'이라고 기재

D6-3. 귀사에서 1인 미디어 콘텐츠 제작 시 필요한 장비를 어떻게 조달하십니까?

---

---

※ 대여/임대하고 있는 장비가 필요 없을 경우 '없음'이라고 기재

다음은 1인 미디어 콘텐츠 제작 장소 보유 현황에 대한 질문입니다.

D7. 귀사는 1인 미디어 **콘텐츠 제작에 필요한 스튜디오를 보유하고** 계십니까? ( )

- ① 보유      ② 미보유(→D8로 이동)

D7-1. 귀사에서 보유하고 계신 스튜디오의 규모는 얼마입니까? ( )㎡, ( )개

D7-2. 귀사는 스튜디오 대여사업을 하고 있습니까?

- ① 무료 대여 사업      ② 유료 대여 사업      ③ 하고 있지 않음

다음은 1인 미디어 콘텐츠 제작 인력 보유 현황에 대한 질문입니다.

D8. 귀사는 1인 미디어 콘텐츠 제작에 필요한 인력을 보유하고 계십니까? ( )

- ① 모두 보유                      ② 일부 보유                      ③ 미보유(→D8-2로 이동)

※제작인력이란 1인 미디어 산업 관련 콘텐츠 제작(촬영, 편집 등) 등에 필요한 업무를 하는 인력

D8-1. 귀사에서 보유하고 있는 인력을 모두 선택하여 주십시오.

- ① 촬영 감독                      ② 촬영 기사                      ③ 연출/제작 PD  
 ④ 작가                              ⑤ 편집기사(영상, 자막, CG 등)                      ⑥ 디자이너(영상, 폰트 등)  
 ⑦ 조명 엔지니어                      ⑧ 음향/녹음 기사                      ⑨ 기술(장비 설치, 중계 등)  
 ⑩ 소품                              ⑪ 의상/헤어/메이크업                      ⑫ 기타( )

D8-2. 귀사에서 1인 미디어 콘텐츠 제작 시 필요한 인력을 어떻게 확보하십니까?

## E. 지원정책 수요 현황

E1. 정부 또는 지자체, 공공기관이 추진하는 1인 미디어 산업 지원정책에 대해 얼마나 알고 계십니까?

구분	모른다	이름만 들어봤다	알고 있다	잘 알고 있다
1) 1인 미디어 창작자 육성(교육, 멘토링 등)	①	②	③	④
2) 1인 미디어 콘텐츠 제작 지원(제작비 지원, 콘텐츠 발굴 등)	①	②	③	④
3) 1인 미디어 콘텐츠 유통 지원(홍보/마케팅, 해외 진출 등)	①	②	③	④
4) 1인 미디어 제작 인프라 지원(사무 공간, 스튜디오, 장비 등)	①	②	③	④
5) 1인 미디어 창업 지원(신사업 발굴, 창업기업 입주 지원 등)	①	②	③	④
6) 1인 미디어 행사 개최 및 참가 지원	①	②	③	④

E2. 정부 또는 지자체, 공공기관이 추진하는 1인 미디어 산업 관련 지원정책에 참여한 경험이 있습니까? ( )

- ① 예                              ② 아니오(→E3로 이동)

E2-1 ~ E2-3. 가장 최근에 참여한 지원정책을 기준으로 작성해주시시오.

E2-1. 수행기관	① 정부                      ② 지자체                      ③ 공공기관                      ④ 기타( )
E2-2. 프로그램명	
E2-3. 참여 기간	( )년 ( )월 ~ ( )년 ( )월

1인 미디어산업 실태조사

E2-4. 1인 미디어 산업 **지원정책에 참여**하는 것이 사업을 함에 있어 **중요**하다고 생각하십니까? ( )

전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통	중요하다	매우 중요하다
①	②	③	④	⑤

E2-5. 1인 미디어 산업 지원정책에 참여하신 것이 귀사의 **사업에 도움** 되었습니까? ( )

전혀 도움되지 않음	도움되지 않음	보통	도움 됨	매우 도움 됨
①	②	③	④	⑤

E2-6. 귀사에서는 참여했던 1인 미디어 산업 **지원정책에 만족**하십니까? ( )

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
①	②	③	④	⑤

E3. 1인 미디어 산업 **활성화**를 위해 **필요한 지원**은 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 **3개만** 작성하여 주십시오.

◆ 1순위 ( )	◆ 2순위 ( )	◆ 3순위 ( )
-----------	-----------	-----------

- ① 제작비 지원
- ② 인프라 지원(장소대여, 장비 대여 등)
- ③ 홍보/마케팅 지원
- ④ 데이터 분석 지원
- ⑤ 저작권, 법률 관련 지원
- ⑥ 초기 크리에이터에 대한 관심과 지원
- ⑦ 기타( )

E4. 추가로 1인 미디어 산업 활성화를 위해 필요하다고 생각하는 지원정책이나 제안하고 싶은 사항을 자유롭게 기재해 주십시오.

---



---

♣ 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다. ♣

◆ 응답자 정보

응답자 이름	부서/직위	연락처
--------	-------	-----

\* 응답자 성명과 전화번호 등은 내용 검증 및 답례품 지급을 위해 필요한 사항이며, 외부에 공개되지 않습니다.