

2026 콘텐츠 소비전망

Content Industry Trend Brief 26-1호



목 차

- I. 서 론
- II. 콘텐츠 유형별 소비 전망
- III. 요약 및 시사점

요 약

- **(목적)** 미디어·플랫폼 환경을 고려하여 개인이 소비하는 콘텐츠를 온라인 콘텐츠 6개, 오프라인 콘텐츠 4개 등 총 10개 유형(OTT, TV, 유튜브, 음악, 게임, 웹툰·웹소설, 도서, 극장 영화, 대중음악 콘서트, 뮤지컬)로 분류하고, '26년 콘텐츠 소비량과 지출액을 조사·전망
- **(콘텐츠 소비 전망)** '26년 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 30.01시간으로 '25년 대비 0.50%(온라인 콘텐츠 +0.27%) 증가할 전망이며, 월평균 콘텐츠 소비 지출액은 32,744원으로 '25년 대비 +1.93%(온라인 콘텐츠 0.47%) 증가할 전망
 - '25년 대비 '26년 소비 시간은 도서(16.19%), 대중음악 콘서트(15.30%), 뮤지컬(13.95%), 극장 영화(9.25%), 음악 콘텐츠(1.60%), OTT 동영상 콘텐츠(1.57%), TV 시청(0.26%), 유튜브 동영상 콘텐츠(0.16%) 등이 증가할 것으로 전망됨
 - '25년 대비 '26년 소비 지출액 전년 대비 도서(5.24%), 게임 콘텐츠(3.83%), 유튜브 동영상 콘텐츠(2.54%), 대중음악 콘서트(1.15%), 음악 콘텐츠(0.15%) 등이 증가할 것으로 예상함
 - (세대별) 콘텐츠 소비시간 20~30대 감소, 50~60대 크게 확대 전망, 소비 지출액은 세대별로 상이함
 - (소득별) 300만원 미만 가구만 콘텐츠 소비시간 감소, 800만원 이상 가구 소비시간도 지출도 가장 크게 증가 전망
- **(시사점)** ① 콘텐츠 소비량 증가와 지출 감소 경향 속 오프라인 콘텐츠 중심의 소비 구조 확대 전망, ② 세대별로 콘텐츠 소비 확대 양상과 지출 변화가 상이하게 나타날 전망, ③ 소득 수준에 따른 문화 향유의 불균형이 심화될 가능성 제기

작성자

김민채

콘텐츠연구본부 한류경제연구센터 사업전문원

minchaek@kcti.re.kr | Tel : 02-2669-8929

I. 서 론

1. 목적 및 범위

□ (목적) 콘텐츠 유형별 '25년 소비 현황을 바탕으로 '26년 예상 소비를 전망

- (정책적 목적) 미디어·플랫폼 환경 변화에 따른 콘텐츠 소비 양상과 소비자의 연령, 소득, 지역별 콘텐츠 소비 격차 발생 여부를 진단하여 국민의 여가 활성화 및 콘텐츠산업 시장수요 확대를 위한 효과적인 정책지원 대상을 파악하고자 함
- (산업적 목적) 콘텐츠 소비 동향 분석을 통해 콘텐츠 유통 및 소비 시장에 대한 시사점을 제공함

□ (범위) 콘텐츠 유형은 OTT, TV, 유튜브, 음악, 게임, 웹툰·웹소설, 도서, 극장 영화, 대중음악 콘서트, 뮤지컬로 구분¹⁾

2. 자료 설명

□ 자료는 한국문화관광연구원에서 '25년 실시한 <콘텐츠 소비 현황과 전망 조사>에서 수집된 자료를 활용

- (조사 목적) 한국문화관광연구원은 '20년부터 국민의 문화·관광·콘텐츠 분야의 소비 현황 파악 및 소비 전망을 도출하기 위한 기초자료 수집을 목적으로 일반인 대상 설문조사를 실시해 옴
 - 2023년부터는 콘텐츠 분야의 자료 수집을 보강하기 위해 콘텐츠산업 특화 문항을 강화하였으며, 콘텐츠산업의 주요현안에 대응하기 위한 시의성 있는 부가조사를 매년 추가적으로 실시하고자 함
- (조사 내용) 자료는 ▲응답자 일반현황, ▲콘텐츠 소비 현황 및 전망, ▲콘텐츠 소비 부가조사로 구성되어 조사됨
 - (응답자 일반현황) 일반적인 인구통계학적 정보와 함께 가구 인원 수, 보유중인 미디어 전자 기기 등을 조사함
 - (콘텐츠 소비 현황 및 전망) 온라인 콘텐츠 6개(TV, OTT, 유튜브, 음악, 게임, 웹툰·웹소

1) 일반 국민의 여가소비 및 콘텐츠 소비 행태를 고려하여 조사 대상을 선정 및 소비 현황 파악하였으며, 구체적인 범위 설정은 한국문화관광연구원 「콘텐츠산업 동향 브리프」 23-3호 『2024 콘텐츠 소비 전망』 참고

설)와 오프라인 콘텐츠 4개(도서, 극장영화, 대중음악 콘서트, 뮤지컬)로 구분하여 각 분야의 이용 및 소비 특성을 조사함 콘텐츠의 이용·구독 형태, 콘텐츠 소비량(시간 및 횟수), 콘텐츠 지출액, 콘텐츠 소비 만족도 등에 대하여 조사함

- (조사방법) 전국 만20세~만64세 성인 남녀 2,000명을 대상으로 2025년 12월 11일~2025년 12월 16일에 걸쳐 구조화된 설문지를 이용한 웹 설문조사를 통해 자료를 수집함
 - 조사 표본은 성별, 연령, 지역을 표본추출 단위로 하여 층화 추출하였음
- (응답자 특성) 응답자의 연령·지역·소득 분포는 일반적인 조사·통계 자료에서 제공하는 인구통계학적 특징과 유사하게 나타남

〈표 1〉 응답자의 인구통계학적 특성

(%)

구분		비중/평균	구분		비중/평균	구분		비중
성별	여성	49.00	직업	관리직	6.85	거주 지역	서울	19.05
	남성	51.00		전문직	10.45		부산	6.05
연령	20대	17.55		사무직	35.20		대구	4.45
	30대	20.40		서비스직	7.60		인천	6.25
	40대	23.05		판매직	3.50		광주	2.80
	50대	26.40		농어업직	0.70		대전	2.80
	60대	12.60		기능직	4.50		울산	2.20
	평균(세)	43.95		단순노무직	3.65		세종	0.80
가구 소득	200만원 미만	6.75		프리랜서/파트타임	1.15		경기	27.70
	200~300만원 미만	10.65	주부	11.95	강원		2.70	
	300~400만원 미만	14.00	학생	5.20	충북		3.00	
	400~500만원 미만	13.80	직업 없음	9.15	충남		3.95	
	500~600만원 미만	13.25	기타	0.10	전북		3.15	
	600~700만원 미만	10.45	혼인 상태	미혼	39.85		전남	3.15
	700~800만원 미만	10.20		기혼	55.60		경북	4.60
	800~900만원 미만	6.55		이혼/사별	4.55		경남	6.05
	900~1,000만원 미만	4.95	가족 수(명)		2.79		제주	1.30
	1,000만원 이상	9.40	자녀 수(명)		1.79			

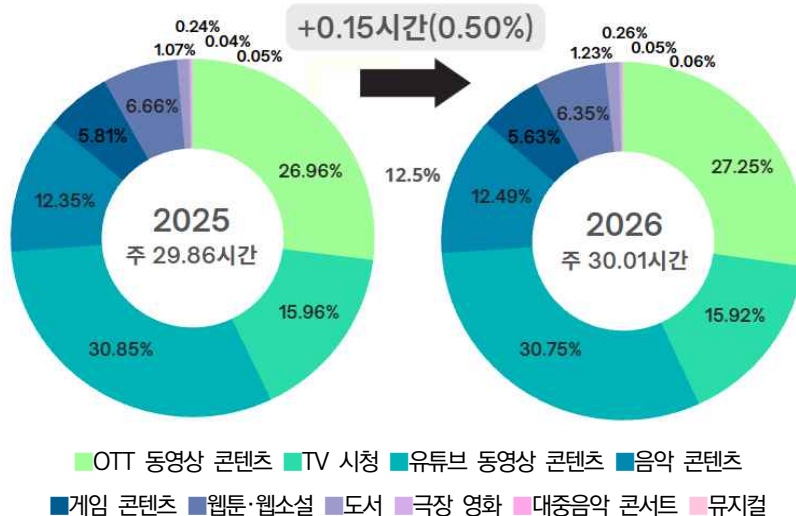
II. 콘텐츠 유형별 소비 전망

1. 콘텐츠 유형별 소비량 전망

□ 종합 결과

- '26년 전체 유형에 대한 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 30.01시간²⁾으로, '25년(29.86시간)에 비해 약 0.15시간(0.50%) 늘어날 것으로 전망됨

[그림 1] 주당 평균 콘텐츠 소비 시간 및 유형별 비중 변화



주: 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용횟수와 회당 소비 시간(도서 4시간, 극장영화 2시간, 대중음악 콘서트 및 뮤지컬 3시간)을 이용, 주당 소비시간을 산출한 후 온라인 콘텐츠 소비시간과 합산하여 계산함

- '26년 온라인 콘텐츠에 대한 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 29.52시간으로 '25년(29.44시간)에 비해 약 0.08시간(0.27%) 더 소비할 것으로 전망됨

□ 전체 표본 대상 콘텐츠 유형별 결과

- '26년 주당 콘텐츠 소비 시간은 유튜브 동영상 콘텐츠, OTT 동영상 콘텐츠, TV 시청 순으로 전망됨

2) '24년 실시한 <콘텐츠 소비 현황과 전망 조사>에 따르면, '25년 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 주 22.89시간으로 전망되었으나 조사 패널 및 표본 구성의 차이로 인해 본 조사 결과와의 직접 비교는 제한적임

- '25년은 유튜브 동영상 콘텐츠(9.21시간), OTT 동영상 콘텐츠(8.05시간), TV 시청(4.77시간) 순으로 전망됨
- '26년에도 유튜브 동영상 콘텐츠(9.23시간), OTT 동영상 콘텐츠(8.18시간), TV 시청(4.78시간) 순으로 전망됨
- '26년 연간 콘텐츠 이용횟수는 도서, 극장 영화, 뮤지컬, 대중음악 콘서트 순으로 전망됨
 - '25년은 도서(4.14권), 극장 영화(1.88회), 뮤지컬(0.28회), 대중음악 콘서트(0.23회) 순으로 전망됨
 - '26년에도 도서(4.81권)를 가장 많이 이용할 것으로 예상되며, 극장 영화(2.06회), 뮤지컬(0.32회), 대중음악 콘서트(0.27회) 순으로 나타나 모든 오프라인 콘텐츠의 이용횟수가 전반적으로 소폭 증가할 것으로 전망됨

□ 실 이용자 표본 대상 콘텐츠 유형별 결과

- 전체 표본 기준 콘텐츠 유형별 실 이용자 비중은 유튜브 동영상 콘텐츠가 가장 높고, 뮤지컬이 가장 낮을 것으로 전망됨
 - 온라인 콘텐츠의 실 이용자 비중은 유튜브 동영상 콘텐츠(95.00%), OTT 동영상 콘텐츠(86.10%), 음악 콘텐츠(63.10%), TV 시청(57.05%), 웹툰·웹소설(50.55%), 게임 콘텐츠(23.90%) 순으로 전망됨
 - 오프라인 콘텐츠의 경우, 극장 영화(40.70%), 도서(33.90%), 대중음악 콘서트(10.50%), 뮤지컬(10.45%) 순으로 전망됨
- '26년 실 이용자의 주당 콘텐츠 소비 시간은 유튜브 동영상 콘텐츠, OTT 동영상 콘텐츠, TV 시청 순으로 전년과 동일한 순위를 유지할 것으로 예상됨
 - '25년은 유튜브 동영상 콘텐츠(9.70시간), OTT 동영상 콘텐츠(9.35시간), TV 시청(8.35시간) 순이며, '26년에는 각각 9.71시간, 9.50시간, 8.37시간으로 소폭 증가할 것으로 예상됨
- '26년 실 이용자의 연간 콘텐츠 이용횟수는 도서, 극장 영화, 뮤지컬, 대중음악 콘서트 순으로 나타나 전년과 동일한 순위가 유지될 것으로 예상됨
 - '25년은 도서(12.22권), 극장 영화(4.62회), 뮤지컬(2.67회), 대중음악 콘서트(2.21회) 순이었으며, '26년에는 14.20권, 5.05회, 3.05회, 2.55회 순으로 모두 증가할 것으로 전망됨

〈표 2〉 콘텐츠 소비량(2025-2026)

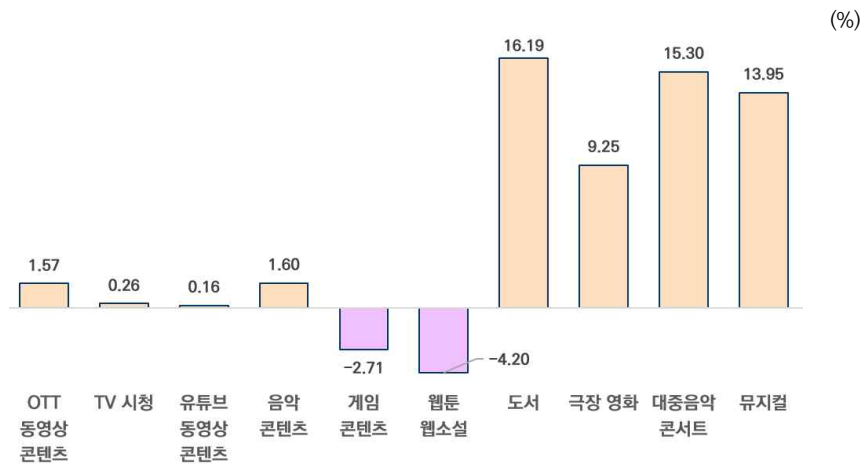
(시간, 회, 명, %)

		전체 표본			이용자 표본				
		2025(A)	2026(B)	B-A	표본수	비중	2025(C)	2026(D)	D-C
주당 이용 시간	OTT 동영상 콘텐츠	8.05	8.18	0.13	1,722	86.10	9.35	9.50	0.15
	TV 시청	4.77	4.78	0.01	1,141	57.05	8.35	8.37	0.02
	유튜브 동영상 콘텐츠	9.21	9.23	0.01	1,900	95.00	9.70	9.71	0.02
	음악 콘텐츠	3.69	3.75	0.06	1,262	63.10	5.84	5.94	0.09
	게임 콘텐츠	1.74	1.69	-0.05	478	23.90	7.26	7.06	-0.20
	웹툰·웹소설	1.99	1.91	-0.08	1,011	50.55	3.94	3.77	-0.17
연간 이용 횟수	도서	4.14	4.81	0.67	678	33.90	12.22	14.20	1.98
	극장 영화	1.88	2.06	0.17	814	40.70	4.62	5.05	0.43
	대중음악 콘서트	0.23	0.27	0.04	210	10.50	2.21	2.55	0.34
	뮤지컬	0.28	0.32	0.04	209	10.45	2.67	3.05	0.37

□ 콘텐츠 소비량 변화

- '26년 도서 콘텐츠를 중심으로 대중음악 콘서트, 뮤지컬, 극장 영화 등 오프라인 콘텐츠의 소비량이 다소 크게 증가할 것으로 전망됨
 - 도서(16.19%), 대중음악 콘서트(15.30%), 뮤지컬(13.95%), 극장 영화(9.25%), 음악 콘텐츠(1.60%), OTT 동영상 콘텐츠(1.57%), TV 시청(0.26%), 유튜브 동영상 콘텐츠(0.16%) 등의 순으로 증가할 것으로 전망됨
- 다만 게임 콘텐츠(-2.71%)와 웹툰·웹소설(-4.20%)의 소비량은 다소 감소할 것으로 전망됨

[그림 2] 콘텐츠 소비량 변화 전망

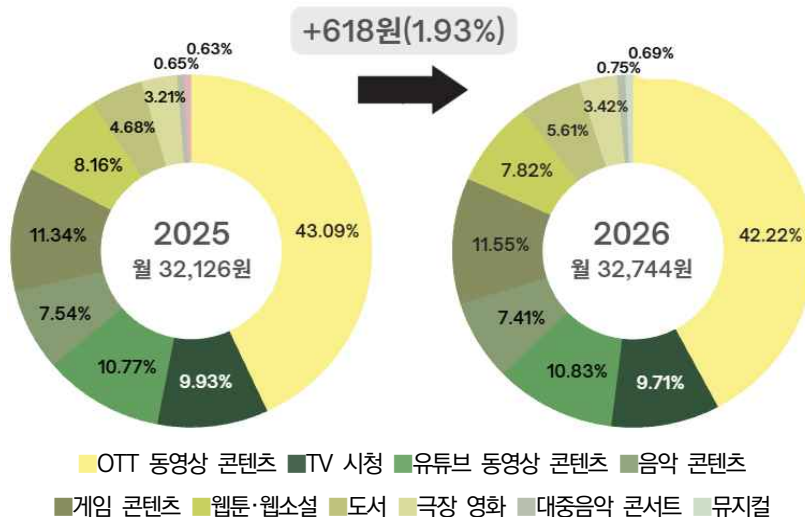


2. 콘텐츠 유형별 소비 지출액 전망

□ 종합 결과

- '26년 전체 유형에 대한 월평균 소비 지출액은 32,744원으로, '25년(32,126원)에 비해 618원(1.93%) 더 지출할 것으로 전망됨

[그림 3] 월평균 콘텐츠 소비 지출액 및 유형별 비중 변화



주: 월평균 콘텐츠 소비 지출액은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용횟수와 회당 지출액을 이용, 월간 지출액을 산출한 후 온라인 콘텐츠 지출액과 합산하여 계산함

- '26년 온라인 콘텐츠에 대한 월간 평균 콘텐츠 소비 지출액은 29,319원으로, '25년(29,180원)에 비해 139원(0.47%) 더 지출할 것으로 전망됨

□ 전체 표본 대상 콘텐츠 유형별 결과

- '26년 월평균 소비 지출액은 OTT 동영상 콘텐츠, 게임 콘텐츠, 유튜브 동영상 콘텐츠, TV 시청 순으로 전망됨
 - '25년에는 OTT 동영상 콘텐츠(13,844원)에서 가장 많은 지출이 이루어졌고, 게임 콘텐츠(3,643원), 유튜브 동영상 콘텐츠(3,460원), TV 시청(3,190원) 순으로 예상됨
 - '26년에도 OTT 동영상 콘텐츠의 소비 지출액이 13,824원으로 가장 높게 나타났으며, 게임 콘텐츠(3,782원), 유튜브 동영상 콘텐츠(3,547원), TV 시청(3,179원) 순으로 전망됨
- '26년 회당 콘텐츠 소비 지출액은 대중음악 콘서트, 뮤지컬, 극장 영화, 도서 순으로 전망됨
 - '25년에는 대중음악 콘서트(10,847원)의 소비 지출액이 가장 높았으며, 이어 뮤지컬(8,632원), 극장 영화(6,585원), 도서(4,351원) 순으로 이어질 것으로 예상됨
 - '26년에도 대중음악 콘서트(10,972원)가 가장 높은 회당 지출액을 기록할 것으로 전망되며, 뮤지컬(8,504원), 극장 영화(6,531원), 도서(4,579원) 순위 역시 전년과 동일하게 전망됨

□ 지출 경험자 표본 대상 콘텐츠 유형별 결과

- 전체 표본 중 유형별 지출 경험자 비중은 OTT 동영상 콘텐츠에서 가장 높게, 뮤지컬에서 가장 낮게 나타날 것으로 전망됨
 - 유형별 비중은 OTT 동영상 콘텐츠(75.35%), 극장 영화(37.85%), 음악 콘텐츠(25.75%), 유튜브 동영상 콘텐츠(25.20%), 도서(23.25%), TV 시청(22.75%), 웹툰·웹소설(21.55%) 순으로 예상됨
 - 게임 콘텐츠(13.25%), 대중음악 콘서트(9.00%), 뮤지컬(8.70%)은 지출 경험자 비중이 상대적으로 낮게 예상됨
- '26년 지출 경험자의 월평균 콘텐츠 소비 지출액은 게임 콘텐츠, OTT 동영상 콘텐츠, 유튜브 동영상 콘텐츠 순으로 나타남
 - '25년에는 게임 콘텐츠(27,491원)의 소비 지출액이 가장 높았으며, OTT 동영상 콘텐츠(18,373원), TV 시청(14,021원), 유튜브 동영상 콘텐츠(13,729원) 순으로 전망됨
 - '26년은 게임 콘텐츠(28,543원)가 가장 높은 수준을 유지, OTT 동영상 콘텐츠(18,373원), 유튜브 동영상 콘텐츠(14,077원), TV 시청(13,974원)의 순으로 나타나는 가운데 OTT 동영상 콘텐츠와 TV 시청, 웹툰·웹소설은 전년 대비 지출 감소가 나타날 것으로 보임
- '26년 지출 경험자의 회당 소비 지출액은 대중음악 콘서트, 뮤지컬, 도서, 극장 영화 순으로 나타남
 - '25년에는 대중음악 콘서트(120,522원), 뮤지컬(99,221원), 도서(18,716원), 극장 영화(17,398원) 순으로 예상됨
 - '26년은 대중음악 콘서트(121,911원), 뮤지컬(97,745원), 도서(19,696원), 극장 영화(17,254원) 순으로 전망되며, 극장 영화와 뮤지컬의 회당 지출액은 전년 대비 감소할 것으로 전망됨

〈표 3〉 콘텐츠 소비 지출액(2025-2026)

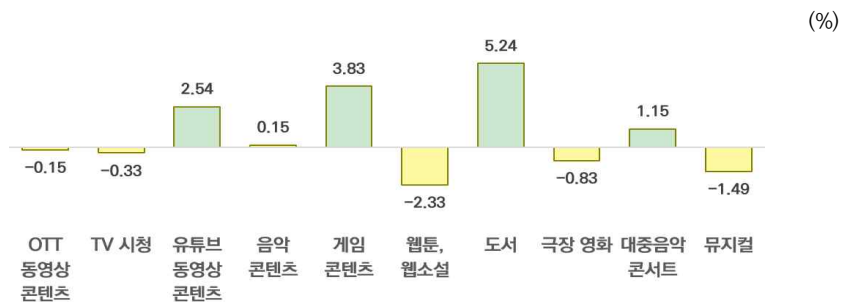
(원, 명, %)

		전체 표본				지출 경험자 표본			
		2025(A)	2026(B)	B-A	표본수	비중	2025(C)	2026(D)	D-C
월평균 지출액	OTT 동영상 콘텐츠	13,844	13,824	-20	1,507	75.35	18,373	18,346	-27
	TV 시청	3,190	3,179	-10	455	22.75	14,021	13,974	-47
	유튜브 동영상 콘텐츠	3,460	3,547	87	504	25.20	13,729	14,077	348
	음악 콘텐츠	2,422	2,426	3	515	25.75	9,407	9,421	14
	게임 콘텐츠	3,643	3,782	139	265	13.25	27,491	28,543	1,052
	웹툰·웹소설	2,621	2,560	-61	431	21.55	12,165	11,881	-284
회당 지출액	도서	4,351	4,579	227	465	23.25	18,716	19,696	980
	극장 영화	6,585	6,531	-54	757	37.85	17,398	17,254	-144
	대중음악 콘서트	10,847	10,972	125	180	9.00	120,522	121,911	1,389
	뮤지컬	8,632	8,504	-128	174	8.70	99,221	97,745	-1,476

□ 콘텐츠 소비 지출액 변화

- '26년 도서, 게임 콘텐츠, 유튜브 동영상 콘텐츠, 대중음악 콘서트, 음악 콘텐츠의 소비 지출액이 전반적으로 소폭 증가할 것으로 전망됨
 - 도서는 전년 대비 5.24%, 게임 콘텐츠 3.83%, 유튜브 동영상 콘텐츠 2.54%, 대중음악 콘서트 1.15%, 음악 콘텐츠 0.15% 순으로 전망됨
- '26년 웹툰·웹소설, 뮤지컬, 극장 영화, TV 시청, OTT 동영상 콘텐츠의 소비 지출액은 소폭 감소할 것으로 예상됨
 - 웹툰·웹소설은 전년 대비 -2.33%, 뮤지컬 -1.49%, 극장 영화 -0.83%, TV 시청 -0.33%, OTT 동영상 콘텐츠 -0.15% 순으로 예상됨

[그림 4] 콘텐츠 소비 지출액 변화 전망



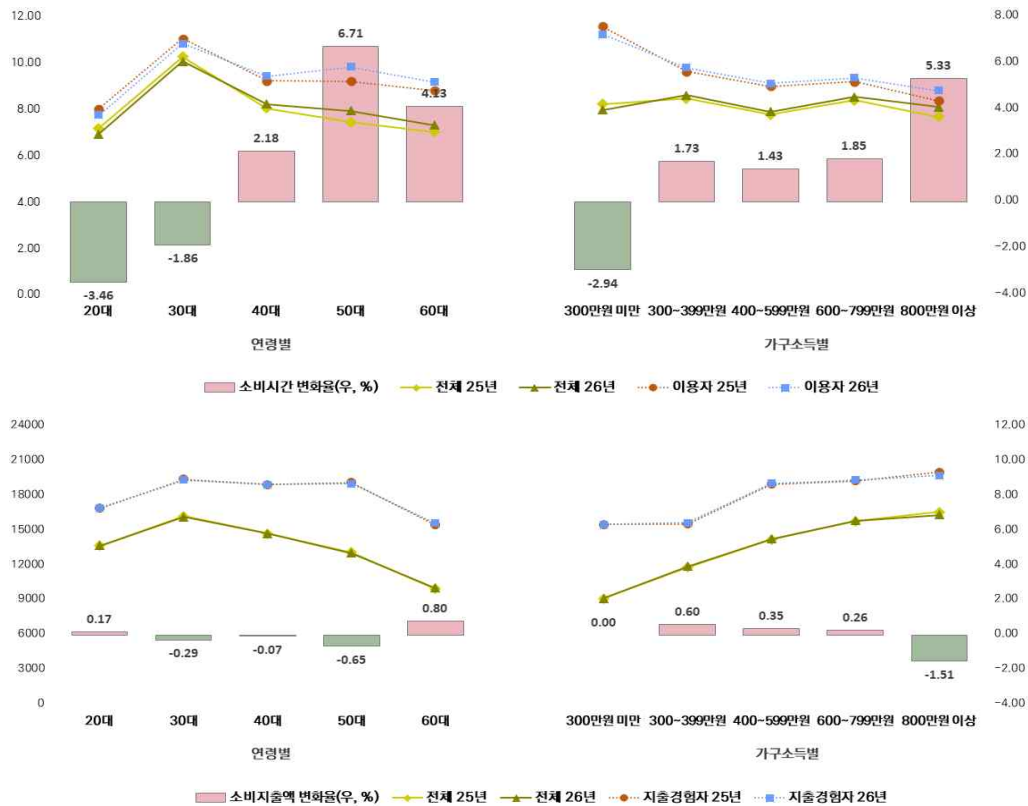
3. 세대 및 소득별 콘텐츠 소비 전망

□ 세대 및 소득별 OTT 동영상 콘텐츠(넷플릭스, 티빙, 웨이브 등) 소비 시간 및 지출액

○ '26년 OTT 동영상 콘텐츠 소비는 중장년층에서 가장 활발할 것으로 전망되며 다수의 가구소득 구간에서 관련 지출 증가가 예상됨

- 연령별로는 전년 대비 50대와 60대에서 소비 시간 증가 폭이 가장 클 것으로 보이며, 소비 지출액은 60대에서 특히 큰 폭의 상승이 전망됨
- 가구소득별로는 소비 시간은 월소득 800만원 이상 집단에서 증가세가 두드러지며, 소비 지출액은 중소득층과 고소득층을 중심으로 확대될 것으로 예상됨

[그림 5] OTT 동영상 콘텐츠 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



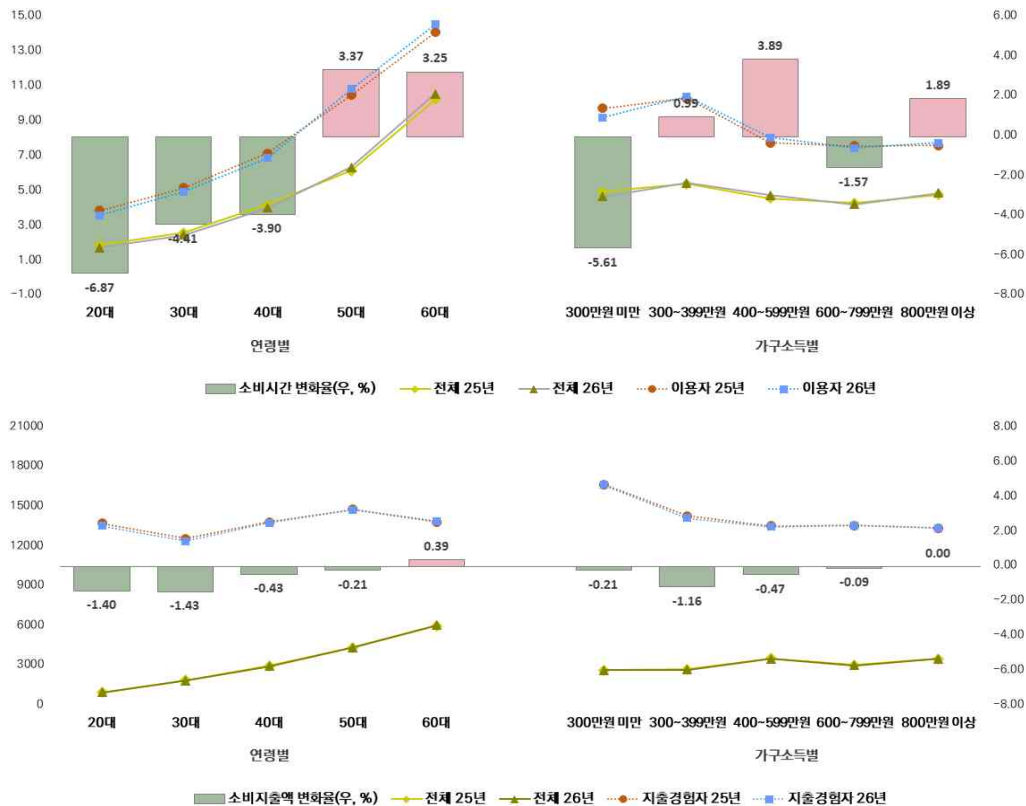
〈표 4〉 OTT 동영상 콘텐츠 소비 시간 및 지출액 전망

		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	7.17	6.92	8.02	7.74	-0.28	13,703	13,726	16,936	16,964	28
	30대	10.25	10.06	11.04	10.83	-0.21	16,244	16,197	19,436	19,380	-56
	40대	8.04	8.22	9.22	9.43	0.20	14,749	14,738	18,992	18,978	-14
	50대	7.43	7.93	9.21	9.82	0.62	13,142	13,057	19,168	19,044	-124
	60대	7.02	7.31	8.80	9.16	0.36	9,973	10,053	15,514	15,638	123
가구 소득별	300만원 미만	8.21	7.97	11.57	11.23	-0.34	9,155	9,155	15,541	15,541	0
	300~400만원 미만	8.45	8.60	9.62	9.79	0.17	11,856	11,928	15,585	15,679	94
	400~600만원 미만	7.77	7.88	8.98	9.11	0.13	14,248	14,298	19,032	19,099	67
	600~800만원 미만	8.38	8.54	9.18	9.35	0.17	15,812	15,853	19,320	19,370	50
	800만원 이상	7.68	8.09	8.36	8.80	0.45	16,614	16,363	20,071	19,768	-303

□ 세대 및 소득별 TV시청(지상파, 케이블, 위성, IPTV 등) 소비 시간 및 지출액

- '26년 TV 시청은 장년층을 중심으로 시청 시간과 소비 지출이 함께 증가하는 반면, 저연령층과 월소득 300만원 미만 구간에서는 소비 시간과 지출이 모두 감소하는 경향이 예상됨
- 연령별로는 전년 대비 50대와 60대에서 주당 시청 시간이 증가할 것으로 보이며, 소비 지출액은 60대에서 소폭 상승할 것으로 전망됨
- 가구소득별로는 월소득 300만원 미만 구간에서 전년 대비 소비 시간 감소 폭이 가장 클 것으로 예상되며 대부분의 소득 구간에서 소비 지출은 감소할 것으로 전망됨

[그림 6] TV 시청 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



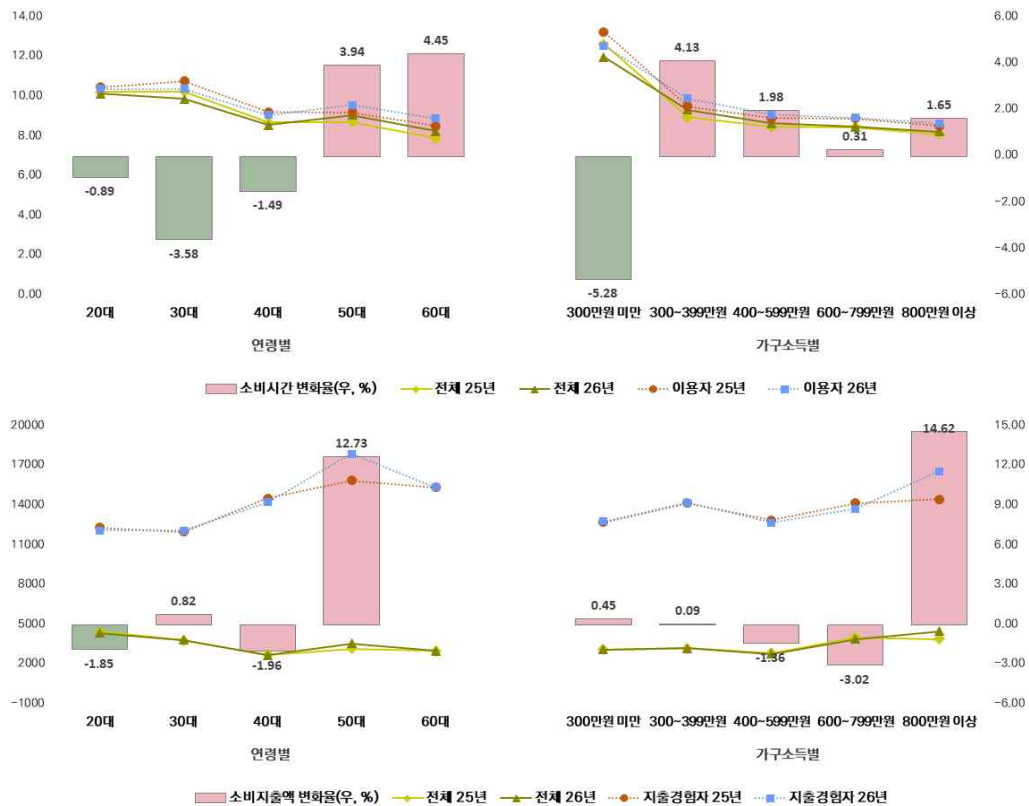
〈표 5〉 TV 시청 소비 시간 및 지출액 전망

		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	1.91	1.78	3.90	3.63	-0.27	1,019	1,005	13,758	13,565	-192
	30대	2.61	2.50	5.20	4.97	-0.23	1,918	1,890	12,619	12,439	-181
	40대	4.23	4.06	7.19	6.91	-0.28	3,008	2,995	13,868	13,808	-60
	50대	6.18	6.38	10.52	10.87	0.35	4,408	4,398	14,823	14,791	-32
	60대	10.26	10.59	14.13	14.58	0.46	6,053	6,077	13,868	13,922	55
가구 소득별	300만원 미만	4.97	4.69	9.77	9.23	-0.55	2,689	2,683	16,708	16,672	-36
	300~400만원 미만	5.43	5.49	10.35	10.45	0.10	2,763	2,731	14,329	14,162	-167
	400~600만원 미만	4.61	4.79	7.79	8.09	0.30	3,566	3,549	13,585	13,522	-63
	600~800만원 미만	4.31	4.24	7.61	7.49	-0.12	3,066	3,063	13,617	13,604	-13
	800만원 이상	4.80	4.89	7.63	7.77	0.14	3,528	3,528	13,405	13,405	0

□ 세대 및 소득별 유튜브 동영상 콘텐츠 소비 시간 및 지출액

- '26년 유튜브 동영상 콘텐츠 소비는 50대 중장년층과 월소득 800만원 이상 고소득층을 중심으로 이용 시간과 소비 지출이 주도될 것으로 전망됨
- 연령별로는 50대와 60대에서 주당 시청 시간이 증가할 것으로 예상되며, 소비 지출액은 50대에서 가장 큰 폭으로 증가할 것으로 예상됨
- 가구소득별로는 월소득 300만원 미만 구간에서 소비 지출 감소 폭이 가장 클 것으로 나타났으며, 월소득 800만원 이상 구간에서는 소비 지출액이 크게 증가할 것으로 전망됨

[그림 7] 유튜브 동영상 콘텐츠 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



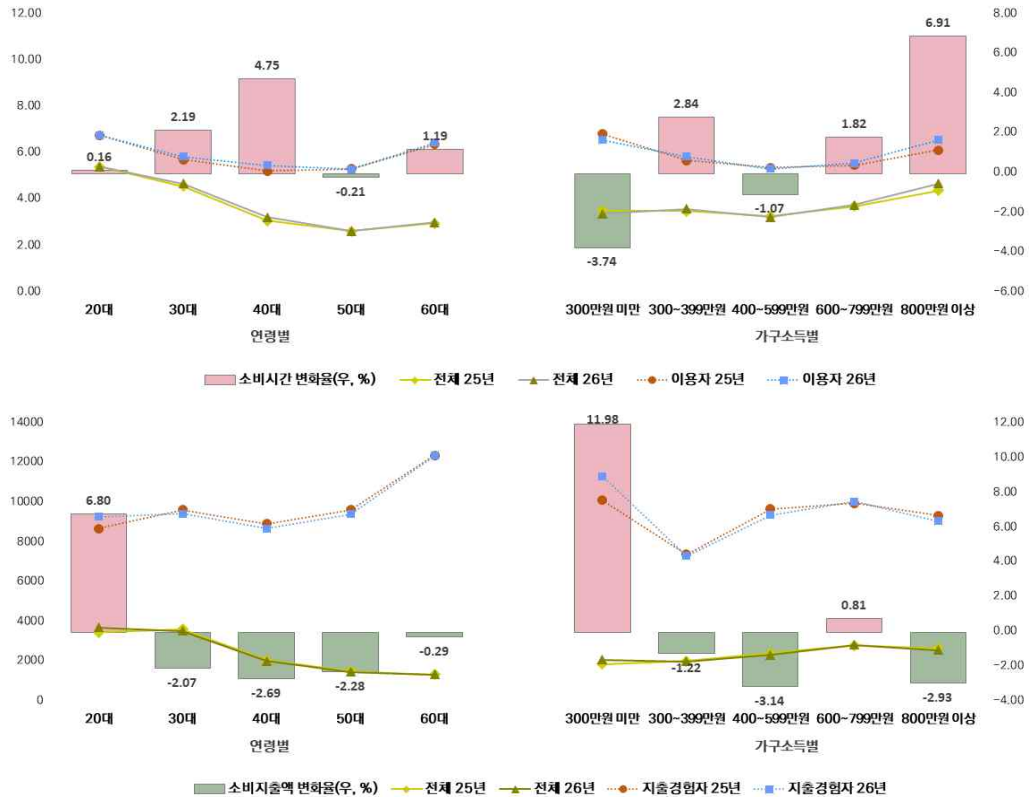
〈표 6〉 유튜브 동영상 소비 시간 및 지출액 전망

		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	10.26	10.17	10.50	10.40	-0.09	4,508	4,425	12,362	12,134	-228
	30대	10.28	9.91	10.81	10.42	-0.39	3,874	3,905	12,065	12,164	98
	40대	8.72	8.59	9.24	9.10	-0.14	2,784	2,729	14,582	14,297	-285
	50대	8.74	9.09	9.23	9.60	0.36	3,226	3,637	15,920	17,947	2,027
	60대	7.93	8.28	8.54	8.92	0.38	3,055	3,055	15,396	15,396	0
가구 소득별	300만원 미만	12.67	12.00	13.28	12.58	-0.70	3,159	3,173	12,781	12,840	58
	300~400만원 미만	8.99	9.36	9.54	9.93	0.39	3,254	3,257	14,235	14,247	13
	400~600만원 미만	8.50	8.67	8.95	9.12	0.18	2,890	2,851	12,921	12,746	-175
	600~800만원 미만	8.47	8.50	8.93	8.95	0.03	4,095	3,971	14,211	13,782	-429
	800만원 이상	8.13	8.27	8.54	8.68	0.14	3,958	4,537	14,513	16,635	2,122

□ 세대 및 소득별 음악 콘텐츠(스트리밍 서비스, 라디오 포함) 소비 시간 및 지출액

- '26년 음악 콘텐츠 소비는 대부분의 연령대에서 이용 시간이 증가할 것으로 예상되며, 소비 지출은 20대와 월소득 300만원 미만 가구를 중심으로 확대될 것으로 전망됨
- 연령별로는 대부분의 연령대에서 이용 시간이 증가하는 가운데, 소비 지출은 20대에서만 증가하고 그 외 연령대에서는 감소할 것으로 전망됨
- 가구소득별로는 월소득 800만원 이상 구간에서 이용 시간 증가 폭이 가장 클 것으로 전망되며, 소비 지출은 월소득 300만원 미만 집단에서 큰 폭으로 증가할 것으로 예상됨

[그림 8] 음악 콘텐츠 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



[표 7] 음악 콘텐츠 소비 시간 및 지출액 전망

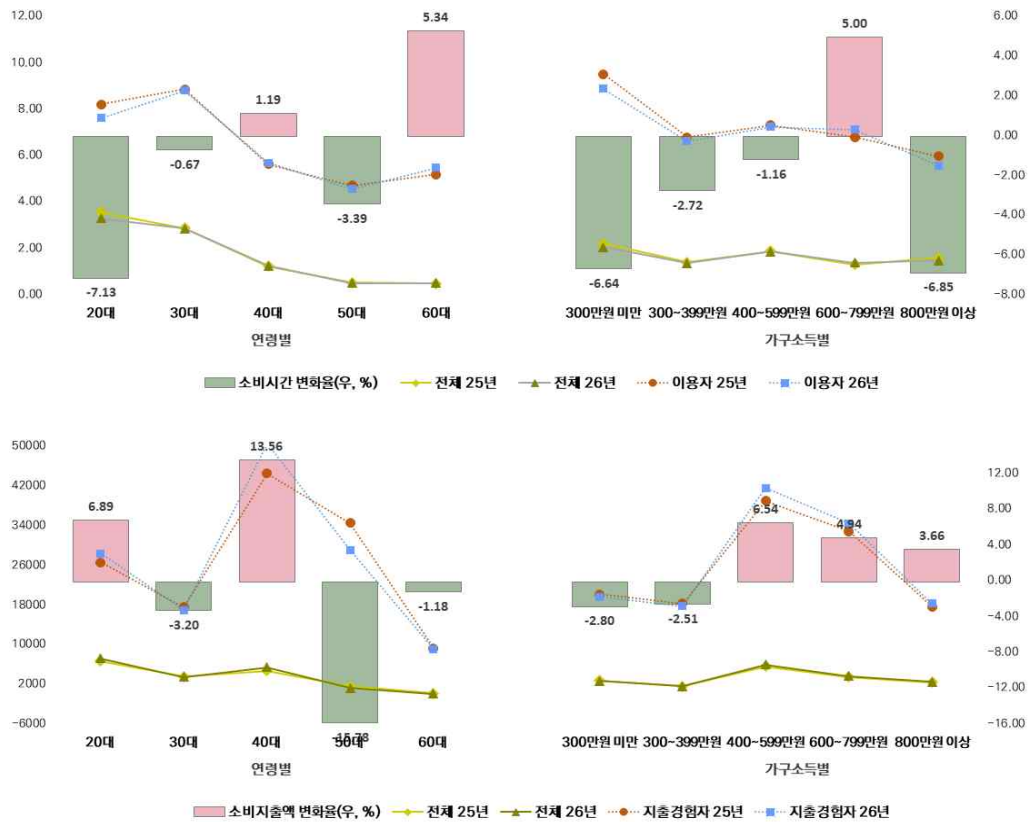
		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	5.43	5.44	6.79	6.80	0.01	3,499	3,737	8,711	9,303	592
	30대	4.60	4.70	5.74	5.86	0.13	3,649	3,574	9,669	9,469	-200
	40대	3.11	3.25	5.25	5.49	0.25	2,098	2,042	8,957	8,716	-241
	50대	2.66	2.66	5.34	5.33	-0.01	1,539	1,504	9,671	9,451	-220
	60대	3.00	3.03	6.40	6.47	0.08	1,379	1,375	12,411	12,375	-36
가구 소득별	300만원 미만	3.54	3.41	6.84	6.58	-0.26	1,894	2,121	10,142	11,358	1,215
	300~400만원 미만	3.52	3.62	5.70	5.86	0.16	2,045	2,020	7,435	7,344	-91
	400~600만원 미만	3.30	3.26	5.40	5.35	-0.06	2,438	2,362	9,698	9,394	-304
	600~800만원 미만	3.72	3.79	5.49	5.59	0.10	2,832	2,855	9,996	10,077	81
	800만원 이상	4.40	4.70	6.15	6.58	0.42	2,690	2,611	9,369	9,095	-274

□ 세대 및 소득별 게임 콘텐츠(PC, 모바일, 콘솔 등) 소비 시간 및 지출액

○ '26년 게임 콘텐츠 소비는 40대를 중심으로 지출 규모가 확대되는 한편, 20대에서는 이용 시간이 감소하고 50대에서는 소비 지출이 크게 줄어든 것으로 전망됨

- 연령별로는 40·60대 제외한 대부분의 연령층에서 이용 시간이 감소할 것으로 예상되며, 소비 지출은 40대에서 가장 큰 폭으로 증가하는 반면 50대에서는 큰 폭으로 감소할 것으로 예상됨
- 가구소득별로는 소비 시간은 600만 원 이상 800만 원 미만 구간에서 증가하고 300만 원 미만과 800만 원 이상 구간에서는 감소하는 반면, 지출은 중고소득층을 중심으로 증가 예상됨

[그림 9] 게임 콘텐츠 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



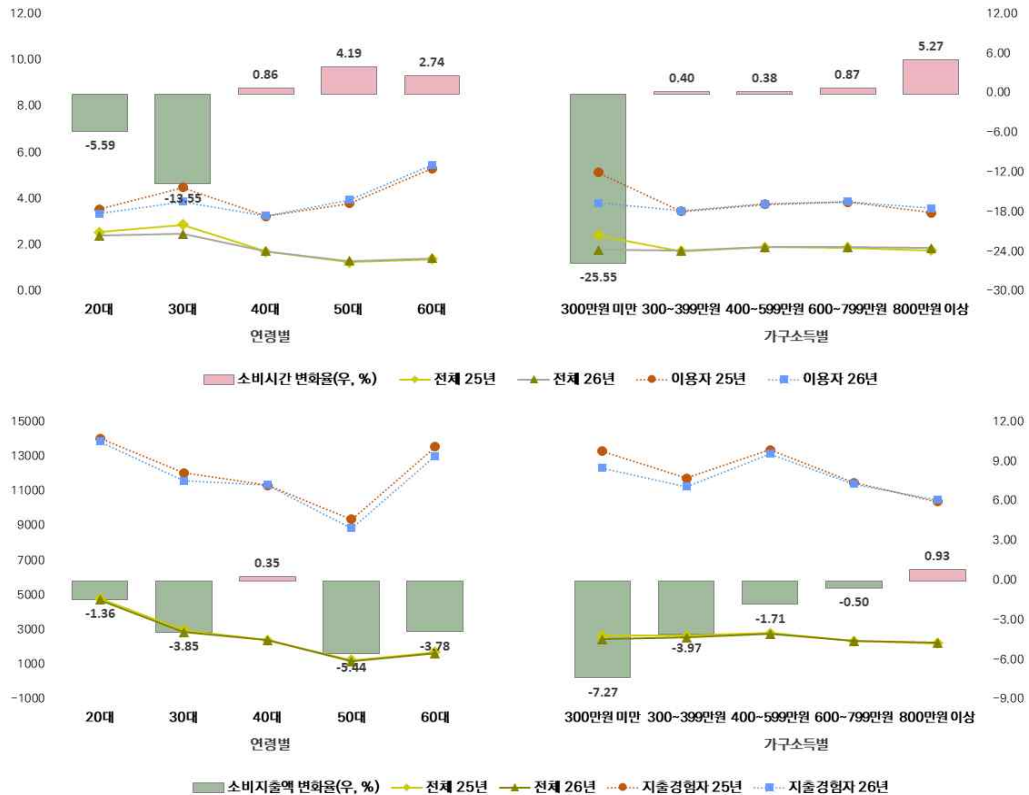
〈표 8〉 게임 콘텐츠 소비 시간 및 지출액 전망

		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	3.60	3.34	8.25	7.67	-0.59	6,938	7,417	26,762	28,607	1,845
	30대	2.92	2.90	8.90	8.84	-0.06	3,789	3,668	17,769	17,200	-569
	40대	1.28	1.29	5.66	5.73	0.07	4,948	5,619	44,724	50,790	6,067
	50대	0.56	0.54	4.76	4.60	-0.16	1,777	1,496	34,741	29,259	-5,481
	60대	0.52	0.55	5.24	5.52	0.28	338	334	9,456	9,344	-111
가구 소득별	300만원 미만	2.25	2.10	9.55	8.91	-0.63	2,928	2,846	20,380	19,810	-570
	300~400만원 미만	1.44	1.40	6.85	6.66	-0.19	1,847	1,800	18,468	18,004	-464
	400~600만원 미만	1.92	1.90	7.36	7.28	-0.09	5,802	6,182	39,239	41,806	2,568
	600~800만원 미만	1.36	1.42	6.83	7.17	0.34	3,677	3,859	33,015	34,646	1,630
	800만원 이상	1.64	1.53	6.02	5.61	-0.41	2,611	2,706	17,890	18,544	654

□ 세대 및 소득별 웹툰·웹소설 소비 시간 및 지출액

- '26년 웹툰·웹소설 시장은 50·60대의 이용 시간은 증가하나 지출은 감소하는 양상을 보이며, 월소득 800만 원 이상 고소득층만이 이용 시간과 소비 지출이 함께 증가하는 집단으로 전망됨
- 연령별로는 50대와 60대에서 이용 시간이 소폭 증가하는 반면 20대와 30대에서는 감소하고, 소비 지출은 40대에서만 증가하며 대부분 연령대에서 하락할 것으로 예상됨
- 가구소득별로는 이용 시간은 월소득 800만 원 이상에서만 증가하고 300만 원 미만에서는 크게 감소하며, 소비 지출은 이를 제외한 전 소득 구간에서 감소할 것으로 예상됨

[그림 10] 웹툰·웹소설 콘텐츠 소비 시간(위) 및 지출액(아래) 추이 및 변화율



〈표 9〉 웹툰·웹소설 콘텐츠 소비 시간 및 지출액 전망

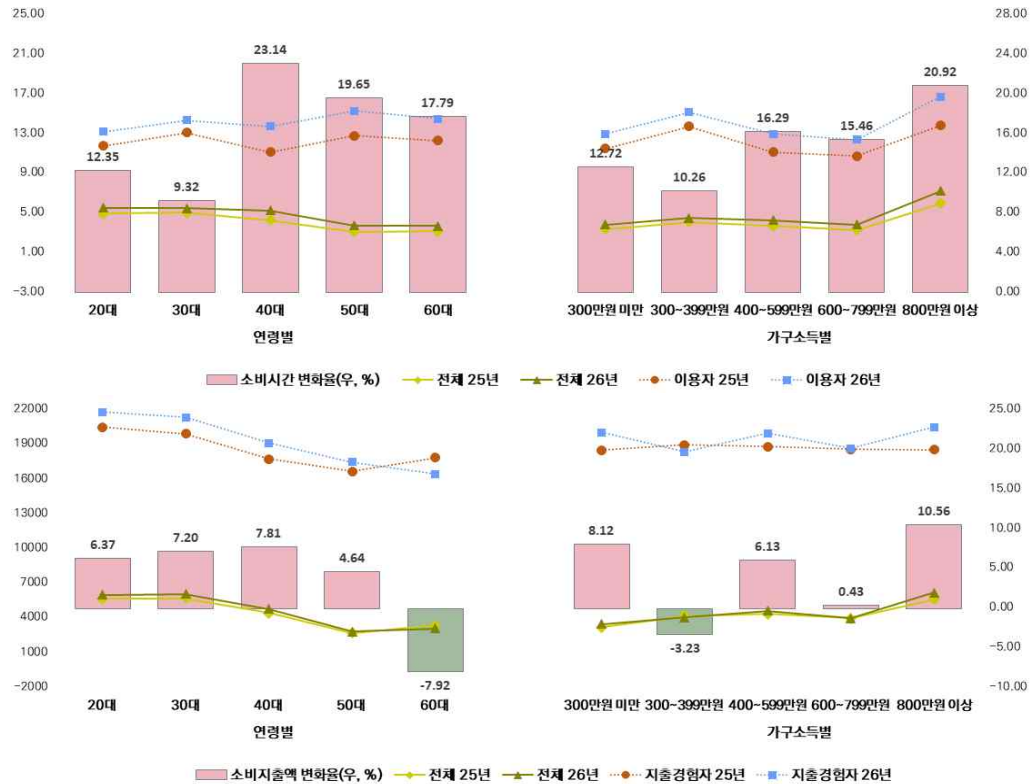
		주당 소비 시간(시간)					월간 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	2.60	2.46	3.61	3.41	-0.20	4,865	4,799	14,112	13,921	-192
	30대	2.93	2.53	4.55	3.93	-0.62	3,059	2,941	12,116	11,650	-466
	40대	1.77	1.78	3.30	3.32	0.03	2,472	2,480	11,394	11,434	40
	50대	1.31	1.37	3.84	4.01	0.16	1,323	1,252	9,443	8,930	-514
	60대	1.45	1.49	5.37	5.51	0.15	1,783	1,715	13,612	13,097	-515
가구 소득별	300만원 미만	2.47	1.84	5.19	3.86	-1.33	2,726	2,528	13,363	12,392	-972
	300~400만원 미만	1.79	1.80	3.50	3.52	0.01	2,741	2,632	11,808	11,339	-469
	400~600만원 미만	1.95	1.96	3.82	3.84	0.01	2,881	2,832	13,437	13,207	-230
	600~800만원 미만	1.95	1.96	3.90	3.94	0.03	2,432	2,420	11,545	11,487	-57
	800만원 이상	1.82	1.91	3.45	3.63	0.18	2,305	2,327	10,473	10,571	98

□ 세대 및 소득별 도서(전자책, 만화책 포함) 소비 횟수 및 회당 지출액

○ '26년 도서 시장은 40·50대 및 고소득층을 중심으로 소비 횟수가 증가하고, 젊은 층과 고소득층의 지출 비중 확대가 전망됨

- 연령별로는 40대와 50대에서 연간 소비 횟수가 증가하고 젊은 층에서 회당 지출액 상승이 두드러지는 가운데, 60대는 이용 횟수 증가와 달리 회당 지출액은 축소될 것으로 예상됨
- 가구소득별로는 소득 수준 높을수록 소비 횟수 증가, 회당 지출액은 800만 원 이상과 300만 원 미만 구간에서 크게 상승 및 300만 원 이상 400만 원 미만 구간은 낮을 것으로 예상됨

[그림 11] 도서 소비 횟수(위) 및 회당 지출액(아래) 추이 및 변화율



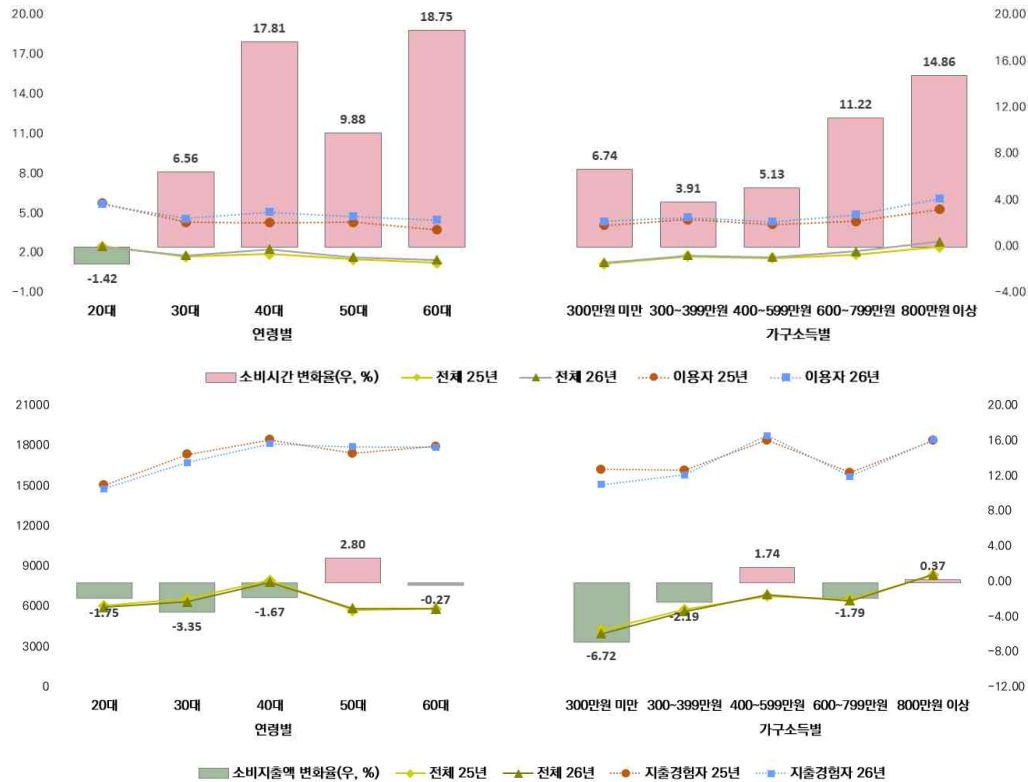
〈표 10〉 도서 연간 소비 횟수 및 회당 지출액 전망

		연간 소비 횟수(권)					회당 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	4.98	5.60	11.82	13.28	1.46	5,679	6,040	20,548	21,858	1,309
	30대	5.07	5.55	13.18	14.41	1.23	5,721	6,133	19,951	21,388	1,437
	40대	4.32	5.32	11.19	13.78	2.59	4,471	4,821	17,770	19,158	1,388
	50대	3.16	3.78	12.84	15.36	2.52	2,757	2,885	16,731	17,507	776
	60대	3.19	3.76	12.37	14.57	2.20	3,407	3,137	17,885	16,469	-1,417
가구 소득별	300만원 미만	3.46	3.90	11.57	13.04	1.47	3,255	3,519	18,567	20,075	1,508
	300~400만원 미만	4.14	4.57	13.81	15.23	1.42	4,207	4,071	19,000	18,387	-613
	400~600만원 미만	3.73	4.34	11.22	13.05	1.83	4,391	4,660	18,852	20,006	1,155
	600~800만원 미만	3.37	3.89	10.78	12.45	1.67	4,015	4,032	18,633	18,712	80
	800만원 이상	6.00	7.26	13.87	16.77	2.90	5,643	6,239	18,572	20,533	1,961

□ 세대 및 소득별 극장 영화(극장에 방문해서 관람) 소비 횟수 및 회당 지출액

- '26년 극장 영화는 40·60대를 중심으로 관람 횟수는 늘어나지만, 실제 지출액은 50대와 고소득층을 제외하면 전반적으로 위축되는 관람과 지출의 비대칭 현상이 나타날 것으로 전망됨
- 연령별로는 40·60대에서 소비 횟수가 증가하고 대부분 연령대에서 빈도가 늘어나는 가운데, 회당 지출액은 50대에서만 상승하는 등 연령대별 차이가 나타날 것으로 예상됨
- 가구소득별로는 소비 횟수는 800만 원 이상과 600만 원 이상 800만 원 미만 구간에서 증가하며, 회당 지출액은 중고소득층과 고소득층을 중심으로 상이한 흐름을 보일 것으로 전망됨

[그림 12] 극장 영화 소비 횟수(위) 및 회당 지출액(아래) 추이 및 변화율



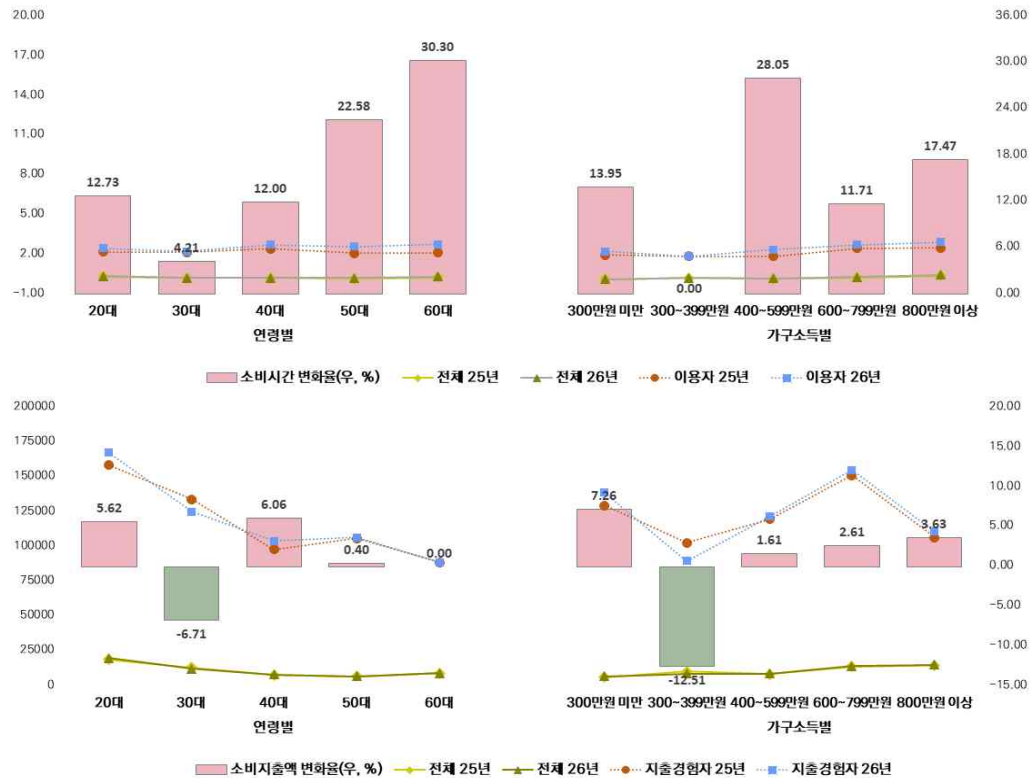
〈표 11〉 극장 영화 연간 소비 횟수 및 회당 지출액 전망

		연간 소비 횟수(회)					회당 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	2.60	2.57	5.86	5.78	-0.08	6,175	6,067	15,157	14,892	-266
	30대	1.79	1.91	4.41	4.70	0.29	6,674	6,450	17,454	16,869	-585
	40대	2.02	2.38	4.40	5.18	0.78	8,052	7,918	18,561	18,251	-310
	50대	1.61	1.77	4.40	4.84	0.44	5,813	5,975	17,537	18,029	491
	60대	1.33	1.58	3.86	4.59	0.72	5,949	5,933	18,061	18,013	-48
가구 소득별	300만원 미만	1.28	1.36	4.20	4.48	0.28	4,361	4,068	16,318	15,222	-1,097
	300~400만원 미만	1.83	1.90	4.61	4.79	0.18	5,872	5,743	16,278	15,922	-356
	400~600만원 미만	1.70	1.78	4.25	4.46	0.22	6,887	7,007	18,535	18,859	323
	600~800만원 미만	1.99	2.21	4.48	4.98	0.50	6,665	6,546	16,098	15,810	-288
	800만원 이상	2.56	2.94	5.40	6.21	0.80	8,446	8,477	18,484	18,552	68

□ 세대 및 소득별 대중음악 콘서트 소비 횟수 및 회당 지출액

- '26년 대중음악 콘서트 시장은 50·60대의 소비 횟수가 증가할 것으로 보이며, 지출 측면에서는 20대와 300만 미만 가구소득 세대의 구매력이 강화되는 현상이 나타날 것으로 전망됨
- 연령별로는 50대와 60대를 중심으로 연간 소비 횟수 증가하며, 회당 지출 금액은 20대와 40대에서 큰 폭으로 상승할 것으로 전망됨
- 가구소득별로는 연간 소비 횟수는 중고소득층과 고소득층을 중심으로 증가, 회당 지출 금액은 저소득층과 고소득층에서 상승하는 반면 일부 중소득 구간에서는 대비될 것으로 예상됨

[그림 13] 대중음악 콘서트 소비 횟수(위) 및 회당 지출액(아래) 추이 및 변화율



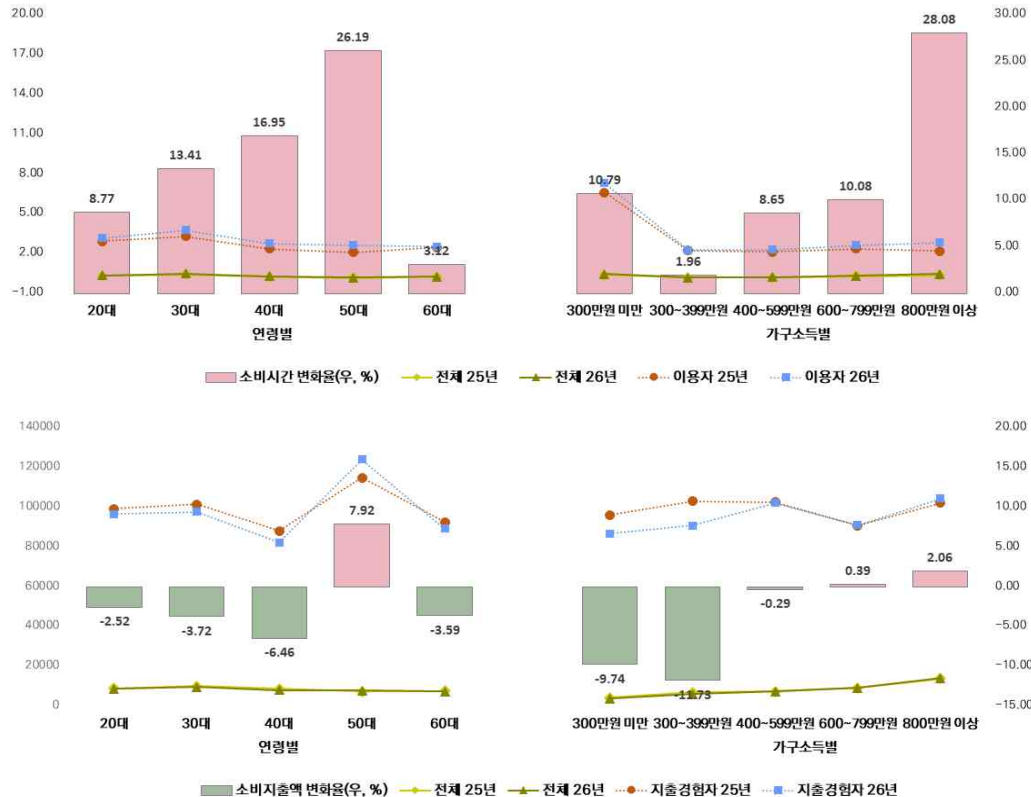
〈표 12〉 대중음악 콘서트 연간 소비 횟수 및 회당 지출액 전망

		연간 소비 횟수(회)					회당 소비 지출액(원)				
		전체 표본		이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A	'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	0.31	0.35	2.20	2.48	0.28	19,000	20,068	158,786	167,714	8,929
	30대	0.23	0.24	2.16	2.25	0.09	13,150	12,267	134,125	125,125	-9,000
	40대	0.22	0.24	2.44	2.73	0.29	7,876	8,354	98,135	104,081	5,946
	50대	0.18	0.22	2.11	2.59	0.48	7,040	7,068	106,200	106,629	429
	60대	0.26	0.34	2.13	2.77	0.65	9,175	9,175	88,923	88,923	0
가구 소득별	300만원 미만	0.12	0.14	1.95	2.23	0.27	6,333	6,793	129,647	139,059	9,412
	300~400만원 미만	0.22	0.22	1.88	1.88	0.00	10,279	8,993	102,786	89,929	-12,857
	400~600만원 미만	0.15	0.19	1.86	2.39	0.52	8,628	8,767	119,692	121,615	1,923
	600~800만원 미만	0.27	0.30	2.47	2.76	0.29	13,913	14,276	151,211	155,158	3,947
	800만원 이상	0.40	0.47	2.52	2.95	0.44	14,828	15,366	106,862	110,741	3,879

□ 세대 및 소득별 뮤지컬 소비 횟수 및 회당 지출액

- 26년 뮤지컬 시장은 50대와 고소득층이 이용 시간과 지출 성장을 동시에 주도하는 소비층으로 부상하며, 저소득층은 이용 횟수는 늘리되 지출은 줄이는 소비 경향이 뚜렷해질 것으로 전망됨
- 연령별로는 50대를 중심으로 30대·40대까지 연간 소비 횟수가 전반적으로 증가, 회당 지출 금액은 50대에서만 크게 상승해 다른 연령대와 구분되는 소비 구조가 나타날 것으로 예상됨
 - 가구소득별로는 연간 소비 횟수는 300만 원 미만 구간과 800만 원 이상 고소득층 구간의 증가가 두드러지며, 회당 지출 금액은 소득이 높을수록 상승할 것으로 예상됨

[그림 14] 뮤지컬 소비 횟수(위) 및 회당 지출액(아래) 추이 및 변화율



〈표 13〉 뮤지컬 연간 소비 횟수 및 회당 지출액 전망

		연간 소비 횟수(회)						회당 소비 지출액(원)				
		전체 표본			이용자 표본			전체표본		지출경험자 표본		
		'25	'26	'25(A)	'26(B)	B-A		'25	'26	'25(C)	'26(D)	D-C
연령별	20대	0.32	0.35	2.92	3.18	0.26		9,058	8,830	99,359	96,859	-2,500
	30대	0.44	0.50	3.31	3.76	0.44		10,209	9,829	101,588	97,807	-3,780
	40대	0.26	0.30	2.36	2.76	0.40		8,800	8,232	88,193	82,500	-5,693
	50대	0.16	0.20	2.10	2.65	0.55		7,413	8,000	115,118	124,235	9,118
	60대	0.25	0.26	2.46	2.54	0.08		7,734	7,456	92,810	89,476	-3,333
가구 소득별	300만원 미만	0.40	0.44	6.62	7.33	0.71		4,425	3,994	96,250	86,875	-9,375
	300~400만원 미만	0.18	0.19	2.22	2.26	0.04		7,000	6,179	103,158	91,053	-12,105
	400~600만원 미만	0.19	0.21	2.12	2.31	0.18		7,594	7,572	102,710	102,413	-298
	600~800만원 미만	0.29	0.32	2.38	2.62	0.24		9,242	9,279	90,883	91,240	357
	800만원 이상	0.35	0.45	2.21	2.83	0.62		13,969	14,256	102,439	104,544	2,105

IV. 요약 및 시사점

1. 요약

□ '26년 콘텐츠 소비 시간 전반적으로 증가하는 가운데, 오프라인 콘텐츠 중심으로 소비 확대가 나타날 것으로 전망됨

○ '26년 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 30.01시간으로 '25년 대비 0.5%(온라인 0.27%, 오프라인 14.29%) 증가할 것으로, 월평균 소비 지출액은 32,744원으로 '25년 대비 1.93%(온라인 0.47%, 오프라인 16.30%) 증가할 것으로 예상됨

〈표 14〉 '26년 콘텐츠 소비 전망(전체-온·오프라인 콘텐츠)

구분		2025년 현황	2026년 전망	증감률
주당 평균 소비시간	전체(10개 유형)	주 29.86시간	주 30.01시간	+0.50%
	온라인 콘텐츠(6개 유형)	주 29.44시간	주 29.52시간	+0.27%
	오프라인 콘텐츠(4개 유형)	주 0.42시간	주 0.48시간	+14.29%
월평균 지출액	전체(10개 유형)	월 32,126원	월 32,744원	+1.93%
	온라인 콘텐츠(6개 유형)	월 29,180원	월 29,319원	+0.47%
	오프라인 콘텐츠(4개 유형)	월 2,946원	월 3,426원	+16.30%

주: 1) 주당 평균 콘텐츠 소비 시간은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용횟수와 해당 소비 시간(도서 4시간, 극장영화 2시간, 대중음악 콘서트 및 뮤지컬 3시간)을 이용, 주당 소비시간을 산출한 후 온라인 콘텐츠 소비시간과 합산하여 계산함
 주: 2) 월평균 콘텐츠 소비 지출액은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용횟수와 해당 지출액을 이용, 월간 지출액을 산출한 후 온라인 콘텐츠 지출액과 합산하여 계산함

□ '26년 콘텐츠 소비량은 게임과 웹툰·웹소설을 제외한 대부분의 유형에서 소폭 증가할 것으로 예상되나, 소비 지출액은 OTT 동영상, TV, 극장 영화, 뮤지컬 등을 중심으로 감소할 것으로 전망됨

○ OTT 동영상 콘텐츠, TV 시청, 유튜브 동영상 콘텐츠, 음악 콘텐츠 등 전반적인 소비량이 증가할 것으로 확인되며, 게임과 웹툰·웹소설은 다소 감소할 것으로 예상됨
 - '26년 콘텐츠 소비량 변화는 음악 콘텐츠(1.60%), OTT 동영상 콘텐츠(1.57%), TV 시청(0.26%), 유튜브 동영상 콘텐츠(0.16%) 순으로 증가, 게임 콘텐츠(-2.71%), 웹툰·웹소설(-4.20%) 순으로 감소할 것으로 전망됨
 ○ 유튜브 동영상 콘텐츠, 음악, 게임 콘텐츠 등의 소비 지출액은 증가할 것으로 전망되는 반면,

OTT 동영상 콘텐츠와 TV 시청, 웹툰·웹소설의 소비 지출액은 감소할 것으로 전망됨

- '26년의 소비 지출액 변화는 게임 콘텐츠(3.83%), 유튜브 동영상 콘텐츠(2.54%), 음악 콘텐츠(0.15%)는 증가, OTT 동영상 콘텐츠(-0.15%), TV 시청(-0.33%), 웹툰·웹소설(-2.33%)은 다소 감소할 것으로 전망됨

〈표 15〉 '26년 콘텐츠 유형별 소비 전망

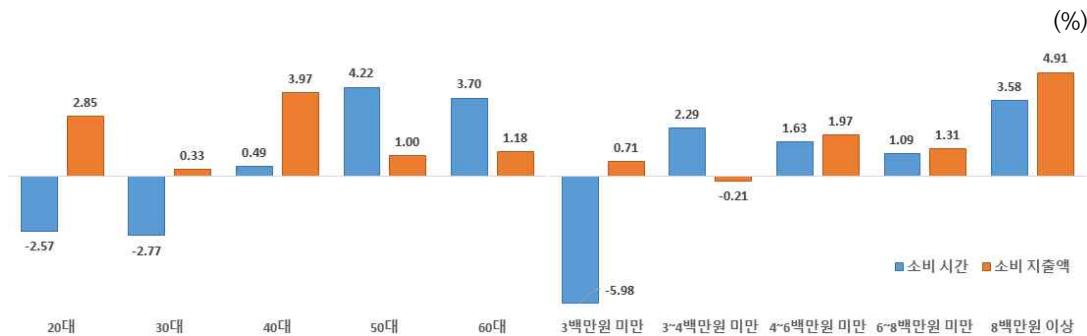
	'26년 소비량(시간, 회) 전망			'26년 소비 지출액(원) 전망		
	'25년 대비 변화 전망	전체 표본	이용자 표본	'25년 대비 변화 전망	전체 표본	지출 경험자 표본
OTT 동영상 콘텐츠	1.57	8.18	9.50	-0.15	13,824	18,346
TV 시청	0.26	4.78	8.37	-0.33	3,179	13,974
유튜브 동영상 콘텐츠	0.16	9.23	9.71	2.54	3,547	14,077
음악 콘텐츠	1.60	3.75	5.94	0.15	2,426	9,421
게임 콘텐츠	-2.71	1.69	7.06	3.83	3,782	28,543
웹툰·웹소설	-4.20	1.91	3.77	-2.33	2,560	11,881
도서	16.19	4.81	14.20	5.24	4,579	19,696
극장 영화	9.25	2.06	5.05	-0.83	6,531	17,254
대중음악 콘서트	15.30	0.27	2.55	1.15	10,972	121,911
뮤지컬	13.95	0.32	3.05	-1.49	8,504	97,745

주: OTT 동영상 콘텐츠~웹툰·웹소설 단위는 주당 소비 시간과 월평균 소비 지출액을, 도서~뮤지컬 단위는 연평균 소비 회수 및 회당 지출액을 의미함

□ 세대 및 소득별 콘텐츠 소비량 및 지출액 변화 전망

- (세대별) 콘텐츠 소비시간 20~30대 감소, 50~60대 크게 확대 전망, 소비 지출액은 세대별로 상이함
- (소득별) 300만원 미만 가구만 콘텐츠 소비시간 감소, 800만원 이상 가구 소비시간도 지출도 가장 크게 증가 전망

[그림 15] 세대 및 가구소득별 콘텐츠 소비 시간 및 지출액 증감률 전망('25-'26)



주: 1) 콘텐츠 소비 시간 증감률은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용회수와 회당 소비 시간(도서 4시간, 극장영화 2시간, 대중음악 콘서트 및 뮤지컬 3시간)을 이용, 주당 소비시간을 산출한 후 온라인 콘텐츠 소비시간과 합산하여 계산함

주: 2) 콘텐츠 소비 지출액은 오프라인 콘텐츠 유형별 연간 이용회수와 회당 지출액을 이용, 월간 지출액을 산출한 후 온라인 콘텐츠 지출액과 합산하여 계산함

○ 콘텐츠 유형별 세대 및 소득에 따른 변화 전망

- (OTT 동영상) 중장년층에서 소비가 활발할 것으로 예상되며, 다수의 가구소득 구간에서 관련 지출의 증가가 예상됨

- (TV 시청) 장년층에서 시청 시간과 지출이 증가하나 저연령층과 월소득 300만원 미만 구간에서는 시간과 지출이 모두 감소할 것으로 전망됨
- (유튜브 동영상) 50대 중장년층과 월소득 800만원 이상 고소득층을 중심으로 이용 시간과 소비 지출이 증가할 것으로 예상됨
- (음악) 대부분 연령대에서 이용 시간이 증가할 것으로 예상되며, 지출은 20대와 월소득 300만원 미만 가구 중심으로 확대될 것으로 전망됨
- (게임) 40대 중심으로 지출이 확대되는 반면 20대는 이용 시간이 감소하고 50대는 지출이 크게 줄어들 것으로 전망됨
- (웹툰·웹소설) 50대와 60대에서 이용 시간이 증가하나 지출은 감소할 것으로 예상되며, 월소득 800만원 이상 고소득층만 이용 시간과 지출이 함께 증가할 것으로 전망됨
- (도서) 40대와 50대 및 고소득층 중심으로 소비 횟수가 증가할 것으로 보이며, 젊은층과 고소득층의 지출 비중 확대가 예상됨
- (극장 영화) 40대와 60대를 중심으로 관람 횟수는 늘어날 것으로 예상되나 지출은 50대와 고소득층을 제외하면 전반적으로 위축될 것으로 전망됨
- (대중음악 콘서트) 50대와 60대의 관람 횟수가 증가할 것으로 보이며, 지출은 20대와 월소득 300만원 미만 가구 중심으로 확대될 것으로 전망됨
- (뮤지컬) 50대와 고소득층의 관람 횟수와 지출 모두 증가할 것으로 보이며, 저소득층은 이용 횟수는 늘리되 지출은 줄이는 경향이 뚜렷해질 것으로 전망됨

2. 시사점

□ 콘텐츠 소비량 증가와 지출 감소 경향 속 오프라인 콘텐츠 중심의 소비 구조가 확대될 것으로 전망됨

- '26년 콘텐츠 소비 시간과 지출액은 전반적으로 증가할 것으로 전망되나, 그 증가 양상을 오프라인 콘텐츠가 주도하며 콘텐츠 소비에 있어 접근성과 편의성에 비해 경험·현장성·몰입도를 중시되고 있음을 시사함
- OTT 동영상, TV 시청, 음악 콘텐츠 등 주요 유형에서 소비량은 증가하는 반면, 소비 지출액은 감소하거나 정체되는 양상이 전개될 것으로 전망되어, 콘텐츠 소비 시장에 구독 기반 모델의 포화, 가격 저항, 콘텐츠 가치 체감도 저하 등의 문제가 복합적으로 작용하고 있는 것으로 해석됨
- 텍스트와 대중음악에 대한 관심이 확대되면서 도서 및 대중음악 콘서트의 소비량과 소비 지출액 상승 추세가 지속될 것으로 전망됨

□ 세대별로 콘텐츠 소비 확대 양상과 지출 변화가 상이하게 나타날 것으로 전망됨

- 콘텐츠 소비의 중심 축이 청년층에 국한되지 않고, 중·장년층으로 확장되고 있음
- 콘텐츠 유형별로는 50대는 유튜브 동영상과 뮤지컬, 20대는 음악 콘텐츠와 대중음악 콘서트에서 지출 증가가 예상되는 등 세대별 소비 성향이 명확히 구분되고 있어, 향후 콘텐츠 산업 및 정책은 연령대별 맞춤형 콘텐츠 기획·유통 전략을 보다 정교하게 설계할 필요가 있음

□ 소득 수준에 따라 콘텐츠 소비의 확대 유형과 지출 양상이 달라질 것으로 예상됨

- 고소득층은 대부분의 콘텐츠 영역에서 소비 시간과 지출이 함께 증가하는 반면, 저소득층은 일부 유형을 제외하고 소비가 정체되거나 감소할 것으로 전망됨
- 이는 콘텐츠 소비가 점차 소득 탄력적인 영역으로 이동하고 있음을 의미하며, 향후 문화 향유의 불균형이 심화될 가능성을 시사함
 - 공공 차원에서는 취약 계층의 콘텐츠 접근성을 제고하고, 문화 향유 격차 완화를 위한 정책적 개입 필요성이 더욱 커질 것으로 예상됨

콘텐츠산업 동향 브리프 발간 현황

23-1호(창간호)	23-2호	23-3호	24-1호	24-2호
24-3호	24-4호	24-5호	24-6호	24-7호
25-1호	25-2호	25-3호	25-4호	25-5호
25-6호	26-1호			

▶ Designed by Freepik