



데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료
(Contents Report '24-09)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2024년 12월 16일(월) 배포	매 수	4매

'오징어2' 보려고, 넷플 비가입자 3명 중 1명 '가입 고려'

컨슈머인사이트, OTT K-콘텐츠 평가...'오징어 게임 시즌2'에 대한 인식

- 넷플릭스 드라마 '오징어 게임 시즌2' 돌풍 예고
- 론칭 4주 전부터 인지율·시청의향을 신기록 행진
- 넷플릭스 비가입자 3명 중 1명이 신규가입 의향
- 궁금한 스토리는 '프론트맨 과거'와 '주최측 정체'
- 기대되는 캐릭터는 임시완·이병헌·이정재 삼파전

○ '오징어 게임 시즌2'에 대한 관심이 유례 없이 뜨겁다. 론칭 전 인지율과 시청의향이 역대 최고임은 물론 넷플릭스를 구독하지 않는 사람 3명 중 1명이 이 드라마를 보기 위해 신규 구독을 고려할 정도다. 등장 캐릭터 중에는 임시완, 스토리 중에는 '프론트맨(이병헌)의 과거'와 '게임 주최측의 실체'에 대한 기대가 컸다.

□ 컨슈머인사이트의 'OTT K-오리지널 콘텐츠 초기 시청자 평가' 제28차 조사(12월 7~8일)에서 넷플릭스 드라마 화제작 '오징어 게임 시즌2'에 대한 이용자 인식을 묻고 이를 분석했다. 'OTT K-오리지널 콘텐츠 초기 시청자 평가'는 컨슈머인사이트가 지난 4월 시작한 신규 기획조사로, 매주 전국 20~59세 남녀 OTT 이용자 500명(연간 2만6000명)을 대상으로 한다. OTT를 통해 공개되는 모든 K-콘텐츠에 대한 소비자 반응을 집계해 성공적인 콘텐츠 제작을 위한 인사이트를 제공한다.

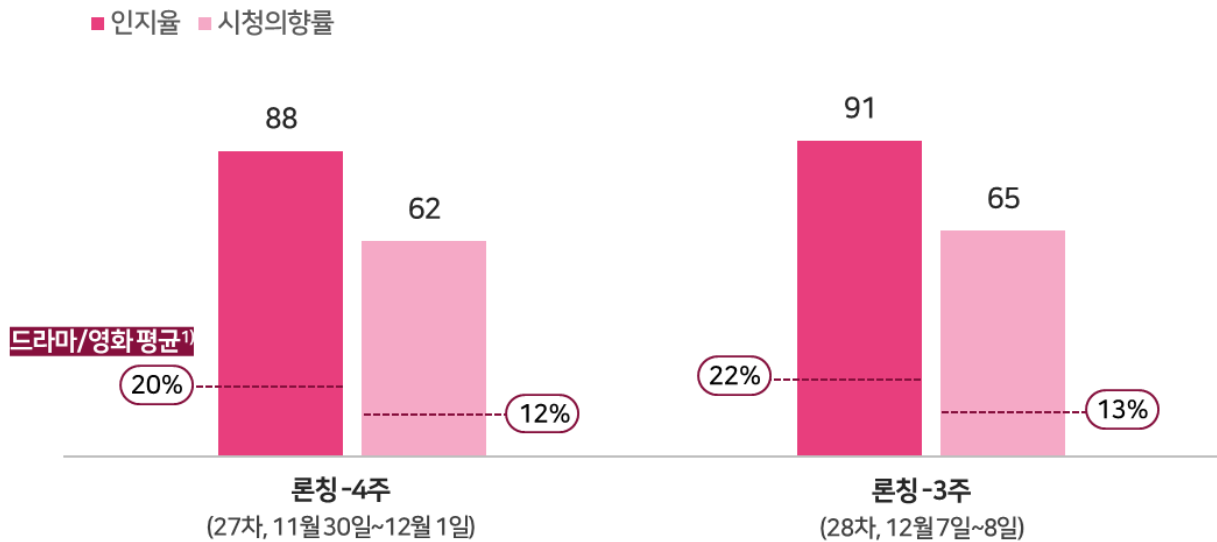
■ OTT 시청자 10명 중 9명 '알고 있다'

○ '오징어 게임 시즌2'는 론칭(12월 26일 예정) 전부터 인지율과 시청의향률 모두 역대 최고치를 찍고 있다. 론칭 -4주(27차, 11월 30일~12월 1일) 조사 대상에 포함되자마자 인지율 88%, 시청의향률 62%로 신기록을 썼다. 일주일 후인 론칭 -3주(28차, 12월 7일~8일)에는 각각 91%, 65%로 다시 기록을 갈아치웠다. 론칭 -3주 기준 드라마·영화 평균(인지율 22%, 시청의향률 12%)을 압도하는 초유의 기록이다[그림1]. 이전까지 가장 높

있던 '흑백요리사' 인지율(론칭 +2주, 82%)과 '지옥 시즌2' 시청의향률(론칭 -1주, 39%)에도 크게 앞섰다.

[그림1] 오징어게임 시즌2 인지율 및 시청의향률

[Base: OTT 이용자 500명, 단위: %]



1) 2024년 4월부터 조사된 K-오리지널 드라마/영화 18개 콘텐츠의 평균임

Q. 다음 OTT 콘텐츠 중에 들어본 적 있거나 알고 있는 것을 모두 선택해 주십시오.

Q. 귀하가 알고 계시다고 응답한 아래 각 콘텐츠가 공개된다면, 얼마나 보고 싶으십니까?

○ 높은 시청의향은 세계적인 K-콘텐츠 신드롬을 일으켰던 '시즌1'의 영향이 컸다. 시청의향 이유(복수응답)로 '시즌1의 결말 이후 스토리가 궁금해서'(48%), '시즌1을 재미있게 봐서'(46%)가 각각 절반에 근접했고, 이어 '화제성이 높아서'(36%), '시즌1보다 더 참신하고 창의적인 게임이 나올 것 같아서'(29%) 등이 뒤를 이었다.

■ 시청의향 높을수록 넷플 가입의향 높아

○ 주목할 부분은 '오징어 게임 시즌2'의 론칭이 넷플릭스의 가입자 확대에 연결될 가능성이 있다. 현재 넷플릭스 비구독자 중 '오징어 게임 시즌2가 론칭되면 넷플릭스를 구독·가입할 의향이 있습니까?'라는 질문에 '구독할 것'이라고 답한 사람이 3명 중 1명(32%)에 달했다. '잘 모르겠다(31%)', '구독 안 할 것'(38%) 응답 비율과 큰 차이가 없었다. 특히

시즌1 시청 경험이 있는 사람(39%), 시즌2를 시청할 의향이 있는 사람(45%)의 구독의향은 더 높았다.

○ '시즌2'에서 기대되는 배우로는 이번에 새로 합류한 임시완(44%)과 이정재, 이병헌(각각 43%)이 거의 같은 비율로 팽팽했다[그림2]. 이 중 임시완은 시즌1을 시청하지 않았거나 시즌2 시청의향이 없는 사람의 기대감이 상대적으로 높았다. 이 드라마에 대한 관심이 덜한 사람을 시청자로 끌어들이는 촉매 역할을 기대해볼 만하다.

[그림2] 오징어게임 시즌2 기대되는 배우(캐릭터) TOP 10

[Base: OTT 이용자 500명, 단위: %]

	전 체	시즌 1 시청유무		시즌 2 시청의향	
		시청	비시청	있음	없음
사례수	(500)	(409)	(91)	(323)	(131)
 임시완(이명기)	44	44	40	48	37
이병헌(프론트맨)	43	45	31	52	24
 이정재(성기훈)	43	47	21	54	20
공유(양복남)	39	40	36	46	27
박성훈(현주)	32	32	29	35	27
양동근(용식)	30	33	19	34	24
강하늘(대호)	25	26	20	30	21
위하준(황준호)	22	25	9	26	12
이진욱(경석)	19	21	11	23	14
박규영(차노을)	16	18	11	17	15

Q. 다음 중 시즌2에서 기대되는 캐릭터(배우)는 누구입니까?

○ 다뤘으면 하는 스토리는 '프론트맨의 과거(37%)'와 '오징어 게임 주최 조직의 실체(36%)'가 많이 꼽혔다. '게임 참가자들이 살아남은 이후의 삶', '새로운 게임의 진행'(각각 33%)에 대한 궁금증도 컸다.

■ 시청의향자 절반 이상, 일주일 안에 몰아볼 듯

○ 시청의향자 5명 중 1명(19%)은 시즌2 공개 당일 몰아보기를 계획하고 있으며, 2명

(37%)은 공개 후 1주일 이내에 시청할 계획이다. 론칭 초기부터 집중적인 시청률이 예상된다. 또 시청의향자 중 절반이 시즌1을 재시청 중이거나 재시청할 계획이어서 시즌2의 론칭에 따른 시즌1의 '역주행' 효과도 기대된다. 오징어 게임 시즌2가 시즌1의 흥행 뛰어넘을 수 있을지, 단순한 화제의 드라마를 넘어 OTT 시장 구도에까지 영향을 미칠 수 있을지 흥미진진하다.

이 리포트는 컨슈머인사이트의 신규 기획조사 'OTT K-오리지널 콘텐츠 초기 시청자 평가'를 바탕으로 한다. 조사는 컨슈머인사이트의 86 만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본 틀로 매주(회당 표본 규모 500 명) 실시하며 OTT K-오리지널 콘텐츠에 대한 초기 시청자 반응 전반을 조사 범위로 한다. 표본추출은 성·연령을 균등 할당하여, 모바일과 PC 를 이용한 온라인 조사로 진행된다.

<참고. 컨슈머인사이트 OTT K-오리지널 콘텐츠 초기 시청자 평가 개요>

조사 대상	전국 20-59세 남녀 중 OTT 이용자
조사 규모	매주 500명 (성/연령대별 균등할당)
조사 주기 및 시점	매주(주말) 조사 (24년 4~7월 격주 조사, 8월부터 주례 조사 진행)
대상 OTT	총 6개 : 넷플릭스, 티빙, 웨이브, 쿠팡플레이, 디즈니플러스, 애플tv
대상 콘텐츠	K-오리지널 콘텐츠 (영화, 시리즈, 예능, 다큐 등)
평가작품	론칭 전 4주차~ 론칭 후 2주차까지 총 7주

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며 언론사의 직접 인용 보도 외의 목적으로 사용할 수 없습니다. 그 밖의 인용 및 재배포는 컨슈머인사이트와 사전 협의를 거쳐 서면 승낙을 받은 경우에 한합니다.

For-more-Information

박경희 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02)6004-7619
박지영 팀장	parkjy@consumerinsight.kr	02)6004-7629
양수정 연구원	yangsj@consumerinsight.kr	02)6004-7628