

2021 한국 퍼리 팬덤 시장 조사 결과 및 해석

굿즈, 도서 및 퍼슈트를 중심으로

플레처 더 허스키 Fletcher the Husky

2021년 10월 20일

초록

한국의 퍼리 팬덤은 나날이 그 규모를 키워가고 있으며, 단순히 팬덤에 소속된 사람들의 추상적인 수 뿐 아니라 코로나19로 인해 대규모 모임이 금지되기 전 조직적으로 계획되어 열리던 행사가 점차 늘어나고 있었다는 점과 같은 악재로 인해 활동이 어렵다는 점에도 불구하고 새로운 퍼슈터의 수가 점점 늘어나고 있다는 점이 이를 증명한다. 하지만 하위문화의 일부인 퍼리 팬덤의 특성 상 대부분의 활동은 트위터와 같은 소셜 미디어를 통해 이루어지기 때문에 새롭게 팬덤에 들어온 사람이나 기존에 있던 사람조차도 체계적으로 정돈된 자료에 접근하기 어려운 것이 사실이다. 따라서 이 연구에서는 퍼리 팬덤 내에서 굿즈, 도서 및 퍼슈트를 구매하는 팬덤 내 소비자의 생각을 조사하여 해당 물품을 제작하는 창작자들이 소비자에게 더 잘 다가갈 수 있도록 돕고자 설문을 실시하였다. 설문 결과 물품에 따른 전반적인 정보를 얻을 수 있었으며 추가적인 분석을 통해 팬덤 내 소비 경험의 유무에 따라 물품에 대해 기대하는 내용이나 물품에 대해 지불할 용의가 있는 금액의 수준이 달라지는 부분이 있는 것으로 나타났다.

본문으로 들어가기에 앞서, 본 연구 보고서는 학술적인 형식을 띄고 있으나 이는 본 조사가 연구의 형식을 띄어 진행된 점, 제대로 된 보고서의 형식을 갖추기 위해서 공적인 형식이 필요한 점을 감안하여 학술적인 형식을 채택한 것으로, 본 연구 보고서는 어디까지나 퍼리 팬덤 내 창작자 및 소비자의 팬덤 활동에 참고용 이상의 의미가 부여되어서는 안 된다는 것을 밝힌다.

1. 서론

한국의 퍼리 팬덤은 해가 갈수록 규모를 키워가고 있으며 양적인 규모 뿐 아니라 질적으로도 규모를 확장하고 있다. 이는 여러 방면에서 확인이 가능하데, 하나는 팬덤 내 동인 행사의 발달이다. “대퍼전”, “하울 수프”, “퍼뮤즈먼트”, “퍼리조아” 등 한국 내 퍼리 팬덤 행사는 수십에서 수백명 이상의 사람들을 동시에 수용하는 규모에 이르렀으며 해당 행사의 참가자도 단순히 내국인을 넘어 외국 팬덤의 인원을 포함하는 등 결코 규모가 작지 않다. 또한, 최근 한 퍼리 팬덤 내 개발자가 제작하여 공개한 퍼슈트 데이터베이스에 따르면 한국 내 퍼슈트의 수는 2016년 이후로 갈수록 증가하고 있는데 (FurDEX : 퍼슈트 인덱스, 2021), 코로나19라는 악재에도 불구하고 팬덤에 관심을 가지고 퍼슈트를 구매하는 인원이 증가하고 있다고 볼 수 있다.

그러나 이러한 팬덤의 확장에도 불구하고 하위 문화라는 퍼리 팬덤의 특성 상 활동의 많은 부분은 트위터와 같은 소셜 미디어나 온라인 커뮤니티에서 이루어지는 경우가 많으며, 이러한 체계적인 조직의 공백은 팬덤에 새로 들어온 사람과 기존에 있는 사람 모두에게 효율적인 소통 수단의 부재를 가져와 팬덤 활동을 힘들게 하고 팬덤 활동에 필요한 정보를 얻기 어렵게 만들어 활동을 지속하기 위한 사기를 저하시킨다. 특히 지속적으로 팬덤 활동을 하고자 하는 새로운 사람들에게 필수적인 팬덤 문화나 팬덤 내 행사, 팬덤에서 얻을 수 있는 유·무형의 재화에 대한 소개가 이루어지지 못하면 팬덤에 관심을 가지고 들어온 사람이라도 지속적인 활동을 이어가지 못하고 금방 팬덤을 떠나게 된다. 따라서 본 연구는 이러한 팬덤 내 체계적인 정보 부족을 해소하기 위해 퍼리 팬덤 내 소비자의 생각을 조사하여 팬덤 내에서 굿즈, 도서 및 퍼슈트를 제작하는 창작자들이 소비자에게 더 잘 다가갈 수 있도록 하는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 굿즈, 도서 및 퍼슈트에 대한 구매 경험이 있는 사람과 구매 경험이 없는 사람, 구매 경험이 없었다면 차후 구매 의지

가 있는 사람과 구매 의지가 없는 사람으로 나누어 각각의 경우에 대해 창작자에게 도움이 될 수 있는 질문을 하였고, 이후 이를 통해 얻은 자료에 대해 추가적인 선형분석 또한 실시하였다.

2. 연구 방법

1) 연구 대상 및 조사 방법

본 연구는 “한국 내 퍼리 팬덤에 관심이 있는 사람”을 대상으로 하였다. 해당 조건 외에 성별, 나이, 지역 등 기타 조건은 두지 않았다. 다른 조건을 두지 않은 이유는 다음과 같다. 우선, 다른 조건을 두지 않음으로써 어떤 인구 집단이 과거 실제로 팬덤 내에서 소비 경험이 있고 어떤 인구 집단이 소비 경험이 없는 잠재적 소비자 집단인지 확인할 수 있다. 또한, 최대한 다양한 인구 집단의 응답을 확보하여 인구 집단 사이의 소비 패턴 차이가 확인된다면 특정 인구 집단을 타겟으로 한 창작자에게 연구 결과가 도움이 될 수 있다.

필요한 데이터 수집은 설문 조사를 통해 이루어졌다. 우선 서론에서 언급한대로 구매 경험이 있는지 여부, 구매 경험이 없다면 구매 의지가 있는지 여부에 따라 분기가 나눠진 설문지를 온라인으로 제작하여 1차적으로 5개의 답변을 확보한 후 제작된 설문지에 문제가 없는지 점검하였다. 이후 완성된 설문지를 퍼리 팬덤 이용자가 주로 사용하는 소셜 미디어를 이용해 연구에 사용된 설문지를 홍보하여 총 152개의 답변을 확보하였고 모든 답변의 타당성을 점검하여 이 중 답변의 타당성이 떨어진다고 판단된 답변 26개를 제외한 126개를 사용하였다.

2) 분석 방법

수집된 자료 중 추가적으로 상관 관계 및 인과 관계에 대한 분석이 필요하다고 판단된 자료들은 Wizard 2 통계 프로그램을 통해 분석하였다. 상관 관계 분석이 필요한 경우 유의 수준 $p \leq 0.05$ 에서

Spearman's Rank Correlation을 통해 검증하였다. 인과 관계 검증이 필요한 경우 유의 수준 $p \leq 0.05$ 에서 Chi-Square Test 및 Student's T-Test를 통해 분석하였다.

3. 연구 결과

1) 기술적 자료

총 126명의 참여자 중 성별의 경우 109명은 남성, 9명은 여성, 5명은 그 외의 성별, 3명은 응답을 거부하였다. 나이의 경우 평균 23.23세, 중간값 23세이나 편차가 4.742로 커 다양한 나이대의 사람들이 팬덤에 존재하는 것으로 나타났다 (St.Dev.=4.742, Var.=22.483). 가장 나이가 어린 참여자는 14세, 가장 나이가 많은 참여자는 36세였다. 참여자의 최종 학력은 대학교 졸업이 37명, 대학교 재학이 35명, 고등학교 졸업이 29명, 고등학교 재학이 14명, 중학교 졸업 이하가 8명, 대학원 재학이 2명, 대학원 졸업이 1명으로 전체적으로 대학교 수준의 학력 보유자가 가장 많은 것으로 나타났으며 이는 팬덤의 나이대와 일치한다. 참여자의 현 거주 형태는 부모와 거주한다고 대답한 사람이 81명으로 가장 많았으며 1인 거주가 38명, 기숙사에 거주하는 사람이 3명, 연인 혹은 배우자와 거주하는 사람이 2명, 지인과 거주하는 사람이 1명, 응답을 거부한 사람이 1명 있었다. 참여자 가정의 월 소득은 200만원 이상 300만원 미만이 31명으로 가장 많았으며 100만원 이상 200만원 미만이 23명, 400만원 이상 500만원 미만과 600만원 이상이 18명, 100만원 미만이 17명, 300만원 이상 400만원 미만이 12명, 500만원 이상 600만원 미만이 7명으로 나타났다.

연구 참여자 중 굿즈를 구매해 본 경험이 있는 사람은 97명, 굿즈를 구매해 본 경험이 없는 사람은 29명으로 나타났다. 여기에서 굿즈란 서적을 제외한 키링, 뱃지, 와펜, 스티커, 엽서, 다키마쿠라 등 캐릭터 상품으로 만들어지는 잡화를 의미한다.

또한 굿즈를 구매해 본 경험이 없는 29명 모두 미래에 굿즈를 구매해 볼 계획이 있는 것으로 나타났다. 굿즈를 구매해 본 경험이 있는 사람이 구매해 본 굿즈는 다음과 같다(복수 응답 가능). 키링(79명), 뱃지(68명), 스티커(66명), 의류(49명), 엽서(36명), 컵(28명), 다키마쿠라(25명), 폰 케이스(17명), 와펜(4명), 담요(2명), 안경다리(2명), 도장(1명), 마우스 패드(1명), 수첩(1명), 아크릴 스탠드(1명), 에코백(1명). 또한, 굿즈를 구매한 적이 있는 사람이 다키마쿠라, 뱃지, 스티커, 엽서, 의류, 키링, 총 6개의 굿즈를 선호하는 순으로 배열할 것을 요구받았을 때 키링이 가장 높은 선호를 받았으며 그 뒤를 이어서 뱃지, 스티커, 의류, 다키마쿠라, 엽서 순으로 선호도가 나타났다.

이어서 굿즈를 구매해 본 사람들에게 키링, 뱃지, 엽서, 다키마쿠라를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적당하다고 생각하는지 물어보았다. 키링의 경우 4천원 이상 6천원 미만이 가장 많았고(39명), 이어서 2천원 이상 4천원 미만(24명), 6천원 이상 8천원 미만(17명), 8천원 이상 1만원 미만(13명), 2천원 미만(3명), 1만원 이상(1명) 순이었다. 뱃지의 경우 2천원 이상 4천원 미만이 가장 많았고(39명), 이어서 4천원 이상 6천원 미만(25명), 2천원 미만(22명), 6천원 이상 8천원 미만(5명), 8천원 이상 1만원 미만(4명), 1만원 이상(2명) 순이었다. 엽서의 경우 장당 1천원 이상 2천원 미만과 5백원 이상 1천원 미만이 가장 많았고(각각 41명), 이어서 2천원 이상 3천원 미만(8명), 3천원 이상(4명), 5백원 미만(3명) 순이었다. 다키마쿠라의 경우 8만원 이상 10만원 미만이 가장 많았고(39명), 이어서 10만원 이상 12만원 미만(25명), 4만원 이상 6만원 미만과 6만원 이상 8만원 미만(각각 14명), 4만원 미만(3명), 12만원 이상(2명) 순이었다.

이어서 굿즈를 구매해 본 경험이 없는 사람이 구매할 의향이 있는 굿즈는 다음과 같았다(복수 응답 가능). 키링(21명), 스티커(18명), 뱃지(17명), 의류(16명), 다키마쿠라(15명), 폰 케이스(12명),

성별	남	109			
	여	9			
	기타	5			
	응답 거부	3			
나이	14-15세		7		
	16-18세		15		
	19-21세		22		
	22-24세		28		
	25-27세		30		
	28-30세		14		
	31-33세		7		
	35-36세		2		
학력	중졸 이하			8	
	고교 재학			14	
	고교 졸업			29	
	대학 재학			35	
	대학 졸업			37	
	대학원 재학			2	
	대학원 졸업			1	
거주 형태	부모와 거주				81
	1인 거주				38
	기숙사 거주				3
	애인과 거주				2
	지인과 거주				1
	응답 거부				1
월 소득	100만원 미만				17
	100-200만원				23
	200-300만원				31
	300-400만원				12
	400-500만원				18
	500-600만원				7
	600만원 이상				18

표 1: 참여자에 인구적 분포에 대한 기술적 자료

컵(11명), 엽서(8명), 도장(7명), 와펜(7명), 담요(2명), 가방(1명), 수건(1명), 우산(1명), 지갑(1명). 또한, 굿즈를 구매한 적이 있는 사람이 다키마쿠라, 뱃지, 스티커, 엽서, 의류, 키링, 총 6개의 굿즈를 선호하는 순으로 배열할 것을 요구받았을 때 키링이 가장 높은 선호를 받았으며 그 뒤를 이어서 스티커, 의류, 뱃지, 다키마쿠라, 엽서 순으로 선호도가 나타났다.

이어서 굿즈를 구매해 본 적이 없는 사람들에게 키링, 뱃지, 엽서, 다키마쿠라를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적당하다고 생각하는지 물어보았다. 키링의 경우 4천원 이상 6천원 미만이 가장 많았고(13명), 이어서 2천원 이상 4천원 미만(9명), 8천원 이상 1만원 미만(3명), 1만원 이상(2명), 2천원 미만과 6천원 이상 8천원 미만(각각 1명) 순이었다. 뱃지의 경우 2천원 이상 4천원 미만이 가장 많았고(11명), 이어서 4천원 이상 6천원 미만(8명), 2천원 미만(7명), 6천원 이상 8천원 미만(2명), 8천원 이상 1만원 미만(1명), 1만원 이상(0명) 순이었다. 엽서의 경우 상당 5백원 이상 1천원 미만이 가장 많았고(14명), 이어서 1천원 이상 2천원 미만(9명), 2천원 이상 3천원 미만(3명), 5백원 미만(2명), 3천원 이상(1명) 순이었다. 다키마쿠라의 경우 6만원 이상 8만원 미만이 가장 많았고(10명), 이어서 4만원 이상 6만원 미만(7명), 8만원 이상 10만원 미만(6명), 10만원 이상 12만원 미만(4명), 4만원 미만(2명), 12만원 이상(0명) 순이었다.

연구 참여자 중 도서를 구매해 본 경험이 있는 사람은 66명, 도서를 구매해 본 경험이 없는 사람은 60명으로 나타났다. 여기에서 도서란 각종 온·오프라인 행사를 통해 판매되는 퍼리 팬덤 내 작가들의 동인 소설 및 만화 작품 등을 의미한다. 도서를 구매한 경험이 없는 사람 중 41명은 미래에 도서를 구매해 볼 계획이 있다고 답했고 19명은 미래에 도서를 구매해 볼 계획이 없다고 답했다.

도서를 구매해 본 사람 중 58명은 성인, 8명은 청소년이었다. 도서를 구매해 본 성인이 구입한 도

서는 다음과 같다(복수 응답 가능). 만화(55명), 소설(13명), 일러스트집(3명), 사진집(1명).

이어서 도서를 구매해 본 성인이 단편 도서와 장편 도서를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 단편 도서의 경우 6천원 이상 9천원 미만이 가장 많았고(27명), 이어서 3천원 이상 6천원 미만(17명), 9천원 이상 1만 2천원 미만(8명), 1만 5천원 이상(3명), 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만(2명), 3천원 미만(1명) 순이었다. 장편 도서의 경우 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만이 가장 많았고(19명), 이어서 9천원 이상 1만 2천원 미만(18명), 1만 5천원 이상 1만 8천원 미만(9명), 6천원 이상 9천원 미만과 1만 8천원 이상(각각 6명), 6천원 미만(0명) 순이었다.

도서를 구매해 본 성인 중 48명은 성인물에 해당하는 도서를 구매해 본 적이 있었고 10명은 성인물에 해당하는 도서를 구매해 본 적이 없었다. 이어서 성인물과 비성인물에 가격 차이가 있어야 한다면 얼마 정도가 적당하다고 생각하는지 물어보았다(단, 성인물의 가격이 더 높다고 전제한다). 1천원 이상 2천원 미만이 가장 많았고(21명), 이어서 3천원 이상(14명), 2천원 이상 3천원 미만(11명), 0원(9명), 1천원 미만(3명) 순이었다.

도서를 구매해 본 청소년이 구입한 도서는 다음과 같다(복수 응답 가능). 만화(5명), 소설(2명), 일러스트집(2명), 사진집(1명).

이어서 도서를 구매해 본 청소년이 단편 도서와 장편 도서를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 단편 도서의 경우 6천원 이상 9천원 미만이 가장 많았고(3명), 이어서 1만 5천원 이상(2명), 3천원 이상 6천원 미만과 9천원 이상 1만 2천원 미만과 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만(각각 1명), 3천원 미만(0명) 순이었다. 장편 도서의 경우 1만 5천원 이상 1만 8천원 미만이 가장 많았고(4명), 이어서 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만과 1만 8천원 이상(2명), 6천원 미만과 6

천원 이상 9천원 미만과 9천원 이상 1만 2천원 미만(0명) 순이었다.

도서를 구매해보지 않았고 미래에 도서를 구매할 계획이 있다고 답한 사람 중 28명은 성인, 13명은 청소년이었다. 도서를 구매할 계획이 있다고 한 성인이 구매할 의향이 있다고 한 도서는 다음과 같다(복수 응답 가능). 만화(27명), 소설(12명), 일러스트집(1명).

이어서 도서를 구매할 계획이 있다고 한 성인이 단편 도서와 장편 도서를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 단편 도서의 경우 6천원 이상 9천원 미만이 가장 많았고(11명), 이어서 9천원 이상 1만 2천원 미만(9명), 3천원 이상 6천원 미만(5명), 1만 5천원 이상(2명), 3천원 미만(1명), 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만(0명) 순이었다. 장편 도서의 경우 1만 5천원 이상 1만 8천원 미만이 가장 많았고(9명), 이어서 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만(7명), 9천원 이상 1만 2천원 미만과 1만 8천원 이상(각각 5명), 6천원 미만과 6천원 이상 9천원 미만(각각 1명) 순이었다.

도서를 구매할 계획이 있다고 한 성인 중 22명은 성인물에 해당하는 도서를 구매할 계획이 있었고 6명은 성인물에 해당하는 도서를 구매할 계획이 없었다. 이어서 성인물과 비성인물에 가격 차이가 있어야 한다면 얼마 정도가 적절하다고 생각하는지 물어보았다(단, 성인물의 가격이 더 높다고 전제한다). 3천원 이상이 가장 많았고(10명), 이어서 2천원 이상 3천원 미만(7명), 1천원 이상 2천원 미만(6명), 0원(4명), 1천원 미만(1명) 순이었다.

도서를 구매할 계획이 있다고 한 청소년이 구매할 의향이 있다고 한 도서는 다음과 같다(복수 응답 가능). 만화(13명), 소설(8명).

이어서 도서를 구매할 계획이 있다고 한 청소년이 단편 도서와 장편 도서를 구매한다면 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하는지 물어보았다. 단편 도서의 경우 6천원 이상 9천원 미만이 가장 많았고(5명), 이어서 9천원 이상 1만 2천원 미만(4

명), 3천원 이상 6천원 미만(2명), 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만과 1만 5천원 이상(각각 1명), 3천원 미만(0명) 순이었다. 장편 도서의 경우 1만 8천원 이상이 가장 많았고(4명), 이어서 9천원 이상 1만 2천원 미만과 1만 5천원 이상 1만 8천원 미만(각각 3명), 6천원 이상 9천원 미만(2명), 1만 2천원 이상 1만 5천원 미만(1명), 6천원 미만(0명) 순이었다.

도서를 구매할 계획이 없다고 응답한 사람들에게 그 이유를 물어본 결과 다음과 같은 응답을 얻었다(복수 응답 가능). 마음에 드는 도서가 없어서(14명), 도서를 보관할 곳이 없어서(6명), 타인에게 도서를 보여주기 어려워(1명).

연구 참여자 중 퍼슈트를 구매해 본 경험이 있는 사람은 50명, 퍼슈트를 구매해 본 경험이 없는 사람은 76명으로 나타났다. 퍼슈트를 구매한 경험이 없는 사람 중 54명은 미래에 퍼슈트를 구매해 볼 계획이 있다고 답했고 22명은 미래에 퍼슈트를 구매해 볼 계획이 없다고 답했다.

퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 지금까지 총 몇개의 퍼슈트를 구매해보았는지 물어본 결과 평균 1.340개, 중간값 1개의 결과를 얻었다(St.Dev.=0.745, Var.=0.556). 최소값은 1개, 최대값은 4개로 나타났다. 편차 역시 크지 않아 대부분의 사람들은 1개의 퍼슈트 구매 경험을 가지고 있는 것으로 나타났다.

이어서 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 자신의 퍼슈트의 종족을 물어보았다(단, 퍼슈트가 여러 개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과는 다음과 같다. 고양이(12명), 개(8명), 늑대(6명), 용(5명), 여우와 호랑이(각각 4명), 토끼(3명), 다람쥐(2명), 가고일(1명), 사자(1명), 상어(1명), 쥐(1명), 치타(1명), 불명(1명). 이어서 자신의 퍼슈트의 스타일을 물어보았다(단, 퍼슈트가 여러 개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과는 다음과 같다. 동양풍(33명), 서양풍(10명), 실화풍(4명), 혼합(3명). 이어서 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 자신의 퍼슈트의 구성을

물어보았다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과는 다음과 같다. 풀 슈트와 파셜 슈트(각각 25명).

이어서 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 자신의 퍼슈트가 어떤 색 조합을 가지고 있는지 색을 4개까지 선택할 수 있게 질문하였다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과는 다음과 같다. 흰색(34건), 파란색(16건), 갈색(15건), 검은색(14건), 빨간색(12건), 노란색(10건), 회색(9건), 주황색(8건), 보라색(6건), 청록색과 남색과 핑크색(각각 5건), 연두색과 초록색과 아이보리색(2건), 하늘색(1건).

이어서 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 퍼슈트를 몇 년도에 구매했는지 물어보았다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과 평균 2019.860년, 중간값 2020년으로(St.Dev.=1.229, Var.=1.511) 과거에 구매한 사람에 비해 최근에 구매한 사람이 늘어나고 있음을 관찰할 수 있었다. 최소값은 2016년, 최대값은 2021년이였다. 퍼슈트의 제작 기간 역시 동일하게 물어보았다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과 평균 7.340개월, 중간값 5개월로(St.Dev.=7.692, Var.=59.168) 반년 정도를 보통으로 하나 그 편차가 매우 크다는 것을 확인할 수 있었다. 최소값은 1개월, 최대값은 48개월이였다.

퍼슈트를 구매해 본 참여자들이 선택한 메이커의 국적은 다음과 같았다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 한국(43명), 일본(4명), 미국과 러시아와 아일랜드(각각 1명). 이어서 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 퍼슈트를 구매하는데 어느 정도의 비용이 소모되었는지 물어보았다(단, 퍼슈트가 여러개이면 가장 선호하는 퍼슈트를 기준으로 대답한다). 그 결과 평균 269.500만원, 중간값 220만원으로(St.Dev.=189.259, Var.=35856.6633) 200만원 전후를 중심으로 굉장히 큰 편차를 보이는 것을 알

수 있었다. 최소값은 5만원, 최대값은 750만원이였다. 마지막으로 퍼슈트를 구매해 본 참여자들에게 메이커의 국적, 메이커의 스타일 및 디자인, 메이커의 인지도, 비용, 사후 서비스, 제작 기간, 총 6개의 고려 사항을 퍼슈트 구매 시 우선 순위대로 배치할 것을 요구하였다. 그 결과 메이커의 스타일 및 디자인, 비용, 사후 서비스, 메이커의 인지도, 제작 기간, 메이커의 국적 순으로 높은 우선 순위를 부여 받았다.

이어서 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들에게 자신이 계획하는 퍼슈트의 종족을 물어보았다. 그 결과는 다음과 같다. 늑대(15명), 용(8명), 고양이와 여우(각각 6명), 토끼와 사자(각각 3명), 개(2명), 사슴(1명), 상어(1명), 새(1명), 양서류(1명), 쥐(1명), 프로토젠(1명), 호랑이(1명), 혼합형(1명), 하이에나(1명), 미정(1명), 응답 거부(1명). 이어서 자신이 계획하는 퍼슈트의 스타일을 물어보았다. 그 결과는 다음과 같다. 동양풍(37명), 실화풍(8명), 서양풍(7명), 사이버(1명), 미정(1명). 이어서 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들에게 자신의 퍼슈트가 계획하는 퍼슈트의 구성을 물어보았다. 그 결과는 다음과 같다. 풀 슈트(31명), 파셜 슈트(23명).

이어서 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들에게 자신이 계획하는 퍼슈트가 어떤 색 조합을 가지고 있는지 색을 4개까지 선택할 수 있게 질문하였다. 그 결과는 다음과 같다. 흰색(42건), 검은색(25건), 파란색(18건), 노란색(16건), 갈색과 회색(13건), 빨간색(12건), 청록색(10건), 주황색(9건), 보라색(8건), 초록색과 핑크색(각각 7건), 연두색(5건), 남색(3건), 형광색(1건), 무지개색(1건), 미정(1건).

이어서 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들에게 퍼슈트를 언제쯤 구매할 계획인지 물어보았다. 그 결과 평균 2024.222년, 중간값 2024년으로(St.Dev.=2,080, Var.=4.327) 대부분의 사람들이 급하지 않게 2-4년 이내로 퍼슈트 구매를 원하

는 것을 알 수 있었다. 최소값은 2022년, 최대값은 2030년이였다. 주문한 퍼슈트가 어느 정도 이내로 완성되기를 원하는지 역시 동일하게 물어보았다. 그 결과 평균 8.648개월, 중간값 6개월로 (St.Dev=5.573, Var.=31.063) 반년 정도를 보통으로 큰 편차를 보였다. 최소값은 2개월, 최대값은 36개월이였다.

퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들이 원하는 메이커의 국적은 다음과 같았다. 한국과 상관 없음(각각 22명), 일본(5명), 중국(3명), 대만과 미국(각각 1명). 이어서 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들이 퍼슈트 구매에 책정한 예산에 대해 물어보았다. 그 결과 평균 410.370만원, 중간값 400만원으로 (St.Dev=240.196, Var.=57694.200) 400만원을 중심으로 굉장히 큰 편차를 보이는 것을 알 수 있었다. 최소값은 100만원, 최대값은 1500만원이였다. 마지막으로 퍼슈트를 구매할 계획이 있다고 한 참여자들에게 메이커의 국적, 메이커의 스타일 및 디자인, 메이커의 인지도, 비용, 사후 서비스, 제작 기간, 총 6개의 고려사항을 퍼슈트 구매 시 우선 순위대로 배치할 것을 요구하였다. 그 결과 메이커의 스타일 및 디자인, 사후 서비스, 비용, 메이커의 인지도, 제작 기간, 메이커의 국적 순으로 높은 우선 순위를 부여 받았다.

퍼슈트를 구매할 계획이 없다고 한 참여자들에게 그 이유를 물어본 결과 다음과 같은 응답을 얻었다(복수 응답 가능). 퍼슈트의 가격이 너무 비싸서(15명), 퍼슈트를 보관할 곳이 없어서(11명), 가족 등 지인에게 퍼슈트를 보이기 난처해서(10명), 퍼리 팬덤에는 관심이 있으나 퍼슈트에는 관심이 없어서(4명), 퍼슈트를 직접 만들어서(3명), 퍼슈트를 보는 것과 퍼슈팅을 직접 하는 것의 괴리감 때문에(1명), 퍼슈팅을 하는 것이 더워서(1명).

2) 자료 분석

우선 연구 대상에서 밝힌 것과 같이 인구 집단에 따른 소비 경험을 확인하는 분석을 실시하였다.

성별을 통한 분석의 경우 모집된 자료가 지나치게 남성으로 치우쳐진 만큼 다른 성별에 대한 자료가 부족해 분석을 하는 의미가 없을 것으로 판단되어 분석을 진행하지 않았다.

나이대에 따라 굿즈, 도서, 퍼슈트를 구매해 본 경험이 있는지에 대한 분석에서는 유의미한 결과를 도출할 수 있었다. 우선 나이에 따라 굿즈 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하였다($X^2(5)=14.477, p=0.013$). 이러한 결과는 나이가 많을수록 굿즈 구매 경험이 있을 가능성이 높다는 것을 의미한다.

이어서 나이에 따라 도서 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하였다($X^2(5)=15.917, p=0.007$). 이러한 결과는 나이가 많을수록 도서 구매 경험이 있을 가능성이 높다는 것을 의미한다.

이어서 나이에 따라 퍼슈트 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하였다($X^2(5)=11.671, p=0.040$). 이러한 결과는 나이가 많을수록 퍼슈트 구매 경험이 있을 가능성이 높다는 것을 의미한다.

월 소득에 따라 굿즈, 도서, 퍼슈트를 구매해 본 경험이 있는지에 대한 분석에서는 유의미한 결과가 나오지 않았다. 우선 월 소득에 따라 굿즈 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하지 않았다($X^2(6)=7.797, p=0.253$). 이러한 결과는 월 소득과 굿즈 구매 경험 사이에서 통계적으로 유의미한 관계가 존재하지 않음을 의미한다.

이어서 월 소득에 따라 도서 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하지 않았다($X^2(6)=4.864, p=0.561$). 이러한 결

과는 월 소득과 도서 구매 경험 사이에 서로 통계적으로 유의미한 관계가 존재하지 않음을 의미한다.

이어서 월 소득에 따라 퍼슈트 구매 경험에 차이가 있는지 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의하지 않았다($X^2(6)=5.278$, $p=0.509$). 이러한 결과는 월 소득과 퍼슈트 구매 경험 사이에 서로 통계적으로 유의미한 관계가 존재하지 않음을 의미한다.

다음으로는 실제 퍼리 팬덤 내에서의 물품 구매 경험이 소비 패턴에 영향을 주는지 확인하는 분석을 실시하였다. 우선 퍼리 팬덤 내에서 굿즈를 구매한 경험 유무가 키링, 뱃지, 엽서, 다키마쿠라에 매기는 적정 가격과 상관성이 있는지 검증하였다.

먼저 굿즈 구매 경험과 키링에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 굿즈 구매 경험과 키링에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의미한 상관 관계가 보이지 않았다($\rho(124)=0.070$, $p=0.433$). 이는 굿즈를 구매한 경험과 키링에 더 비싸거나 싼 적정 가격을 매기는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관성이 없다는 것을 의미한다.

이어서 굿즈 구매 경험과 뱃지에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 굿즈 구매 경험과 뱃지에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의미한 상관 관계가 보이지 않았다($\rho(124)=0.008$, $p=0.928$). 이는 굿즈를 구매한 경험과 키링에 더 비싸거나 싼 적정 가격을 매기는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관성이 없다는 것을 의미한다.

이어서 굿즈 구매 경험과 엽서에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 굿즈 구매 경험과 엽서에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의미한 상관 관계가 보이지 않

았다($\rho(124)=0.074$, $p=0.410$). 이는 굿즈를 구매한 경험과 엽서에 더 비싸거나 싼 적정 가격을 매기는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관성이 없다는 것을 의미한다.

이어서 굿즈 구매 경험과 다키마쿠라에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 굿즈 구매 경험과 다키마쿠라에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의한 정적 상관 관계가 나타났다($\rho(124)=0.247$, $p=0.005$). 이는 굿즈를 구매한 경험과 다키마쿠라에 더 비싼 가격을 매기는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관성이 있다는 것을 의미한다.

굿즈 구매 경험과 다키마쿠라에 매기는 적정 가격 사이에 유의미한 상관성이 발견되어 추가적으로 인과 관계 확인을 위해 Chi-Square Test를 통해 모델을 검증하였다. 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시한 결과 모형은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($X^2(5)=11.158$, $p=0.048$). 이러한 결과는 통계적으로 굿즈 구매 경험이 있으면 다키마쿠라에 대한 적정 가격을 더 높게 매길 가능성이 높다는 것을 의미한다.

다음으로는 도서 구매 경험에 따른 소비 패턴을 분석하였다. 먼저 도서 구매 경험과 단편 도서에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 도서 구매 경험과 단편 도서에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의미한 상관 관계가 보이지 않았다($\rho(105)=-0.136$, $p=0.163$). 이는 도서를 구매한 경험과 단편 도서에 더 비싸거나 싼 적정 가격을 매기는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관성이 없다는 것을 의미한다.

이어서 도서 구매 경험과 장편 도서에 매기는 적정 가격 사이의 상관성을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시

퍼리 팬덤 내에서 굿즈를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

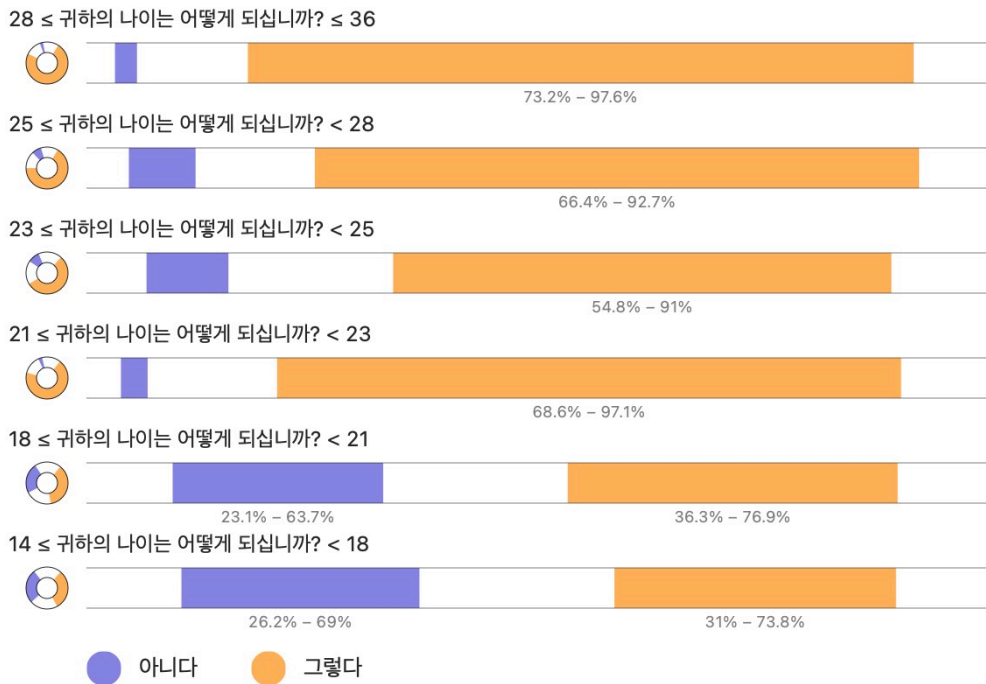


차트 1-1: 나이에 따른 굿즈 구매 경험

퍼리 팬덤 내에서 도서를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

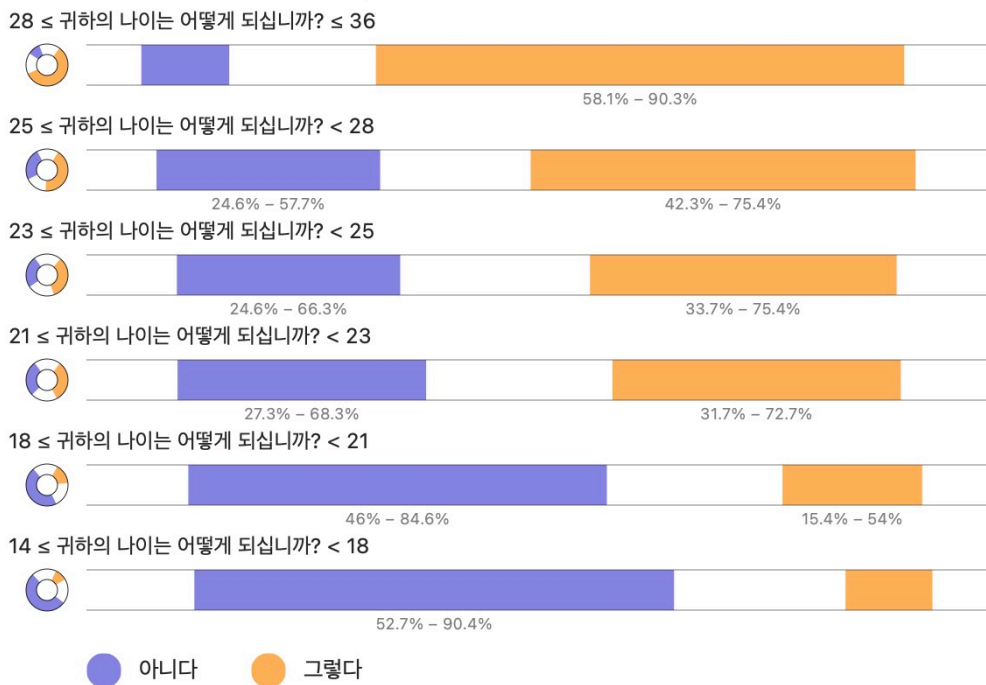


차트 1-2: 나이에 따른 도서 구매 경험

퍼리 팬덤 내에서 퍼슈트를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

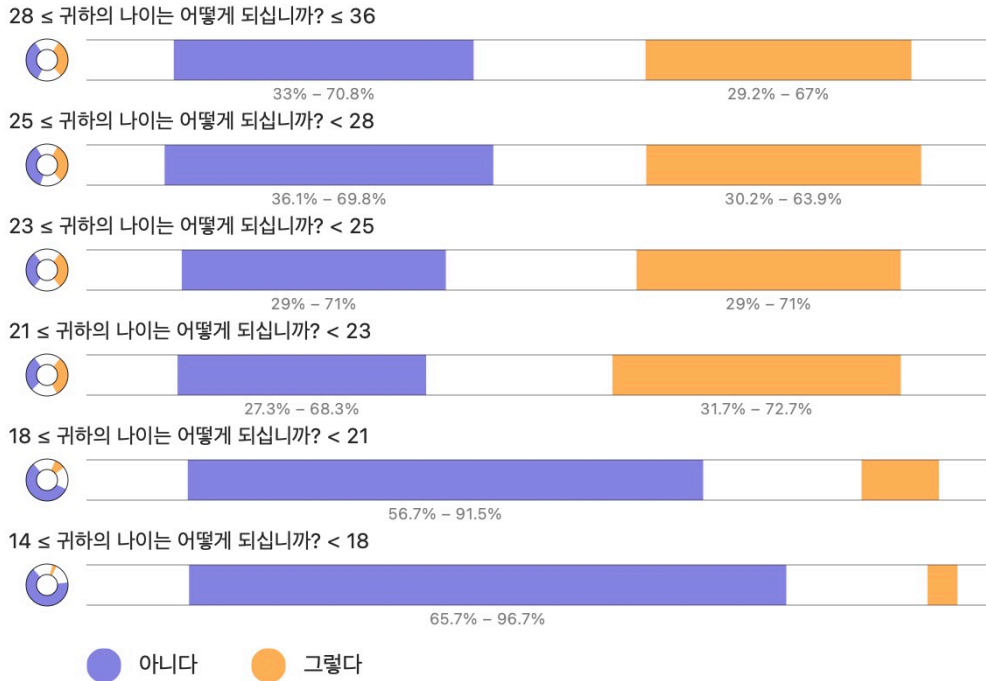


차트 1-3: 나이에 따른 퍼슈트 구매 경험

퍼리 팬덤 내에서 굿즈를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하 가정의 월 소득은 어느 정도 되십니까?

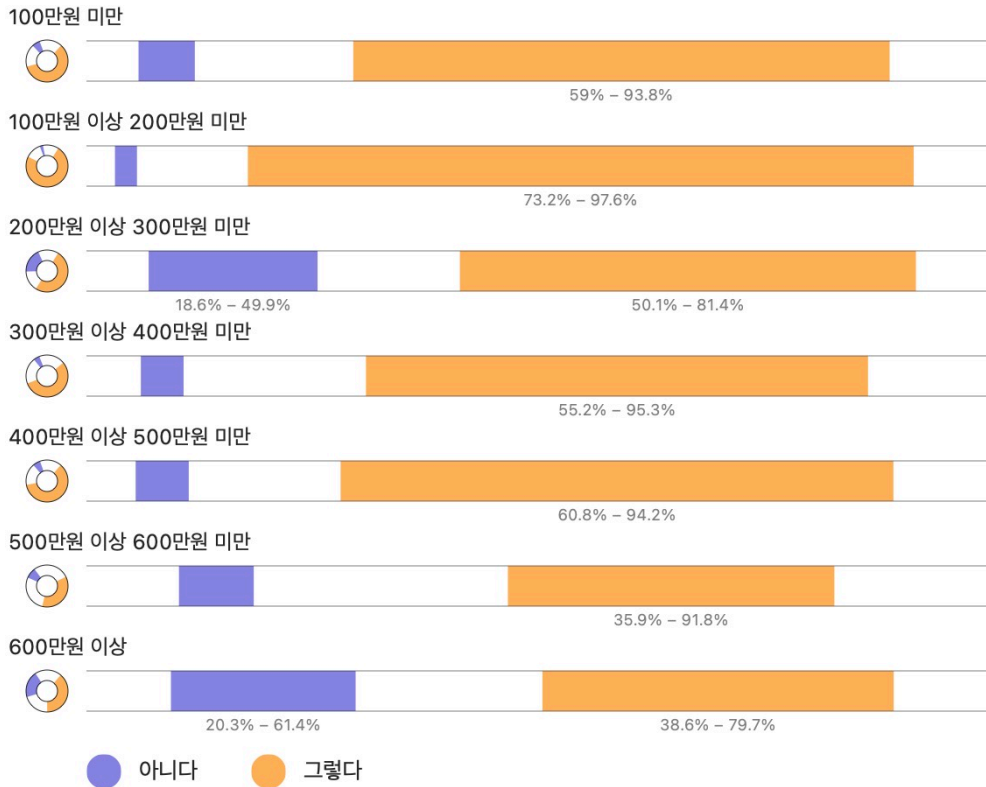


차트 2-1: 월 소득에 따른 굿즈 구매 경험

퍼리 팬덤 내에서 도서를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하 가정의 월 소득은 어느 정도 되십니까?

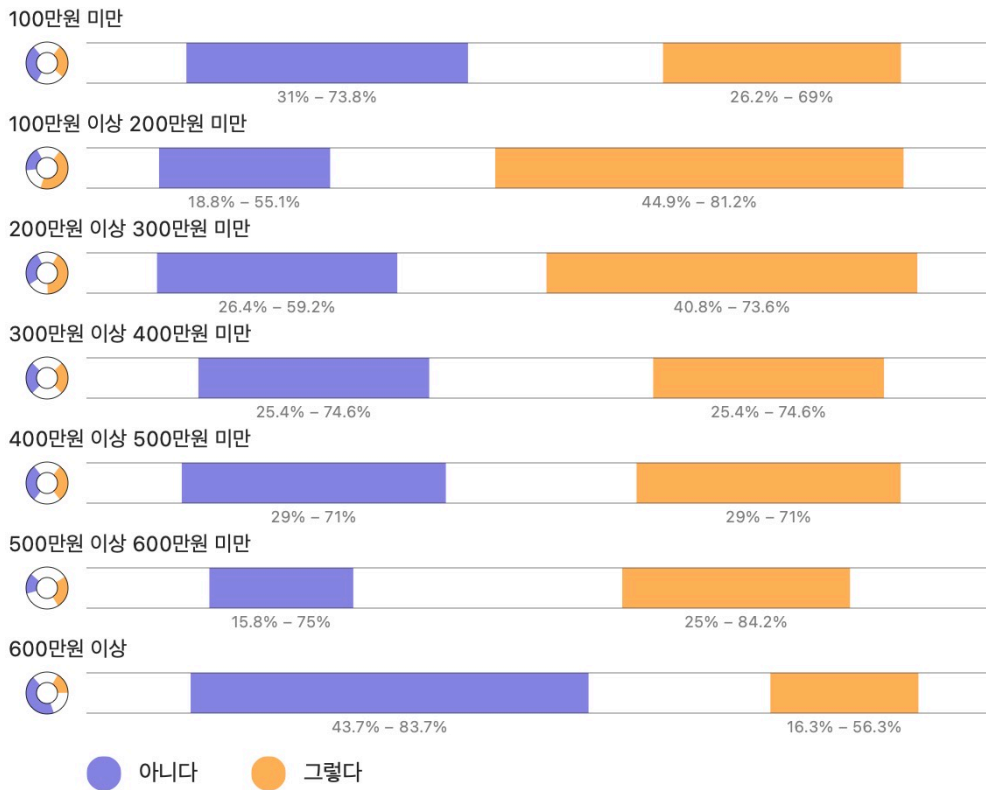


차트 2-2: 월 소득에 따른 도서 구매 경험

퍼리 팬덤 내에서 퍼슈트를 구매해 본 경험이 있으십니까?
by 귀하 가정의 월 소득은 어느 정도 되십니까?

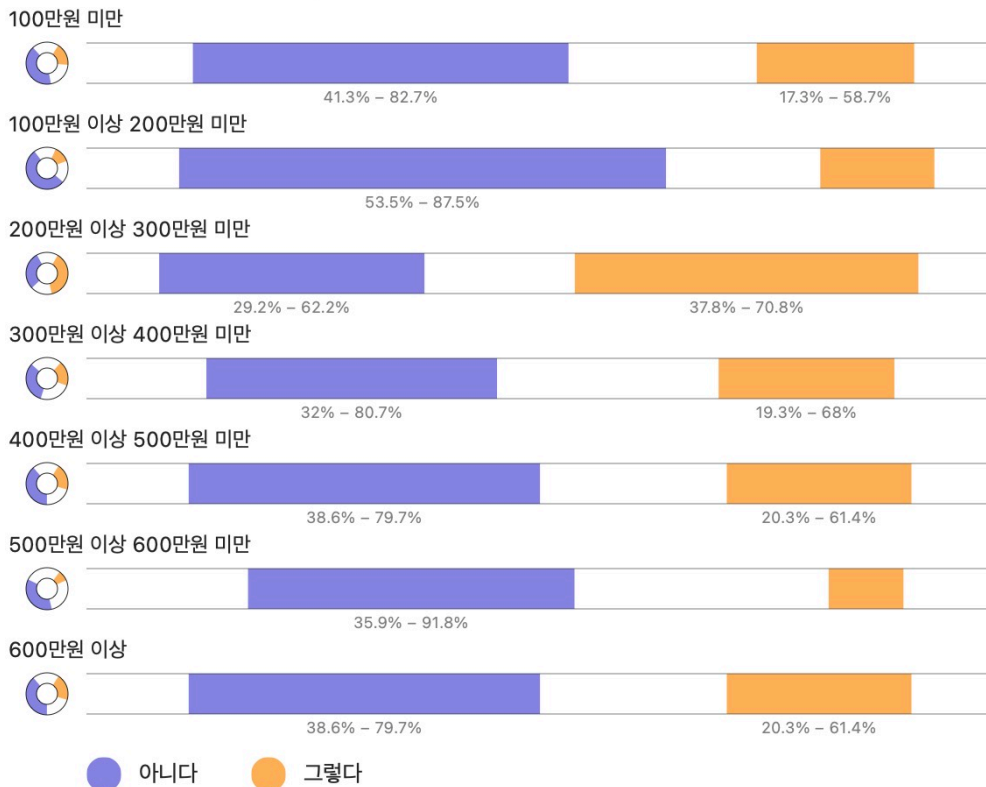


차트 2-3: 월 소득에 따른 퍼슈트 구매 경험

한 결과 도서 구매 경험과 장편 도서에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의미한 상관 관계가 보이지 않았다($\rho(105)=-0.146, p=0.134$). 이는 도서를 구매한 경험과 장편 도서에 더 비싸거나 싼 적정 가격을 미치는 경향 사이에 통계적으로 유의미한 상관이 없다는 것을 의미한다.

이어서 단편 도서에 매기는 적정 가격과 장편 도서에 매기는 적정 가격 사이의 상관을 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 단편 도서에 매기는 적정 가격과 장편 도서에 매기는 적정 가격 사이에는 통계적으로 유의한 정적 상관 관계가 나타났다($\rho(105)=0.551, p<0.001$). 이는 통계적으로 단편 도서에 더 높은 적정 가격을 매기는 경향이 있을 수록 장편 도서에 더 높은 적정 가격을 매기는 경향이 있다는 것을 의미한다.

도서류가 판매될 시 성인물과 비성인물이 구분되어 판매되는 만큼, 해당 여부가 소비자에게 어떠한 영향을 주는지 역시 분석하였다. 먼저 도서를 구매한 경험이 있는 참여자로부터 성인물에 해당하는 도서를 구매한 여부와 성인물 여부가 도서 구매를 결정하는 데 얼마나 큰 영향을 미쳤는지 사이에 상관이 있는지 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 성인물 구매 여부와 성인물 여부가 구매에 미치는 영향 사이에는 통계적으로 유의한 정적 상관 관계가 나타났다($\rho(56)=0.438, p<0.001$). 이는 성인물을 구매한 사람일수록 구매한 도서가 성인물이라는 것에 더 높은 비중을 둘 확률이 높다는 것을 의미한다.

이어서 도서를 구매한 경험이 없는 참여자로부터 성인물에 해당하는 도서를 구매할 계획이 있는지 여부와 성인물 여부가 도서 구매를 결정하는 데 얼마나 큰 영향을 미칠 것 같은지 사이에 상관이 있는지 확인하였다. 유의 수준 0.05에서 Spearman's Rank Correlation을 실시한 결과 성인물 구매 의지 계획 여부와 성인물 여부가 구매

에 미치는 영향 사이에는 통계적으로 유의한 정적 상관 관계가 나타났다($\rho(26)=0.463, p=0.013$). 그러나 이 상관 관계의 해석은 유의해야할 점이 있는데, 성인물을 구매하지 않겠다고 응답한 사람은 비성인물인 것이 중요하다고 응답한 반면, 성인물을 구매하겠다고 응답한 사람은 성인물인 여부가 중요하다고 응답하기 보다 성인물 여부가 상관 없다고 응답하여 성인물을 구매한 경험이 있는 사람이 성인물 구매에 있어서 성인물이라는 것에 높은 비중을 둔 것과 차이를 보였다.

이러한 두 집단 간 차이를 확인하기 위해 두 집단 각각을 모델로 하여 유의 수준 0.05에서 Chi-Square Test를 실시하였다. 그 결과 도서 구매 경험이 있는 집단의 경우 모형은 유의미한 결과를 나타냈다($X^2(4)=19.843, p<0.001$). 즉, 두 변인 사이에 인과 관계가 존재하였다. 그러나 도서 구매 경험이 없는 집단의 경우 모형은 유의미한 결과를 나타내지 않았다($X^2(4)=6.731, p=0.151$). 즉, 두 변인 사이에 인과 관계가 존재하지 않았다.

마지막으로 퍼슈트와 관련된 분석을 실시하였다. 먼저 퍼슈트를 구매한 참여자로부터 퍼슈트의 구성과 퍼슈트를 구매하는 데 쓰인 비용 사이에 인과 관계가 있는지 확인하였다. 이를 위해 유의 수준 0.05에서 Student's T-Test를 실시한 결과 모형은 유의미한 결과를 나타냈다($t(48)=7.659, p<0.001$). 이는 퍼슈트를 구매할 때 풀 슈트로 구성하면 통계적으로 비용이 더 높아진다는 것을 의미한다.

이어서 퍼슈트 구매를 계획 중인 참여자로부터 퍼슈트의 구성과 퍼슈트 구매에 설정한 예산 사이에 인과 관계가 있는지 확인하였다. 이를 위해 유의 수준 0.05에서 Student's T-Test를 실시한 결과 모형은 유의미한 결과를 나타냈다($t(52)=3.960, p<0.001$). 이는 퍼슈트 구매를 계획하는 사람들은 풀 슈트를 계획할 때 통계적으로 잡는 예산이 더 높아진다는 것을 의미한다.

장편 도서를 구매하신다면, 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하십니까?
by 단편 도서를 구매하신다면, 어느 정도의 가격이 적절하다고 생각하십니까?

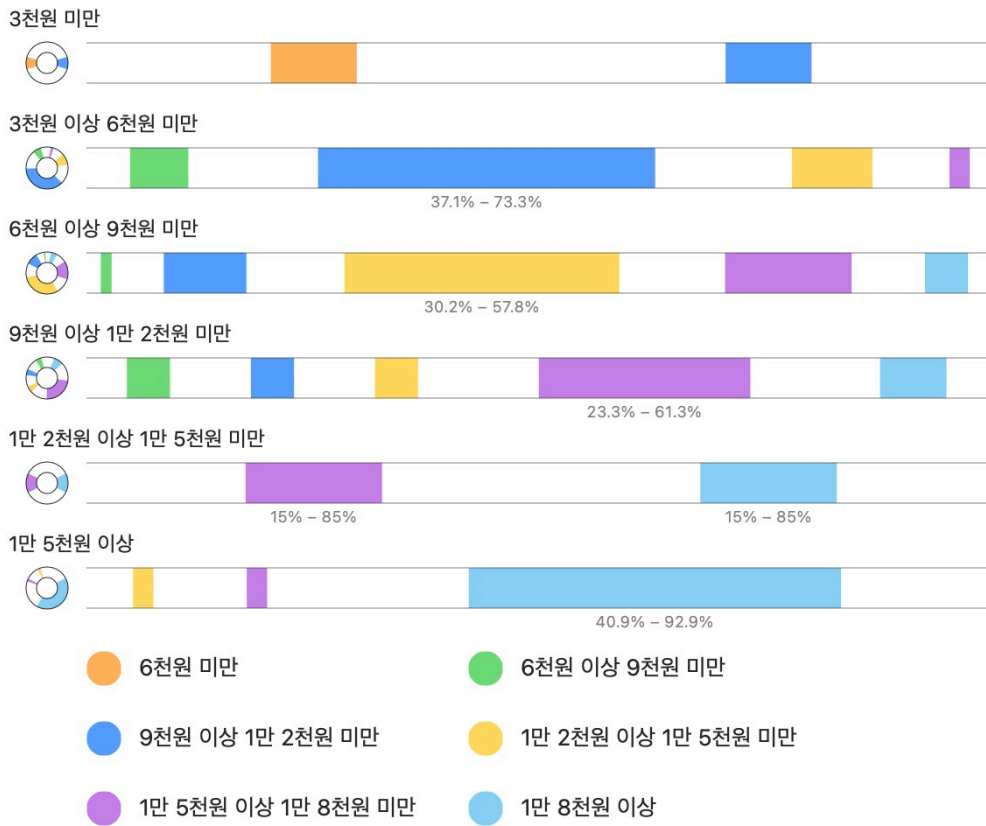


차트 3-1: 단편 도서에 대한 적정 가격과 장편 도서에 대한 적정 가격 사이의 분포

도서를 구매할 때, 성인물 여부가 도서를 구매하는 결정에 얼마나 많은 영향을 미쳤습니까?
by 성인물에 해당하는 도서를 구매하신 적이 있으십니까?

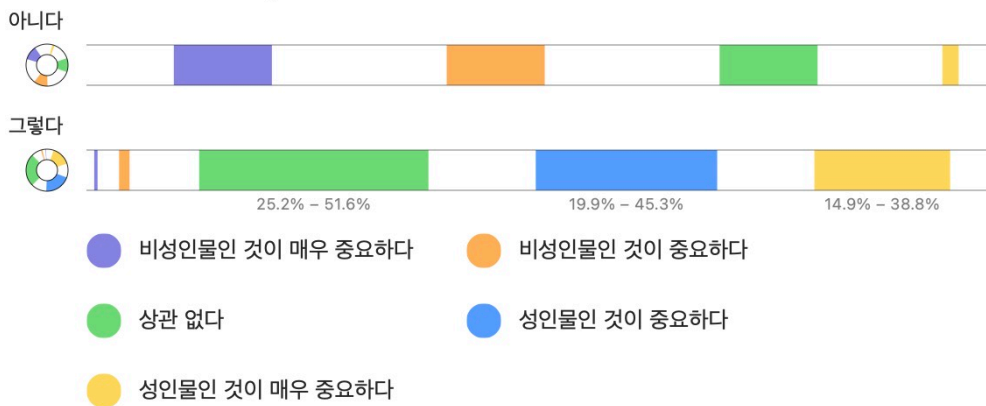


차트 3-2: 도서 구매 경험자의 성인물 구매 여부와 성인물 여부의 중요도 사이의 분포

도서를 구매할 때, 성인물 여부가 도서를 구매하는 결정에 얼마나 많은 영향을 미치실 것 같습니까?
by 성인물에 해당하는 도서를 구매할 계획이 있으십니까?

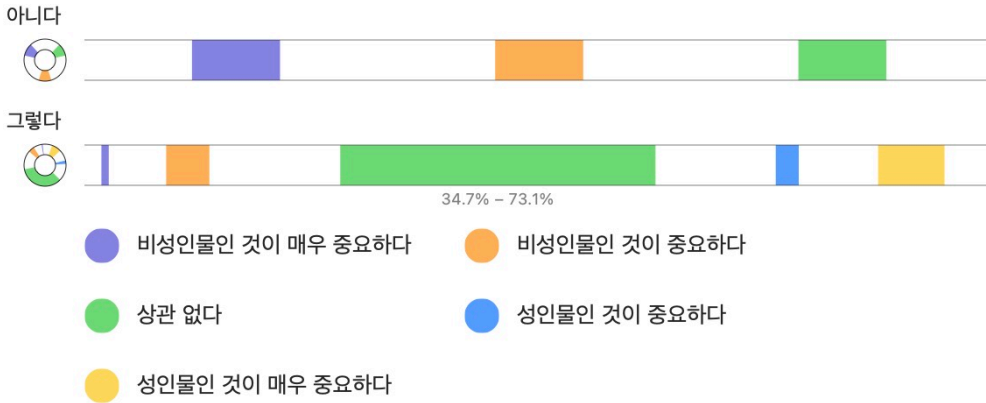


차트 3-3: 도서 구매 미경험자의 성인물 구매 계획 여부와 성인물 여부의 중요도 사이의 분포

본인의 퍼슈트를 구매하는 데 어느 정도의 비용이 소모되었습니까? (단위: 만원)
by 본인의 퍼슈트는 어떤 구성입니까?

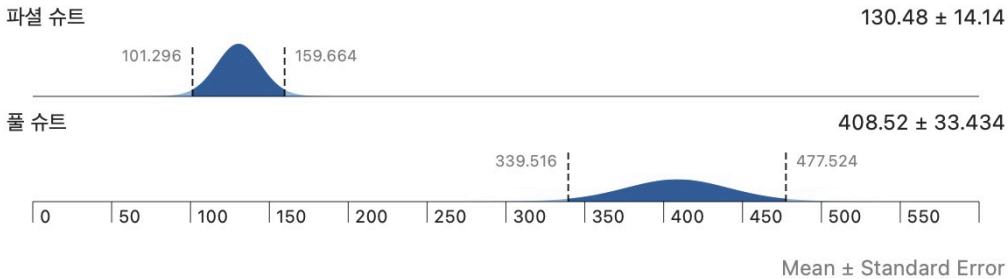


차트 4-1: 퍼슈트 구매 경험자의 퍼슈트 구성과 구매 비용 사이의 관계

퍼슈트를 구매한다면, 설정한 예산이 얼마나 되십니까? (단위: 만원)
by 퍼슈트를 구매한다면, 생각하고 있는 구성은 무엇입니까?

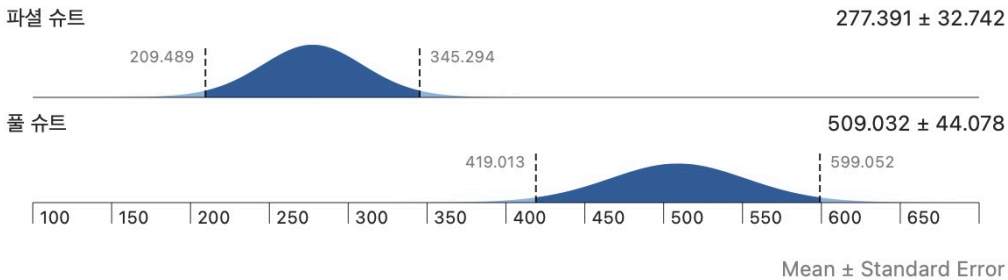


차트 4-2: 퍼슈트 구매 예정자의 퍼슈트 구성과 구매 예산 사이의 관계

4. 결과 해석

우선 퍼리 팬덤의 인구학적 분포는 일반적인 기대를 크게 벗어나지 않는다. 20대 초·중반을 중심으로 10대부터 30대까지 연령대가 다양하게 분포하고 있으며 극단적인 남성 중심 팬덤인 점이 눈에 띈다. 이는 기존의 관련된 보고와도 일치한다

(University of California, Davis Department of Psychology, 2007). 이 외에 학력 수준은 분포하고 있는 나이대에 비슷하게 대학교 수준에서 고등학교 수준이 가장 많이 분포하고 있다. 월 소득 수준의 경우 소셜 미디어에서 흔히 퍼리 팬덤에 소속된 사람이 소득이 많다는 속설이 퍼지는 것과 다

르게 일반적인 정규 분포의 모습을 따르는 것을 확인할 수 있었다.

굿즈의 경우 가장 접근성이 좋은 물품으로 확인되었다. 참여자 중 가장 많은 사람이(97명) 구매 경험을 가지고 있었으며 구매 경험이 없는 사람도 모두 구매 의지가 있다고 응답하였다. 가장 인기가 많은 굿즈는 모든 참여자 집단에서 키링으로 나타났으며 이 외에 뱃지나 스티커 역시 인기가 높게 나와 작고 저렴하면서 실생활에서 꾸미기 좋은 상품이 인기가 좋은 것으로 나타났다. 반면 엽서의 경우 선호하는 순위에서 낮게 나타났는데 가방 등에 달고 다닐 수 있는 키링이나 뱃지와 다르게 사용성이 애매한 탓으로 판단된다. 의류는 구매한 경험이 적지 않게 나왔고 중간 정도의 선호도를 보이는데, 소장품으로의 가치는 지나 실제로 입고 외출하기에는 부담스러울 수 있기 때문으로 보인다. 다키마쿠라는 보관이나 시선의 부담스러움으로 인해 낮은 선택을 받은 것으로 보인다.

흥미로운 지점은 굿즈의 구매 경험이 키링, 뱃지, 엽서에 대한 적정 가격에는 영향을 주지 않았지만 다키마쿠라에 대한 적정 가격에는 영향을 주었다는 것이다. 굿즈를 구매한 경험이 있는 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 다키마쿠라에 대해 더 높은 적정 가격을 부여하는 경향을 보였는데, 이는 굿즈를 구매한 경험이 있는 사람이 더 팬덤에 대한 경험이 많거나 실제 창작자 및 판매자와 면식이 있어 상품에 대해 더 높은 비용을 지불할 용의가 있어 그런 것으로 판단된다.

다음으로 도서의 경우 모든 집단에서 소설에 비해 만화가 전반적으로 인기가 많은 것으로 나타났다. 이 외에 일러스트집과 사진집에 대한 수요도 적지만 있는 것으로 나타났다. 도서 부분에서는 우선 단편 서적에 비용을 더 지불할 용의가 있는 사람이면 장편 서적에도 마찬가지로 나타나 창작자 입장에서 가격 책정을 할 때 참고할 사항으로 확인되었다.

이 외에 흥미로운 부분은 성인물과 관련된 부분으로, 도서를 구매한 경험이 있는 경우 성인물을 구매한 사람은 성인물이기 때문에 구매하였고 성인물을 구매하지 않은 경우는 성인물이 아니기 때문에 구매하였다는, 성인물 여부가 구매에 영향을 준 것에 대한 인과 관계가 확인되었다. 그러나 도서를 구매한 경험이 없는 경우 그러한 인과 관계가 보이지 않았다. 따라서 도서를 언젠가 구매 할 것이라는 막연한 상황보다 실제로 도서를 구매하는 상황에서 해당 도서가 성인물인지 여부가 더 영향을 미치는 것이라 추정할 수 있다.

마지막으로 퍼슈트의 경우 대부분의 사람들이 동양풍의 퍼슈트를 보유하고 있었으며 미래에 구매를 원하는 스타일 역시 대부분 동양풍의 스타일을 원하고 있었다. 퍼슈트의 수는 계속해서 꾸준히 늘어나는 추세를 보였다. 퍼슈트의 실제 제작 기간은 일반적으로 약 반년 정도가 소모되었으며, 이는 퍼슈트 구매를 희망하는 사람들이 일반적으로 바라는 제작 기간과 비슷했다. 비용의 경우 퍼슈트 구매에 실제로 든 비용에 비해 구매를 희망하는 사람들은 폴 슈트의 경우와 파셜 슈트의 경우 모두 예산을 넉넉하게 잡고 있는 경향을 보였다. 그러나 퍼슈트를 구매할 계획이 없다고 답한 사람들 중 가장 많은 사람들이 꼽은 이유가 “퍼슈트의 가격이 너무 비싸서”인 것을 감안하면 퍼슈트 구매를 희망하는 사람들이 잡고 있는 예산은 퍼슈트 구매를 희망하는 사람들이 예산에 대해 현실적인 계산을 하지 않았거나 퍼슈트에 관심이 있는 사람들의 재정적 상황이 양극화 되어 있을 가능성을 시사한다.

5. 후속 제언

본 연구에서는 기존 한국 퍼리 팬덤 내에서 본 연구와 같은 체계적인 시장 조사가 이루어진 적이 없다는 점을 감안해 최대한 많은 사람들에게서 많은 정보를 수집한 후, 그 안에서 모델화 할 수 있는 데이터를 뽑아내는 것을 목표로 삼았다. 따라서 후속 연구에서는 본 연구에서 발견된 현상을 바탕으로

로 그러한 현상에 대한 보다 질적인 연구가 이루어지는 것이 좋을 것이다. 굿즈 선호도에 대한 보다 자세한 연구, 도서 구매 경험 여부에 따른 성인물 구매 시 도서의 성인물 여부가 구매에 미치는 영향에 대한 질적 연구, 퍼슈트 구매 경험자가 자신의 퍼슈트 구매에 이르기까지 실제로 겪은 과정 연구 등을 예로 들 수 있다.

한편 본 연구에서는 굿즈, 도서 및 퍼슈트 등 실물 위주로 설문을 실시하였다. 그러나 퍼리 팬덤 내에서 그 외에도 많이 창작이 이루어지는 분야는 일러스트, 사진 등의 예술 작품으로, 이러한 분야에 대한 추가적인 조사를 하는 것이 팬덤 인원의 소비 패턴 파악에 도움이 될 수 있을 것이다. 특히 해당 예술 작품은 디지털 파일로 소장 가능해 타인에게 노출될 가능성이 적은 만큼 접근성이 높아 집단에 따른 유의미한 차이를 보일 확률이 높을 것으로 기대된다.

또한 본 연구 자체가 가진 아쉬운 점 역시 보완할 수 있을 것이다. 우선 팬덤의 특징을 고려하여 팬덤 사람들이 주로 사용하는 소셜 미디어를 통해 설문지를 배포하였고, 이는 특히 코로나19로 인해 사람들이 많이 모이는 행사를 개최할 수 없는 지금과 같은 시국에는 적절한 조치라 할 수 있으나, 더 다양한 인구 집단의 답변을 모집하기 위해서는 현

장 행사에서 직접 이와 같은 연구 설문지를 배포하여 답변을 받는 것이 도움이 될 것이다. 또한 퍼리 팬덤의 극단적인 성비를 감안하더라도 여성 참가자의 수를 늘려서 분석이 가능할 수 있을 정도의 자료를 수집하면 팬덤 내 성별 간 인구 집단의 차이 역시 분석할 수 있을 것이다.

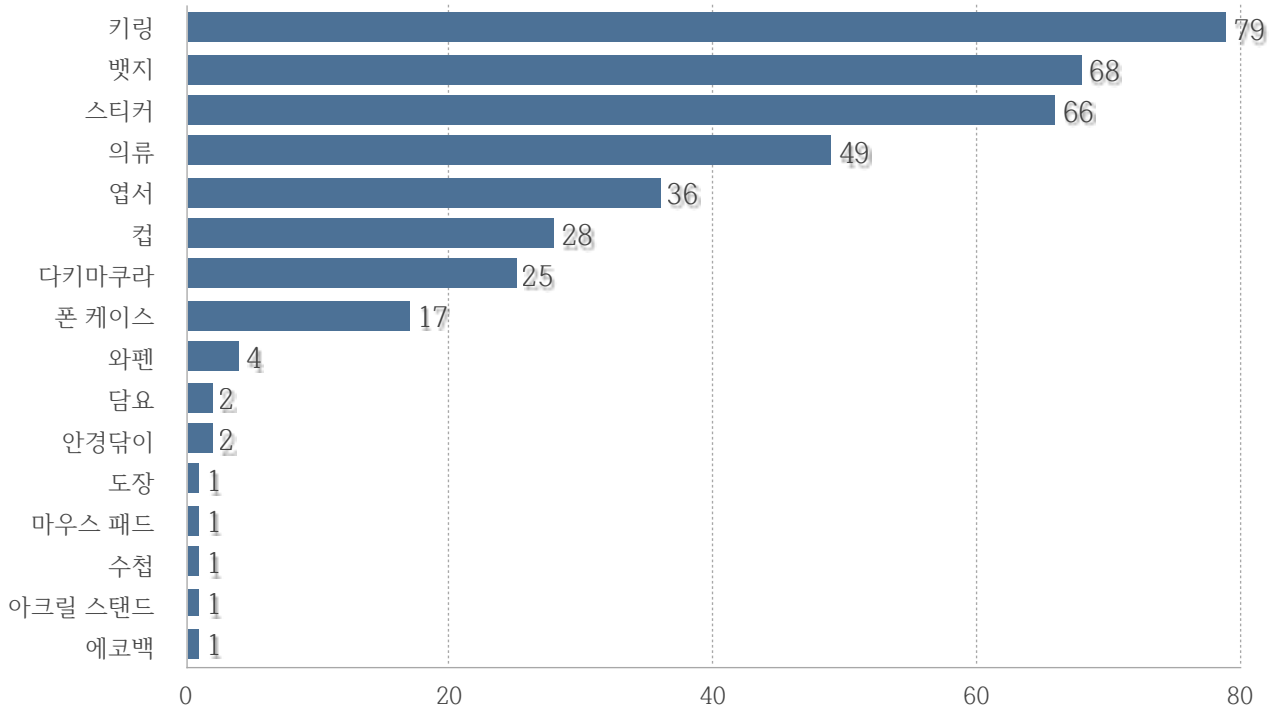
참고 문헌

- Funzinu. (2021). **FurDEX : 퍼슈트 인덱스, 통계**. <https://funzinu.com/furdex/statistics.html>
- University of California, Davis Department of Psychology. (2007). *Furry Survey Results*. Retrieved from <http://studyf3.livejournal.com/1383.html>

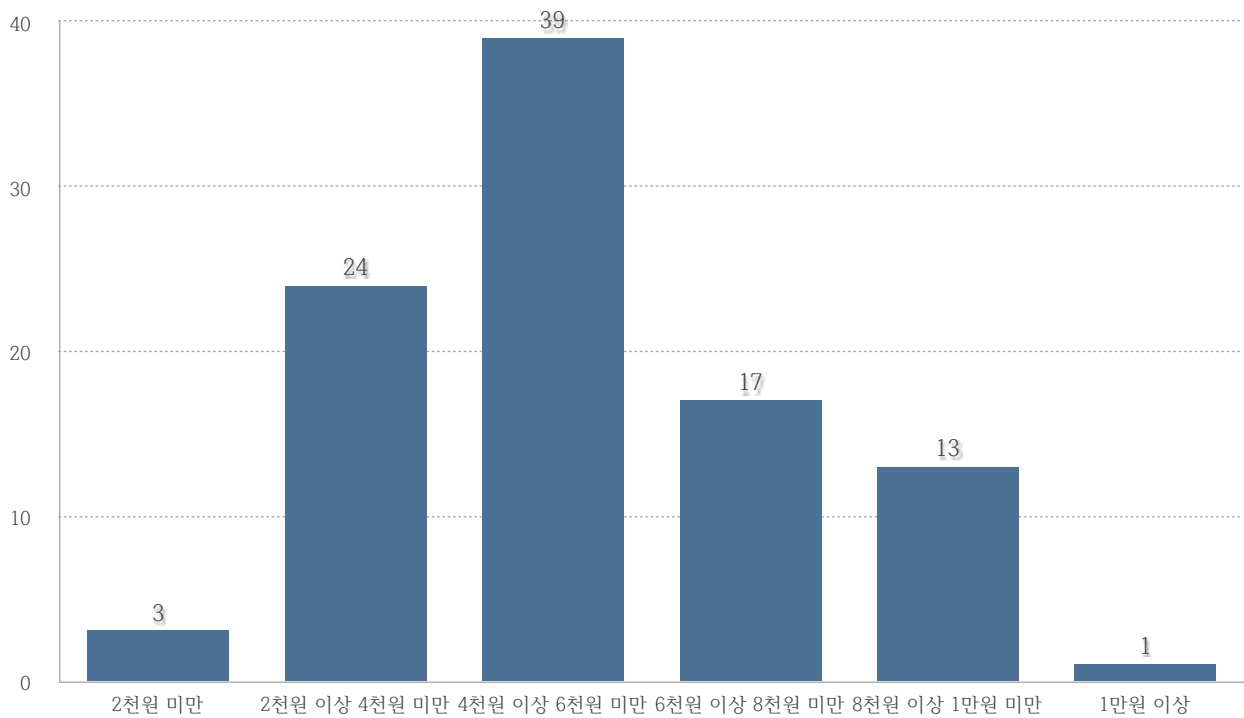
Contact

플레처 더 허스키 Fletcher the Husky
contact@fletcherthehusky.com
@husky_fletcher (Twitter)

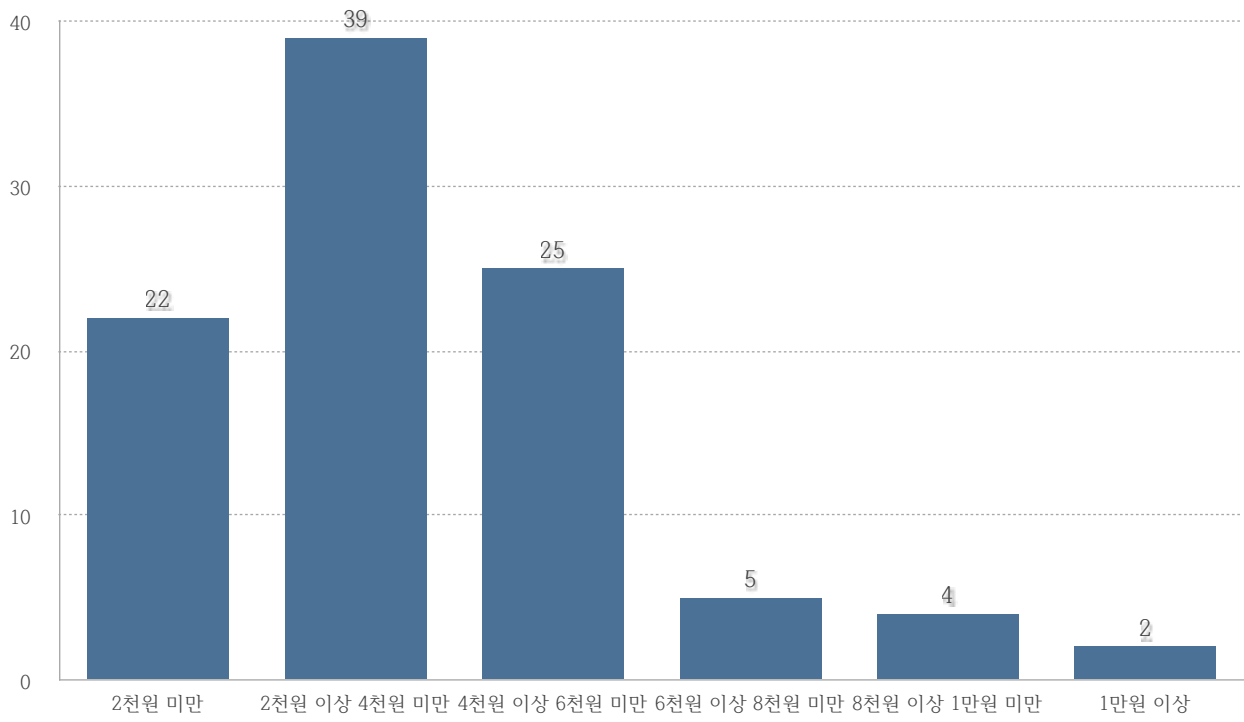
부록



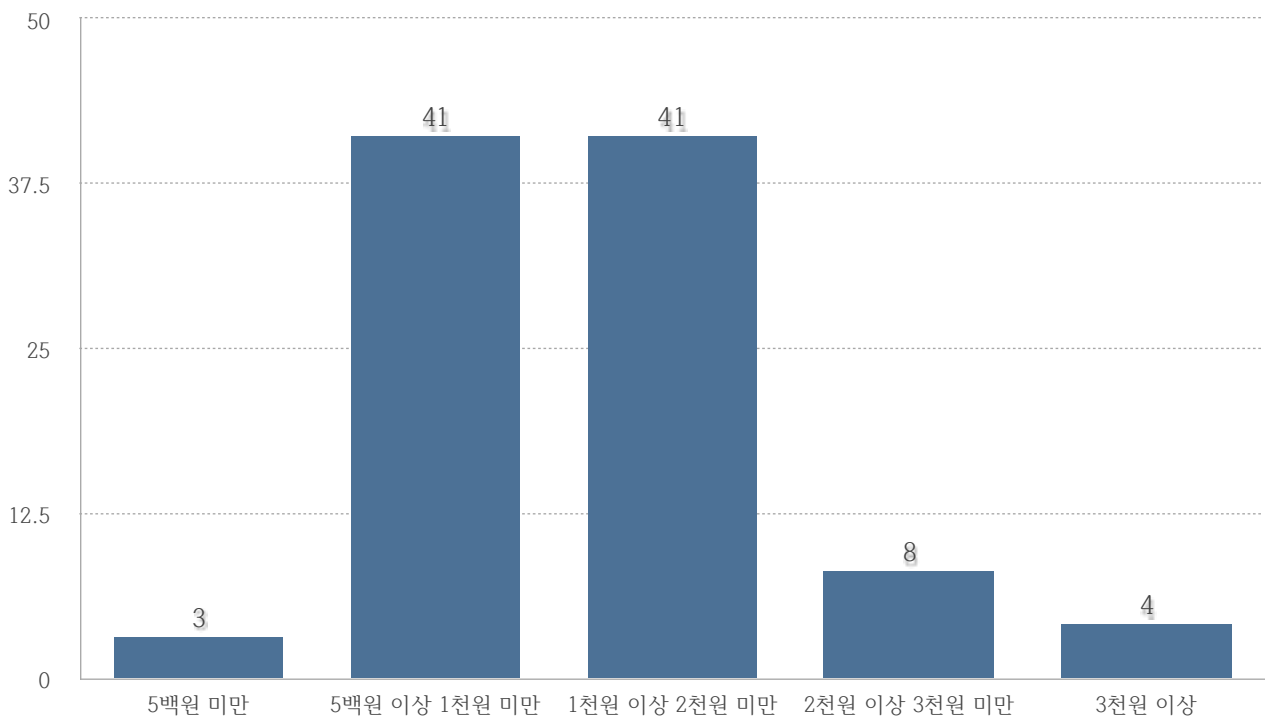
부록 1-1: 굿즈 구매 경험자의 구매해 본 굿즈의 종류(복수 응답 가능)



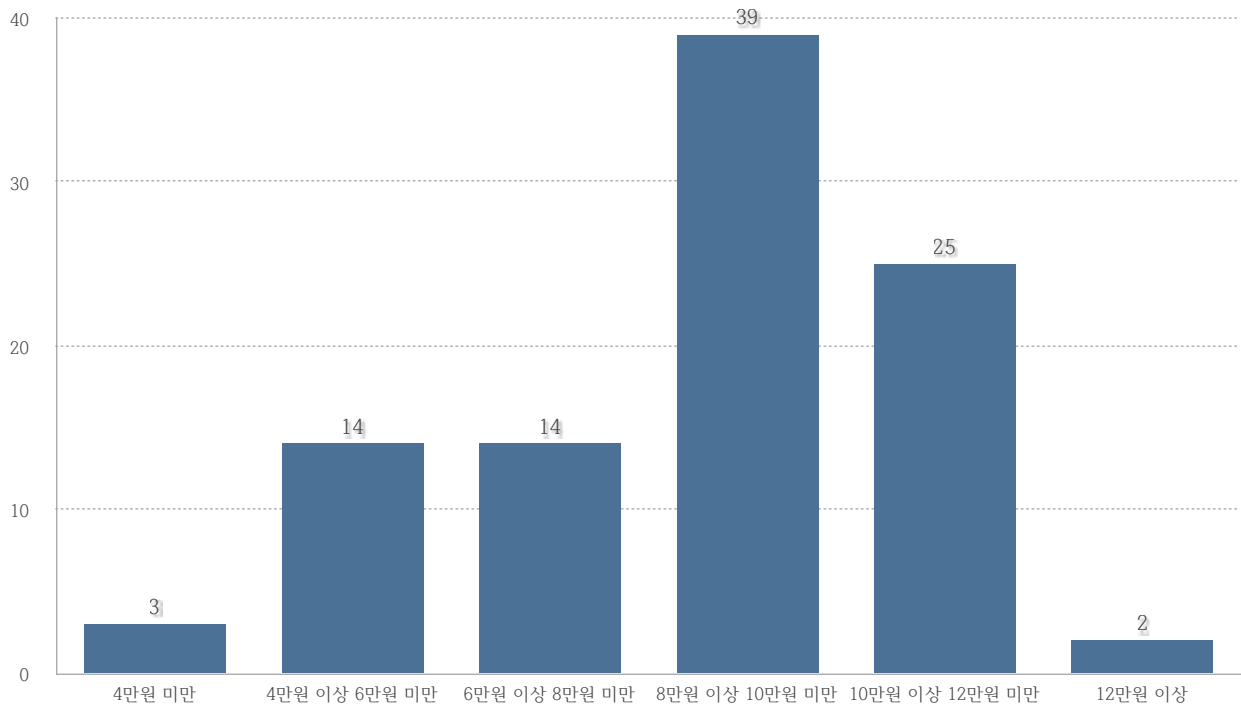
부록 1-2: 굿즈 구매 경험자가 생각하는 키링의 적합한 가격



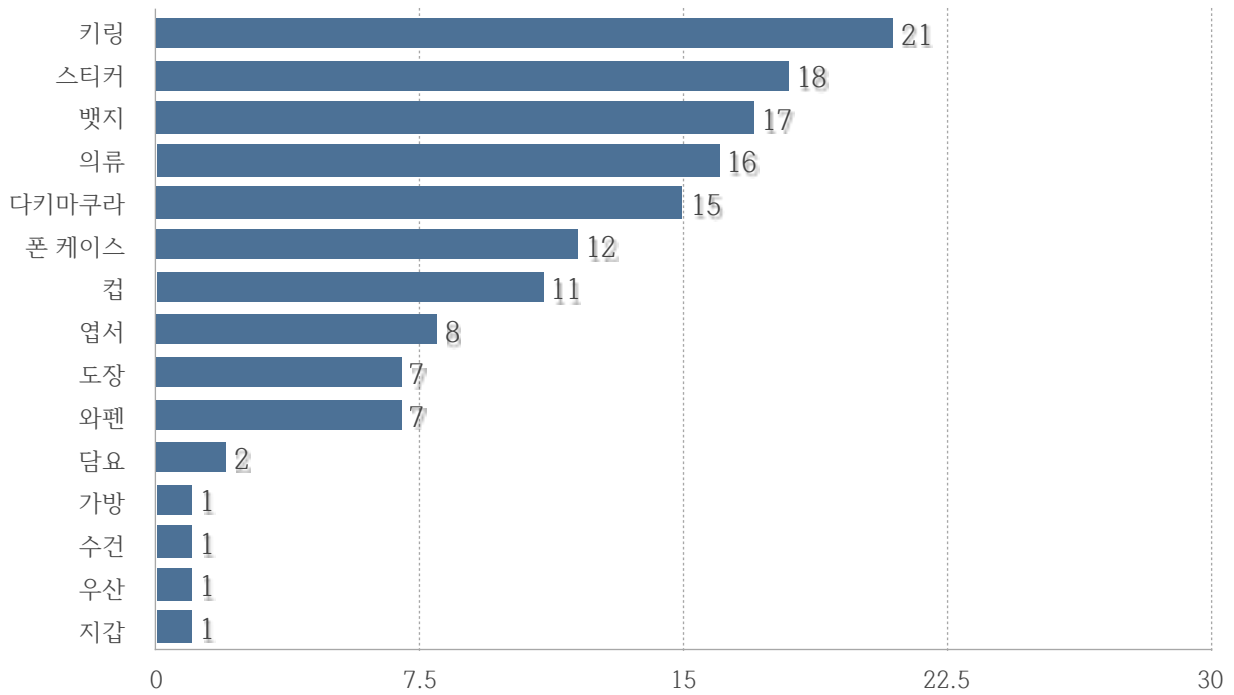
부록 1-3: 굿즈 구매 경험자가 생각하는 배지의 적합한 가격



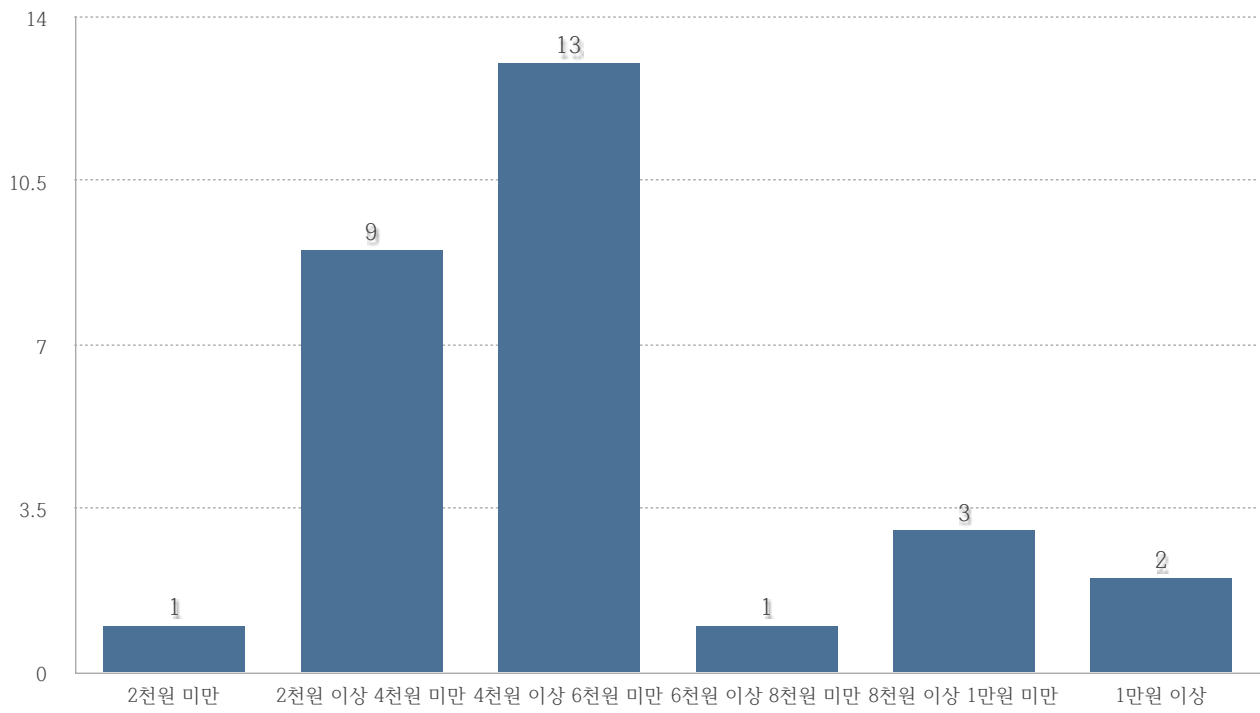
부록 1-4: 굿즈 구매 경험자가 생각하는 업서의 적합한 가격



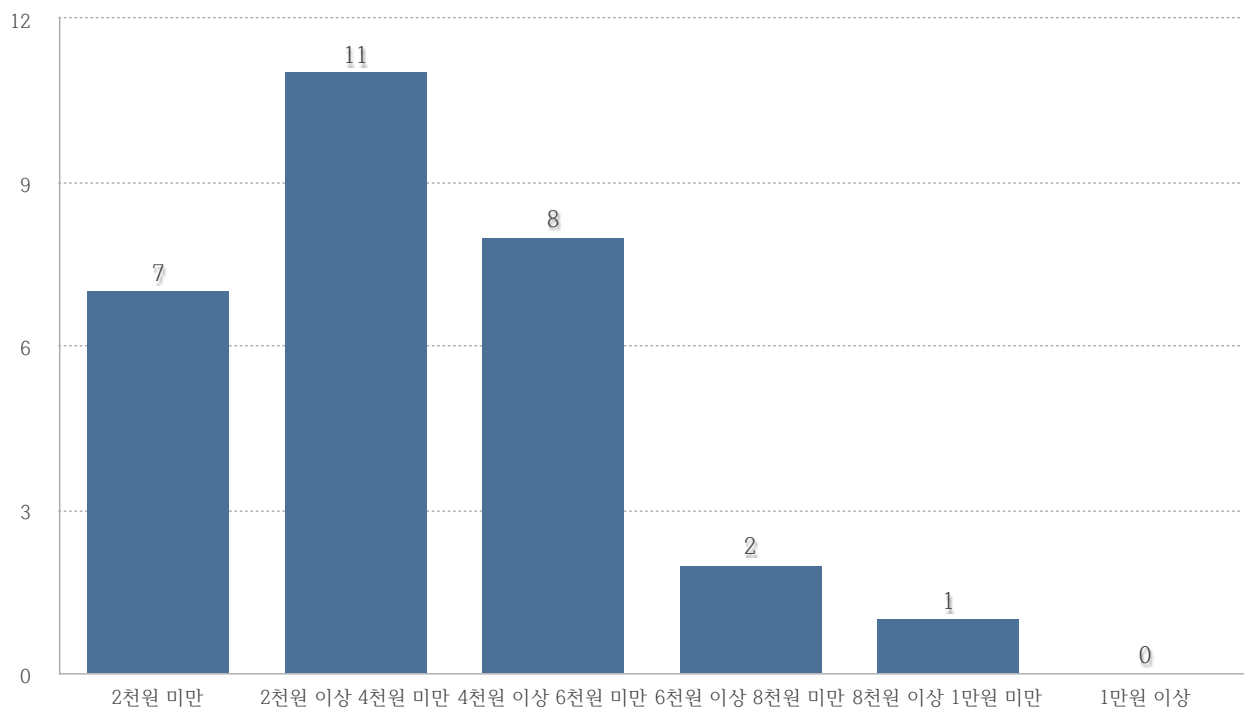
부록 1-5: 굿즈 구매 경험자가 생각하는 다키마쿠라의 적합한 가격



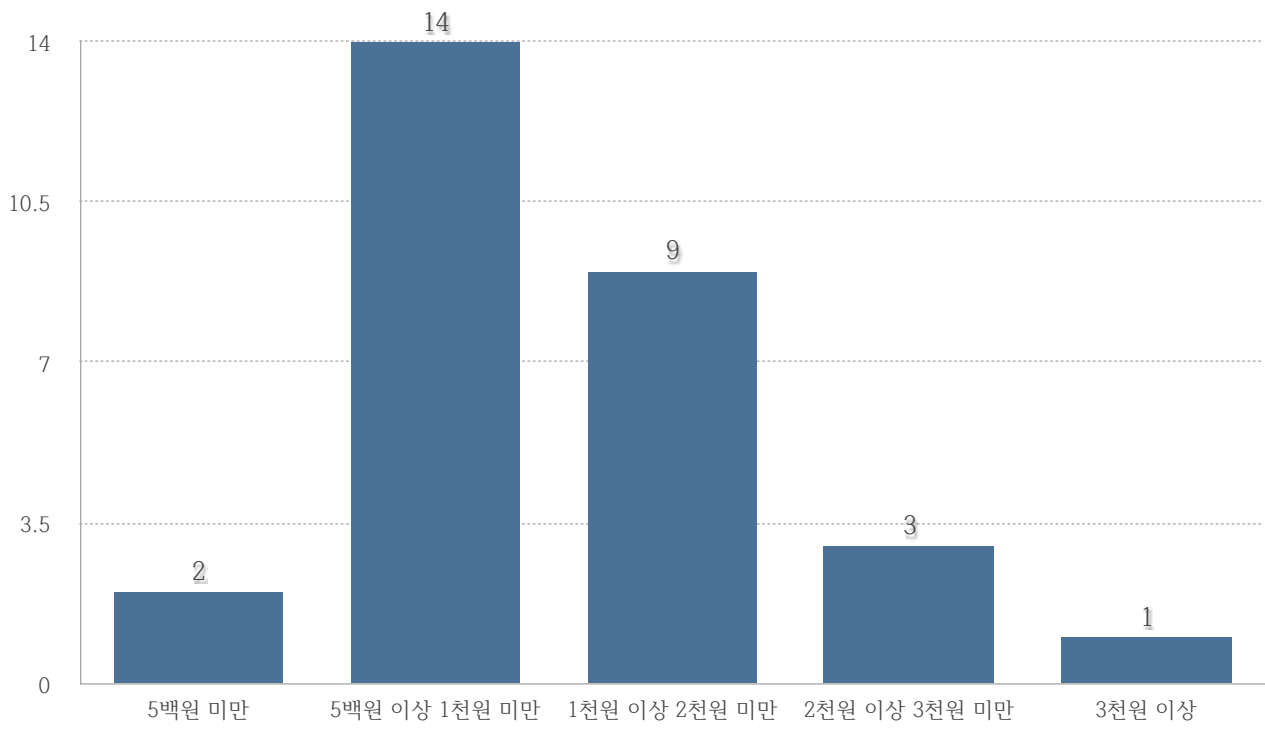
부록 2-1: 굿즈 구매 미경험자의 구매를 원하는 굿즈의 종류(복수 응답 가능)



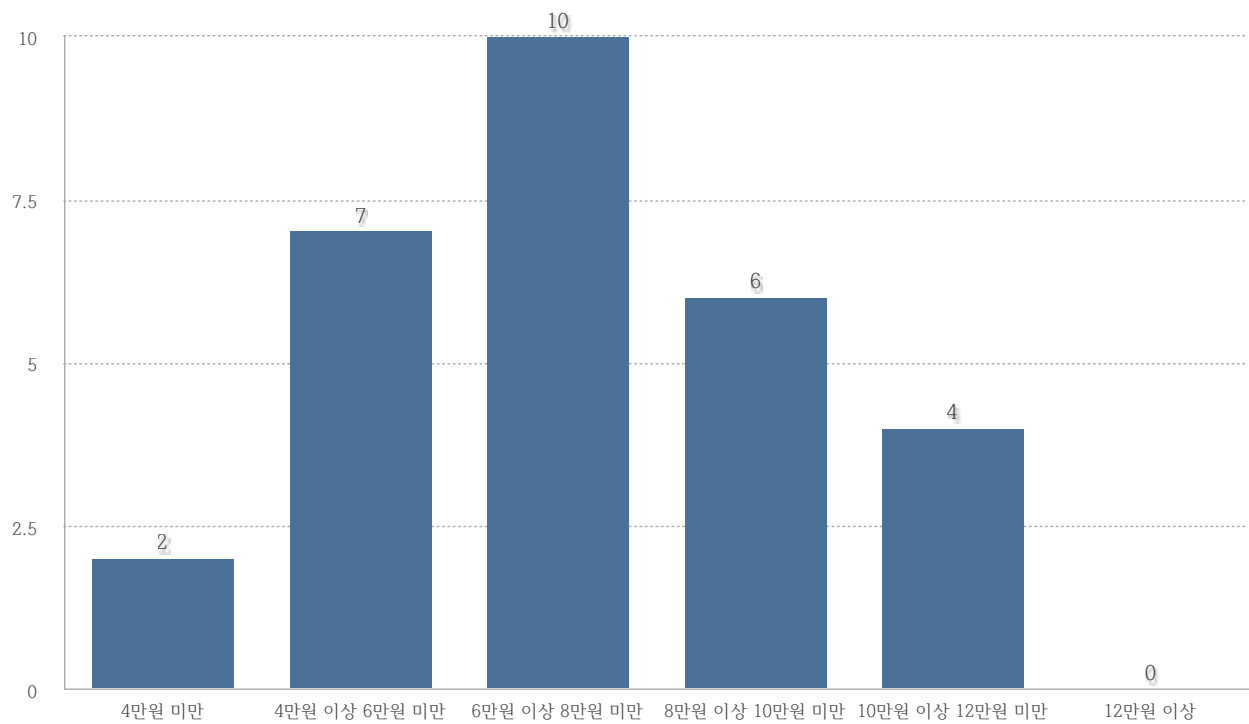
부록 2-2: 굿즈 구매 미경험자가 생각하는 키팅의 적합한 가격



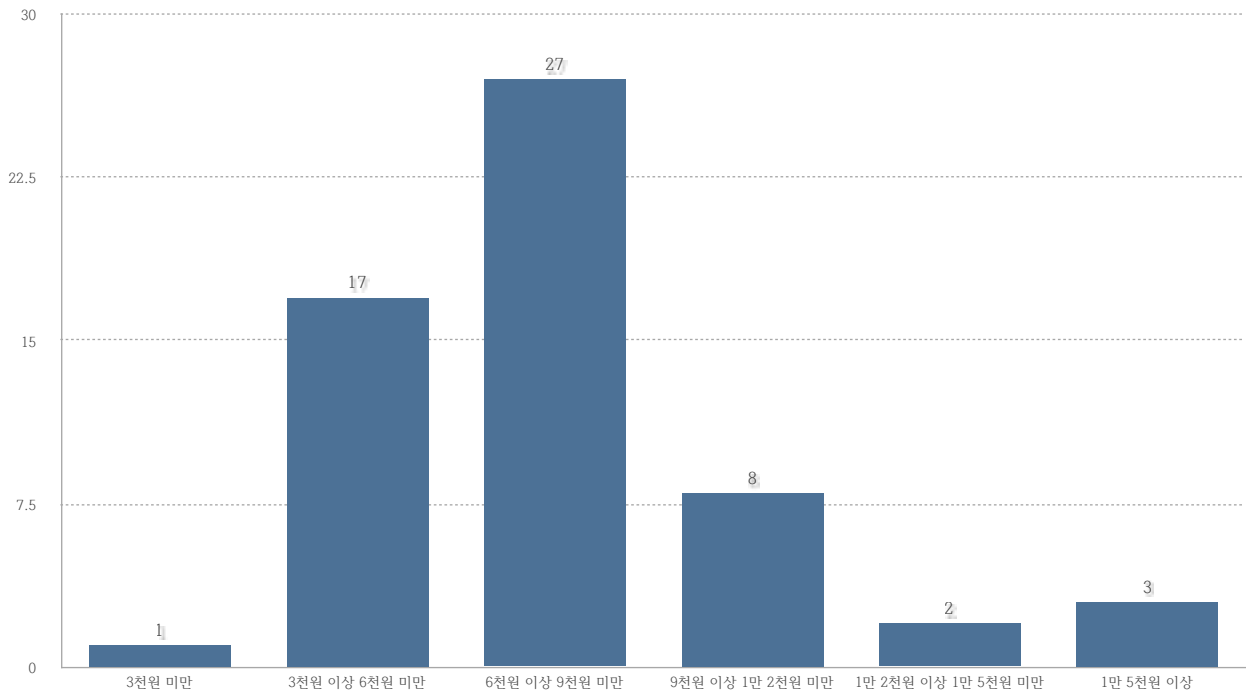
부록 2-3: 굿즈 구매 미경험자가 생각하는 뱃지의 적합한 가격



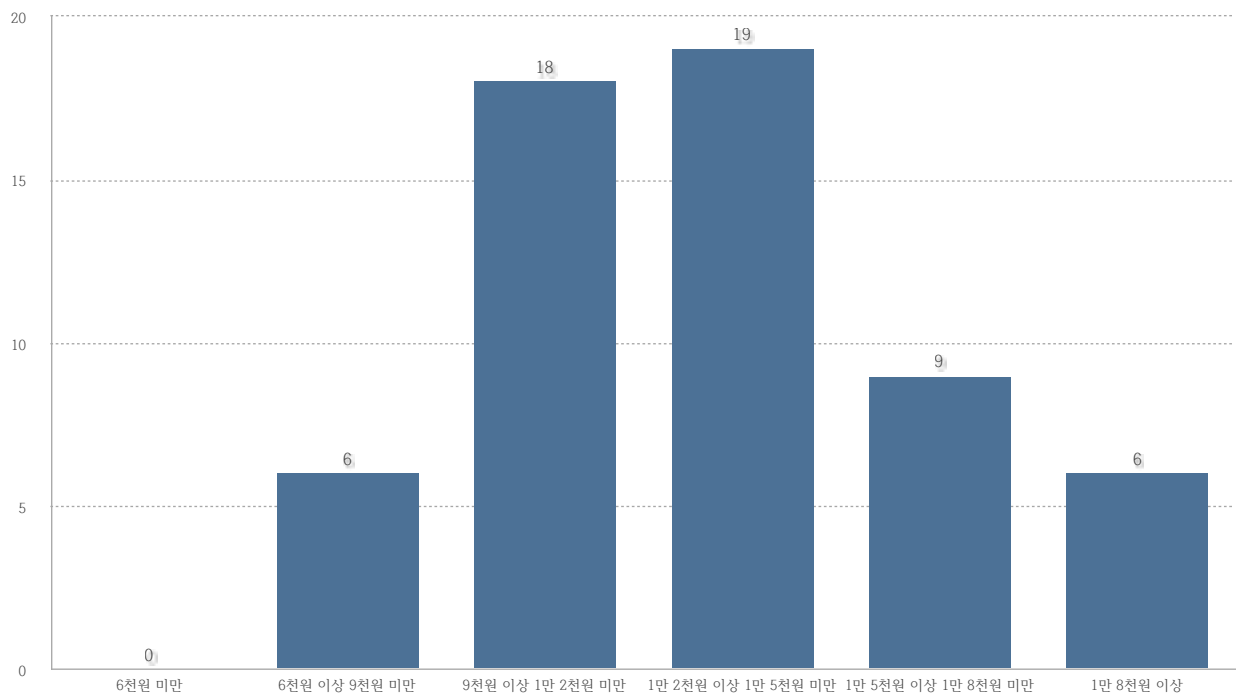
부록 2-4: 굿즈 구매 미경험자가 생각하는 업체의 적합한 가격



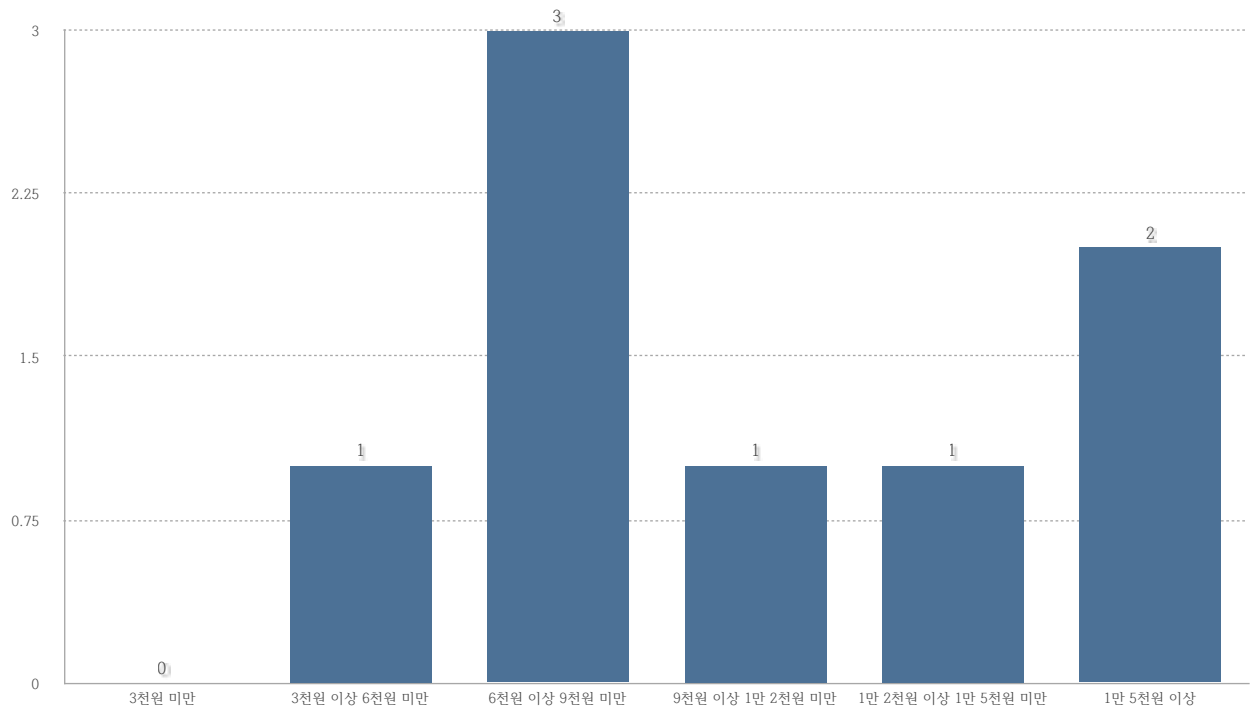
부록 2-5: 굿즈 구매 미경험자가 생각하는 다키마쿠라의 적합한 가격



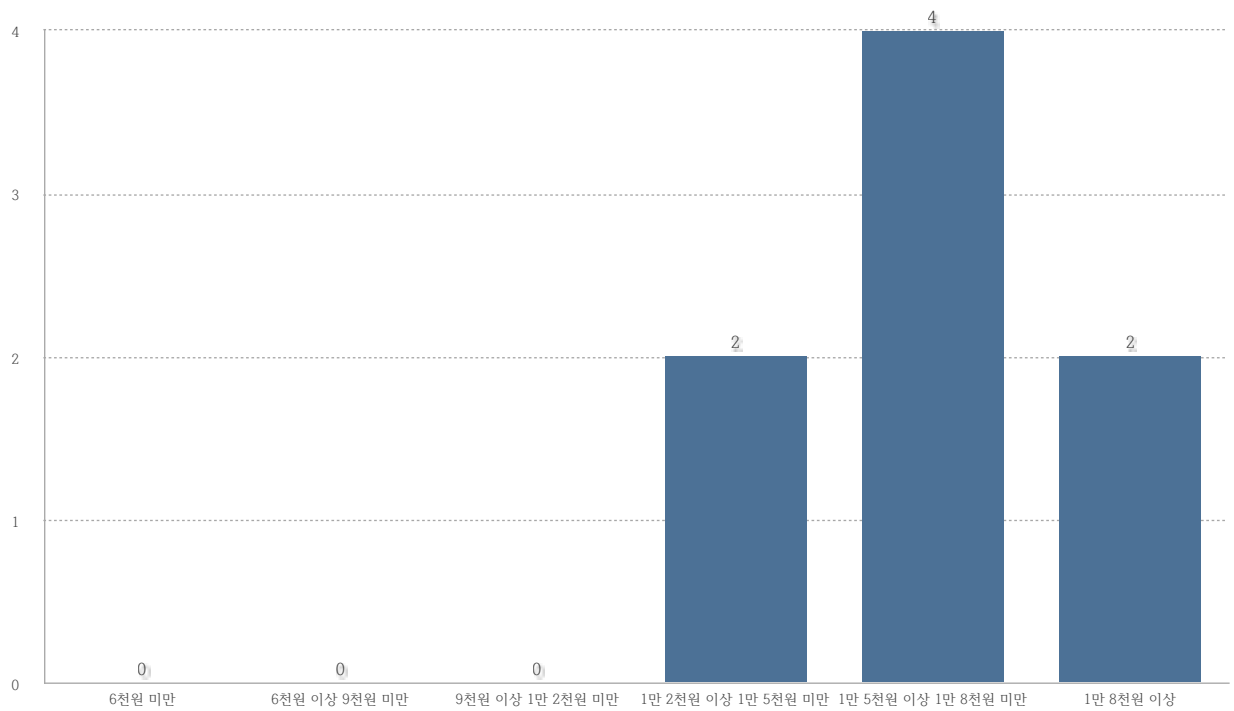
부록 3-1: 도서 구매 경험 성인이 생각하는 단편 도서의 적합한 가격



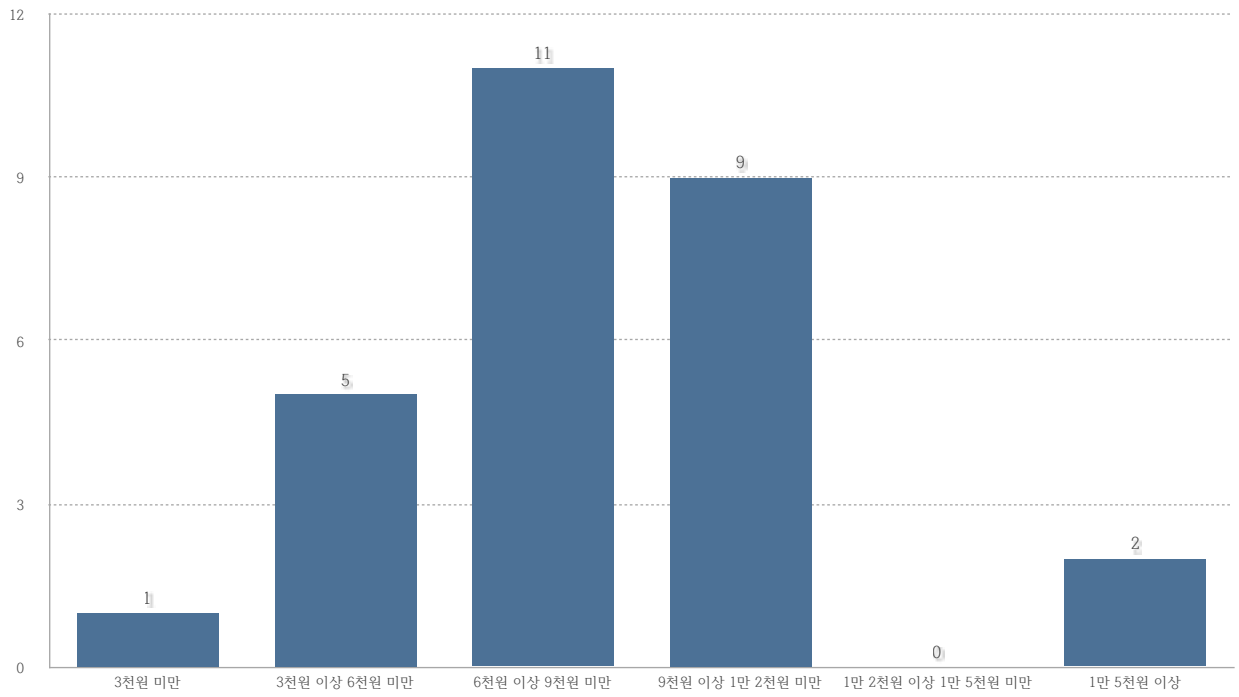
부록 3-2: 도서 구매 경험 성인이 생각하는 장편 도서의 적합한 가격



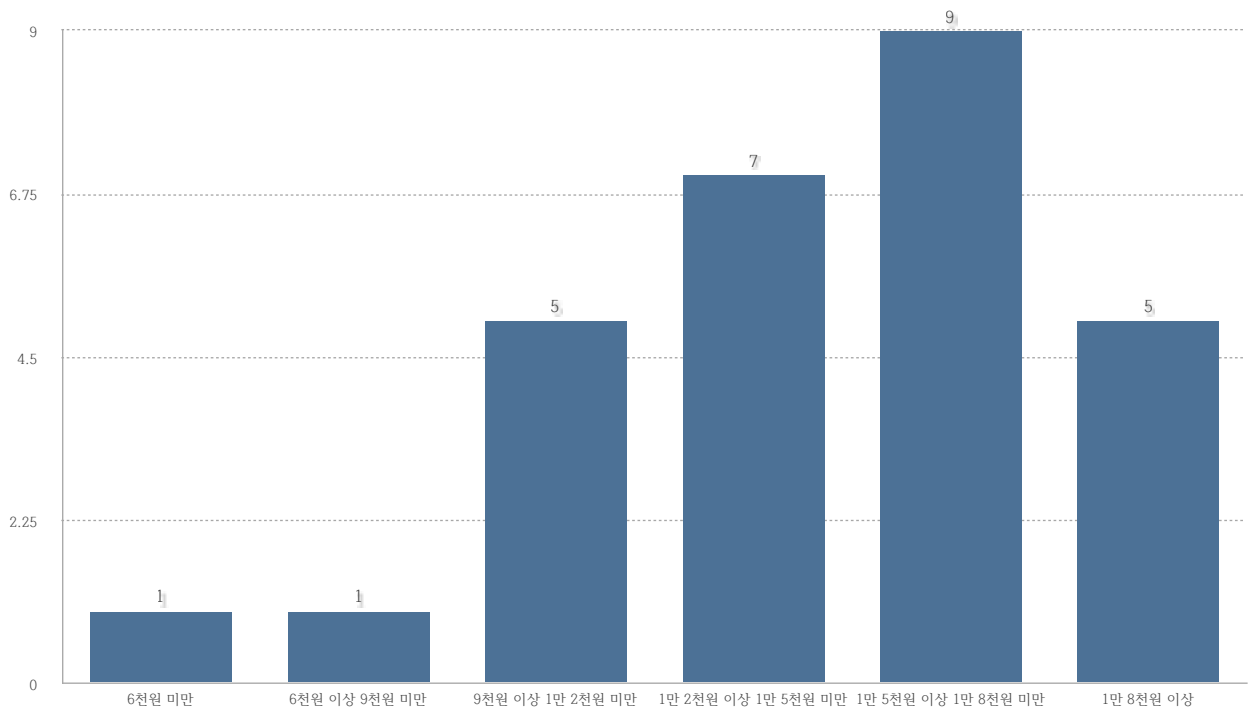
부록 3-3: 도서 구매 경험 청소년이 생각하는 단편 도서의 적합한 가격



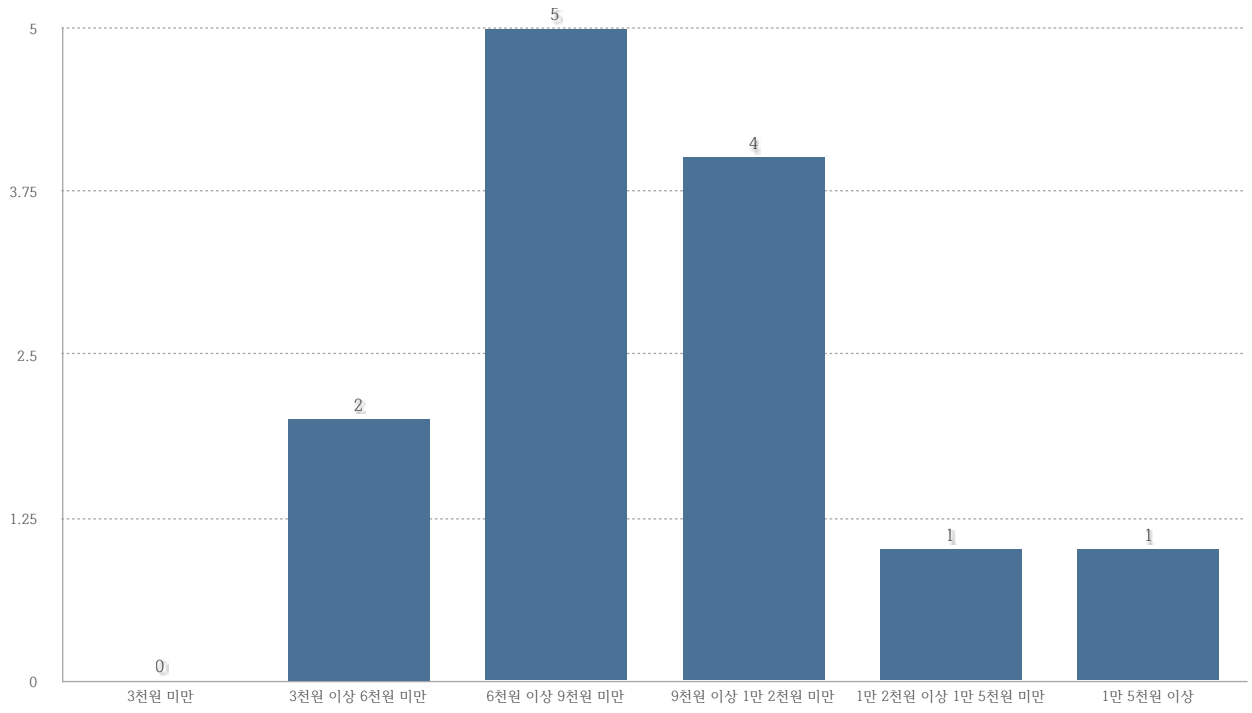
부록 3-4: 도서 구매 경험 청소년이 생각하는 장편 도서의 적합한 가격



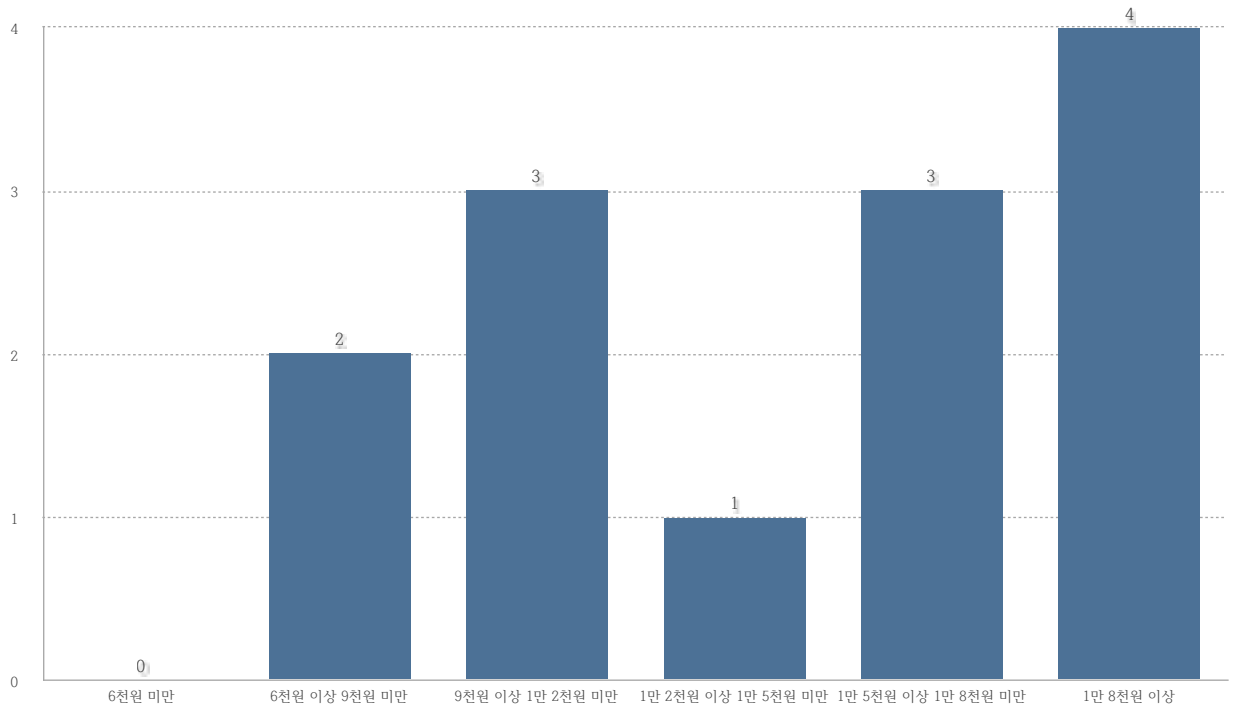
부록 3-5: 도서 구매 예정 성인이 생각하는 단편 도서의 적합한 가격



부록 3-6: 도서 구매 예정 성인이 생각하는 장편 도서의 적합한 가격



부록 3-7: 도서 구매 예정 청소년이 생각하는 단편 도서의 적합한 가격



부록 3-8: 도서 구매 예정 청소년이 생각하는 장편 도서의 적합한 가격