

스마트 모바일 강국 실현

2011년 상반기 스마트폰이용실태조사



2011년 7월

<목 차>

I. 조사개요	1
II. 스마트폰 이용 현황	2
1. 스마트폰 단말기 이용 행태	2
2. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 현황	9
3. 모바일앱 이용 현황	11
4. 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황	14
III. 주요 스마트폰 서비스 이용 현황	15
1. 스마트폰을 통한 SNS(소셜 네트워크 서비스) 이용 현황	15
2. 스마트폰을 통한 모바일 인스턴트 메신저 이용 현황	17
3. 스마트폰을 통한 모바일 인터넷전화 이용 현황	19
4. 스마트폰을 통한 모바일쇼핑 이용 현황	21
5. 스마트폰 광고 이용 현황	25
6. 스마트폰 A/S 현황	26
IV. 스마트폰 보안 현황	28
V. 스마트폰 이용 전망	31

본 보고서는 한국인터넷진흥원(Korea Internet & Security Agency)의 사업 결과로, 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시 한국인터넷진흥원 사업의 결과임을 밝혀야 합니다.

본 보고서는 <http://isis.kisa.or.kr>에서 볼 수 있습니다.

I. 조사개요

조사대상

만12~59세 스마트폰 이용자

유효표본수

4,000명

조사방법

인터넷 조사

조사기간

2011. 5. 29 ~ 2011. 6. 7 (10일간)

표본추출

다단계층화추출

▶ 주요 용어 정리

- 스마트폰(Smart Phone)
: 일반 PC와 같이 고기능의 범용 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 모바일앱(Mobile App.)을 자유롭게 설치·동작시킬 수 있는 고기능 휴대폰으로 '손 안의 PC'로 불림
예) 아이폰, 갤럭시, 옴니아, 블랙베리, 엑스페리아, 모토로이, 옵티머스 등
- 앱스토어(App Store)
: 애플사가 처음 사용한 용어이지만, 현재는 Application Store의 준말로 일반적으로 개발자들이 직접 개발한 애플리케이션(Application)을 올려 놓고 자유롭게 사고 팔 수 있는 온라인장터(Marketplace)를 뜻함
예) 애플(Apple) 앱스토어, SKT T스토어, KT olleh마켓, 구글 안드로이드마켓 등
- 모바일앱(Mobile App)
: 스마트폰에 최적화된 응용소프트웨어(application)로서 게임, e-book, 내비게이션 등 다양한 서비스를 제공하며, 앱스토어(App Store)를 통해 자신이 원하는 모바일앱을 구입하고 스마트폰에 추가하여 이용할 수 있음

II. 스마트폰 이용 현황

1. 스마트폰 단말기 이용 행태

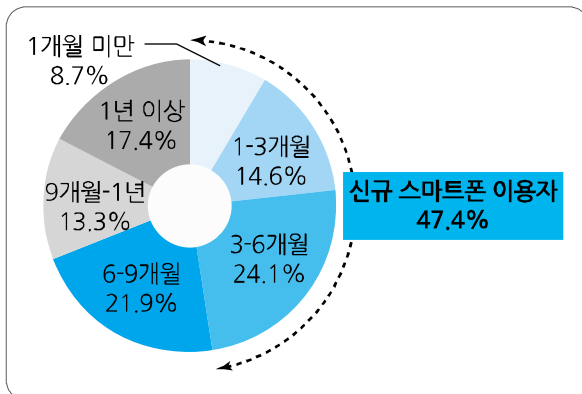
가. 스마트폰 이용 기간



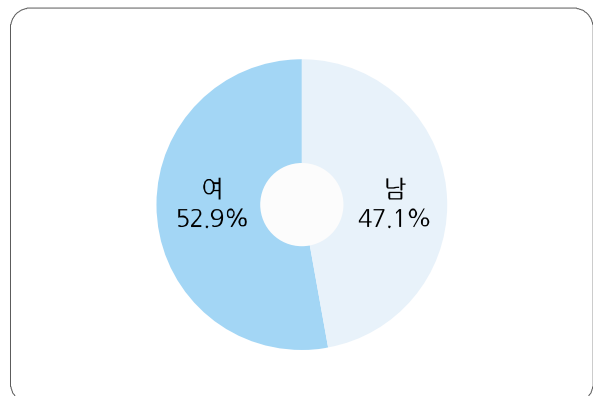
스마트폰 이용자의 47.4%가 6개월 미만 신규 이용자

- 만12-59세 스마트폰 이용자 중 47.4%가 스마트폰을 이용한 지 6개월 미만('1개월 미만' 8.7%, '1-3개월' 14.6%, '3-6개월' 24.1%)인 신규 스마트폰 이용자임
- 신규 스마트폰 이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 여성이 52.9%로 남성보다 다소 많음

[그림 1] 스마트폰이용 기간(%)

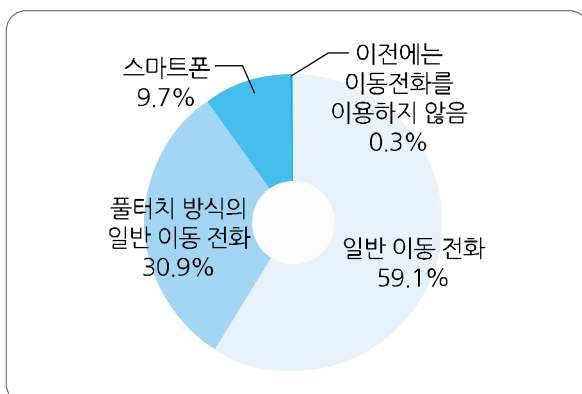


[그림 2] 성별 신규 스마트폰 이용자 구성비(%)
- 신규 스마트폰 이용자

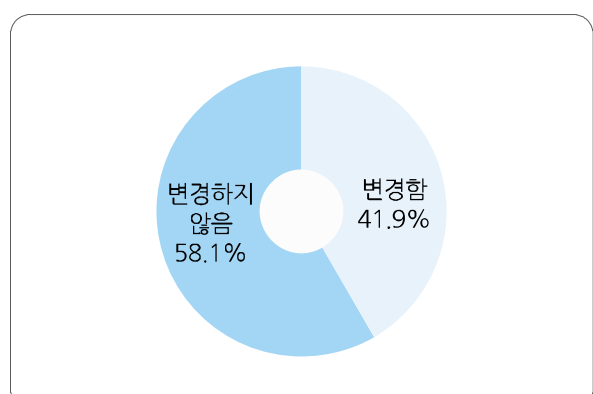


- 스마트폰 이용자 대부분(90.0%)이 이동전화('일반 이동전화' 59.1%, '폴터치 방식의 일반 이동 전화' 30.9%)를 이용하다 현재 이용중인 스마트폰을 구입하였으며, 이 중 41.9%는 이동통신사를 변경함

[그림 3] 현재 이용중인 스마트폰 구입 전 이용 단말기 종류(%)



[그림 4] 현재 이용중인 스마트폰 구입시 이동통신사 변경 여부(%) - 현재 이용 중인 스마트폰 구입 전 이동전화 이용자



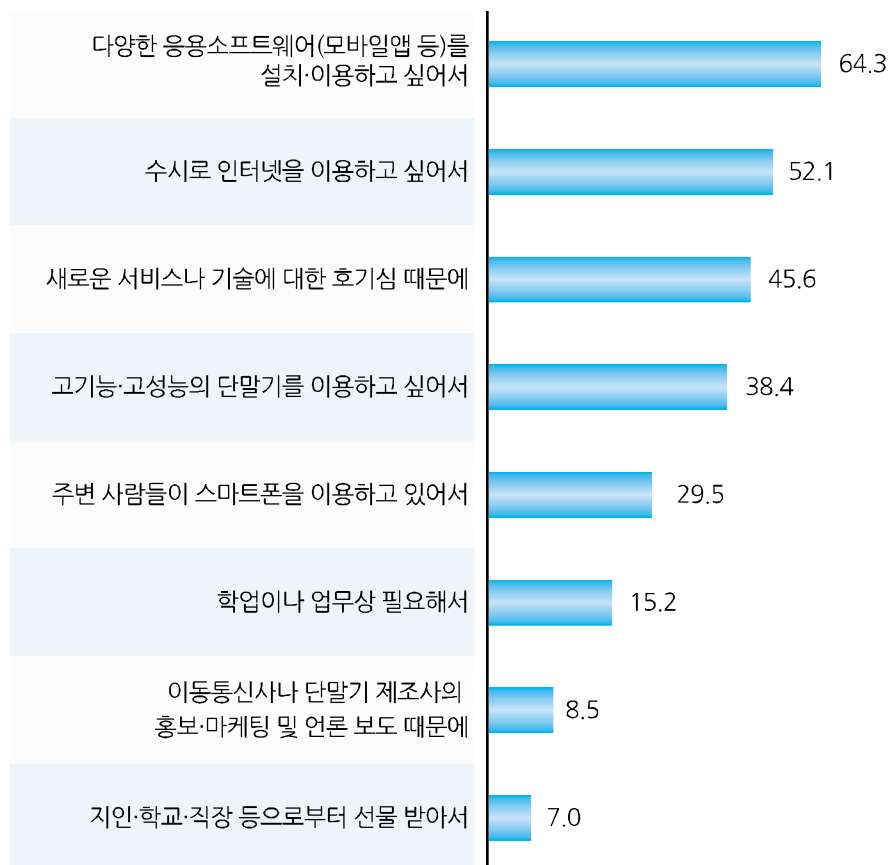
나. 스마트폰 이용 계기



주로 모바일앱 등 다양한 응용소프트웨어를 설치·이용하기 위해 스마트폰 이용 시작

- ‘다양한 응용소프트웨어(모바일앱 등)를 설치·이용하고 싶어서(64.3%)’가 주된 스마트폰 이용 계기인 것으로 나타남
- 다음으로 ‘수시로 인터넷을 이용하고 싶어서(52.1%)’, ‘새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에(45.6%)’, ‘고기능, 고성능의 단말기를 이용하고 싶어서(38.4%)’ 등의 순임

[그림 5] 스마트폰 이용 계기(복수응답, %)



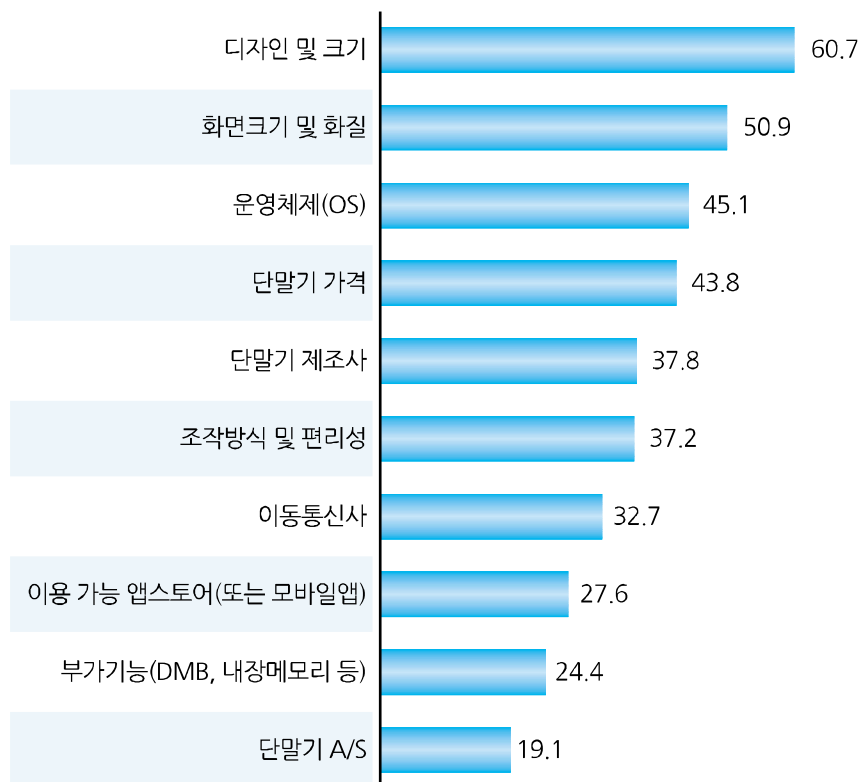
다. 스마트폰 선택 시 고려사항



스마트폰 선택 시 주로 '디자인 및 크기' 또는 '화면 크기 및 화질' 고려

- 스마트폰 이용자 10명 중 6명이 현재 이용 중인 스마트폰 선택 시 '디자인 및 크기 (60.7%)'를 고려한 것으로 나타남
- 과반수는 '화면크기 및 화질(50.9%)'을 고려하였으며, '운영체제(OS)(45.1%)', '단말기 가격(43.8%)'을 고려하는 경우도 40% 이상임

[그림 6] 스마트폰 선택 시 고려사항(복수응답, %)



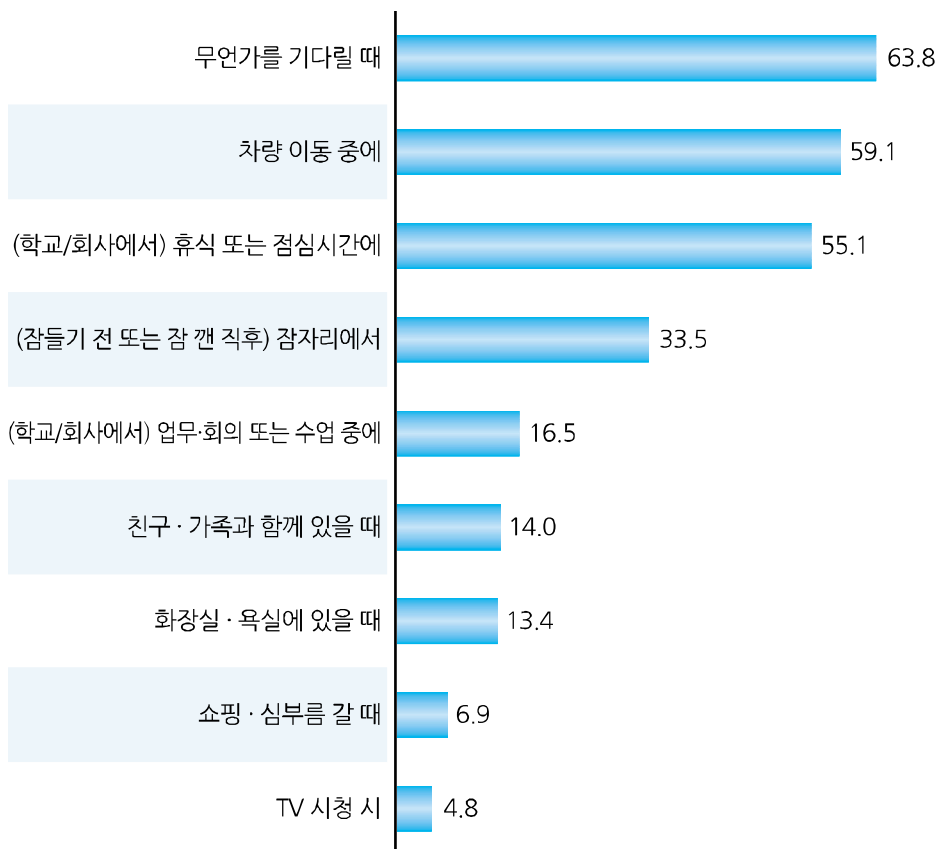
라. 스마트폰 이용 시기



주로 '무언가를 기다릴 때(63.8%)' 스마트폰을 이용

- 음식 주문 후, 영화 시작 전 등 '무언가를 기다릴 때(63.8%)' 주로 스마트폰을 이용하는 것으로 나타났으며 '차량 이동 중에(59.1%)'나 학교·회사에서 '휴식 또는 점심시간에(55.1%)' 이용하는 경우도 과반수임

[그림 7] 스마트폰 이용 시기(복수응답, %)



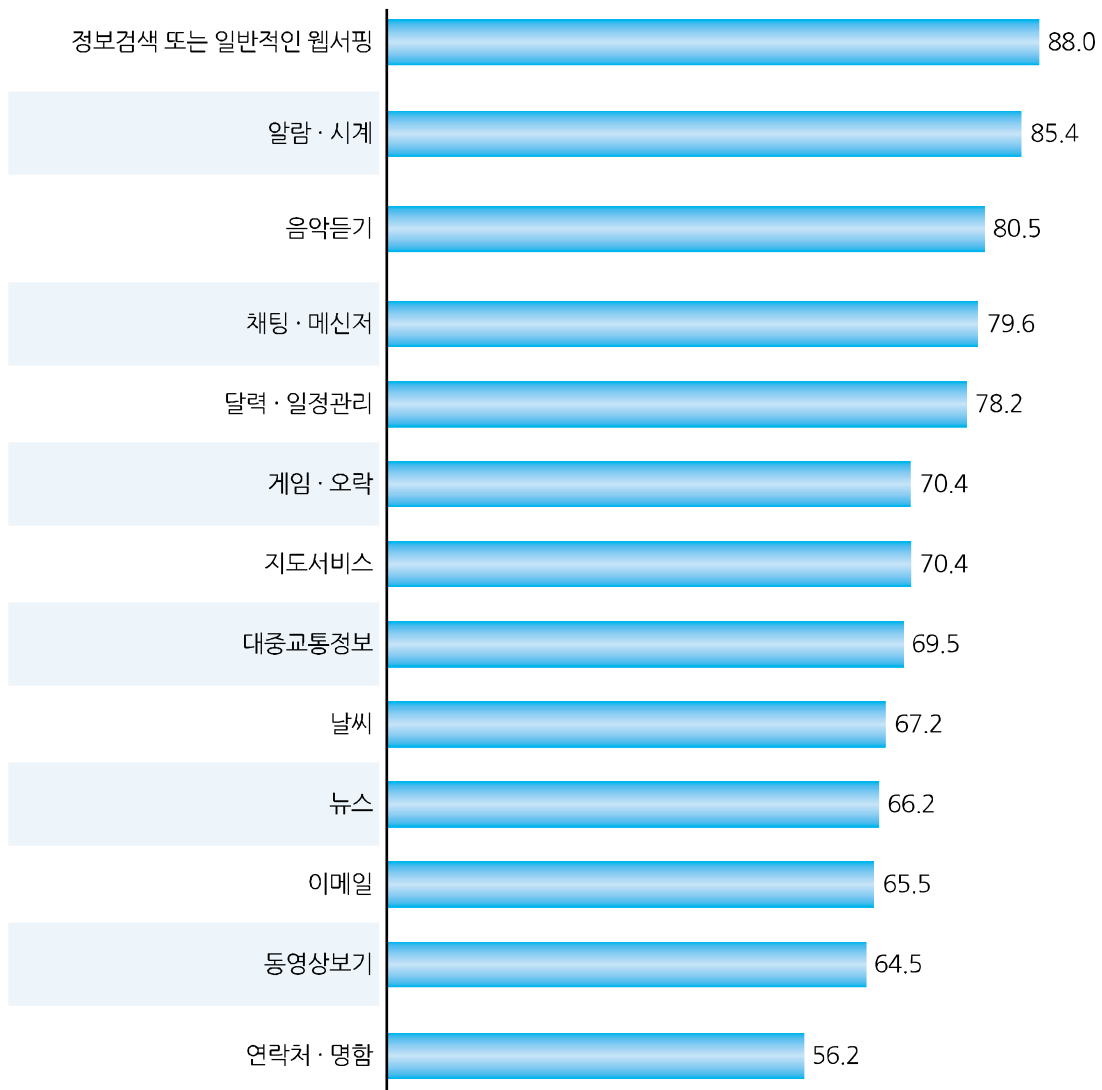
마. 스마트폰 서비스 이용 현황



주로 이용하는 서비스는 '정보검색 또는 일반적인 웹서핑', '알람 · 시계', '음악 듣기'

- 스마트폰 이용자의 88.0%가 스마트폰을 통해 '정보검색 또는 일반적인 웹서핑'을 하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '알람 · 시계(85.4%)', '음악 듣기(80.5%)', '채팅 · 메신저(79.6%)', '달력 · 일정관리(78.2%)' 등의 순임

[그림 8] 스마트폰 서비스 이용 현황(상위 13개) (복수응답, %)



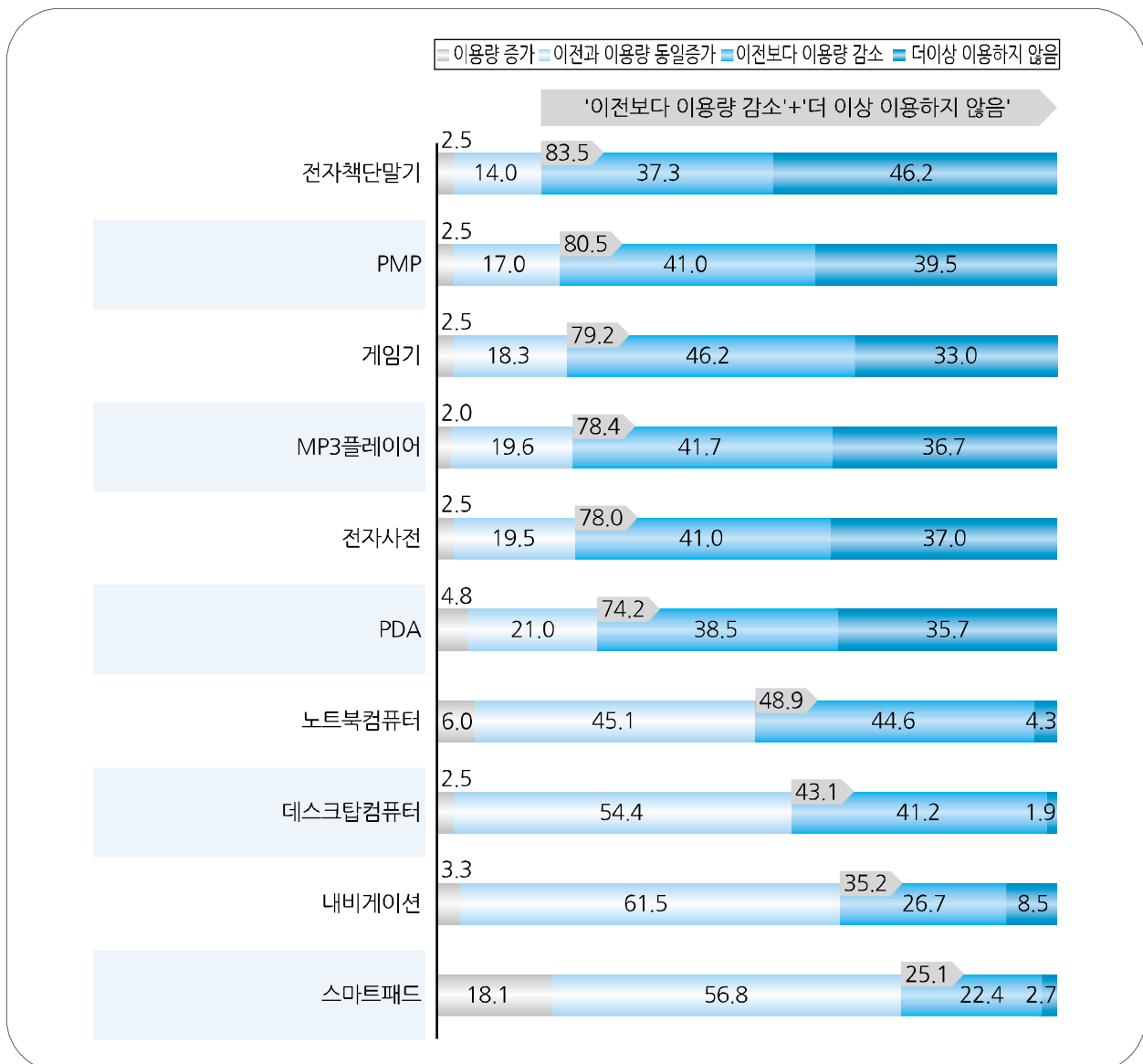
바. 스마트폰 이용 후 다른 단말기 이용량 변화



스마트폰 이용 후 '전자책 단말기' 또는 'PMP' 이용이 주로 감소

- 스마트폰 이용자 10명 중 8명은 스마트폰 이용 후 '전자책 단말기(83.5%)'나 'PMP(80.5%)' 이용이 감소한 것으로 나타남
- 다음으로 '게임기(79.2%)', 'MP3플레이어(78.4%)', '전자사전(78.0%)', 'PDA (74.2%)' 등의 순임

[그림 9] 스마트폰 이용 후 다른 단말기 이용량 변화(%) - 스마트폰 이용자 중 각 단말기 보유자



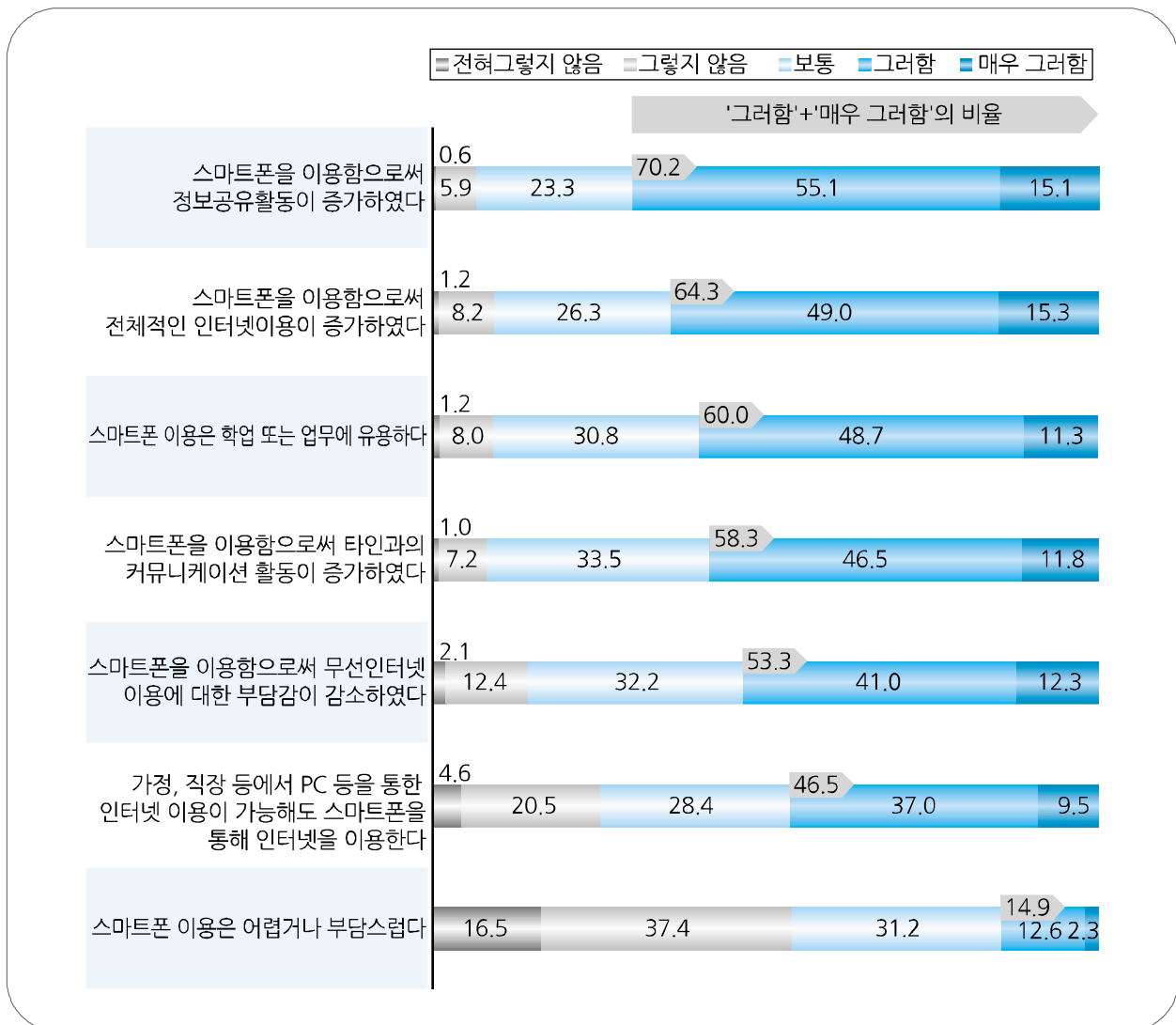
사. 스마트폰 이용 행동 및 인식



스마트폰 이용자 70.2% '스마트폰 이용함으로써 정보공유 활동 증가'

- 스마트폰 이용자 10명 중 7명이 '스마트폰 이용함으로써 정보공유 활동이 증가한 것 (70.2%)'으로 나타남
- '스마트폰을 이용함으로써 전체적인 인터넷 이용이 증가(64.3%)'하거나 '스마트폰 이용은 학업 또는 업무에 유용하다(60.0%)'고 응답한 경우도 60% 이상임

[그림 10] 스마트폰 이용 행동 및 인식(%)



2. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 현황

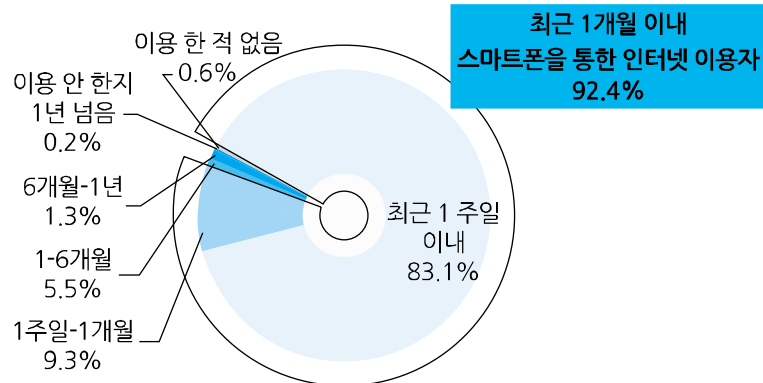
가. 스마트폰을 통한 최근 인터넷 이용 시기



스마트폰 이용자 92.4%가 '최근 1개월 이내 스마트폰을 통한 인터넷 이용자'

- 스마트폰 이용자의 92.4%가 최근 1개월 이내에 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 '스마트폰을 통한 인터넷 이용자'이며, 83.1%는 '최근 1주일 이내' 이용한 것으로 나타남

[그림 11] 스마트폰을 통한 최근 인터넷 이용 시기(%)



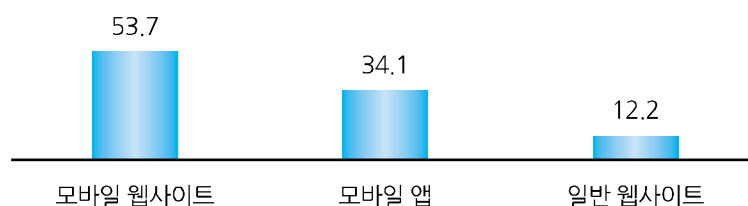
나. 스마트폰을 통한 인터넷 접속 경로



주로 '모바일 웹사이트(53.7%)'를 통해 인터넷 접속

- 과반수가 스마트폰을 통한 인터넷 접속 시 '모바일 웹사이트(53.7%)'를 주로 이용하고 있으며, '모바일 앱'과 '일반 웹사이트'를 이용하는 경우는 각각 34.1%와 12.2%임

[그림 12] 스마트폰을 통한 인터넷 접속 경로(1순위, %) - 스마트폰을 통한 인터넷 이용자

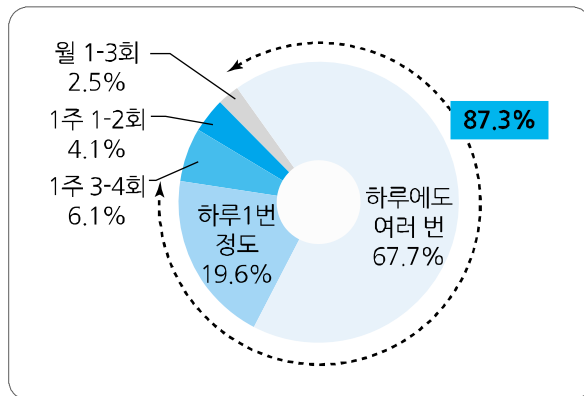
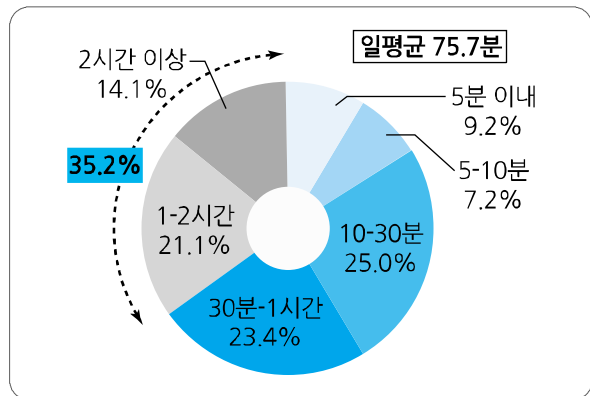


다. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 빈도 및 시간



스마트폰을 통한 인터넷 이용 시간은 일평균 75.7분

- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자의 87.3%가 하루에 1번 이상('하루에도 여러 번' 67.7%, '하루 1번 정도' 19.6%) 인터넷을 이용하는 것으로 나타남
- 스마트폰을 통해 일평균 75.7분간 인터넷을 이용하고 있었으며, 1시간 이상('1-2시간' 21.1%, '2시간 이상' 14.1%) 이용하는 경우도 35.2%임

[그림 13] 스마트폰을 통한 인터넷 이용 빈도(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자[그림 14] 스마트폰을 통한 일평균 인터넷 이용 시간(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자

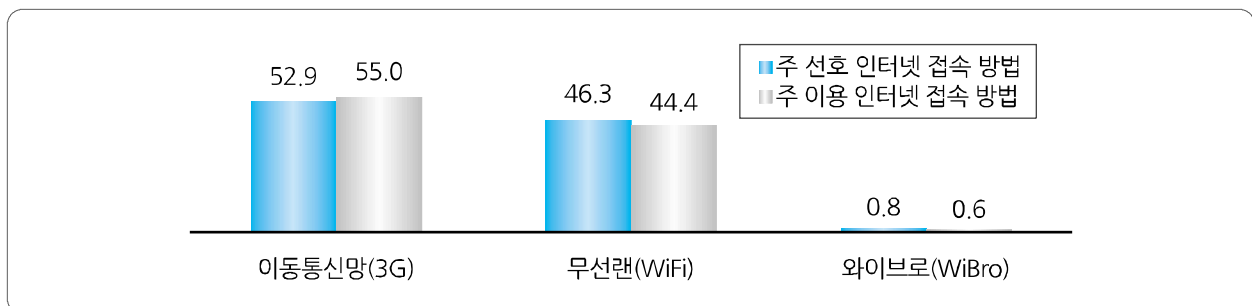
라. 스마트폰을 통한 인터넷 접속 방법



과반수가 인터넷 접속 시 '이동통신망(3G)'을 이용하거나 선호

- 스마트폰을 통한 인터넷 접속 방법 중 '이동통신망(3G)'을 이용하거나 선호하는 경우는 각각 55.0%와 52.9%로 가장 높은 것으로 조사됨

[그림 15] 스마트폰을 통한 인터넷 접속 방법(1순위, %) - 스마트폰을 통한 인터넷 이용자



3. 모바일앱 이용 현황

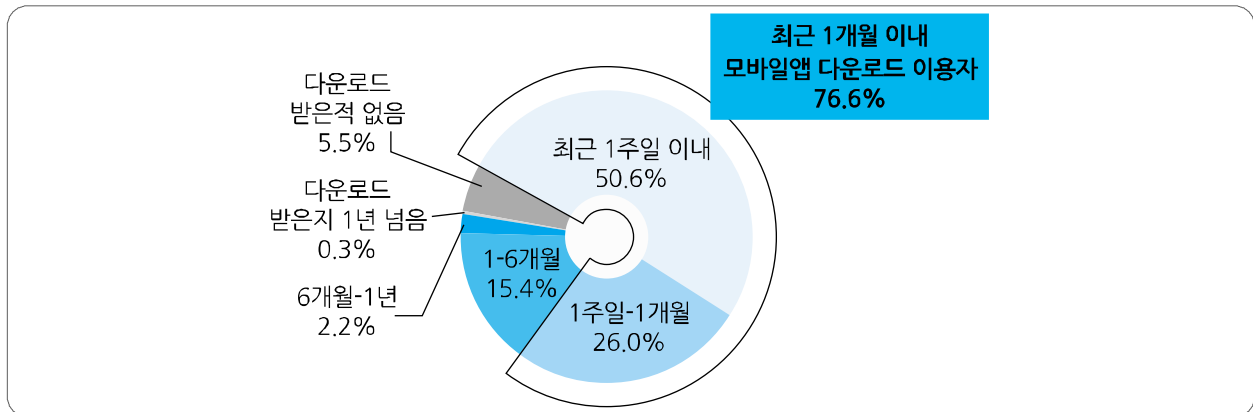
가. 최근 모바일앱 다운로드 시기



최근 1개월 이내 모바일앱 다운로드 이용자는 76.6%

- 스마트폰 이용자의 76.6%가 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 50.6%, '1주일-1개월' 26.0%) 모바일앱을 다운로드 받은 '모바일앱 다운로드 이용자'인 것으로 나타남

[그림 16] 최근 모바일앱 다운로드 시기(%)



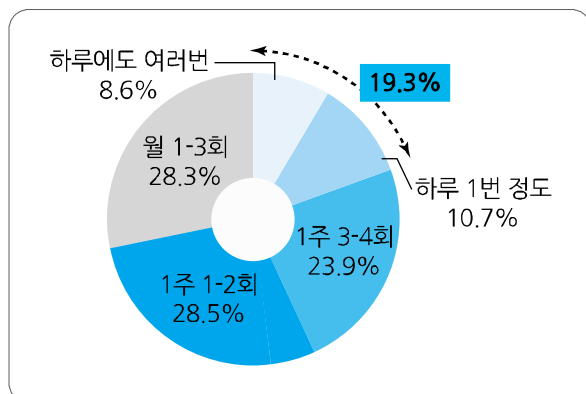
나. 모바일앱 다운로드 빈도 및 개수



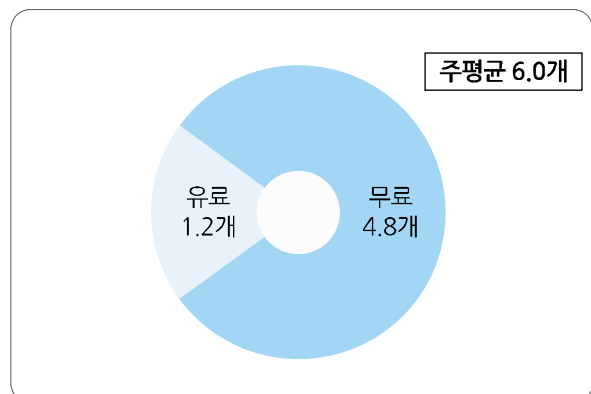
주평균 6.0개의 모바일앱 다운로드

- 모바일앱 다운로드 이용자의 19.3%가 하루에 1번 이상('하루에도 여러 번' 8.6%, '하루에 1번 정도' 10.7%) 모바일앱을 다운로드 받는 것으로 나타났으며, 주평균 모바일앱 다운로드 개수는 6.0개임

[그림 17] 모바일앱 다운로드 빈도(%)
- 모바일앱 다운로드 이용자



[그림 18] 주평균 다운로드 모바일앱 개수(개)
- 모바일앱 다운로드 이용자

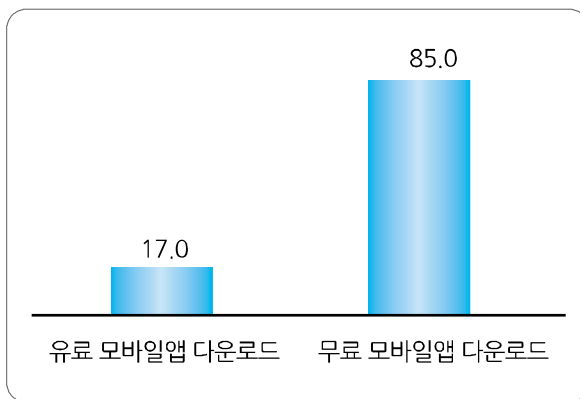
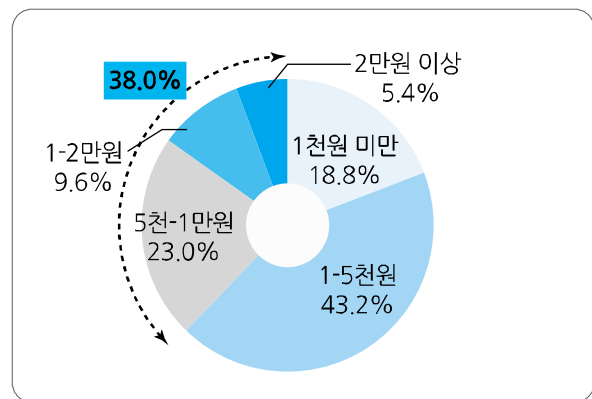


다. 월평균 유료 모바일앱 구입 비용



유료 모바일앱 구입 시 38.0%가 '5천원 이상' 지출

- 유료 모바일앱 다운로드 이용자의 38.0%가 유료 모바일앱 구입을 위해 월평균 5천원 이상('5천-1만원' 23.0%, '1-2만원' 9.5%, '2만원 이상' 5.2%)을 지출하고 있는 것으로 나타남

[그림 19] 유·무료 모바일앱 다운로드 현황
(복수응답, %) - 모바일앱 다운로드 이용자[그림 20] 월평균 유료 모바일앱 구입 비용(%)
- 유료 모바일앱 다운로드 이용자

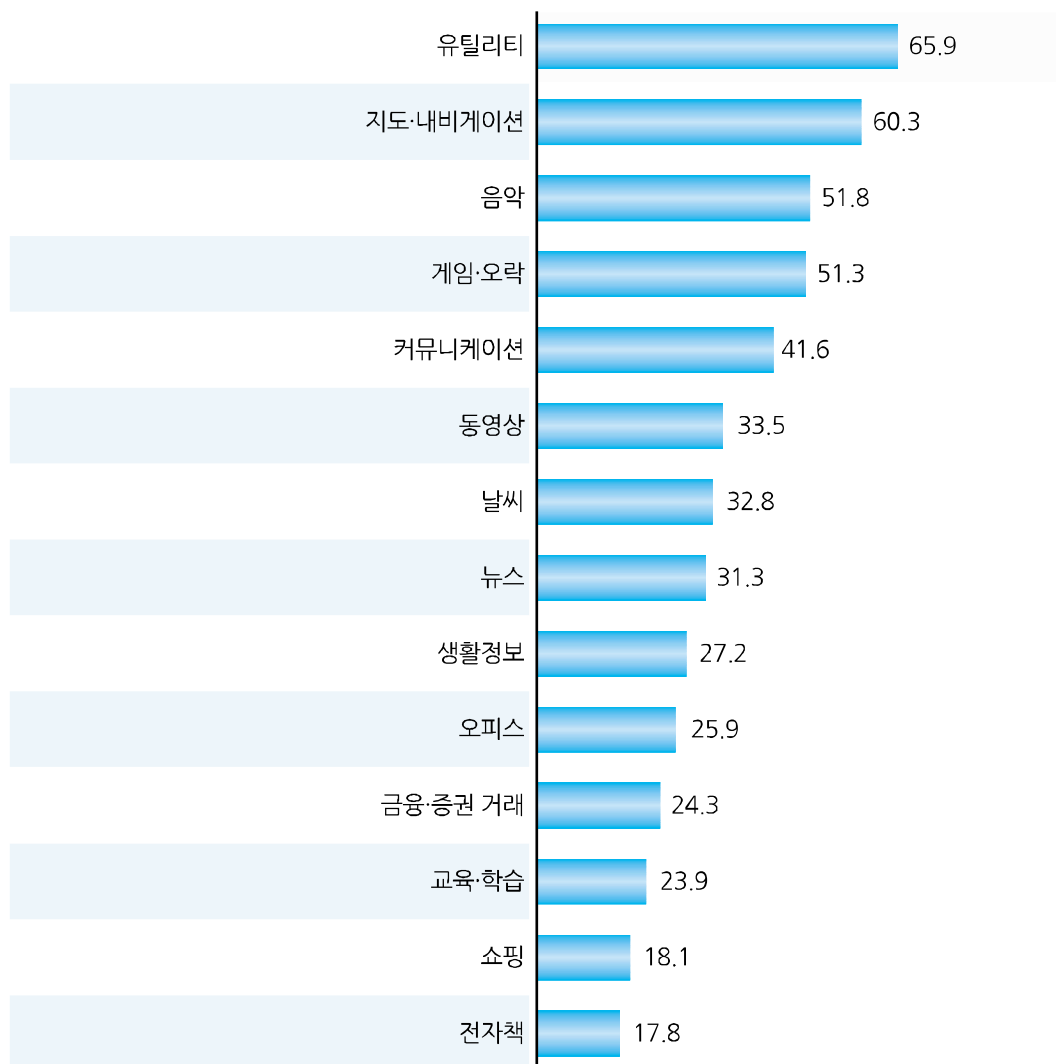
라. 다운로드 받는 모바일앱 유형



주로 '유틸리티' 또는 '지도·내비게이션' 모바일앱을 다운로드 받음

- 스마트폰 이용자 10명 중 6명은 주로 '유틸리티(65.9%)'나 '지도·내비게이션(60.3%)' 모바일앱을 다운로드 받는 것으로 나타났으며, 과반수는 '음악(51.8%)', '게임·오락(51.3%)' 모바일앱을 다운로드 받는 것으로 조사됨

[그림 21] 다운로드 받는 모바일앱 유형(복수응답, %) - 모바일앱 다운로드 이용자



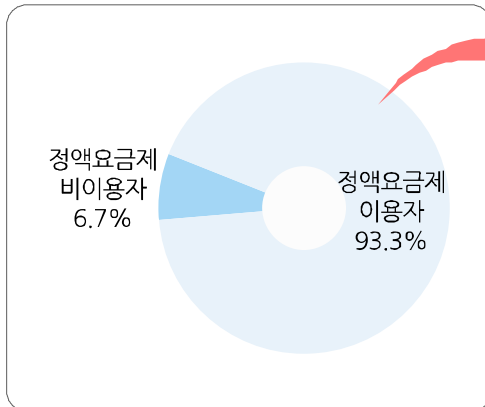
4. 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황



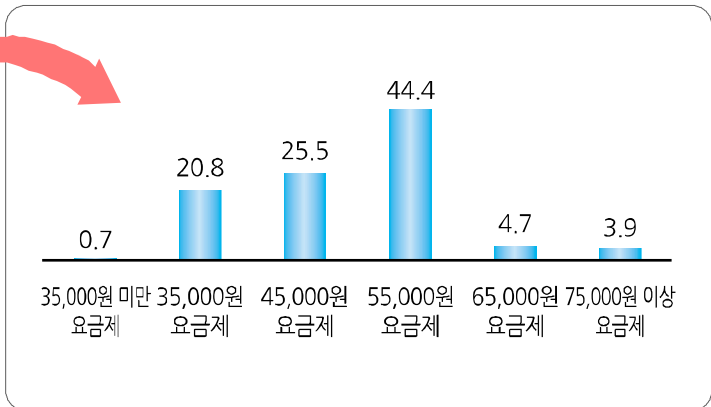
스마트폰 전용 정액요금제 이용자의 44.4%가 55,000원 요금제 이용

- 스마트폰 이용자의 93.3%가 스마트폰 전용 정액요금제를 이용하고 있으며, 55,000원 요금제(44.4%) 이용자가 가장 많은 것으로 나타남
- 스마트폰 전용 정액요금제 이용자의 43.4%는 정액요금제 이외에 추가 이용 요금을 지출한 경험이 있으며, 그 중 월평균 '1만원 미만'을 추가로 지출한 경우가 49.5%임

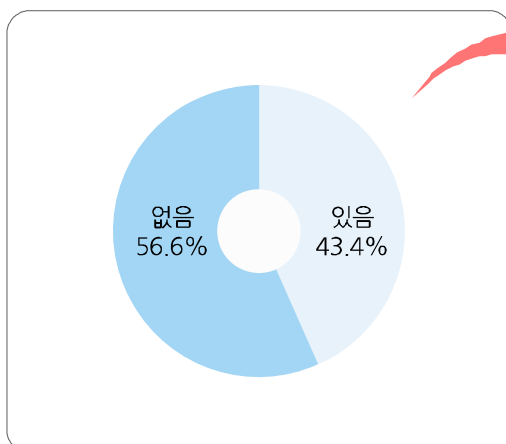
[그림 22] 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황(%)



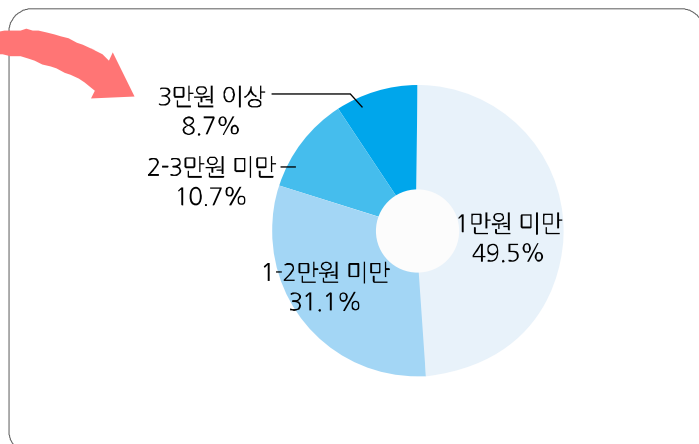
[그림 23] 기본요금에 따른 스마트폰 전용 정액요금제 종류(%)
- 스마트폰 전용 정액요금제 이용자



[그림 24] 정액 요금제 이외 추가 요금 지출 경험(%)
- 스마트폰 전용 정액요금제 이용자



[그림 25] 정액 요금제 이외 월평균 추가 요금 지출 비용(%)
- 스마트폰 전용 정액요금제 이용자 중 추가 요금 지출 경험자



Ⅲ. 주요 스마트폰 서비스 이용 현황

1. 스마트폰을 통한 SNS(소셜 네트워크 서비스) 이용 현황

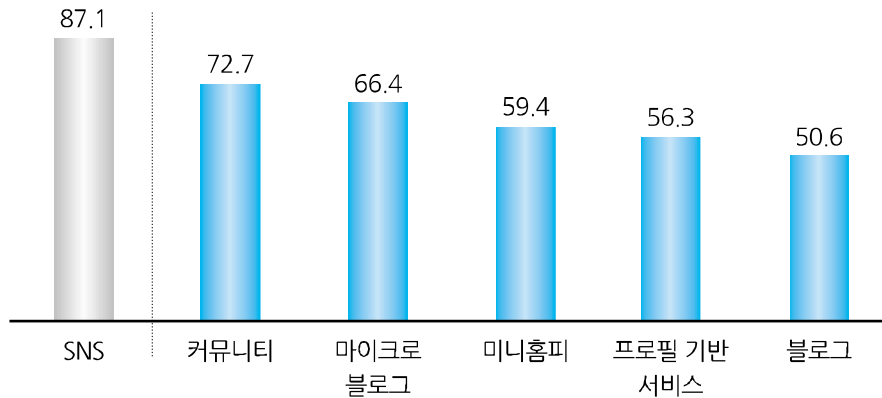
가. 스마트폰을 통한 SNS 이용 경험



스마트폰 이용자 87.1% 스마트폰을 통해 SNS 이용 경험

- 만12-59세 스마트폰 이용자의 87.1%가 스마트폰을 통해 SNS를 이용한 경험이 있으며, SNS 유형별로는 커뮤니티(72.7%), 마이크로블로그(66.4%), 미니홈피(59.4%) 등의 순임

[그림 26] 스마트폰을 통한 SNS 이용 경험(복수응답, %)



▶ SNS(Social Network Service)

: 인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로, 본 조사에서는 커뮤니티(카페·클럽), 미니홈피, 블로그, 마이크로블로그, 프로필 기반 서비스 등이 포함됨

구 분	정 의
커뮤니티 (카페·클럽)	인터넷 상에서 취미나 관심분야가 유사한 사람들이 서로의 정보를 교류하거나 친목을 형성하기 위해 형성한 모임 예) 다음 카페, 네이버 클럽 등
미니홈피	미니홈피 페이지를 줄여 이르는 말로, 네티즌들이 직접 꾸미고 서로를 초대할 수 있는 공간으로, 함께 활동하면서 네티즌간의 인맥을 형성하는 1인 미디어 예) 싸이월드 미니홈피, 세이클럽 미니홈피, 드림위즈 홈피, 버디 홈피 등
블로그	개인의 관심사에 따라 일기, 칼럼, 전문자료, 사진 등을 게시·저장하여 타인과 공유하는 대표적인 1인 미디어 예) 다음 블로그, 네이버 블로그, 티스토리, 이글루스 등
마이크로블로그 (microblog)	140-150자 이내의 단문 메시지로 자신의 생각과 감정을 표현·공유할 수 있는 블로그 서비스의 일종으로 미니블로그(miniblog)라고도 함 예) 트위터, 미투데이, 요즘, 토씨 등
프로필 기반 서비스	나이, 학력, 직업 등 개인정보를 비롯하여 직접 게시한 사진이나 동영상, 친구 목록 등이 메인 웹페이지인 프로필 페이지에 제공되어, 이를 기반으로 네티즌 간 인맥을 형성하고 교류하는 서비스 예) 페이스북, 마이스페이스, 링크나우, 링크드인 등

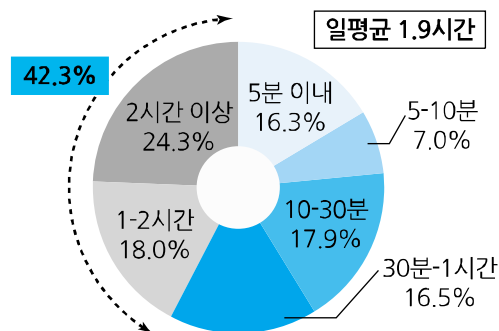
나. 스마트폰을 통한 SNS 이용 시간



스마트폰을 통한 일평균 SNS 이용 시간은 1.9시간

- 스마트폰을 통한 SNS 이용자는 일평균 1.9시간 동안 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 1시간 이상 이용하는 경우는 42.3%임

[그림 27] 스마트폰을 통한 일평균 SNS 이용 시간(%) - 스마트폰을 통한 SNS 경험자



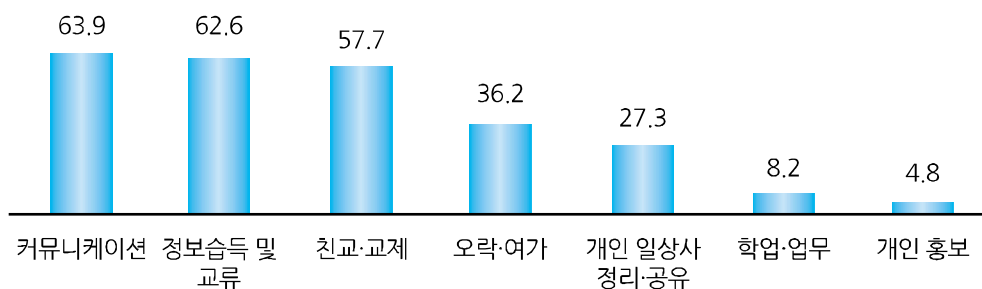
다. 스마트폰을 통한 SNS 이용 목적



주로 '커뮤니케이션', '정보습득 및 교류'를 위해 SNS 이용

- 스마트폰을 통한 SNS 경험자 10명 중 6명이 '커뮤니케이션(63.9%)' 또는 '정보습득 및 교류(62.6%)'를 위해 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, '친교·교제(57.7%)' 목적인 경우도 과반수임

[그림 28] 스마트폰을 통한 SNS 이용 목적(복수응답, %) - 스마트폰을 통한 SNS 경험자



2. 스마트폰을 통한 모바일 인스턴트 메신저 이용 현황

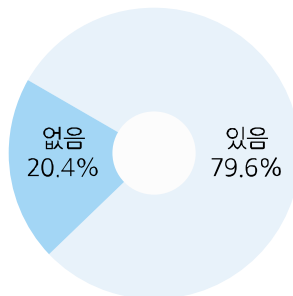
가. 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험



스마트폰 이용자 10명 중 8명 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험

- 스마트폰 이용자의 79.6%가 스마트폰을 통해 모바일 인스턴트 메신저를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남

[그림 29] 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험(%)



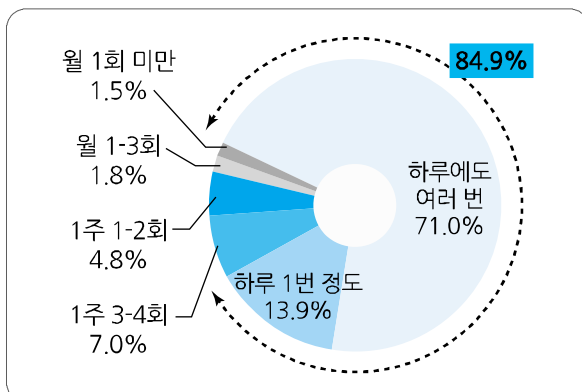
나. 모바일 인스턴트 메신저 이용 빈도 및 개수



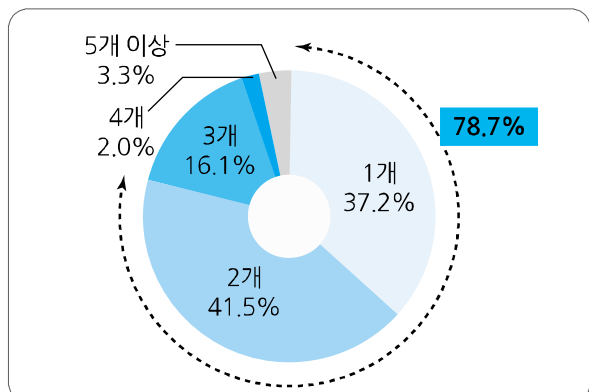
하루에 1번 이상 모바일 인스턴트 메신저를 이용하는 경우는 84.9%

- 모바일 인스턴트 메신저 경험자 10명 중 8명(84.9%)이 '하루에 1번 이상' 모바일 인스턴트 메신저를 이용하고 있는 것으로 나타남
- 2개 이하의 모바일 인스턴트 메신저를 이용하는 경우는 78.7%인 것으로 조사됨

[그림 30] 모바일 인스턴트 메신저 이용 빈도(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



[그림 31] 이용 모바일 인스턴트 메신저 개수(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



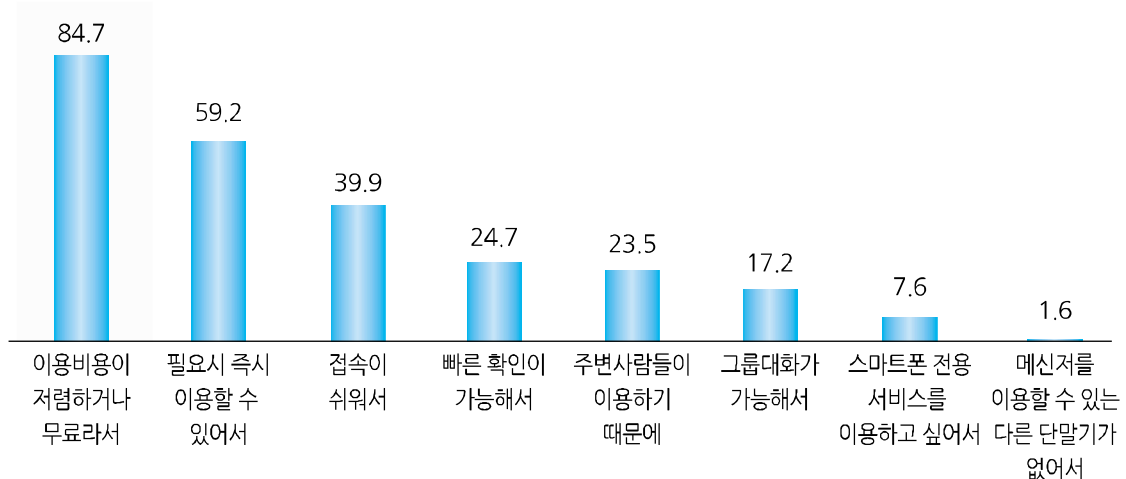
다. 모바일 인스턴트 메신저 이용 이유



주된 모바일 인스턴트 메신저 이용 이유는 '이용비용이 저렴하거나 무료라서'

- '이용비용이 저렴하거나 무료라서' 스마트폰을 통해 모바일 인스턴트 메신저를 이용하는 경우가 84.7%로 가장 많았으며, 과반수는 '필요시 즉시 이용할 수 있어서(59.2%)' 이용하는 것으로 나타남

[그림 32] 모바일 인스턴트 메신저 이용 이유(복수응답, %)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



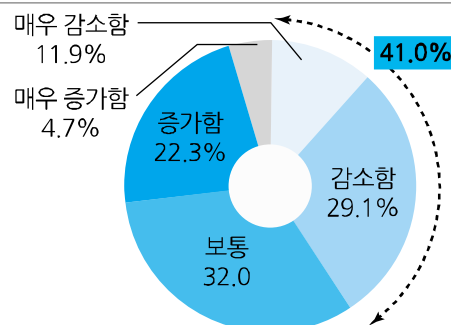
라. 모바일 인스턴트 메신저 이용 후 스마트폰 문자메시지 이용량 변화



모바일 인스턴트 메신저 경험자의 41.0%, 스마트폰 문자메시지 이용량 감소

- 모바일 인스턴트 메신저 경험자의 41.0%가 모바일 인스턴트 메신저 이용 후 스마트폰 문자메시지 이용량이 감소한 것으로 조사됨

[그림 33] 모바일 인스턴트 메신저 이용 후 스마트폰 문자메시지 이용량 변화(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



3. 스마트폰을 통한 모바일 인터넷전화 이용 현황

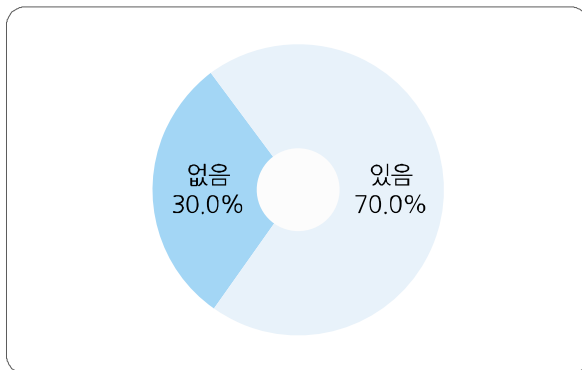
가. 모바일 인터넷전화 이용 경험 및 경로



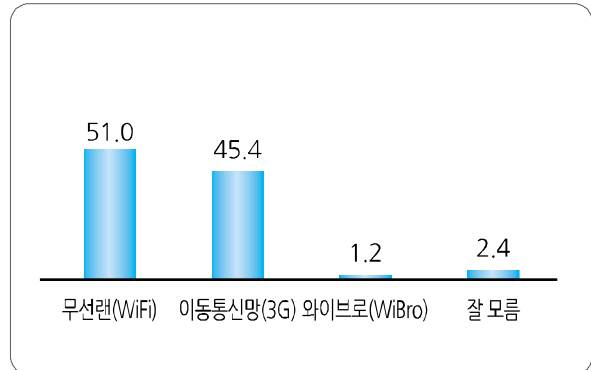
스마트폰 이용자 10명 중 7명 모바일 인터넷전화 이용 경험

- 만12-59세 스마트폰 이용자의 70.0%가 모바일 인터넷전화를 이용한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 과반수가 무선랜(WiFi)(51.0%)을 통해 이용하는 것으로 조사됨

[그림 34] 모바일 인터넷전화 이용 경험(%)
- 모바일 인터넷전화 경험자



[그림 35] 모바일 인터넷전화 이용 경로(복수응답, %)
- 모바일 인터넷전화 경험자



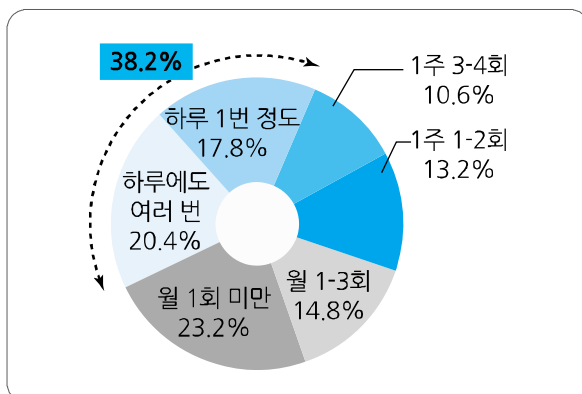
나. 모바일 인터넷전화 이용 빈도 및 시간



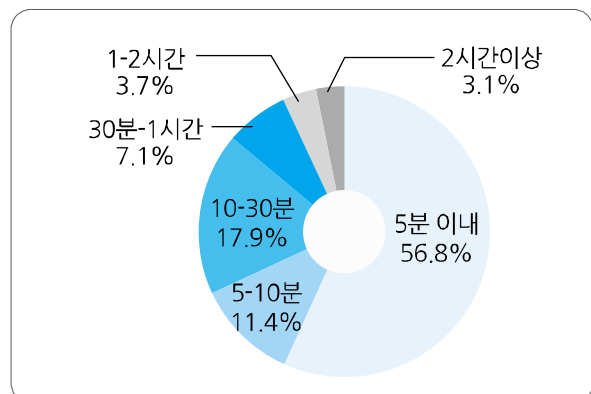
과반수(56.8%)가 일평균 5분 이내 모바일 인터넷 이용

- 스마트폰을 통한 모바일 인터넷전화 경험자의 38.2%가 하루에 1번 이상(‘하루에도 여러 번’ 20.4%, ‘하루 1번 정도’ 17.8%) 모바일 인터넷전화를 이용하고 있으며, 일평균 5분 이내 이용하는 경우는 56.8%임

[그림 36] 모바일 인터넷전화 이용 빈도(%)
- 모바일 인터넷전화 경험자



[그림 37] 일평균 모바일 인터넷전화 이용 시간(%)
- 모바일 인터넷전화 경험자



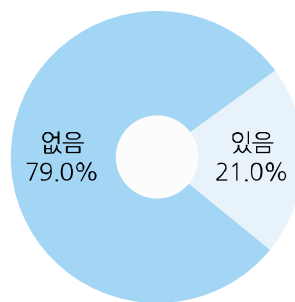
다. 유료 모바일 인터넷전화 서비스 이용 경험



모바일 인터넷전화 유료 서비스를 이용자는 21.0%

- 모바일 인터넷전화 경험자의 21.0%가 유료 모바일 인터넷전화 서비스를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남

[그림 38] 유료 모바일 인터넷전화 서비스 이용 경험(%) - 모바일 인터넷전화 경험자



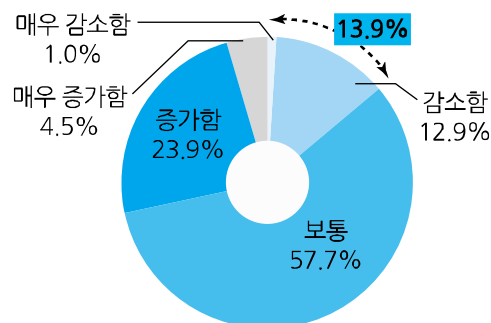
라. 모바일 인터넷전화 이용 후 스마트폰 음성통화 시간 변화



모바일 인터넷전화 이용 후 13.9%가 스마트폰 음성통화 시간 감소

- 모바일 인터넷전화 경험자의 13.9%가 모바일 인터넷전화 이용 후 스마트폰 음성통화 시간이 감소한 것으로 조사됨

[그림 39] 모바일 인터넷전화 이용 후 스마트폰 음성통화 시간 변화(%) - 모바일 인터넷전화 경험자



4. 스마트폰을 통한 모바일쇼핑 이용 현황

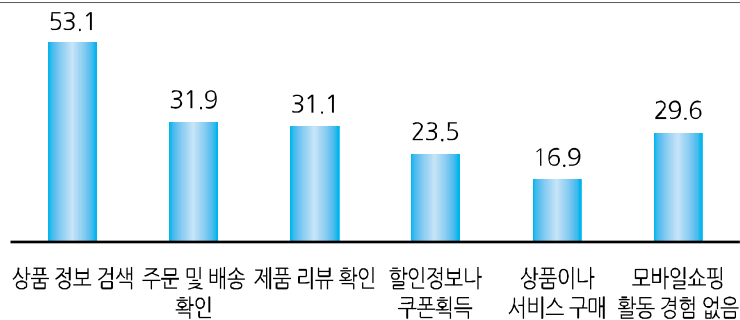
가. 모바일쇼핑 활동 유형



스마트폰 이용자 16.9%가 '모바일쇼핑 경험자'

- 스마트폰 이용자의 53.1%는 스마트폰을 통해 '상품 정보 검색(가격 비교 포함)'을 하는 것으로 나타났으며, '상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)'하는 '모바일쇼핑 경험자'는 16.9%임

[그림 40] 모바일쇼핑 활동 유형(복수응답, %)



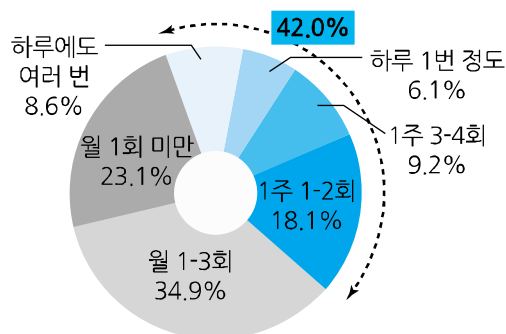
나. 모바일쇼핑 이용 빈도



모바일쇼핑 경험자 10명 중 4명 '주 1회 이상' 모바일쇼핑 이용

- 모바일쇼핑 경험자의 42.0%가 주 1회 이상('하루에도 여러 번' 8.6%, '하루에 1번 정도' 6.1%, '1주 3-4회' 9.2%, '1주 1-2회' 18.1%) 모바일쇼핑을 이용하고 있는 것으로 나타남

[그림 41] 모바일쇼핑 이용 빈도(%) - 모바일쇼핑 경험자



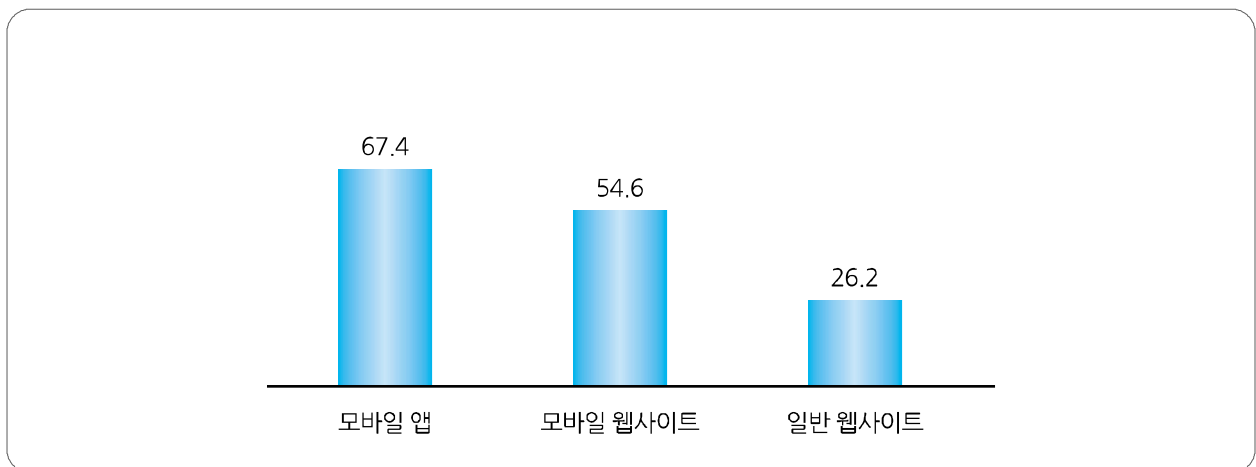
다. 모바일쇼핑 이용 경로



주로 '모바일앱' 또는 '모바일 웹사이트'를 통해 모바일쇼핑 이용

- '모바일앱'을 통해 모바일쇼핑을 이용하는 경우가 67.4%로 가장 많았으며, '모바일 웹사이트'를 이용하는 경우도 과반수(54.6%)임

[그림 42] 모바일쇼핑 이용 경로(복수응답, %) - 모바일쇼핑 경험자



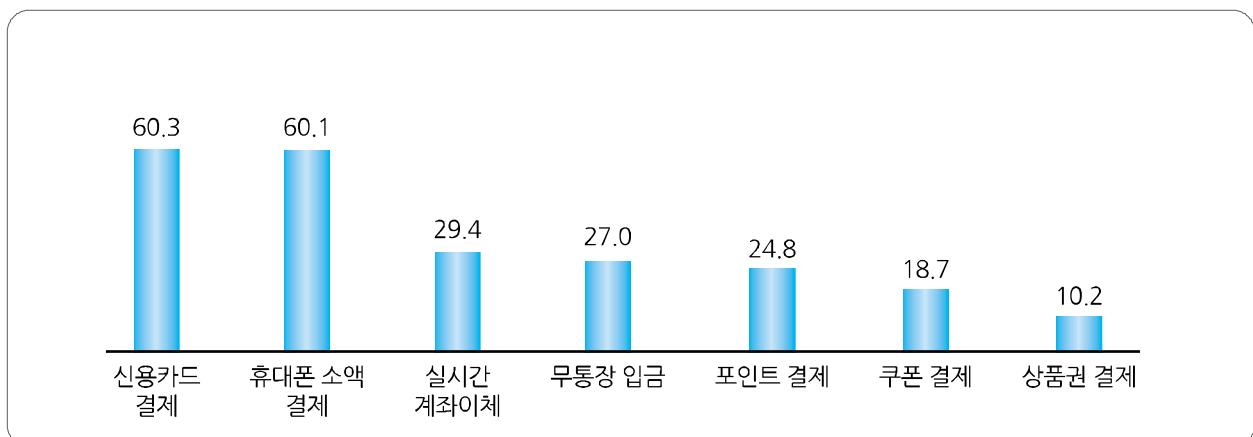
라. 모바일쇼핑 결제 수단



주된 모바일쇼핑 결제 수단은 '신용카드 결제' 또는 '휴대폰 소액 결제'

- 모바일쇼핑 경험자 10명 중 6명이 모바일쇼핑 결제 시 '신용카드 결제(60.3%)'나 '휴대폰 소액 결제(60.1%)'를 이용하는 것으로 나타남

[그림 43] 모바일쇼핑 결제 수단(복수응답, %) - 모바일쇼핑 경험자



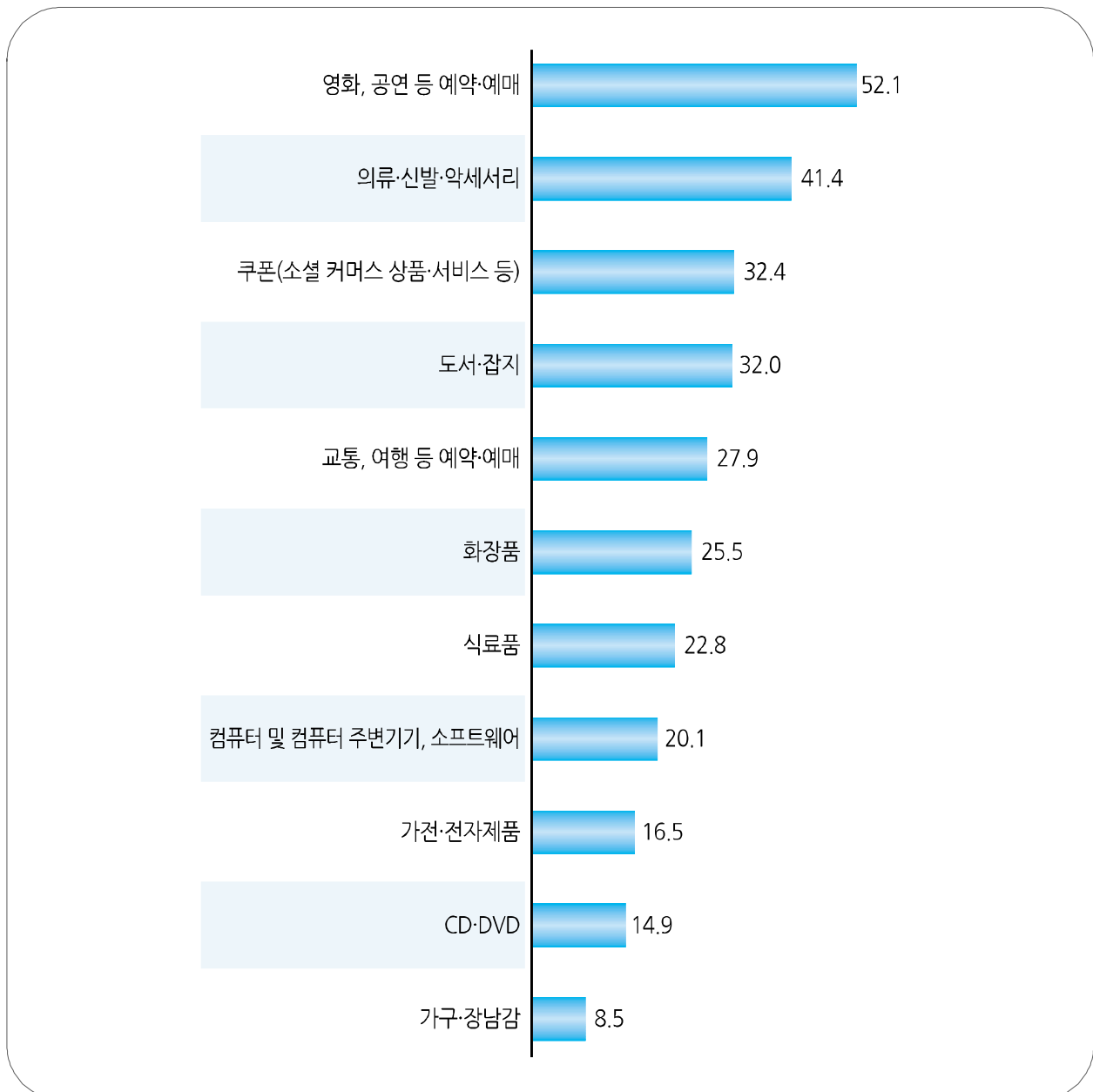
마. 모바일쇼핑 구매 품목



과반수(52.1%)가 모바일쇼핑 시 '영화, 공연 등 예약·예매'

- 모바일쇼핑을 통해 주로 '영화, 공연 등 예약·예매(52.1%)'를 하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '의류·신발·악세서리(41.4%)', '쿠폰(소셜 커머스 상품·서비스, 기프트콘 등) (32.4%)', '도서·잡지(32.0%)' 등의 순으로 구매하는 것으로 조사됨

[그림 44] 모바일쇼핑 구매 품목(복수응답, %) - 모바일쇼핑 경험자



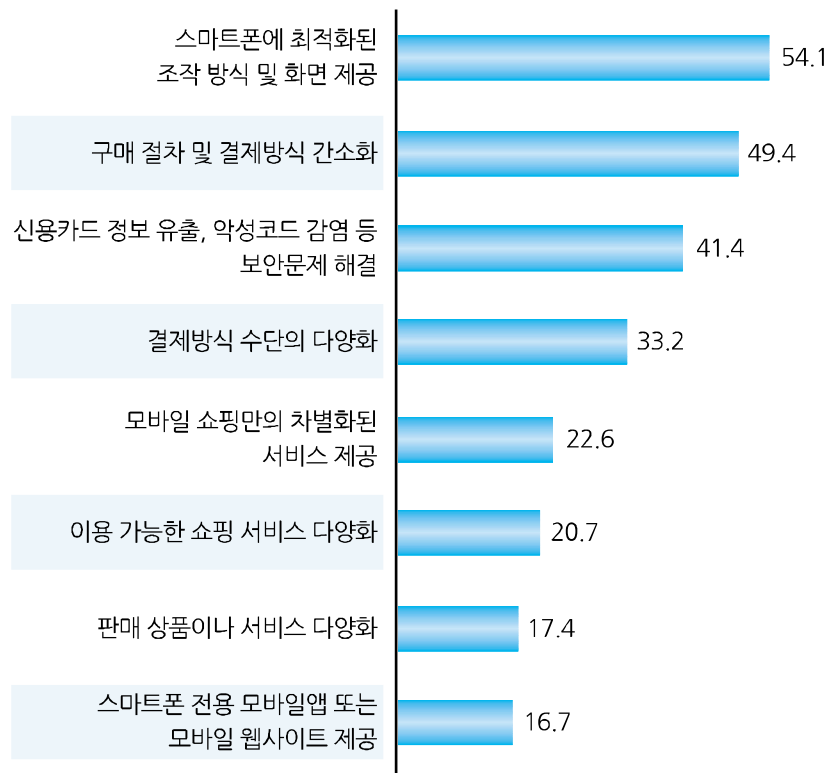
바. 모바일쇼핑 활성화 방안



모바일쇼핑 활성화를 위해 '스마트폰에 최적화된 조작 방식 및 화면'이 가장 필요

- '스마트폰에 최적화된 조작 방식 및 화면 제공(54.1%)'이 가장 필요한 모바일쇼핑 활성화 방안인 것으로 나타났으며, '구매절차 및 결제방식 간소화(49.4%)', '신용카드 정보 유출, 악성코드 감염 등 보안문제 해결(41.4%)'이 필요하다고 응답한 경우도 40% 이상임

[그림 45] 모바일쇼핑 활성화 방안(복수응답, %)



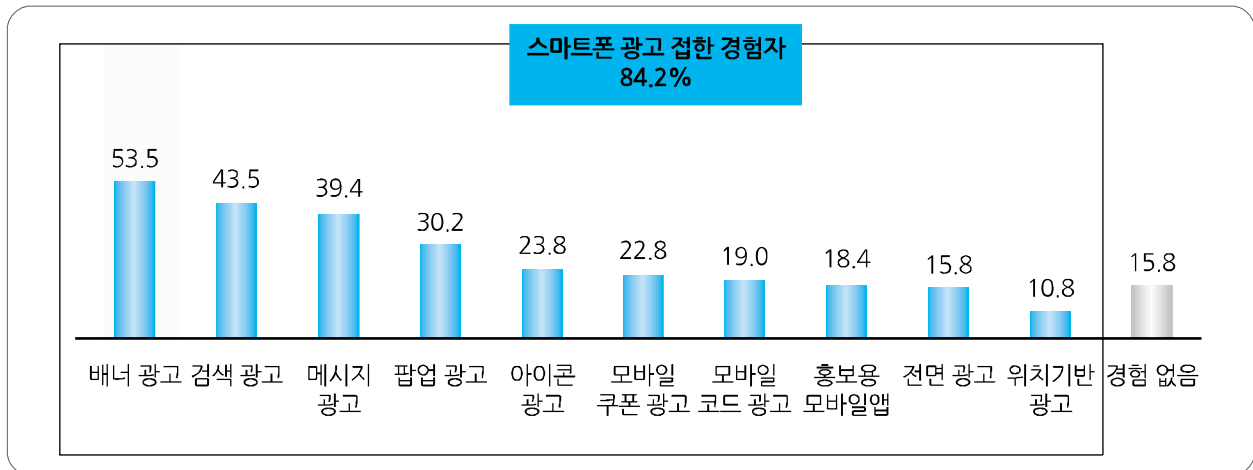
5. 스마트폰 광고 이용 현황



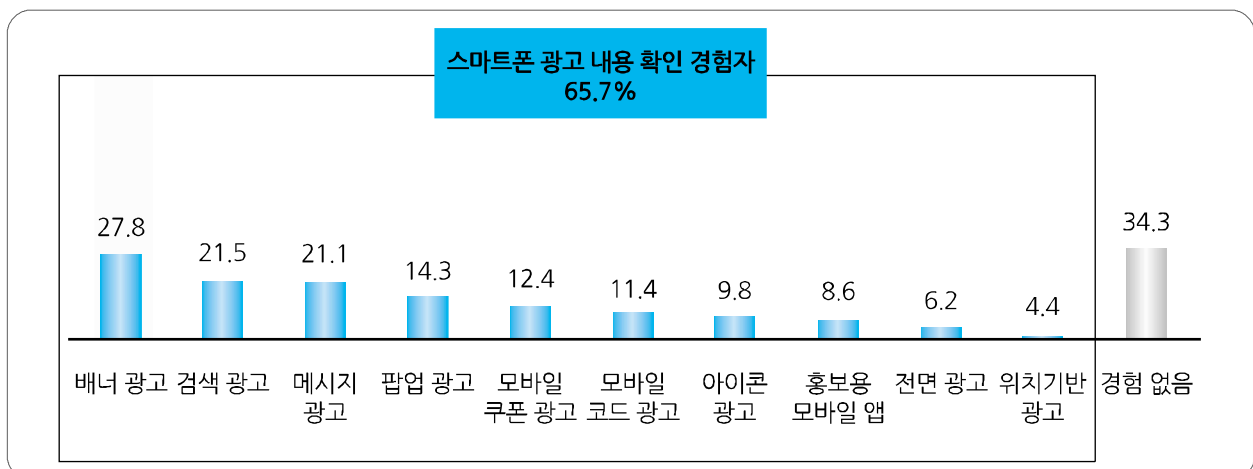
스마트폰을 통해 주로 접한 광고는 '배너광고 (53.5%)'와 '검색광고 (43.5%)'

- 스마트폰 이용자의 84.2%가 스마트폰을 통해 광고를 접한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 주로 접한 광고는 '배너광고(53.5%)'와 '검색광고(43.5%)'이며, '메시지 광고'를 접한 경우도 39.4%임
- '배너광고'의 내용을 살펴보거나 확인한 경우가 27.8%로 가장 많았으며, 다음으로 '검색광고(21.5%)'와 '메시지 광고(21.1%)' 등의 순임

[그림 46] 스마트폰 광고 유형별 접한 경험(복수응답, %)



[그림 47] 스마트폰 광고 유형별 내용 확인 경험(복수응답, %) - 스마트폰 광고 접한 경험자



6. 스마트폰 A/S 현황

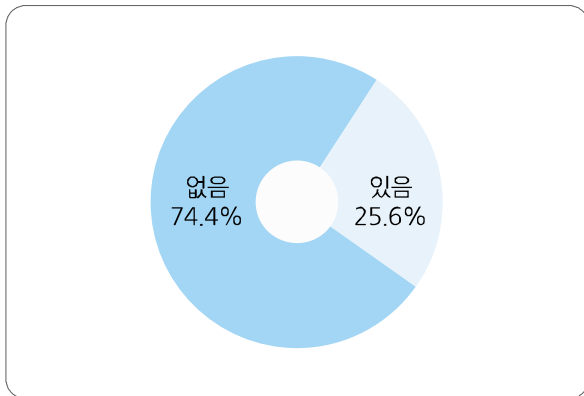
가. 스마트폰 A/S 이용 경험 및 경로



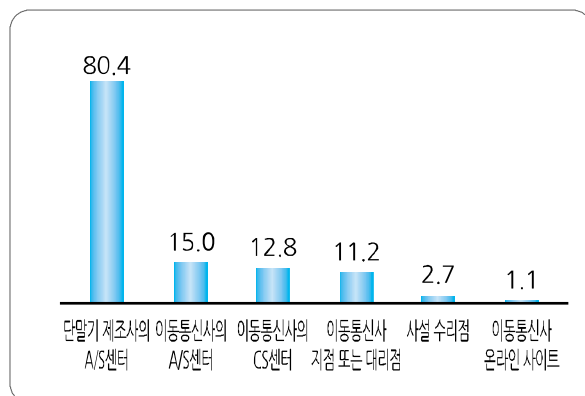
스마트폰 A/S 경험자 80.4%, 단말기 제조사의 A/S센터 이용

- 스마트폰 이용자의 25.6%가 스마트폰 단말기 A/S(애프터 서비스 또는 사후 관리 서비스)를 문의·신청하거나 받은 경험이 있으며, 주로 '단말기 제조사의 A/S센터(80.4%)'를 이용한 것으로 나타남

[그림 48] 스마트폰 A/S 이용 경험(%)



[그림 49] 스마트폰 A/S 이용 경로(복수응답, %) - 스마트폰 A/S 경험자



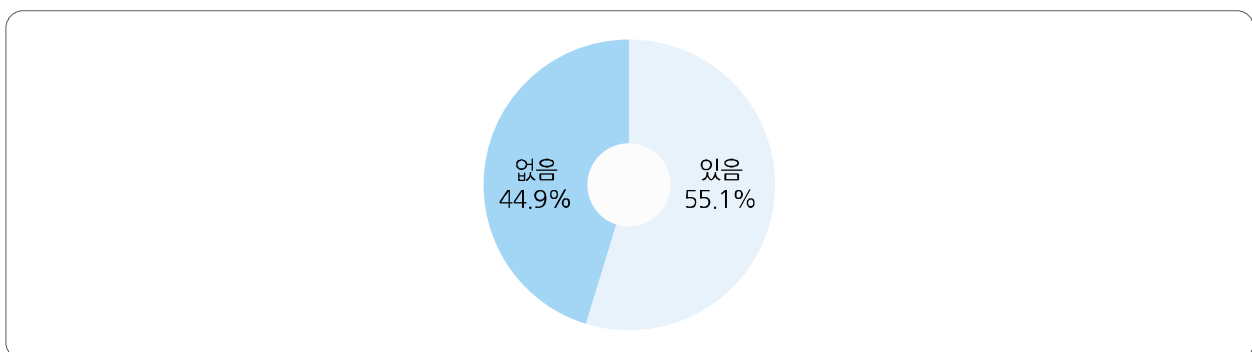
나. 스마트폰 A/S 안내 경험



스마트폰 A/S에 관한 안내를 받은 경험이 있는 경우는 55.1%

- 스마트폰 A/S 경험자의 55.1%가 스마트폰 A/S를 문의·신청하거나 받으면서 A/S 품질 보증기간, 유·무선 수리 처리기준 등 A/S에 관한 안내를 받은 경험이 있는 것으로 조사됨

[그림 50] 스마트폰 A/S 안내 경험(%) - 스마트폰 A/S 경험자



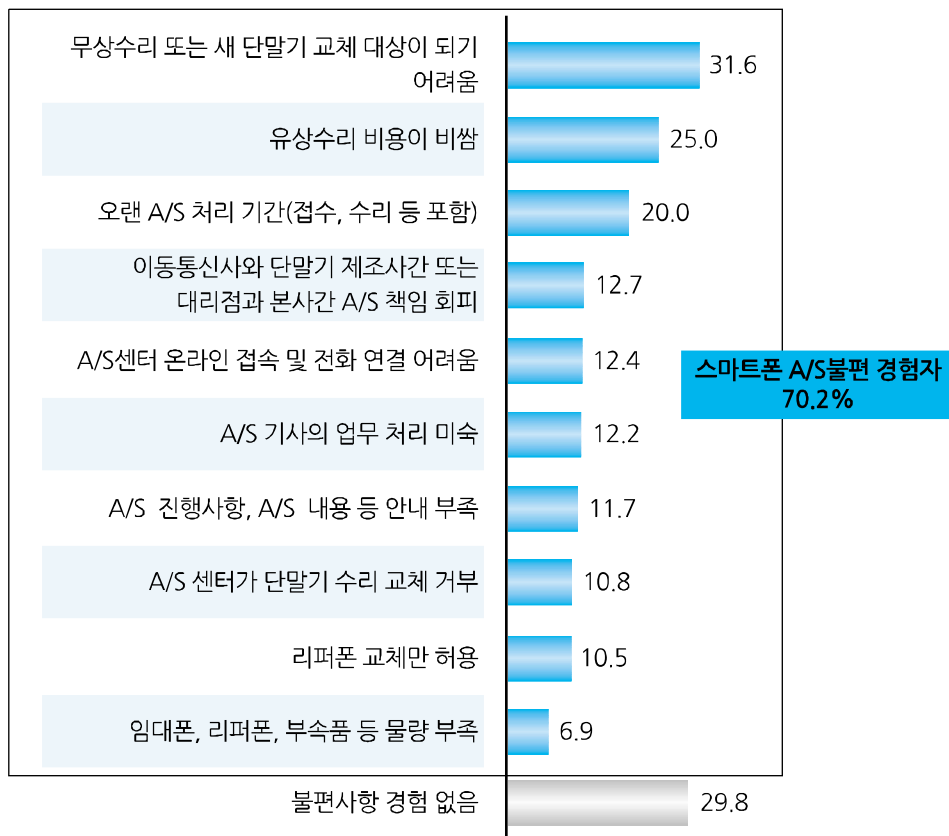
다. 스마트폰 A/S 불편 경험



스마트폰 A/S 경험자 10명 중 7명, A/S 불편 경험

- 스마트폰 A/S 경험자의 70.2%가 A/S를 문의·신청하거나 받으면서 불편을 경험하였으며, 주로 '무상 수리 또는 새 단말기 교체 대상이 되기 어려움(31.6%)' 등의 불편을 경험한 것으로 나타남

[그림 51] 스마트폰 A/S 불편 경험(복수응답, %) - 스마트폰 A/S 경험자



IV. 스마트폰 보안 현황

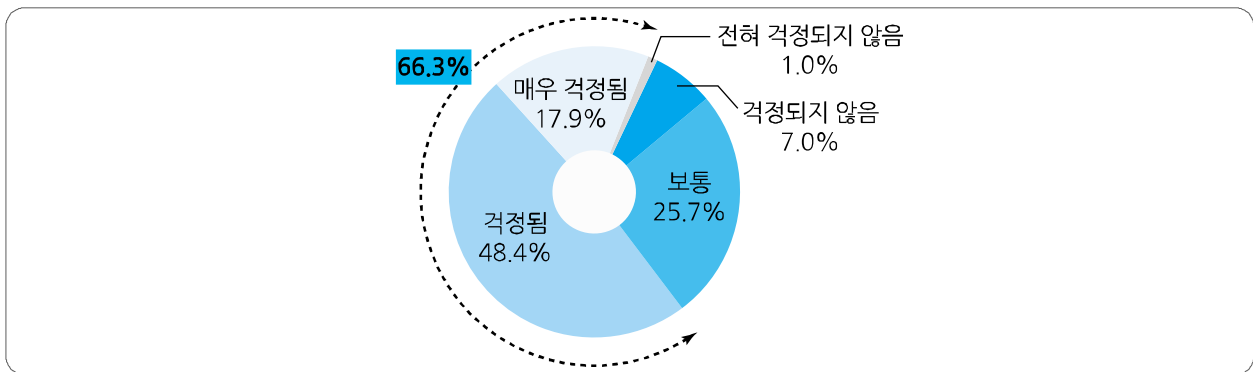
1. 스마트폰 보안에 대한 인식



스마트폰 이용자의 66.3%가 스마트폰 보안에 대해 걱정

- 만12-59세 스마트폰 이용자 10명 중 6명이 스마트폰 보안에 대해 걱정('걱정됨' 48.4%, '매우 걱정됨' 17.9%)하는 것으로 나타남

[그림 52] 스마트폰 보안에 대한 인식(%)



2. 모바일앱 다운로드 시 개인정보취급방침 이용 현황

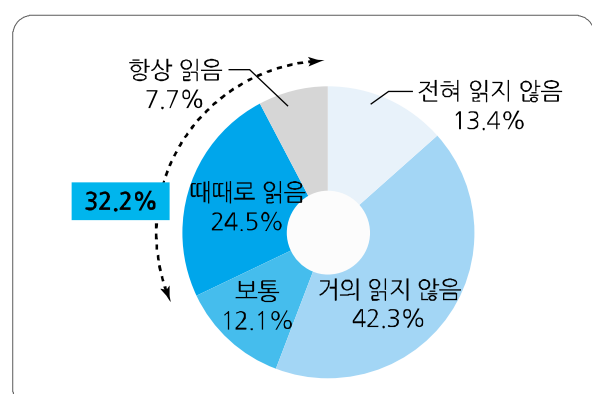
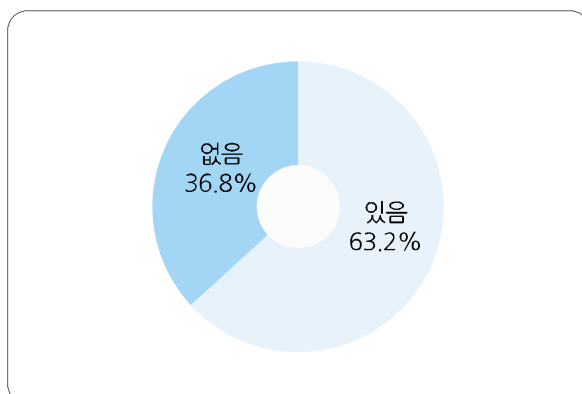


앱스토어를 통해 모바일앱 다운로드 시 개인정보취급방침을 읽은 경우는 32.2%

- 앱스토어를 통한 모바일앱 다운로드 이용자의 63.2%가 개인정보취급방침(개인정보 수집, 이용, 제공에 관한 약관)을 접한 경험이 있으며, 그 중 32.2%('때때로 읽음' 24.5%, '항상 읽음' 7.7%)가 개인정보취급방침의 내용을 읽은 것으로 나타남

[그림 53] 모바일앱 다운로드 시 개인정보취급방침 접한 경험(%)
- 앱스토어를 통한 모바일앱 다운로드 이용자

[그림 54] 모바일앱 다운로드 시 개인정보취급방침 읽은 경험(%)
- 앱스토어를 통한 모바일앱 다운로드 이용자 중 개인정보취급방침 접한 경험자



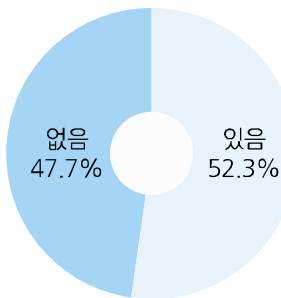
3. LBS(위치기반서비스) 이용 시 위치정보수집 안내 이용 현황



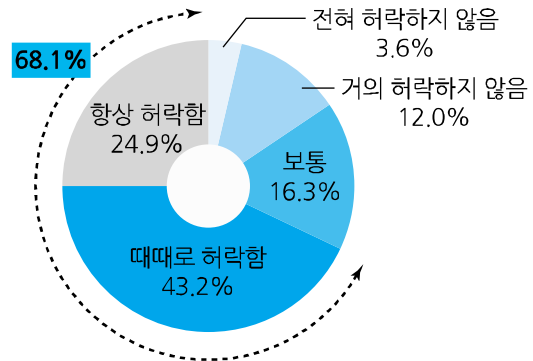
LBS 위치정보수집 안내 경험자의 68.1%, 위치정보수집 동의

- LBS 경험자의 52.3%가 LBS 이용 시 사업자의 위치정보수집에 대한 안내를 받은 경험이 있으며, 위치정보수집에 동의한 경우는 68.1%('때때로 허락함' 43.2%, '항상 허락함' 24.9%)임

[그림 55] LBS 이용 시 위치정보수집 안내 받은 경험(%) - LBS 경험자



[그림 56] LBS 이용 시 위치정보수집 동의 경험(%) - LBS 경험자 중 위치정보수집 안내 접한 경험자



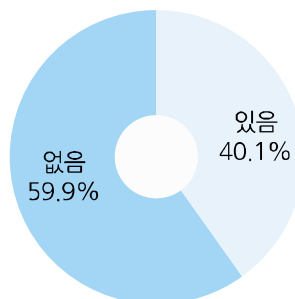
4. SNS 내 개인정보 공개 범위 선택 기능 인지 현황



SNS 경험자 40.1%, SNS에서 개인정보 공개 항목 선택 가능 사실 인지

- SNS 경험자 10명 중 4명이 SNS에서 개인정보 공개 항목을 선택할 수 있다는 것을 알고 있는 것으로 나타남

[그림 57] SNS 내 개인정보 공개 범위 선택 기능 인지 현황(%) - SNS 경험자



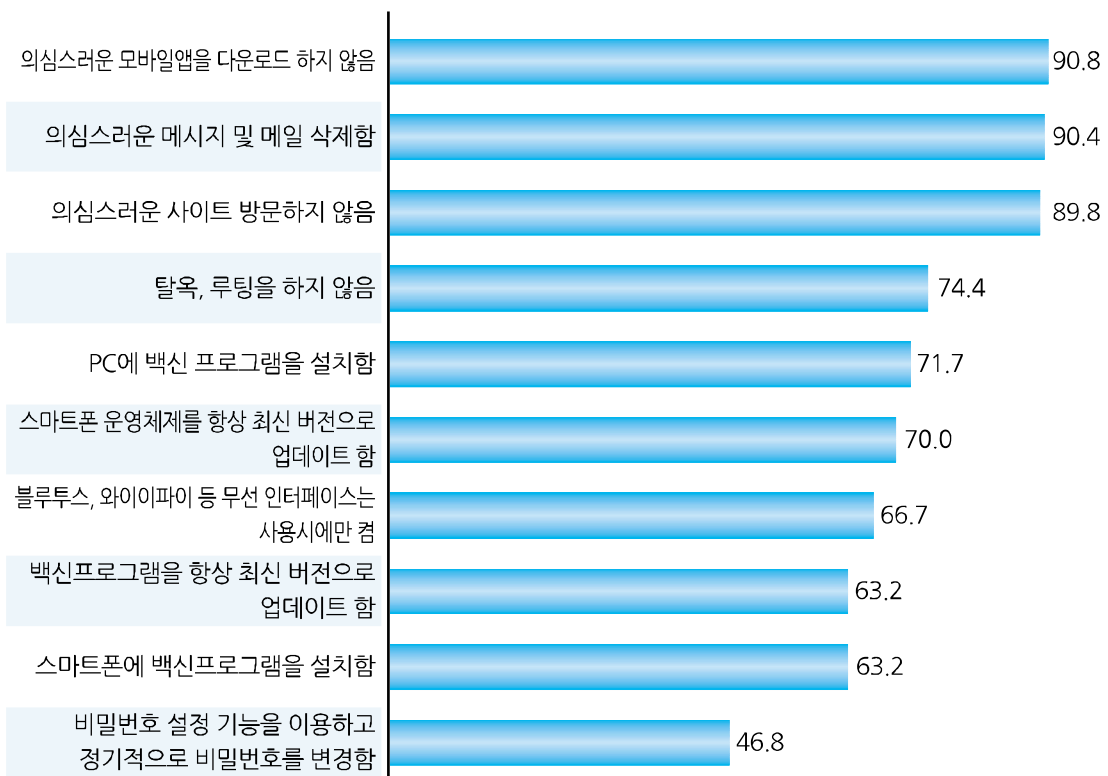
5. 스마트폰 보안문제에 대한 대응 현황



스마트폰 보안문제 대응을 위해 주로 '의심스러운 모바일앱 다운로드하지 않음'

- 스마트폰 이용자의 대부분이 스마트폰 보안문제에 대응하기 위해 '의심스러운 모바일앱을 다운로드 받지 않거나(90.8%)' '의심스러운 메시지 및 메일을 삭제(90.4%)', '의심스러운 사이트에 방문하지 않는 것(89.8%)'으로 나타남

[그림 58] 스마트폰 보안문제에 대한 대응 현황(복수응답, %)



V. 스마트폰 이용 전망

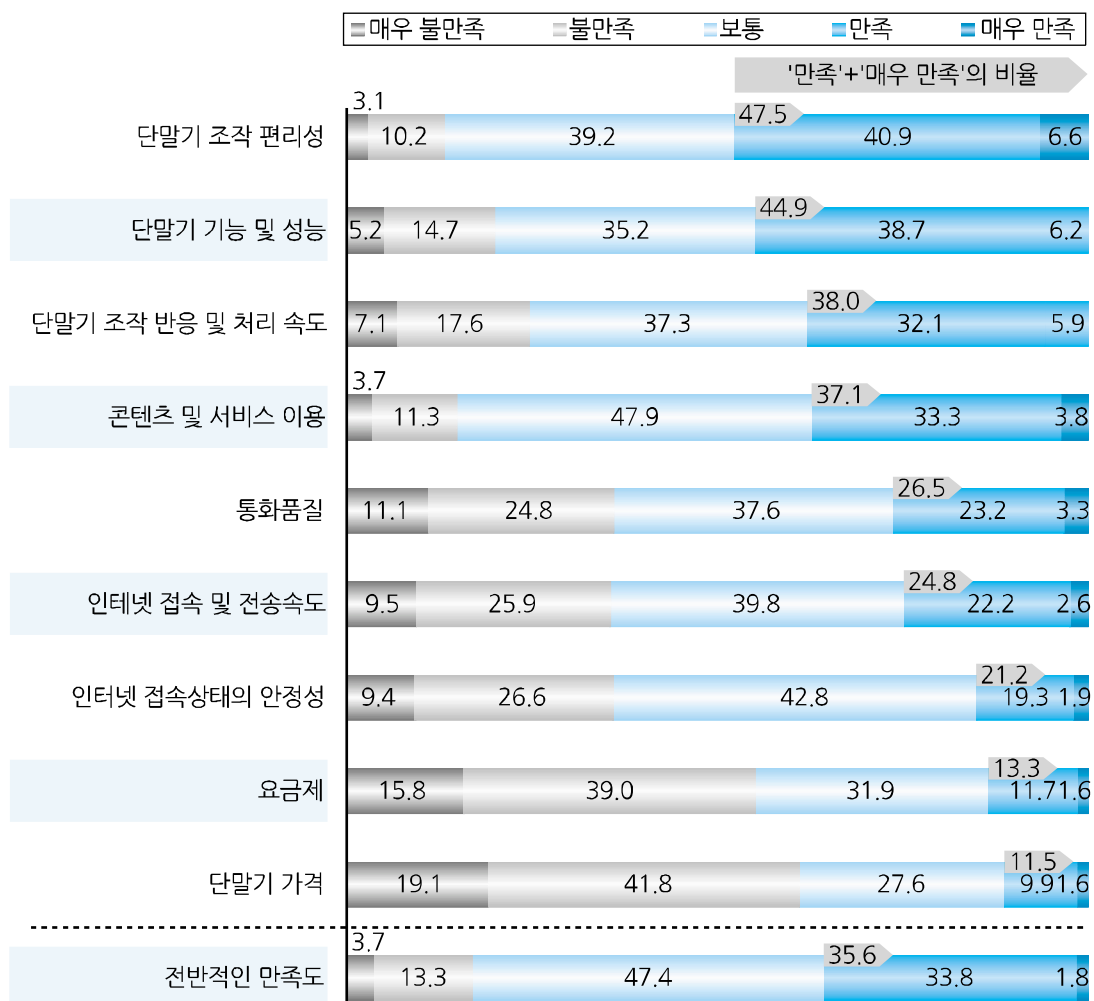
1. 스마트폰 이용 만족도



스마트폰 이용자의 35.6% '스마트폰 이용에 전반적으로 만족'

- 스마트폰 이용자의 35.6%가 스마트폰 이용에 전반적으로 만족하고 있는 것으로 나타났으며, '단말기 조작 편리성'에 대해 만족하는 경우가 47.5%로 상대적으로 많음
- 다음으로 '단말기 기능 및 성능(44.9%)', '단말기 조작 반응 및 처리속도(38.0%)', '콘텐츠 및 서비스 이용(37.1%)' 등의 순임

[그림 59] 스마트폰 이용 만족도(%)



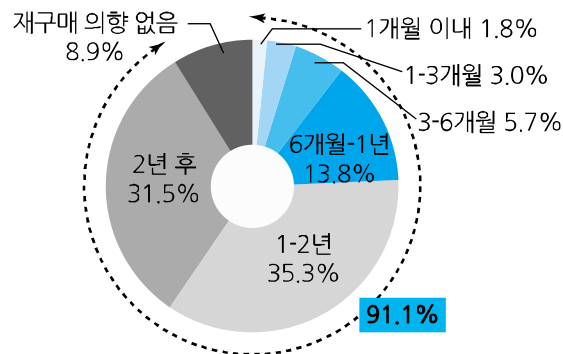
2. 스마트폰 재구매 의향 시기



스마트폰 재구매 의향자 91.1%

- 스마트폰 이용자의 91.1%가 스마트폰을 재구매할 의향이 있는 것으로 나타났으며, 그 중 31.5%가 '2년 후'에 재구매할 의향이 있다고 응답함

[그림 60] 스마트폰 재구매 의향 시기(%)



3. 스마트폰 이용 활성화 방안



스마트폰 이용자 76.4% '이용요금 인하' 필요

- 스마트폰 이용 활성화를 위해 '이용 요금 인하(76.4%)'가 가장 필요한 것으로 나타났으며, 다음으로 '스마트폰 단말기 가격 인하(56.3%)', '요금 체계의 다양화(41.6%)', '무선인터넷 접속 및 전송 속도 향상(27.0%)' 등의 순임

[그림 61] 스마트폰 이용 활성화 방안(복수응답, %)

