

보도자료

2011년 11월 30일(수) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다

 문의 : 네트워크정책국 인터넷정책과 홍진배 과장(☎750-2730)
 인터넷정책과 양기성 사무관(☎750-2731) gkinice@kcc.go.kr

가구당 스마트기기 보급률 42.9%, 1년새 약 9배 증가

- 만 3-5세 유아의 인터넷 이용률 66.2%로 지난 5년새 14.8%p 증가, 50대 이용률(57.4%) 앞질러
- 메신저, SNS 이용자 중 스마트폰을 통한 이용이 각각 49.4%, 31.5%로 크게 증가
- SNS 이용률 66.5%, 이용자의 25.7%가 '하루에 1회 이상' 이용
- 소셜커머스 이용률 9.3%, 월 평균 2.1회, 주 이용자는 20대(20.4%), 여성(10.7%)

방송통신위원회(위원장 최시중)와 한국인터넷진흥원(원장 서종렬)이 실시한 “2011년 인터넷이용실태조사” 결과에 따르면, 전국 10가구 중 4가구(42.9%)가 스마트폰, 스마트패드 등의 스마트기기를 1대 이상 보유하고 있는 ‘스마트기기 보유 가구’인 것으로 나타났다. 2010년 4.9%에 불과했던 가구 스마트기기 보급률이 국내 스마트폰 가입자의 급속한 증가세에 힘입어 지난 1년새 약 9배 가량 크게 증가한 것이다.

※ 조사대상 : 전국 3만 가구내 만 3세이상 가구원, 조사기간: '11.7.1~9.15, 95%신뢰수준

(인터넷이용률 및 이용자수) 2011년 7월 현재 만3세 이상 국민의 인터넷이용률은 78.0%이며, 이용자수는 전년대비 17만명 증가한 3,718만명으로 나타났다. 연령별로는 10-30대 젊은층의 인터넷 이용률(99%이상)이 높았다. 특히, 얼리인터넷유저(Early Internet User)인 만

3-5세 유아의 인터넷이용률은 66.2%로 처음 조사를 시작한 2006년 51.4%에서 지난 5년동안 14.8%p 증가하였으며, 50대 장년층(57.4%)의 이용률보다도 8.8%p가 높았다.

* 인터넷이용률 : 최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율

[그림 1. 성별 및 연령별 인터넷이용률(%)]



(스마트기기 보유 가구) 가구당 스마트기기 보유대수는 평균 0.71대(스마트기기 보유 가구의 경우 1.64대)이며, 가구주 연령이 낮고('20-30대 가구' 64.5%), 가구원수가 많으며('5인 이상 가구' 70.4%), 가구소득이 높을수록('400만원 이상 가구' 60.5%) 스마트기기 보유율이 높은 것으로 조사되었다.

(주요 인터넷서비스 이용현황) 가장 보편적인 인터넷서비스는 이메일(85.7%)이고, 다음으로 SNS(66.5%), 인터넷쇼핑(64.5%), 인스턴트 메신저(54.3%), 인터넷뱅킹(42.4%) 순으로 조사되었다.

스마트폰 확산은 인터넷서비스 이용에도 많은 변화를 야기하였다. 인스턴트 메신저 및 SNS 이용자의 각각 49.4%와 31.5%가 스마트폰을 통해 해당 서비스를 이용하고 있는데, 이는 전년대비 각각 47.9%p와 29.9%p가 증가한 것이다. 인터넷뱅킹을 스마트폰을 통해 이용하는 경우도 23.8%(21.2%p 증가), 이메일 이용은 19.1%(18.0%p 증가), 인터넷쇼핑 이용은 14.6%(6.7%p 증가) 등으로 나타났다.

[그림 2. 스마트폰을 통한 인터넷서비스 이용현황(%)]



(SNS 이용행태) SNS 이용자의 25.7%가 '하루에 1회 이상' SNS를 이용하고 있으며, 직장인 SNS 이용자 2명 중 1명(58.4%)은 업무용으로 SNS를 이용하는 것으로 나타났다. SNS를 이용하는 주요 이유로는 '친교·교제'가 85.8%로 가장 많았으며, '취미·여가 활동(67.6%)', '개인적 관심사 공유(55.0%)'를 위해서라는 응답이 뒤를 이었다.

한편, SNS 이용행동 및 인식과 관련해서는 SNS 이용자의 48.2%는 'SNS를 통해 다른 사람의 신상정보를 쉽게 찾거나 얻을 수 있다'라고 응답하였으며, 47.4%는 'SNS를 이용하면서 새로운 사람들과 친분을 쌓게 되었다'고 하였다. 또한, 'SNS를 통해 얻은 정보는 믿을 만하다'고 응답한 경우도 42.9%였다.

(소셜커머스 이용행태) 저렴한 가격을 내세우며 급성장하고 있는 소셜커머스 이용률은 9.3%며, 월 평균 2.1회를 이용하며, 주이용 고객은 20대(20.4%) 및 여성(10.7%)인 것으로 조사되었다. 주된 구매품목은 음식점, 커피숍 등의 '외식(55.3%)' 상품이며, 다음으로 '패션(44.4%)', '문화공연(39.2%)', '미용(20.9%)' 상품 등의 순이었다.

소셜커머스 이용자의 41.7%가 소셜커머스에 대해 전반적으로 만족한다고 응답한 가운데, '상품·서비스 가격'에 만족하는 경우가 60.4%로 가장 많았다. 한편, 소셜커머스 이용자 10명 중 6명(60.6%)이 '정상구매 상품·서비스와 차별 대우(18.6%)', '구매 취소나 교환·환불 안 됨(18.2%)', '과대 판매로 인한 예약불가 및 수량부족(17.6%)' 등의 불편이나 피해를 경험한 것으로 나타났다.

방송통신위원회는 우리나라는 스마트폰 도입 후 불과 2년 만에 스마트폰 가입자 2,000만명 시대를 열며 명실공히 '스마트 모바일 강국'으로 변화하고 있다면서, LTE, 와이브로 등 4G 무선인터넷 서비스 확산, 스마트폰, 스마트패드에 이어 스마트TV를 비롯한 스마트가전의 보급으로 가구 인터넷 환경의 스마트화도 가속화 될 것으로 전망했다.

이러한 인터넷 환경 변화에 부응하여 국민들의 인터넷·모바일의 생산적 활용을 촉진하고 이를 인터넷 산업 활성화로 연계할 수 있도록 지속적인 노력을 기울일 계획이라고 밝혔다.

첨부 : 「2011년 인터넷이용실태조사」 요약보고서 1부. 끝.