

## 「2013년 방송매체 이용행태 조사」 주요 결과

### <조사 개요>

#### ○ 조사 목적

- 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 추적, 분석하여 수용자정책 수립에 활용하기 위한 통계조사
- 방송사 경영전략 수립 및 학계 학술연구 지원, 시청자 알권리 충족에 기여

#### ○ 조사 연혁

- '00. 10 : 「TV시청행태 연구」 라는 명칭으로 제 1회 조사 실시  
(서울지역 13세 이상 1,000 표본 조사)
- '07. 10 : 표본 규모 확대 (전국 13세 이상 69세 이하 3,000 표본)
- '08. 10 : 통계청 국가통계 승인(제16402호)  
※ 방송매체 이용에 관한 유일한 국가 승인 통계
- '09. 6 : 「방송매체 이용행태 조사」 로 명칭 변경
- '13. 5 : 표본 재설계(2010년 인구주택총조사 조사구 기반)  
제 14회 조사 실시(전국 3,434가구)

#### ○ 조사 개요

- 표본수 : 3,434가구, 13세 이상 가구원 6,240명 전원 조사
- 표본추출지역 : 전국(제주도 포함)
- 표집방법 : 2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구방식 적용
- 조사시기와 방법 : 2013년 5월 28일~7월 29일 (가구방문 일대일 면접조사)
- 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 가구조사  $\pm 2.9\%$ p, 개인조사  $\pm 2.5\%$ p

#### ○ 조사 항목

- 매체보유 및 필수매체 인식
- 매체 이용시간 및 이용빈도
- TV 시청 중 타 매체 동시 이용
- TV 이용시간대 분석 등

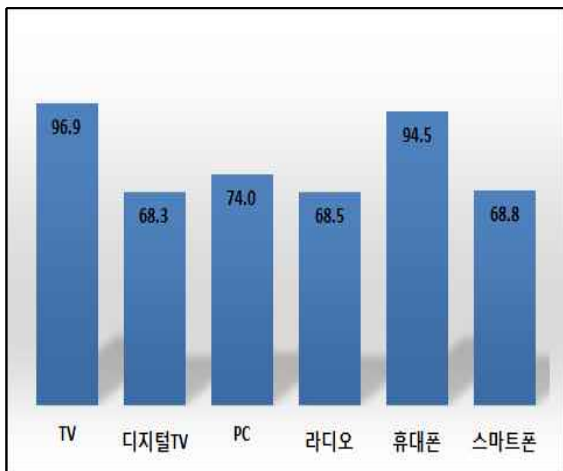
# 1. 주요 조사결과

## 1) 매체보유 및 필수매체 인식

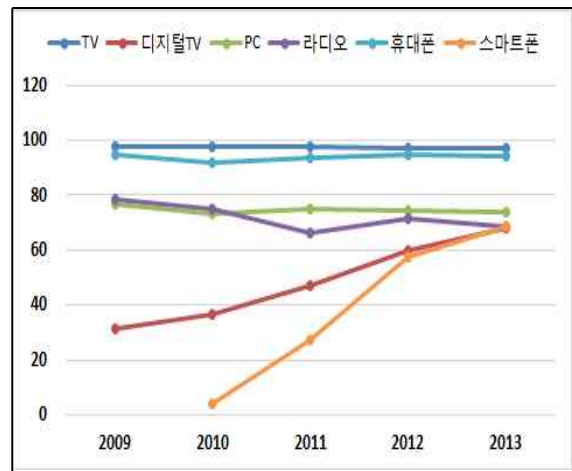
○ **(매체보유)** TV 수상기 보유율은 96.9%로 가장 보편적인 미디어의 자리를 지키고 있으며, 디지털TV 가구 보유율도 68.3%에 달함

- 휴대폰 보유(94.5%)는 일반화되었고, 다기능 미디어인 스마트폰 (68.8%)의 보급 증가로 미디어 이용의 '이동화', '개인화' 특징 확산

[2013년 매체 보유율]

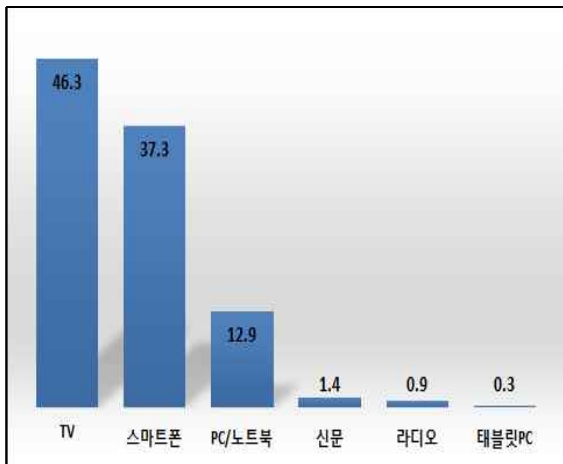


[연도별 매체 보유율 추이]

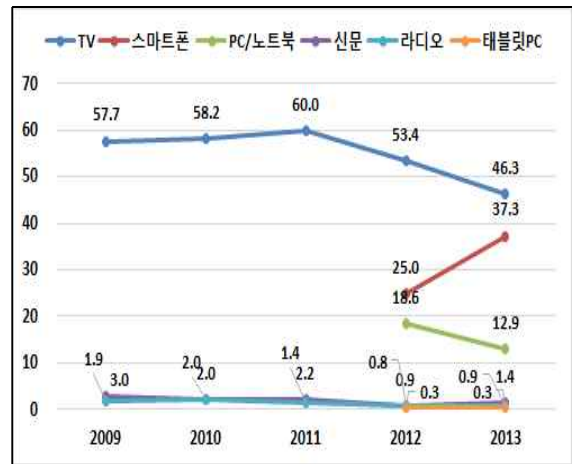


○ **(필수매체)** 일상생활의 필수 매체로 TV(46.3%), 스마트폰(37.3%), PC/노트북(12.9%)을 선택, TV 중요도는 전년 대비 낮아지고(53.4% →46.3%) 스마트폰은 전년 대비 높아짐(25.0%→37.3%)

[2013년 일상생활 필수매체]

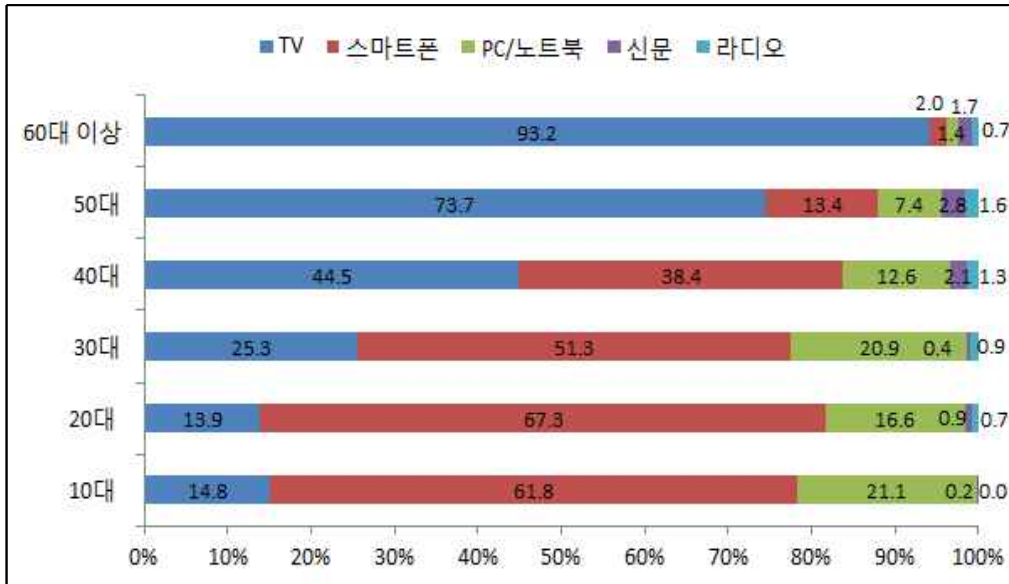


[연도별 필수매체 추이]



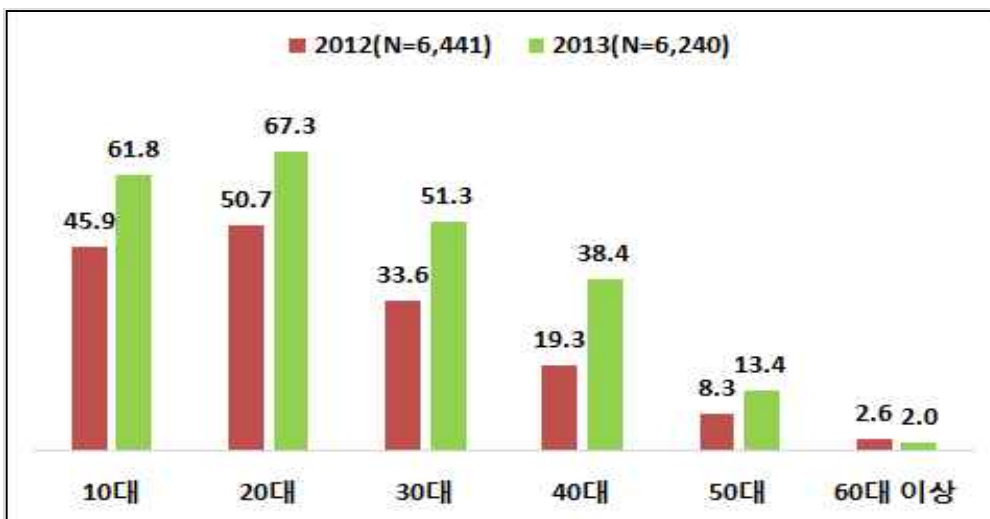
- **(연령별 필수매체 인식)** 10대의 61.8%, 20대의 67.3%는 스마트폰을 가장 필수적인 매체로 응답한 반면 50대의 73.7%, 60대 이상의 93.2%는 TV를 선택

[연령대별 일상생활 필수매체]



- 특히, 전년에 비해 30대(33.6%→51.3%), 40대(19.3%→38.4%)가 스마트폰을 선택하는 비중이 증가해 스마트폰의 중요성이 전 연령대로 확산하는 것으로 나타남

[연령대별 스마트폰 필수매체 인식 (단위: %)]



## ② 매체 이용시간 및 연령별 이용빈도

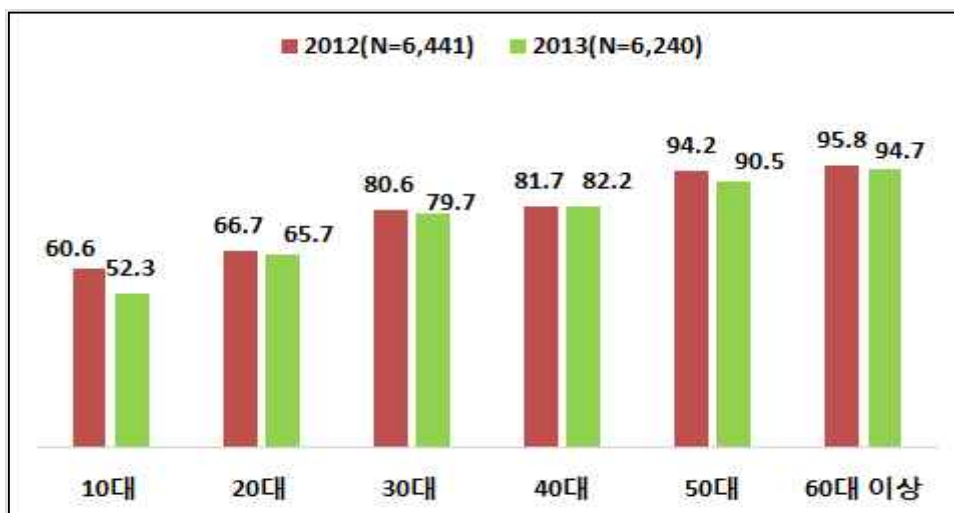
- **(이용시간)** TV 시청량은 하루 평균 3시간 14분으로 라디오의 3배, 신문의 6.5배 정도 많음
- 스마트폰은 1시간 44분, PC/노트북은 1시간 38분, 태블릿 PC는 1시간 8분, 라디오는 1시간 5분, 신문은 30분 순임

[2013년 매체 이용시간(시간:분)]



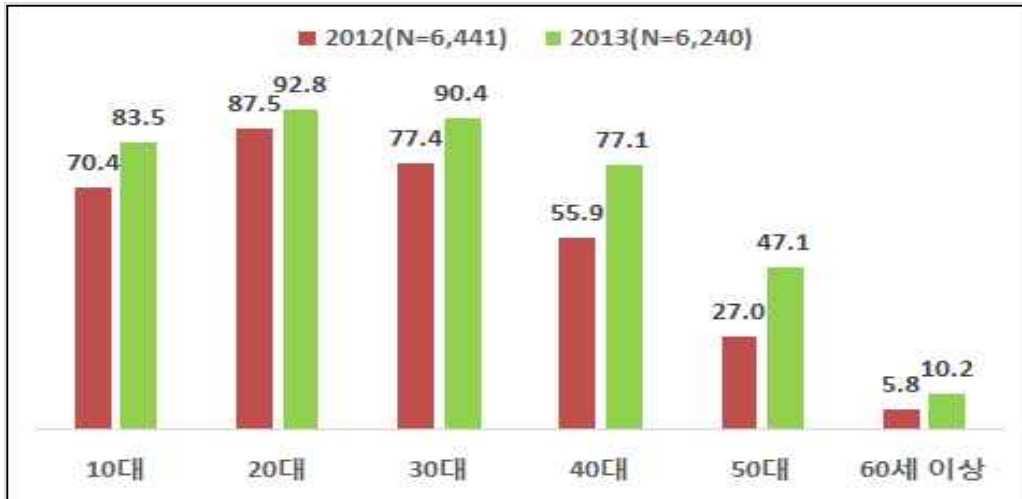
- **(연령별 TV 이용빈도)** 연령이 높을수록 TV 이용 빈도가 높아지고 있으며, 이러한 경향은 전년도와 비슷

[연령대별 TV 주 5일 이상 이용률 (단위: %)]



- **(연령별 스마트폰 이용빈도)** 스마트폰의 경우 20~30대의 이용빈도가 가장 높으며, 40~50대 이용률도 전년대비 큰 폭으로 증가하여 스마트폰의 이용이 전체 연령대로 확산하는 추세

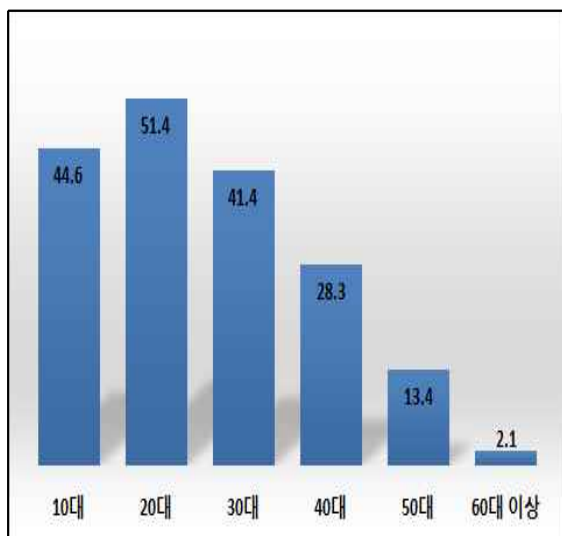
[연령대별 스마트폰 주 5일 이상 이용률 (단위: %)]



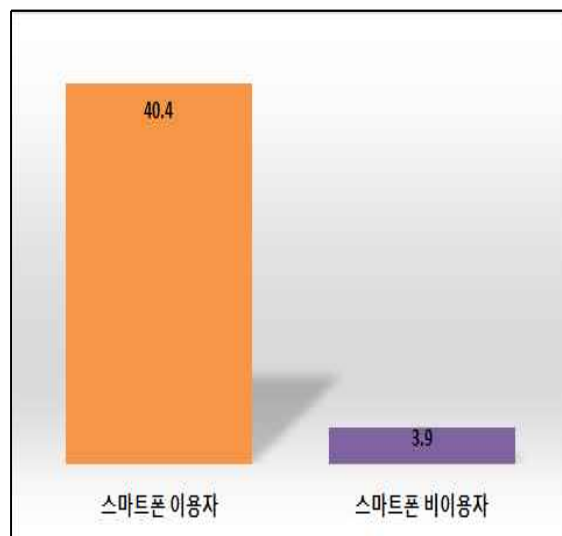
- **(신규매체 이용에 따른 미디어 대체)** 스마트폰 등 신규매체 이용으로 기존의 TV 이용시간이 줄어들었다고 인식하는 비율은 29.1%임

- 연령별로는 20대(51.4%)와 10대(44.6%), 30대(41.4%)의 TV 이용시간 감소 인식 비율이 높았으며, 스마트폰 이용자는 스마트폰 비이용자에 비해 TV이용이 감소했다고 인식하는 비율이 10배 이상 크게 나타남

[연령대별 TV 이용시간 감소인식 비율]



[스마트폰 이용에 따른 TV 이용시간 감소인식 비율]

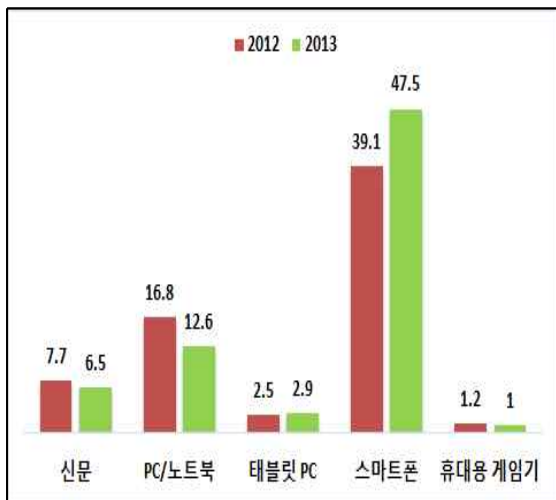


### ③ TV 시청 중 타 매체 동시 이용

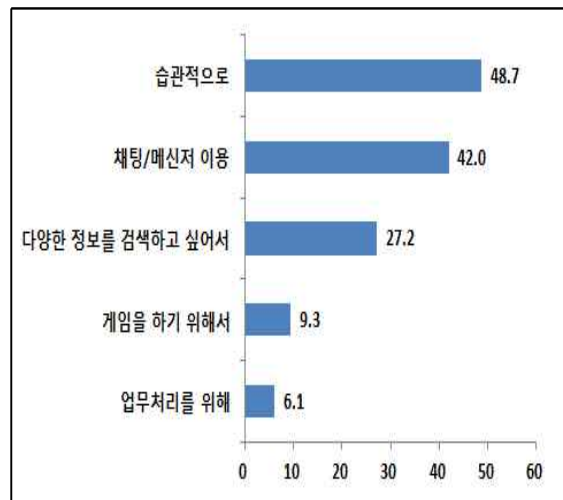
○ **(TV와 타 매체 동시 이용)** TV 시청 중 다른 매체 이용률은 스마트폰이 47.5%로 가장 높고 PC/노트북이 12.6%, 신문이 6.5%임

- TV 시청 중 다른 매체를 동시에 이용하는 이유는 '습관적으로 (48.7%)'가 가장 높고, '채팅/메신저 이용'과 '다양한 정보 검색'이 각각 42.0%와 27.2%로 나타남

[TV 시청 중 타 매체 동시 이용]



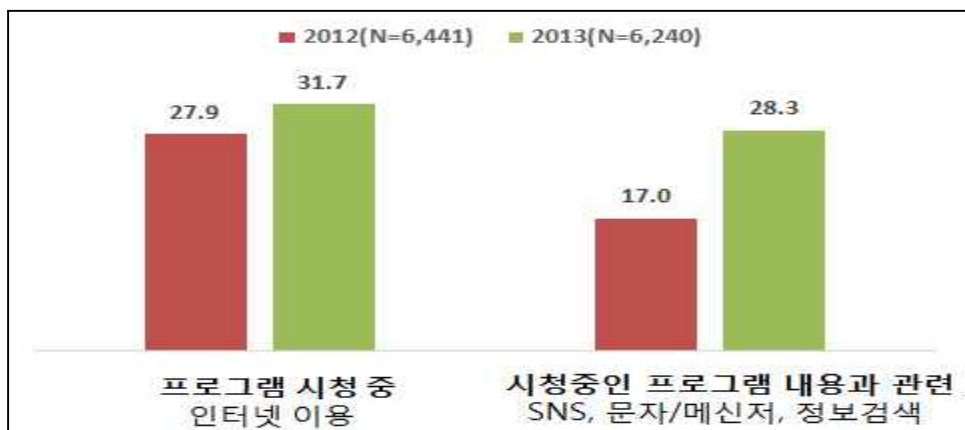
[TV 시청 중 타 매체 이용 이유(중복응답)]



○ **(TV 시청 중 인터넷 이용)** TV 프로그램 시청 중 컴퓨터나 스마트기기를 통해 인터넷을 이용한 비율은 전년대비 증가 추세임(27.9%→31.7%)

- 특히, 시청 중인 TV 프로그램 내용과 관련해 SNS, 문자메신저, 정보검색 등을 이용하는 비율은 전년대비 큰 폭으로 증가(17.0%→28.3%)

[TV 시청 중 동시 이용 행태 (단위: %)]

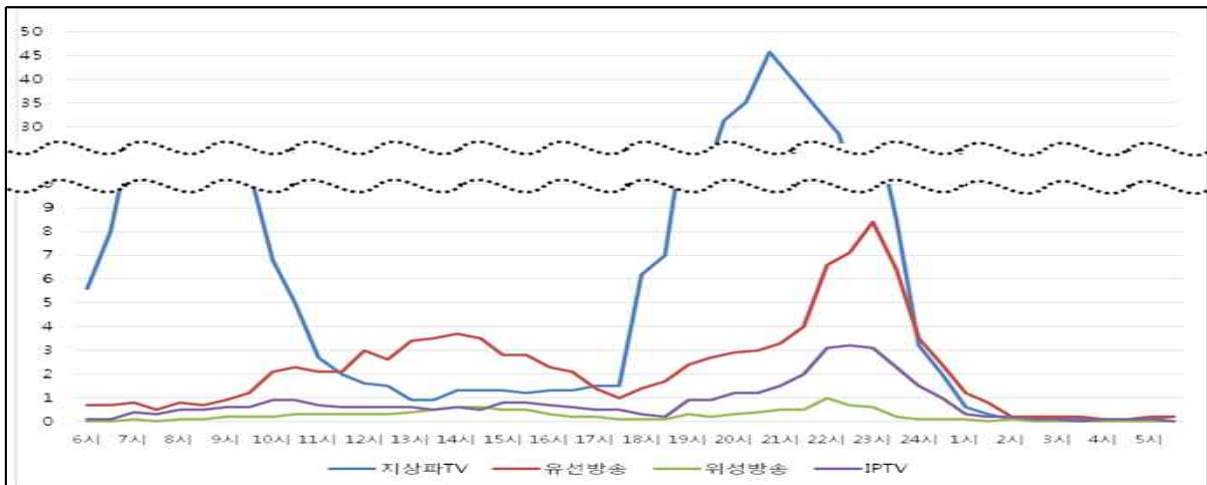


#### 4 TV 이용시간대(Media Diary 분석)

- (시간대별) 저녁 9시 전후의 매체 이용률이 가장 높게 나타나며, 주중 오전 12시~오후 5시를 제외하면 지상파 이용률이 월등하게 높음

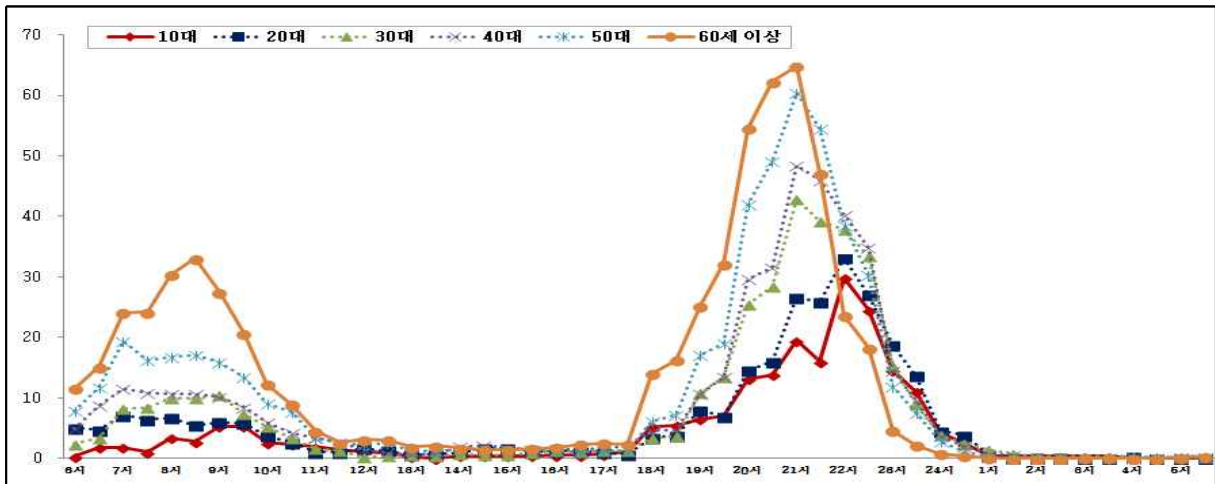
- 지상파TV 이용률은 저녁 9시대 45.8%, 아침 8시대 13.8%로 케이블 TV(3.3%, 0.8%) 등 타 매체에 비해 압도적으로 높은 반면, 오후 2시대는 케이블TV 이용률이 3.7%로 지상파(1.3%)보다 3배 정도 높게 나타남

[시간대별 매체별 이용률 (단위: %)]



- (연령별) 지상파TV의 경우 주중 저녁 8시~9시 사이에는 60대 이상 이용률이 높고, 저녁 9시~11시 사이에는 30~40대의 이용률이, 저녁 11시 이후에는 20대의 이용률이 높아 연령별 라이프스타일을 반영

[지상파 TV 연령별 이용률(단위: %)]



## 2. 주요 트렌드 및 정책적 함의

- 디지털TV 가구 보유율이 68.3%로 증가하였고, 다기능 미디어인 스마트폰(68.8%)의 보급 증가로 미디어 이용의 디지털화, 개인화 확산
  - 스마트폰을 필수매체로 인식하고 이용하는 빈도가 급격히 증가하고 있으며, 이러한 경향이 전체 연령층으로 확산
- 미디어 이용이 TV 등 전통매체에서 스마트기기로 비중이 확산되는 경향을 고려하여 시청점유율 측정방식 등을 개선할 필요
- 스마트폰과 태블릿 등 개인 디지털 미디어의 보급으로 TV시청 방식이 수동적 시청에서 TV시청과 동시에 프로그램 내용과 관련한 검색과 SNS를 이용하는 등 능동적 시청, 네트워크 시청으로 진화
- 빅데이터를 활용한 신규 서비스 창출에 활용
- 아침과 저녁시간대는 지상파방송의 이용이 압도적으로 높은 가운데 일부 낮시간대는 유료방송이 우위인 경향
- 방송사업자의 편성전략 및 방송광고 정책 등에 활용

## 3. 향후 계획

- '14. 1월말, 보고서 발간
- 국민과 정부 간의 소통과 협력을 확대하는 '정부3.0'의 가치를 공유하는 차원에서 보고서 발간 시 주요 데이터와 그래픽 파일을 공공데이터 포털 ([www.open.go.kr](http://www.open.go.kr))에 공개
  - 이에 따라 방송사 경영전략 수립 및 학계 학술연구 지원, 시청자 알권리 충족에 기여할 것으로 기대