

2017 시청점유율 기초조사



방송통신위원회
Korea Communications Commission

kobaco



이용자를 위하여...

- 본 조사 보고서는 전국의 20,000가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 가구원 41,926명을 대상으로 2017년 6월 29일~9월 22일 사이에 실시한 가구방문 면접조사를 통해 집계한 자료를 분석한 결과입니다.
- 본 조사의 표본설계는 ‘2015년 인구주택총조사 결과에 기초한 통계청 집계구’를 이용하였으며, 분석 시에는 통계청의 ‘2017년 장래가구추계’ 정보에 맞추어 가중하여 분석하였습니다.
- 통계표와 도표 안의 수치(비율)는 통계 처리 과정 중 소수점 둘째 자리 이하에서 반올림 처리하여 세부 항목의 합이 전체 합계 또는 세부 항목 간의 소계와 일치하지 않을 수 있습니다.
- 본 보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회와 한국방송광고진흥공사 사업의 결과임을 밝혀야 합니다.
- 본 보고서의 판권은 방송통신위원회와 한국방송광고진흥공사가 소유하고 있으며, 당 위원회 및 공사의 허가 없이 무단 전재 및 복사를 금합니다.



I 조사개요

- 1장 조사 개요 | 17
- 2장 조사 내용 | 20
- 3장 용어 정의 | 21
- 4장 조사 설계 | 28
- 5장 표본 설계 | 29
- 6장 가중치 | 34
- 7장 실사 수행 개요 | 39
- 8장 조사 응답률 | 40

II 조사 결과 요약

- 1장 주요 조사결과 | 41
- 2장 17개 시도별 주요 지표 | 51

III 미디어 기기 보유 및 이용 환경

- 1장 TV수상기 | 87
 - 01 가구의 TV수상기 보유 현황 | 89
 - 02 가구의 유료방송 수신 현황 | 99
- 2장 스마트폰 | 117
 - 01 개인의 스마트폰 이용 현황 | 119
- 3장 컴퓨터 | 143
 - 01 가구의 컴퓨터 보유율 | 145
 - 02 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용 현황 | 147

IV TV방송프로그램 시청 행태

- 1장 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 | 155
 - 01 TV방송프로그램 시청 경험 | 157
 - 02 TV방송프로그램 시청 장르 | 192
- 2장 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 | 201
 - 01 TV방송프로그램 시청 경험 | 203
 - 02 TV방송프로그램 시청 경로 및 장르 | 224
 - 03 SNS/인스턴트 메신저를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 | 238
- 3장 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 | 245
 - 01 TV방송프로그램 시청 경험 | 247
 - 02 TV방송프로그램 시청 경로 및 장르 | 268



V ○ TV방송프로그램 외 동영상 시청 및 라디오 청취 행태

1장 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 행태 | 281

01 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 및 시청시간 | 283

02 컴퓨터 및 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 행태 | 290

2장 라디오 청취 행태 | 311

01 어제 하루 라디오 청취 경험 | 313

부록 ○ 설문지 통계표

1. 설문지 | 317

2. 통계표 | 347



표 1-1-1 시청점유율 기초조사의 연혁 19
표 1-5-1 표본 추출틀 정보: 2015년 인구주택총조사 29
표 1-5-2 표본 추출 단계 30
표 1-5-3 서울특별시 권역 정보 31
표 1-5-4 경기도 권역 정보 31
표 1-5-5 단계별 층화 과정 32
표 1-5-6 17개 시도별 표본 배분안별 구성비 및 추정오차의 한계 33
표 1-6-1 17개 시도별 모집단 정보: 성·연령별 구성비 38
표 1-8-1 가구 접촉 결과: 전체 가구 기준 40
표 1-8-2 가구 접촉 결과: 원표본 가구 기준 40
표 3-1-1 TV수상기 보유 대수 91
표 3-1-2 TV수상기 보유 대수: 17개 시도별 92
표 3-1-3 TV수상기 보유 대수: 동·읍면부별 93
표 3-1-4 TV수상기 보유 대수: 주택형태별 94
표 3-1-5 TV수상기 보유 대수: 가구규모별 94
표 3-1-6 TV수상기 설치 장소: 17개 시도별 96
표 3-1-7 TV수상기 설치 장소: 동·읍면부별 98
표 3-1-8 TV수상기 설치 장소: 주택형태별 98
표 3-1-9 TV수상기 설치 장소: 가구규모별 98
표 3-1-10 TV수상기의 유료방송 수신 현황 99
표 3-1-11 케이블(유선)방송 수신 현황: 17개 시도별 101
표 3-1-12 케이블(유선)방송 세부 수신 현황: 17개 시도별 102
표 3-1-13 케이블(유선)방송 수신 현황: 동·읍면부별 103
표 3-1-14 케이블(유선)방송 세부 수신 현황: 동·읍면부별 103
표 3-1-15 케이블(유선)방송 수신 현황: 주택유형별 104
표 3-1-16 케이블(유선)방송 세부 수신 현황: 주택유형별 104
표 3-1-17 케이블(유선)방송 수신 현황: 가구규모별 105
표 3-1-18 케이블(유선)방송 세부 수신 현황: 가구규모별 105
표 3-1-19 스카이라이프 수신 현황: 17개 시도별 107
표 3-1-20 스카이라이프 세부 수신 현황: 17개 시도별 108



표 3-1-21 스카이라이프 수신 현황: 동·읍면부별	109
표 3-1-22 스카이라이프 세부 수신 현황: 동·읍면부별	109
표 3-1-23 스카이라이프 수신 현황: 주택유형별	110
표 3-1-24 스카이라이프 세부 수신 현황: 주택유형별	110
표 3-1-25 스카이라이프 수신 현황: 가구규모별	111
표 3-1-26 스카이라이프 세부 수신 현황: 가구규모별	111
표 3-1-27 IPTV 수신 현황: 17개 시도별	113
표 3-1-28 IPTV 수신 현황: 동·읍면부별	114
표 3-1-29 IPTV 수신 현황: 주택유형별	115
표 3-1-30 IPTV 수신 현황: 가구규모별	116
표 3-2-1 스마트폰 이용률: 성별	121
표 3-2-2 스마트폰 이용률: 연령별	122
표 3-2-3 1인당 평균 스마트폰 이용 대수	123
표 3-2-4 1인당 평균 스마트폰 이용 대수: 17개 시도별	124
표 3-2-5 1인당 평균 스마트폰 이용 대수: 성별	125
표 3-2-6 1인당 평균 스마트폰 이용 대수: 연령별	126
표 3-2-7 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황: 성별	128
표 3-2-8 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황: 연령별	129
표 3-2-9 주이용 스마트폰의 운영체제: 전년 대비 변화	130
표 3-2-10 주이용 스마트폰의 운영체제: 17개 시도별	131
표 3-2-11 주이용 스마트폰의 운영체제: 성별	132
표 3-2-12 주이용 스마트폰의 운영체제: 연령별	133
표 3-2-13 주이용 스마트폰의 사용기간: 17개 시도별	135
표 3-2-14 주이용 스마트폰의 사용기간: 성별	136
표 3-2-15 주이용 스마트폰의 사용기간: 연령별	137
표 3-2-16 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기: 17개 시도별	139
표 3-2-17 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기: 성별	140
표 3-2-18 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기: 연령별	141
표 3-3-1 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 성별	149
표 3-3-2 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 연령별	150



표 3-3-3 개인의 컴퓨터 이용 빈도: 17개 시도별	152
표 3-3-4 개인의 컴퓨터 이용 빈도: 성별	153
표 3-3-5 개인의 컴퓨터 이용 빈도: 연령별	154
표 4-1-1 TV방송프로그램 시청 경험: 17개 시도별	159
표 4-1-2 TV방송프로그램 시청 경험: 성별	160
표 4-1-3 TV방송프로그램 시청 경험: 연령별	161
표 4-1-4 TV방송프로그램 시청 빈도: 17개 시도별	163
표 4-1-5 TV방송프로그램 시청 빈도: 성별	164
표 4-1-6 TV방송프로그램 시청 빈도: 연령별	165
표 4-1-7 TV방송프로그램 시청 시간(주중): 17개 시도별	167
표 4-1-8 TV방송프로그램 시청 시간(주중): 성별	168
표 4-1-9 TV방송프로그램 시청 시간(주중): 연령별	169
표 4-1-10 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 17개 시도별	171
표 4-1-11 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 성별	172
표 4-1-12 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 연령별	173
표 4-1-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 성별	175
표 4-1-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 연령별	176
표 4-1-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 17개 시도별	178
표 4-1-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 성별	179
표 4-1-17 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 연령별	180
표 4-1-18 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 17개 시도별	182
표 4-1-19 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 성별	183
표 4-1-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 연령별	184
표 4-1-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점: 17개 시도별	186
표 4-1-22 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점: 성별	187
표 4-1-23 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점: 연령별	188
표 4-1-24 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험: 성별	190
표 4-1-25 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험: 연령별	191
표 4-1-26 실시간 TV방송프로그램 시청 장르: 성별	193
표 4-1-27 실시간 TV방송프로그램 시청 장르: 연령별	194



표 4-1-28 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르: 성별	197
표 4-1-29 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르: 연령별	198
표 4-2-1 TV방송프로그램 시청 경험: 17개 시도별	205
표 4-2-2 TV방송프로그램 시청 경험: 성별	206
표 4-2-3 TV방송프로그램 시청 경험: 연령별	207
표 4-2-4 TV방송프로그램 시청 빈도: 17개 시도별	209
표 4-2-5 TV방송프로그램 시청 빈도: 성별	210
표 4-2-6 TV방송프로그램 시청 빈도: 연령별	211
표 4-2-7 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 17개 시도별	213
표 4-2-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 성별	214
표 4-2-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 연령별	215
표 4-2-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 17개 시도별	217
표 4-2-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 성별	219
표 4-2-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 연령별	219
표 4-2-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 17개 시도별	221
표 4-2-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 성별	222
표 4-2-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 연령별	223
표 4-2-16 TV방송프로그램 시청 방법: 성별	225
표 4-2-17 TV방송프로그램 시청 방법: 연령별	227
표 4-2-18 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 성별	231
표 4-2-19 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 연령별	232
표 4-2-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르: 성별	235
표 4-2-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르: 연령별	236
표 4-2-22 TV방송프로그램 시청 장르: 성별	239
표 4-2-23 TV방송프로그램 시청 장르: 연령별	240
표 4-2-24 TV방송프로그램 시청 행태	243
표 4-2-25 TV방송프로그램 시청 행태: 연령별	244
표 4-3-1 TV방송프로그램 시청 경험 여부: 17개 시도별	249
표 4-3-2 TV방송프로그램 시청 경험: 성별	251
표 4-3-3 TV방송프로그램 시청 경험: 연령별	251



표 4-3-4 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별 253
표 4-3-5 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성별 254
표 4-3-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 연령별 255
표 4-3-7 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별 257
표 4-3-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성별 258
표 4-3-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 연령별 259
표 4-3-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별 261
표 4-3-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성별 263
표 4-3-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 연령별 263
표 4-3-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별 265
표 4-3-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성별 266
표 4-3-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 연령별 267
표 4-3-16 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별 269
표 4-3-17 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별 271
표 4-3-18 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별 273
표 4-3-19 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별 274
표 4-3-20 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별 277
표 4-3-21 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별 278
표 5-1-1 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 성별 284
표 5-1-2 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 연령별 285
표 5-1-3 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 17개 시도별 287
표 5-1-4 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 성별 288
표 5-1-5 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 연령별 289
표 5-1-6 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성별 291
표 5-1-7 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 연령별 291
표 5-1-8 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별 293
표 5-1-9 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별 295
표 5-1-10 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 성별 297
표 5-1-11 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령별 298
표 5-1-12 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성별 301



표 5-1-13 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험: 연령별 | 301

표 5-1-14 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로: 성별 | 303

표 5-1-15 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로: 연령별 | 305

표 5-1-16 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 성별 | 307

표 5-1-17 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 연령별 | 308

표 5-2-1 어제 하루 라디오 청취 경험: 17개 시도별 | 314

표 5-2-2 어제 하루 라디오 청취 경험: 연령별 | 315



그림 3-1-1 가구의 TV수상기 보유율	89
그림 3-1-2 가구의 TV수상기 보유율 : 17개 시도별	89
그림 3-1-3 가구의 TV수상기 보유율 : 가구 특성별	90
그림 3-1-4 TV수상기 보유 대수	91
그림 3-1-5 TV수상기 보유 대수 : 17개 시도별	92
그림 3-1-6 TV수상기 보유 대수 : 가구 특성별	93
그림 3-1-7 주사용 TV수상기 설치 장소	95
그림 3-1-8 주사용 TV수상기 설치 장소 : 17개 시도별	96
그림 3-1-9 주사용 TV수상기 설치 장소 : 가구 특성별	97
그림 3-1-10 TV수상기의 유료방송 수신 현황	99
그림 3-1-11 케이블(유선)방송 수신 현황 : 17개 시도별	100
그림 3-1-12 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 17개 시도별	102
그림 3-1-13 스카이라이프 수신 현황 : 17개 시도별	106
그림 3-1-14 스카이라이프 세부 수신 현황 : 17개 시도별	107
그림 3-1-15 IPTV 수신 현황 : 17개 시도별	112
그림 3-2-1 스마트폰 이용률 : 전년 대비 변화	119
그림 3-2-2 스마트폰 이용률 : 17개 시도별	120
그림 3-2-3 스마트폰 이용률 : 성·연령별	121
그림 3-2-4 1인당 평균 스마트폰 이용 대수	123
그림 3-2-5 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 17개 시도별	124
그림 3-2-6 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 성·연령별	125
그림 3-2-7 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황	127
그림 3-2-8 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 17개 시도별	127
그림 3-2-9 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 성·연령별	128
그림 3-2-10 주이용 스마트폰의 운영체제 : 전년 대비 변화	130
그림 3-2-11 주이용 스마트폰의 운영체제 : 17개 시도별	131
그림 3-2-12 주이용 스마트폰의 운영체제 : 성·연령별	132
그림 3-2-13 주이용 스마트폰의 사용기간	134
그림 3-2-14 주이용 스마트폰의 사용기간 : 17개 시도별	135
그림 3-2-15 주이용 스마트폰의 사용기간 : 성·연령별	136



그림 3-2-16	주이용 스마트폰의 예상 교체 시기	138
그림 3-2-17	주이용 스마트폰의 예상 교체 시기: 17개 시도별	139
그림 3-2-18	주이용 스마트폰의 예상 교체 시기: 성·연령별	140
그림 3-3-1	가구의 컴퓨터 보유율	145
그림 3-3-2	가구의 컴퓨터 보유율: 17개 시도별	145
그림 3-3-3	가구의 컴퓨터 보유율: 가구 특성별	146
그림 3-3-4	개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 전년 대비 변화	147
그림 3-3-5	개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 17개 시도별	148
그림 3-3-6	개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 성·연령별	149
그림 3-3-7	개인의 컴퓨터 이용 빈도	151
그림 3-3-8	개인의 컴퓨터 이용 빈도: 17개 시도별	152
그림 3-3-9	개인의 컴퓨터 이용 빈도: 성·연령별	153
그림 4-1-1	TV방송프로그램 시청 경험: 전년 대비 변화	157
그림 4-1-2	TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험	158
그림 4-1-3	TV방송프로그램 시청 경험: 17개 시도별	159
그림 4-1-4	TV방송프로그램 시청 경험: 성·연령별	160
그림 4-1-5	TV방송프로그램 시청 빈도	162
그림 4-1-6	TV방송프로그램 시청 빈도: 17개 시도별	163
그림 4-1-7	TV방송프로그램 시청 빈도: 성·연령별	164
그림 4-1-8	TV방송프로그램 시청 시간(주중)	166
그림 4-1-9	TV방송프로그램 시청 시간(주중): 17개 시도별	167
그림 4-1-10	TV방송프로그램 시청 시간(주중): 성·연령별	168
그림 4-1-11	TV방송프로그램 시청 시간(주말)	170
그림 4-1-12	TV방송프로그램 시청 시간(주말): 17개 시도별	171
그림 4-1-13	TV방송프로그램 시청 시간(주말): 성·연령별	172
그림 4-1-14	TV방송프로그램 다시보기 시청 경험	174
그림 4-1-15	TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 17개 시도별	174
그림 4-1-16	TV방송프로그램 다시보기 시청 경험: 성·연령별	175
그림 4-1-17	TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도	177
그림 4-1-18	TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 17개 시도별	178



그림 4-1-19 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성·연령별 179
그림 4-1-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 181
그림 4-1-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별 182
그림 4-1-22 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성·연령별 183
그림 4-1-23 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 185
그림 4-1-24 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 17개 시도별 186
그림 4-1-25 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 성·연령별 187
그림 4-1-26 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험 189
그림 4-1-27 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험 : 17개 시도별 189
그림 4-1-28 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험 : 성·연령별 190
그림 4-1-29 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 192
그림 4-1-30 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별 193
그림 4-1-31 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별 194
그림 4-1-32 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성 195
그림 4-1-33 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 196
그림 4-1-34 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별 197
그림 4-1-35 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별 198
그림 4-1-36 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성 199
그림 4-2-1 TV방송프로그램 시청 경험 : 전년 대비 변화 203
그림 4-2-2 TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험 204
그림 4-2-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별 205
그림 4-2-4 TV방송프로그램 시청 경험 : 성·연령별 206
그림 4-2-5 TV방송프로그램 시청 빈도 208
그림 4-2-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별 209
그림 4-2-7 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성·연령별 210
그림 4-2-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 212
그림 4-2-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별 213
그림 4-2-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성·연령별 214
그림 4-2-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 216
그림 4-2-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별 217



- 그림 4-2-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도: 성·연령별 | 218
- 그림 4-2-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 | 220
- 그림 4-2-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 17개 시도별 | 221
- 그림 4-2-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수: 성·연령별 | 222
- 그림 4-2-17 TV방송프로그램 시청 방법 | 224
- 그림 4-2-18 TV방송프로그램 시청 방법: 성별 | 225
- 그림 4-2-19 TV방송프로그램 시청 방법: 연령별 상위 5개 | 226
- 그림 4-2-20 TV방송프로그램 시청 애플리케이션 | 228
- 그림 4-2-21 TV방송프로그램 시청 SNS | 229
- 그림 4-2-22 TV방송프로그램 시청 인스턴트 메신저 | 229
- 그림 4-2-23 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 | 230
- 그림 4-2-24 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 성별 | 231
- 그림 4-2-25 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 연령별 | 232
- 그림 4-2-26 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성 | 233
- 그림 4-2-27 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 | 234
- 그림 4-2-28 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르: 성별 | 235
- 그림 4-2-29 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르: 연령별 | 236
- 그림 4-2-30 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성 | 237
- 그림 4-2-31 TV방송프로그램 시청 장르 | 238
- 그림 4-2-32 TV방송프로그램 시청 장르: 성별 | 239
- 그림 4-2-33 TV방송프로그램 시청 장르: 연령별 | 240
- 그림 4-2-34 TV방송프로그램 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성 | 241
- 그림 4-2-35 TV방송프로그램 시청 편당 길이 | 242
- 그림 4-3-1 TV방송프로그램 시청 경험: 전년 대비 변화 | 247
- 그림 4-3-2 TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험 | 248
- 그림 4-3-3 TV방송프로그램 시청 경험: 17개 시도별 | 249
- 그림 4-3-4 TV방송프로그램 시청 경험: 성·연령별 | 250
- 그림 4-3-5 TV방송프로그램 시청 빈도 | 252
- 그림 4-3-6 TV방송프로그램 시청 빈도: 17개 시도별 | 253
- 그림 4-3-7 TV방송프로그램 시청 빈도: 성·연령별 | 254
- 그림 4-3-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 | 256



그림 4-3-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별	257
그림 4-3-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성·연령별	258
그림 4-3-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도	260
그림 4-3-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별	261
그림 4-3-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성·연령별	262
그림 4-3-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수	264
그림 4-3-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별	265
그림 4-3-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성·연령별	266
그림 4-3-17 TV방송프로그램 시청 방법	268
그림 4-3-18 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별	269
그림 4-3-19 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별 상위 5개	270
그림 4-3-20 TV방송프로그램 실시간 시청 장르	272
그림 4-3-21 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 성별	273
그림 4-3-22 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 연령별	274
그림 4-3-23 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성	275
그림 4-3-24 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르	276
그림 4-3-25 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별	277
그림 4-3-26 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별	278
그림 4-3-27 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성	279
그림 5-1-1 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부	283
그림 5-1-2 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 17개 시도별	283
그림 5-1-3 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 성·연령별	284
그림 5-1-4 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간	286
그림 5-1-5 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 17개 시도별	287
그림 5-1-6 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 성·연령별	288
그림 5-1-7 컴퓨터 이용 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 여부	290
그림 5-1-8 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성·연령별	291
그림 5-1-9 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로	292
그림 5-1-10 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별	293
그림 5-1-11 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별 상위 5개	294
그림 5-1-12 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르	296



그림 5-1-13 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 성별	297
그림 5-1-14 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 연령별	298
그림 5-1-15 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성	299
그림 5-1-16 스마트기기 이용 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 여부	300
그림 5-1-17 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험: 성·연령별	301
그림 5-1-18 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로	302
그림 5-1-19 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로: 성별	303
그림 5-1-20 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로: 연령별 상위 6개	304
그림 5-1-21 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르	306
그림 5-1-22 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 성별	307
그림 5-1-23 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 연령별	308
그림 5-1-24 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성	309
그림 5-2-1 어제 하루 라디오 청취 경험	313
그림 5-2-2 어제 하루 라디오 청취 경험: 17개 시도별	313
그림 5-2-3 어제 하루 라디오 청취 경험: 성·연령별	314

I

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

조사 개요

MEDIA



Internet



Download

Television

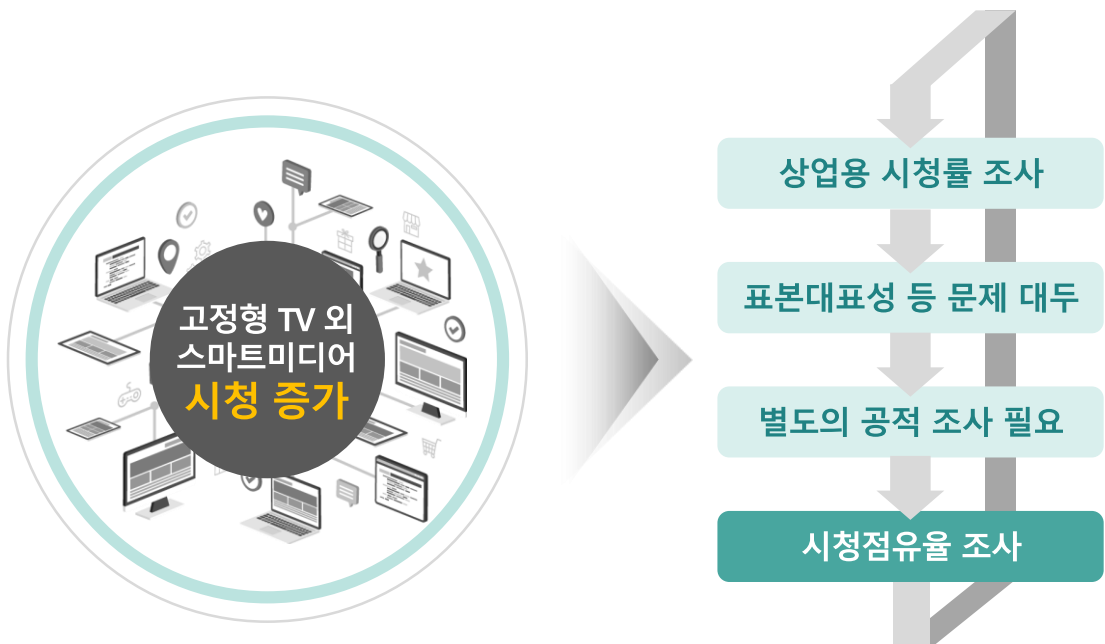


01 PART

조사 개요

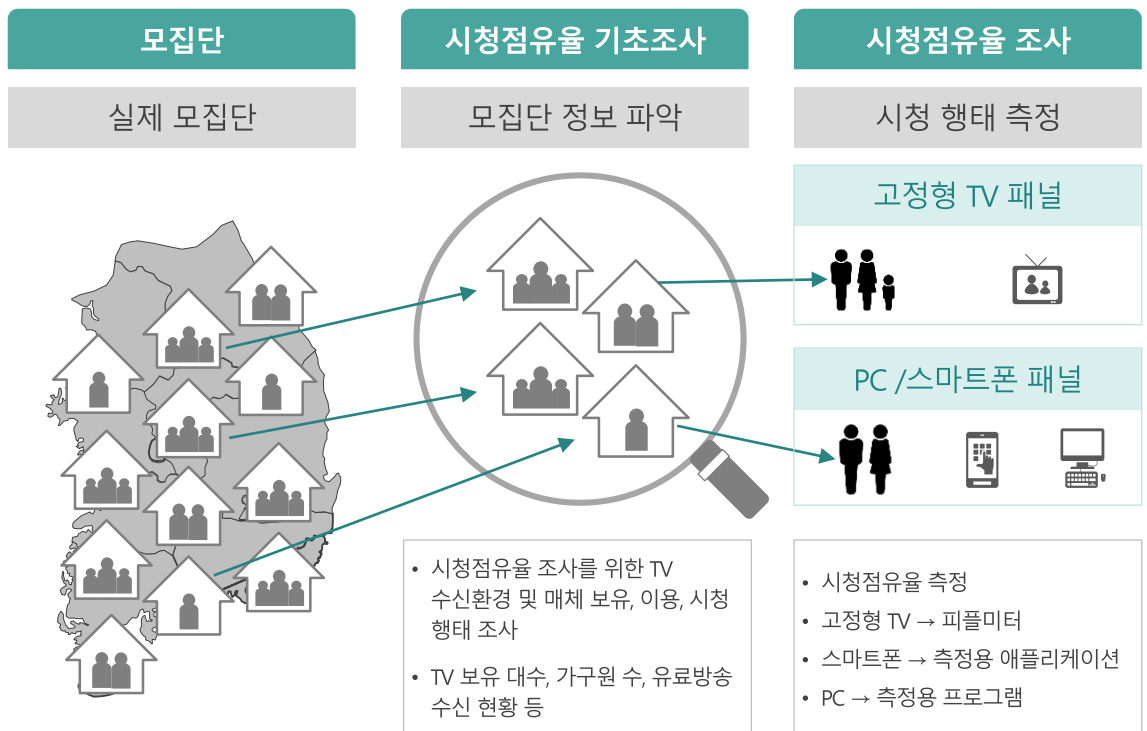
□ 시청점유율 조사의 추진 배경

- 최근 기술 발달, 디지털 융합과 스마트화의 진전 등 매체환경 변화로 인해 스마트폰, 태블릿PC 등 이른바 스마트미디어를 통한 시청행위가 증가하면서 시청 행태가 변화하고 있음
- 이러한 매체환경 변화에 따라 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모할 목적으로 방송법이 개정되었으며, 방송통신위원회는 이에 따라 방송사업자별 시청점유율을 산정하여 공표하고 있음
- 한편, 상업용 시청률 조사와 시청점유율 조사는 동일한 과정을 거쳐 수행되지만, 상업용 시청률 조사의 경우 대도시 편중 및 공적 검증의 부재로 인한 표본대표성 등의 문제가 상존하여, 표본의 대표성, 조사대상의 적정성, 조사방법의 신뢰성 및 타당도가 확보된 별도의 시청점유율 조사의 필요성이 대두됨



□ 시청점유율 기초조사의 조사 목적

- 시청점유율 기초조사는 미디어 환경 변화에 따른 시청 행태를 파악하고, 모집단에 대한 정확한 정보를 조사하여 향후 수행될 시청점유율 조사에 있어 표본의 대표성을 확보하는 데 활용하고자 함



□ 근거 법령

- 시청점유율 기초조사는 《방송법 제69조2 및 방송법 시행령 제52조의3》에 근거해 실시하고 있으며, 근거가 되는 관련 법령은 아래와 같음

방송법 시행령 제52조의3(시청점유율 산정기준 등)

① 법 제69조의2제3항에 따른 시청점유율의 산정기준은 다음 각 호와 같다.

3. 시청점유율 산정을 위하여 시청점유율을 조사하는 경우에는 표본의 대표성, 조사대상의 적정성, 조사방법의 신뢰성 및 타당성 등을 종합적으로 고려할 것

□ 조사 연혁

- 시청점유율 기초조사는 방송법 제69조의2의 신설(2009.7.1.)에 따라 2010년부터 실시
- 2014년까지는 전화번호 임의생성 방식(Random Digit Dialing, RDD)에 따른 전화설문조사로 실시하였으나, 2015년부터 가구방문면접조사로 전환

표 1-1-1 시청점유율 기초조사의 연혁

연도		조사방법	조사대상	주요 조사내용
2010년		유선 RDD방식 전화설문	- 전국 총 42,700 가구	패널가구 구성원의 수, 성별, 연령, 소득수준 등의 인구통계학적 속성 및 TV수상기 보유 대수, 방송플랫폼 유형, 시청 가능한 방송채널 등의 시청환경 조사
2011년			- 전국 총 26,066 가구	
2012년			- 전국 총 25,600 가구	
2013년			- 전국 총 26,048 가구	
2014년	고정형 TV	유선 RDD방식 전화설문	- 전국 26,387가구 - 만 18세 이상 가구주 또는 가구주의 배우자 1인	응답자 인구통계학적 속성, 고정형TV 수신환경 등
	N 스크린	유무선 RDD방식 전화설문	- 전국 만 13세 이상 남녀 21,000명	응답자 인구통계학적 속성, 고정형TV·PC·스마트폰 등 보유 및 이용, TV 시청환경 등
2015년		가구방문 면접조사	- 전국 20,010 가구 및 만 13세 이상 가구원 44,114명	응답자 인구통계학적 속성, 고정형TV·PC·스마트폰 등 보유 및 이용, TV 시청환경 등
2016년			- 전국 20,000 가구 및 만 13세 이상 가구원 42,216명	
2017년			- 전국 20,000 가구 및 만 13세 이상 가구원 41,926명	

02 PART

조사 내용

□ 설문 구성

- 설문조사는 가구 설문지와 가구원(개인) 설문지를 별도로 구성하여 진행
- 가구 내 매체 보유 및 방송·인터넷·전화 서비스 가입 등 가구원이 공유하는 매체 환경에 대해서는 가구주나 가구주 배우자 등 가구 대표 1인이 응답
- 개인별 매체 보유 및 이용 빈도나 정도 등 이용 현황에 대해서는 만 13세 이상 가구원 전원을 대상으로 조사 진행

□ 가구 설문 항목

- TV 수신방법(케이블 방송, 위성방송, IPTV 등)
- 가구 구성 및 가구원 정보
- 기타 가구 정보 및 인구통계학적 특성 등

□ 개인 설문 항목

- 개인별 매체(TV수상기, 컴퓨터, 휴대전화) 이용 현황
- 가구 내 TV수상기, 컴퓨터, 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 경험
- TV방송프로그램 외 동영상 시청 및 어제 하루 라디오 청취 행태
- 가구원 개인의 인구통계학적 특성 등

03 PART

용어 정의

□ 조사 대상

- 가구
 - 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위
- 가구대표
 - 미디어 보유 등 가구 상황을 가장 잘 알고 있는 성인 가구원으로 가구의 일상생활용품의 구매와 주요 지출을 담당하고 있는 사람
- 가구주
 - 주민등록상 세대주와는 관계없이 가구의 생계를 책임지고 있는 그 가구의 실질적 대표자
- 가구원
 - 한 가구에 함께 사는 모든 구성원으로 먼 친척이나 혈연관계가 없는 친구, 가사도우미, 종업원 등 가족이 아닌 사람도 함께 살면 가구원에 포함되지만, 함께 살고 있지 않은 가족과 분가한 가족, 학교 및 직장 기숙사에 거주하는 가족과 군에 입대한 가족은 제외됨

□ TV 및 TV 수신 방법

- TV수상기
 - 일반적으로 가정에서 사용하는 LCD/PDP/LED/브라운관 TV, 3D TV, 스마트 TV, UHD TV 등의 고정형 텔레비전을 의미하며, 컴퓨터 모니터 겸용 TV(TV 일체형 모니터)도 해당함
 - 단, 빌트인(주방, 욕조 등에 설치 또는 매립된) TV는 이에 해당하지 않음

- 주사용 TV수상기
 - 가구 내에서 가장 많이 사용하는 TV수상기
- 컴퓨터(PC)
 - 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 응용프로그램을 사용자가 원하는 대로 자유롭게 설치, 동작시켜 복잡한 연산, 그래픽 작업, 미디어 작업 등 다양한 형태의 원하는 작업을 수행할 수 있는 기계장치로, 입력장치(키보드, 마우스 등)와 연산장치(본체), 출력장치(모니터, 프린터 등)로 구성되어 있음
 - 형태에 따라 모니터와 키보드, 본체로 구성된 데스크탑 컴퓨터, 휴대가 가능한 랩탑(노트북) 컴퓨터, 모니터와 본체의 일체형 컴퓨터 등이 있으며, 스마트패드(태블릿PC)는 제외됨
- 스마트폰
 - 일반 컴퓨터(PC)와 같이 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 응용프로그램(애플리케이션)을 사용자가 원하는 대로 자유롭게 설치, 동작시킬 수 있는 휴대폰. ‘손안의 PC’로 불리며, 전화 기능이 있는 소형 컴퓨터라고 볼 수 있음
- 스마트패드
 - 스마트폰보다 큰 화면으로 인터넷을 하거나 애플리케이션을 설치하여 사용할 수 있으며, 터치스크린 방식을 주 입력방식으로 하는 모바일 인터넷 기기. 대표적인 제품으로 아이패드, 갤럭시탭 등이 있음
- 케이블(유선)방송
 - 중계유선방송 및 종합유선방송과 같이 유선 케이블(동축케이블, 광케이블)을 통해 지상과 이외에 전문편성 채널 및 종합편성 채널을 수신할 수 있는 유료방송 서비스를 의미하며, 딜라이브, 티브로드, 현대HCN, 헬로tv, 씨엠비 등 케이블 방송사에 가입하였거나, 아파트 등 공동주택에서 공동 가입하여 케이블 채널이 나오는 경우도 이에 해당함

- 디지털케이블
 - 모든 영상이 디지털 신호로 제공되는 케이블(유선)방송으로 HD급 고화질 디지털 방송을 시청할 수 있으며, 데이터 방송, 양방향 서비스와 같은 다양한 부가서비스를 이용할 수 있는 방송
- 스카이라이프(위성방송)
 - 지구 상공의 방송 위성을 통해 방송 프로그램을 수신하는 형태로 지상과 이외에 전문편성 채널 및 종합편성 채널을 수신할 수 있는 유료방송 서비스를 의미함. 위성 수신을 위한 접시 안테나가 필요하지만 경우에 따라 접시 안테나가 없는 경우도 있음
 - IPTV인 올레TV와 결합한 올레TV 스카이라이프 상품도 위성방송으로 분류함
- 올레TV스카이라이프(OTS)
 - IPTV인 올레TV와 위성방송 스카이라이프를 결합한 올레TV 스카이라이프 상품으로 사용자는 IPTV와 스카이라이프를 모두 시청할 수 있음
- 위성스카이라이프
 - IPTV 기능이 포함되지 않은 스카이라이프(위성방송)
- IPTV
 - 통신 사업자(KT, SK브로드밴드, LG U+)의 초고속 인터넷망과 IP 셋톱박스를 통해 지상과 이외에 전문편성 채널 및 종합편성 채널을 수신하는 유료방송 서비스로, 방송 프로그램을 실시간으로 시청하거나, 원하는 프로그램을 원하는 시간에 시청할 수 있음
 - KT 올레TV, SK브로드밴드 BTV, LG U+TV가 여기에 해당함
- 지상파TV
 - KBS, MBC, SBS, EBS, 지역 민영 방송

- 지상파만 시청

- 어떠한 유료방송에도 가입하지 않고, 연결되지도 않은 TV로 시청하는 경우로, 전파를 이용해 송출되는 KBS, MBC, SBS, EBS, 지역 민영 방송 등 지상파 방송만을 수신할 수 있는 경우
- 전파 수신을 위한 실내외 안테나가 필요하지만, 경우에 따라서 공시청 설비가 되어 있는 아파트 등 공동주택에서는 벽면의 TV 안테나 단자에 연결되어 있으며, 난시청 지역의 경우에는 마을 공동시청설비로 수신할 수 있음

- TV방송프로그램 이용 및 시청 행위

- TV방송프로그램

- 지상파(공중파), 케이블, 위성TV, IPTV 등을 통해 제공되는 각종 프로그램을 의미하며, 본 조사에서는 TV채널에서 방영한 동영상 콘텐츠만을 TV방송프로그램으로 간주함

- 이용

- 해당 미디어 기기를 보거나, 듣거나, 작동시키는 행위

- 시청

- 해당 미디어 기기를 이용해 TV방송프로그램을 보고 듣는 행위
- 본 조사에서는 고정형 TV수상기의 경우에는 가구 내 시청만을, 기타 미디어 기기는 가구 내외 시청을 모두 포함하여 조사함

- 실시간 시청

- 방송국 편성에 따라 정해진 시간에 TV방송프로그램을 보는 일반적인 시청방법

- 비실시간 시청

- 방송사가 편성한 시간에 상관없이 이미 방영된 TV 프로그램을 편리한 시간 또는 원하는 시간에 보는 방법(다시보기/VOD)

- TV방송프로그램 시청 방법

- 방송사 홈페이지

- 컴퓨터, 스마트폰 등의 미디어 기기에서 브라우저를 이용해 KBS, MBC, SBS 등 방송사 홈페이지에 직접 접속하여 TV방송프로그램을 시청하는 방법

- 포털사이트

- 컴퓨터, 스마트폰 등의 미디어 기기에서 웹 브라우저를 이용해 네이버, 다음 등 주요 포털사이트에 접속하여 그 포털사이트에서 직접 제공하는 TV방송프로그램을 시청하는 방법

- 방송서비스 웹사이트/동영상 전문 사이트(유튜브 등)

- 컴퓨터, 스마트폰 등의 미디어 기기에서 웹 브라우저를 이용해 유튜브, 판도라TV, 아프리카TV 등의 방송서비스나 동영상 서비스 사이트에 접속하여 해당 사이트에서 제공하는 동영상을 시청하는 방법
- 인터넷 브라우저를 이용해 접속한 경우에만 해당하며, 동일한 서비스라도 해당 서비스 전용 애플리케이션으로 이용하는 경우는 애플리케이션에 해당함

- 애플리케이션

- 스마트폰, 태블릿PC 등의 미디어 기기에서 웹 브라우저가 아닌 동영상 서비스 전용 애플리케이션을 이용해 여기서 제공되는 TV방송프로그램을 시청하는 방법(예: myK, 티빙, 폭, 옥수수, 올레TV 모바일, LG U+ 비디오포털, 곰TV, 예브리온TV, 아프리카TV, 네이버TV, 카카오TV 등)

- 동영상 재생 애플리케이션

- 스마트폰 등의 미디어 기기에서 미리 다운로드 받아둔 TV방송프로그램 동영상 파일을 재생하기 위한 전용 애플리케이션을 실행해 TV방송프로그램을 시청하는 방법

- TV방송프로그램 장르

- 뉴스

- 좁은 의미로 국내외 사고, 사건, 쟁점, 과정 등과 관련해서 앵커를 중심으로 기자가 사실 보도와 의견 보도를 제시하는 프로그램(예: KBS 뉴스9, MBC 뉴스데스크, SBS 8뉴스 등)

- 드라마

- 서사 구조를 지니는 허구적 구성물(Fiction)(예: 황금빛 내인생, 리턴, 돈꽃, 화유기 등)

- 스포츠

- 모든 종류의 스포츠 프로그램을 포함하되 스포츠 뉴스와 특정 스포츠의 교습을 목적으로 하는 프로그램은 제외(예: 프로야구, 프로축구, 월드컵, 올림픽 등)

- 시사/교양

- 사회 전 분야에 걸쳐서 시사에 대한 정보를 제공하는 프로그램(예: PD수첩, 그것이 알고 싶다 등)(단, 정통 뉴스 프로그램은 제외)과 다큐멘터리, 생활정보, 문화예술 프로그램 등 교양 지식을 다루는 프로그램

- 오락/연예

- 코미디, 토크 버라이어티쇼, 연예정보쇼, 토크쇼, 연예시상식, 시청자 비디오 모음 등의 오락쇼 프로그램(예: 1박 2일, 무한도전, 런닝맨, 한끼줍쇼, 개그콘서트 등)과 대중음악 일반을 다루는 프로그램

- 교육/아동

- 정규 교과 과정을 다루거나 그에 준하는 학습을 목적으로 하는 프로그램, 일반인을 대상으로 하는 사회 교양 강좌 및 직업 교육 프로그램(예: 공인중개사 시험 대비 강좌, 9급 공무원 시험대비 강좌 등)과 유아 및 어린이를 대상으로 하는 프로그램

□ TV방송프로그램 외 동영상 장르

- 예능/오락

- 온라인으로 배포하는 예능·오락 콘텐츠 영상(V Live, 피키캐스트 등) 및 TV 미방영 해외 예능 영상

- 영화/드라마/시리즈물

- TV방송프로그램으로 방영되지 않은 영화, 해외 드라마, 애니메이션 영상

- 음악/공연

- 뮤직비디오, 콘서트, 오페라, 뮤지컬, 연극 등 음악 및 공연 영상

- 개인방송

- 개인 창작자가 인터넷으로 제작 및 배포하는 방송으로, 아프리카TV, 트위치 TV, 유튜브 등과 같은 온라인 방송 플랫폼에서 제공되는 영상

04 PART

조사 설계

- 조사 지역
 - 전국 17개 시도
- 조사 방법
 - 구조화된 설문지를 이용한 가구방문면접 조사
- 조사 기간
 - 2017년 6월 29일부터 2017년 9월 22일
- 조사 대상
 - 2017년 기준 전국 일반 가구 및 만 13세 이상 가구원
- 표본 크기
 - 가구 : 20,000가구 /개인 : 41,926명
- 표본 추출
 - 2015년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 집계구 선정 방식
- 표본 오차
 - 가구 조사 : 95% 신뢰 수준에서 $\pm 0.69\%p$ (전국 기준)
 - 개인 오차 : 95% 신뢰 수준에서 $\pm 0.48\%p$ (전국 기준)
- 응답률
 - 가구 응답률 : 49.4% (총 40,459가구 접촉 중 20,000가구 조사 완료)
 - 개인 응답률 : 96.9% (총 적격 가구원 43,285명 중 41,926명 조사 완료)
- 집계구 대체율
 - 2.6% (1,333개 집계구 중 34개 대체)

05 PART

표본 설계

□ 모집단 및 표본 추출틀

- 모집단
 - 2017년 현재 대한민국에 거주하는 전체 일반 가구 및 만 13세 이상 가구원
- 표본추출틀
 - 2015년 통계청 인구주택총조사 집계구

표 1-5-1 표본 추출틀 정보 : 2015년 인구주택총조사

(단위: 개/가구/명, %)

	집계구 수	구성비	가구 수	구성비	13세 이상 인구	구성비
서울	19,445	19.0	3,784,490	19.8	8,824,729	19.3
부산	6,877	6.7	1,335,900	7.0	3,095,067	6.8
대구	4,971	4.9	928,528	4.9	2,198,788	4.8
인천	5,794	5.7	1,045,417	5.5	2,581,890	5.7
광주	3,077	3.0	567,157	3.0	1,317,450	2.9
대전	3,126	3.1	582,504	3.0	1,350,108	3.0
울산	2,305	2.3	423,412	2.2	1,019,034	2.2
경기	24,451	23.9	4,384,742	22.9	11,209,111	24.6
강원	3,064	3.0	606,117	3.2	1,364,702	3.0
충북	3,155	3.1	601,856	3.1	1,424,210	3.1
충남	4,231	4.1	796,185	4.2	1,893,593	4.1
전북	3,766	3.7	717,311	3.8	1,630,143	3.6
전남	4,112	4.0	720,612	3.8	1,602,021	3.5
경북	5,391	5.3	1,062,724	5.6	2,400,411	5.3
경남	6,785	6.6	1,258,487	6.6	2,953,716	6.5
제주	1,257	1.2	220,369	1.2	550,490	1.2
세종	412	0.4	75,219	0.4	226,484	0.5
계	102,219	100.0	19,111,030	100.0	45,641,947	100.0

- 표본추출방법
 - 다단계층화집락추출
- 표본 추출 단위
 - 각 층 내에서 1차 추출단위는 집계구이고, 2차 추출 단위는 가구와 가구원
- 1차 추출
 - 1차 추출 단위인 표본 집계구를 추출 시, 모집단의 특성을 보다 잘 반영하기 위해 내재적 층화변수에 따라 정렬한 후 계통추출 방식에 의한 확률추출을 실시하는 정렬 후 층화계통추출법을 사용함
- 2차 추출
 - 집계구 정보에서 제공하는 해당 집계구의 중심번지를 시작점으로 가장 가까운 건물에서 최초 가구를 선정한 다음, 가구 선정 규칙에 따라 시계 방향으로 이동하면서 집계구별로 정해진 등간에 따라 다음 조사대상 가구를 선정
 - 집계구별 등간은 해당 집계구의 가구 수를 집계구별 조사가구 수(15)로 나눈 값을 사용함(예: A 집계구에 300가구가 있을 경우에는 $300 \div 15 = 20$ 이 A 집계구의 등간이 됨)

표 1-5-2 표본 추출 단계

단계	내용
STEP 1	▪ 해당 집계구 유형에 따라 집계구의 중심번지와 가장 가까운 건물(아파트 또는 비아파트)에서 최초 가구 선정 ▪ 시작점의 도로명 주소에서 +1을 한 건물에서 최초 가구를 선정
STEP 2	▪ 최초 방문가구를 기준으로 가구 선정 규칙에 따라 시계 방향으로 이동하며 집계구별로 정해진 등간에 따라 가구 선정
STEP 3	▪ 해당 집계구의 조사 가구 수에 따라 집계구별 원표본 가구를 우선 선정 ▪ 추출된 집계구가 아파트 집계구이면 아파트 가구만 조사, 비아파트 집계구이면 아파트를 제외한 주택유형을 조사

□ 총화 및 표본 배분

● 총화

- 1차 총화 : 전국을 17개 시도로 1차 총화
- 2차 총화 : 17개 시도별로 그 지역의 특성을 고려해 2차 총화
 - ※ 서울은 4개의 권역으로, 경기도는 남부와 북부를 각각 동부와 읍면부로 구분하여 4개의 권역으로 부모집단을 구성
- 3차 총화 : 아파트/비아파트 집계구로 3차 총화
 - ※ 집계구 내 아파트 비율이 50% 이상인 경우에는 아파트 집계구, 50% 미만인 경우에는 비아파트 집계구로 구분

표 1-5-3 서울특별시 권역 정보

권역	해당 지역
북동부	강북구, 광진구, 노원구, 도봉구, 동대문구, 성동구, 성북구, 중랑구
북서부	마포구, 서대문구, 용산구, 은평구, 종로구, 중구
남동부	강남구, 서초구, 송파구, 강동구
남서부	강서구, 관악구, 구로구, 금천구, 동작구, 양천구, 영등포구

표 1-5-4 경기도 권역 정보

권역	해당 지역
북부	고양시, 구리시, 남양주시, 동두천시, 양주시, 의정부시, 파주시, 포천시, 가평군, 연천군
남부	과천시, 광명시, 광주시, 군포시, 김포시, 부천시, 성남시, 수원시, 시흥시, 안산시, 안성시, 안양시, 오산시, 용인시, 의왕시, 이천시, 평택시, 하남시, 화성시, 양평군, 여주군

● 층별 표본 배분

- 17개 시도별로 제공된 비례방식을 통해 표본을 우선 배분
- 시도 내 각 층별로는 각 시도에 할당된 표본 수를 단순비례배분방식을 이용해 각 층에 배분함
- 위와 같은 과정을 거쳐 전국을 총 62개의 층으로 층화 하였으며, 그 과정과 결과는 다음과 같음

표 1-5-5 단계별 층화 과정

1차 층화	2차 층화	3차 층화	층 수
17개 시도	서울	▪ 북동부, 북서부, 남동부, 남서부의 4개 권역으로 층화	▪ 아파트 /비아파트 집계구 8
	경기	▪ 경기북부 동부, 경기북부 읍면부, 경기남부 동부, 경기남부 읍면부의 4개 권역으로 층화	▪ 아파트 /비아파트 집계구 8
	그 외 광역시	▪ 해당 없음	▪ 아파트 /비아파트 집계구 12
	세종시 및 그 외 광역도	▪ 세종시 및 광역도의 경우 동부, 읍면부의 2개 권역으로 층화	▪ 아파트 /비아파트 집계구 34

- 17개 시도별 단순배분과 제공근 배분 시의 배분되는 가구 수와 추정오차의 한계는 아래 표와 같음

표 1-5-6 17개 시도별 표본 배분안별 구성비 및 추정오차의 한계

(단위: 개)

시도	모집단 가구수	단순배분			제공근 배분		
		구성비	가구 배분	추정오차 한계	구성비	가구 배분	추정오차 한계
서울	3,784,490	0.198	3,961	1.6%p	0.119	2,374	2.0%p
부산	1,335,900	0.070	1,398	2.6%p	0.071	1,411	2.6%p
대구	928,528	0.049	972	3.1%p	0.059	1,176	2.9%p
인천	1,045,417	0.055	1,094	3.0%p	0.062	1,248	2.8%p
광주	567,157	0.030	594	4.0%p	0.046	919	3.2%p
대전	582,504	0.030	610	4.0%p	0.047	931	3.2%p
울산	423,412	0.022	443	4.7%p	0.040	794	3.5%p
경기	4,384,742	0.229	4,589	1.4%p	0.128	2,556	1.9%p
강원	606,117	0.032	634	3.9%p	0.048	950	3.2%p
충북	601,856	0.031	630	3.9%p	0.047	947	3.2%p
충남	796,185	0.042	833	3.4%p	0.054	1,089	3.0%p
전북	717,311	0.038	751	3.6%p	0.052	1,034	3.0%p
전남	720,612	0.038	754	3.6%p	0.052	1,036	3.0%p
경북	1,062,724	0.056	1,112	2.9%p	0.063	1,258	2.8%p
경남	1,258,487	0.066	1,317	2.7%p	0.068	1,369	2.6%p
제주	220,369	0.012	231	6.5%p	0.029	573	4.1%p
세종	75,219	0.004	79	11.0%p	0.017	335	5.4%p
계	19,111,030	1.000	20,000		1.000	20,000	

* 모집단 가구 수는 통계청 장래가구추계(2017년 기준) 정보 활용

06 PART

가중치

□ 가중치 산정의 목적

● 목적

- 가중치는 ▲추출틀이 가지고 있는 결함 보완 ▲표본조사 과정에서 발생할 수 있는 문제점 보정 ▲무응답에 대한 조정을 통해 표본집단으로 모집단 추정 시 추정의 정확도를 높이기 위해 산정하고 적용함

● 가중치 산정 방식

- 가구 가중치와 가구원 가중치를 별도로 계산하되, 각각의 가중치는 ▲표본설계에 따른 추출률의 차이를 보정하는 단계(설계 가중치)와 ▲응답률 및 모집단에 대한 정보 등을 이용하여 모집단의 구조와 표본 구조를 유사하게 맞추고 무응답을 보정하는 단계(사후 보정 가중치)를 거침

● 가중치 산정을 위한 모집단

- 벤치마킹 대상 모집단으로 통계청 「2017년 장래 가구 및 인구 추계」 정보를 활용

● 가중치 자문회의

- 가중치 산정을 위해 표본설계 전문가 2인을 초빙해 자문회의를 개최하여 자문회의 결과를 최종 가중치 산정에 반영함

□ 가구 가중치

- 가구 가중치는 ▲조사 대상 가구들이 선택될 확률을 동일하게 해주는 가구 설계 가중치 ▲조사된 가구들의 특성이 현 시점의 우리나라 가구 특성과 일치하도록 맞춰주는 사후 보정 가중치 순서로 산출함

● 가구 설계 가중치

- 가구 설계 가중치는 ▲층 내에서의 집계구 선택 확률과 ▲집계구 내에서의 가구 선택 확률을 계산해 그 역수의 곱을 가중치로 취함
- 가구 설계 가중치는 아래 수식과 같이 계산할 수 있음

$$w^1_{hi} = \frac{N_h}{n_h} \times \frac{S_{hi}}{m_{hi}}$$

- h : h번째 층을 의미하는 첨자
- i : 각 층 내에서 i번째 집계구를 의미하는 첨자
- w^1_{hi} : h번째 층 i번째 집계구의 가구 설계 가중치
- N_h : h번째 층의 전체 집계구 수
- n_h : h번째 층의 표본 집계구 수
- S_{hi} : h번째 층 i번째 집계구의 총 가구 수
- m_{hi} : h번째 층 i번째 집계구의 표본 가구 수

● 사후 보정 가중치

- 사후 보정 가중치는 모집단의 정보를 이용해 모집단의 구조와 표본의 구조를 유사하게 맞추어 추정량의 정도를 개선하기 위한 목적으로 실시함

- 본 조사에서는 통계청 「2017년 장래가구추계」의 지역(17개), 가구규모(4구간), 가구주 연령대(5구간) 정보와 통계청 「2015년 인구주택총조사」의 도시 규모(3구간), 주택유형(4구간)의 비율을 토대로 재구성하여 래킹비 조정을 시행함

- 가구 최종 가중치

- 가구 최종 가중치는 가구 설계 가중치와 사후 보정 가중치를 곱하여 계산하며 아래의 수식과 같이 표현할 수 있음

$$w^{FH}_{hij} = w^1_{hij} \times w^2_{hij}$$

- h : h번째 층을 의미하는 첨자
- i : 각 층 내에서 i번째 집계구를 의미하는 첨자
- j : 각 집계구 내에서 j번째 가구를 의미하는 첨자
- w^{FH}_{hij} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 최종 가중치
- w^1_{hij} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 설계 가중치
- w^2_{hij} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 사후 보정 가중치

- 개인 가중치

- 개인 가중치는 ▲개인이 추출될 확률을 구하는 설계 가중치 ▲무응답 등으로 인해 모집단과 차이를 보이는 개인 표본집단을 현 시점의 우리나라 모집단 인구 특성과 일치하도록 맞춰주는 사후 보정 가중치 순서로 산정함

- 개인 설계 가중치

- 본 조사는 표본 가구에 속한 만 13세 이상 가구원 전원을 조사하므로 가구 내 조사대상 가구원 선정 과정이 없음
- 개인이 속한 가구의 추출확률이 반영된 가구 가중치를 개인의 추출 확률을 반영한 개인 설계 가중치로 사용함

- 사후 보정 가중치

- 사후 보정 가중치는 통계청 「2017년 장래인구추계」의 지역(17개), 성(2개), 연령대(6구간) 정보를 이용해 래킹비 조정 방식으로 산출

- 개인 최종 가중치

- 개인 최종 가중치는 개인 설계 가중치와 사후 보정 가중치를 곱하여 계산하며 아래의 수식과 같이 표현할 수 있음

$$w^{FH}_{hijk} = w^1_{hij} \times w^2_{hijk}$$

- h : h번째 층을 의미하는 첨자
- i : 각 층 내에서 i번째 집계구를 의미하는 첨자
- j : 각 집계구 내에서 j번째 가구를 의미하는 첨자
- k : 각 가구 내의 k번째 응답자를 의미하는 첨자
- w^{FH}_{hijk} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 k번째 응답자의 최종 가중치
- w^1_{hij} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 설계 가중치
- w^2_{hijk} : h번째 층의 i번째 집계구 내 j번째 가구의 k번째 응답자의 사후 보정 가중치

표 1-6-1 17개 시도별 모집단 정보 : 성·연령별 구성비

(단위 : %)

	계	남자	여자	13-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
서울	19.3	18.8	19.8	16.7	21.5	21.0	18.7	18.6	18.8
부산	6.8	6.7	6.9	6.0	6.8	6.2	6.2	7.0	7.8
대구	4.8	4.8	4.9	5.1	4.9	4.4	4.9	5.0	4.8
인천	5.7	5.7	5.6	5.7	5.8	6.0	5.8	6.0	4.9
광주	2.9	2.9	2.9	3.5	3.1	2.9	3.0	2.8	2.5
대전	3.0	3.0	3.0	3.2	3.5	2.9	3.0	2.8	2.6
울산	2.2	2.3	2.1	2.5	2.2	2.4	2.4	2.5	1.8
경기	24.6	24.8	24.3	26.0	24.6	26.6	26.8	24.6	20.6
강원	3.0	3.0	3.0	3.0	2.8	2.4	2.7	3.1	3.7
충북	3.1	3.2	3.1	3.2	3.1	2.9	3.0	3.1	3.4
충남	4.1	4.3	4.0	4.1	4.1	4.1	3.9	3.9	4.7
전북	3.6	3.6	3.6	3.8	3.3	2.9	3.3	3.5	4.5
전남	3.5	3.5	3.5	3.6	2.6	2.8	3.1	3.5	4.9
경북	5.3	5.3	5.2	5.0	4.6	4.5	4.8	5.4	6.7
경남	6.5	6.6	6.4	6.8	5.6	6.4	6.6	6.7	6.8
제주	1.2	1.2	1.2	1.4	1.1	1.2	1.3	1.2	1.2
세종	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.6	0.4	0.4
전국	100.0	50.0	50.0	8.6	15.1	16.6	18.8	18.4	22.4

07^{PART}

실사 수행 개요

□ 실사 일정

- 조사 기획 및 협의 : 5월 16일 ~ 6월 9일
- 설문지 협의 및 확정 : 6월 9일 ~ 6월 27일
- 표본 설계 및 집계구 추출 : 6월 9일 ~ 6월 27일
- 조사 면접원 선발 : 5월 23일 ~ 6월 3일
- 조사 면접원 교육 : 6월 29일 ~ 7월 17일
- 실사 진행 : 6월 29일 ~ 9월 22일
- 자료 검증 : 8월 11일 ~ 9월 29일
- 자료 입력 및 처리 : 9월 8일 ~ 10월 27일
- 데이터 클리닝 및 가중치 작업 : 9월 29일 ~ 11월 20일

08 PART

조사응답률

□ 조사 성공률

- 총 40,459 가구를 접촉하였으며, 20,000 가구에서 조사를 성공하여 성공률은 49.4%로 나타남

표 1-8-1 가구 접촉 결과: 전체 가구 기준

(단위: 가구, %)

유형	가구수	%
전체 성공 가구 수	20,000	49.4
거절	11,301	27.9
부재	8,110	20.0
비적격	648	1.6
빈집(장기부재)	400	1.0
전체 접촉 가구 수	40,459	100.0

□ 원표본 가구에 대한 조사 성공률

- 최초 조사대상가구로 선정된 원표본 가구 20,000 가구 중 성공한 가구는 9,770 가구로 원표본 가구 조사 성공률은 48.9%로 나타남

표 1-8-2 가구 접촉 결과: 원표본 가구 기준

(단위: 가구, %)

유형	가구수	%
원표본 가구 전체 성공 가구 수	9,770	48.9
거절	5,530	27.7
부재	4,101	20.5
비적격	351	1.8
빈집(장기부재)	248	1.2
원표본 가구 전체 접촉 가구 수	20,000	100.0

II

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

조사결과 요약

MEDIA



Internet

1장 주요 조사결과

Download



2장 17개 시도별 주요 지표

Television



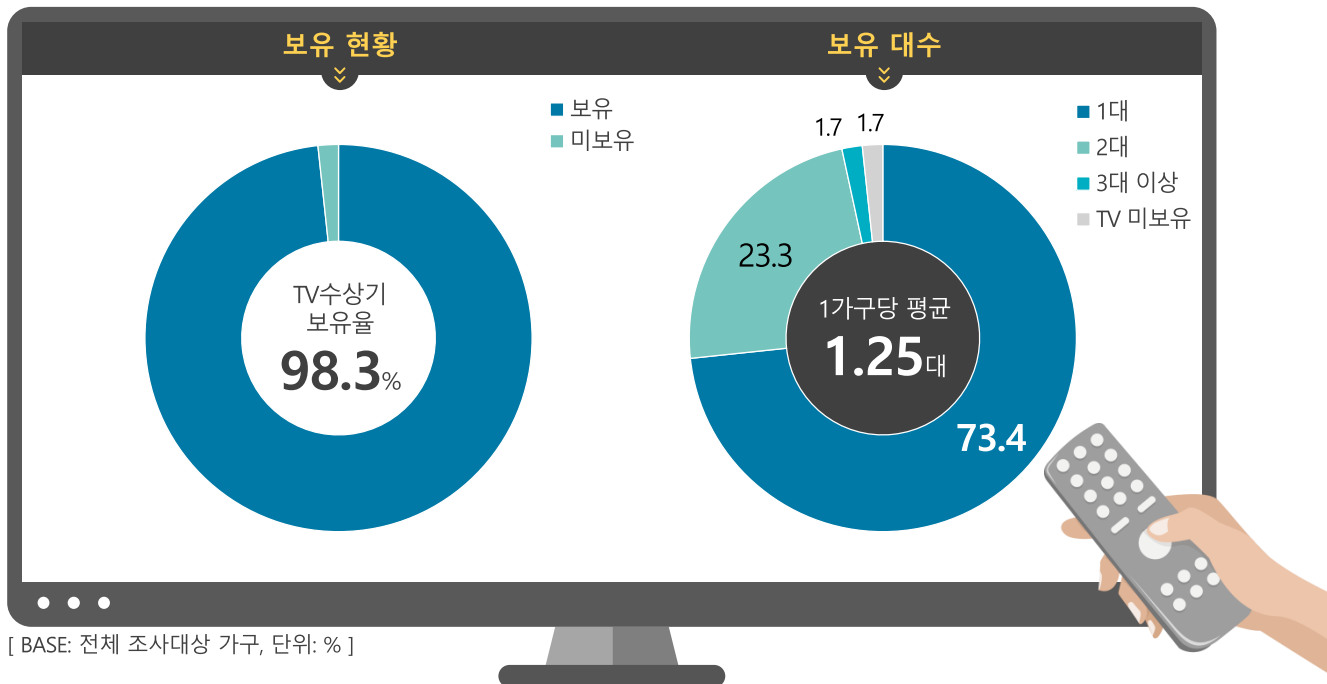
01

전체 가구의 98.3%가 고정형 TV수상기 보유, 가구당 평균 보유대수는 1.25대

□ 우리나라 가구의 TV수상기 보유율 및 가구 당 보유 대수

- 우리나라 전체 가구 중 98.3%가 가구 내 TV수상기를 보유하고 있으며, 1가구당 TV수상기 평균 보유 대수는 1.25대
- 전체 가구 4가구 중 3가구 가량(73.4%)은 가구 내 1대의 TV수상기를 보유하고 있으며, 가구 내 2대 이상의 TV수상기를 보유하고 있는 가구는 전체 가구 중 25.0%
 - 1대의 TV수상기 보유 가구는 73.4%로 전년 대비 0.6%p 증가
 - 2대 이상의 TV수상기 보유 가구는 25.0%로 전년 대비 0.8%p 감소

▶ TV수상기 보유율 및 가구 당 보유 대수



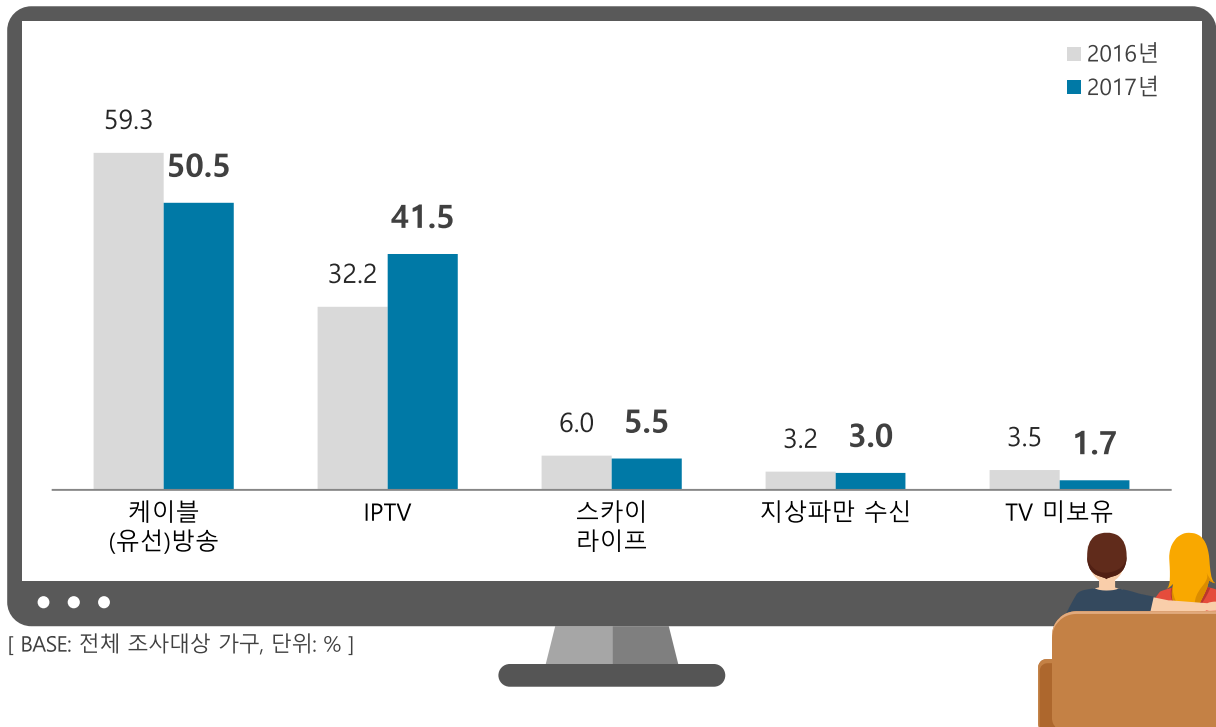
02

우리나라 가구의 방송수신방법은 케이블(50.5%) > IPTV(41.5%) > 스카이라이프(5.5%) 순

□ TV수상기를 통한 방송 수신 현황 (중복응답 기준)

- 우리나라 전체 가구의 절반 가량인 50.5%의 가구는 가구 내 TV수상기에서 케이블(유선)방송 서비스를 이용해 유료방송을 시청하고 있는 것으로 나타남
- 케이블(유선)방송 서비스 다음으로는 IPTV 서비스(41.5%)를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 가구가 많았으며, 스카이라이프를 통해 방송을 수신하는 경우는 전체 가구의 5.5%였음
 - 한편, 지상파만 수신하는 가구는 전체 가구의 3.0%로 나타남
 - 전년과 비교해 IPTV는 9.3%p 상승한 반면, 케이블(유선)방송 수신은 7.8%p, 스카이라이프는 0.5%, 지상파만 수신하는 가구는 0.2%p 하락

▶ TV수상기를 통한 방송 수신 현황 (중복응답 기준)



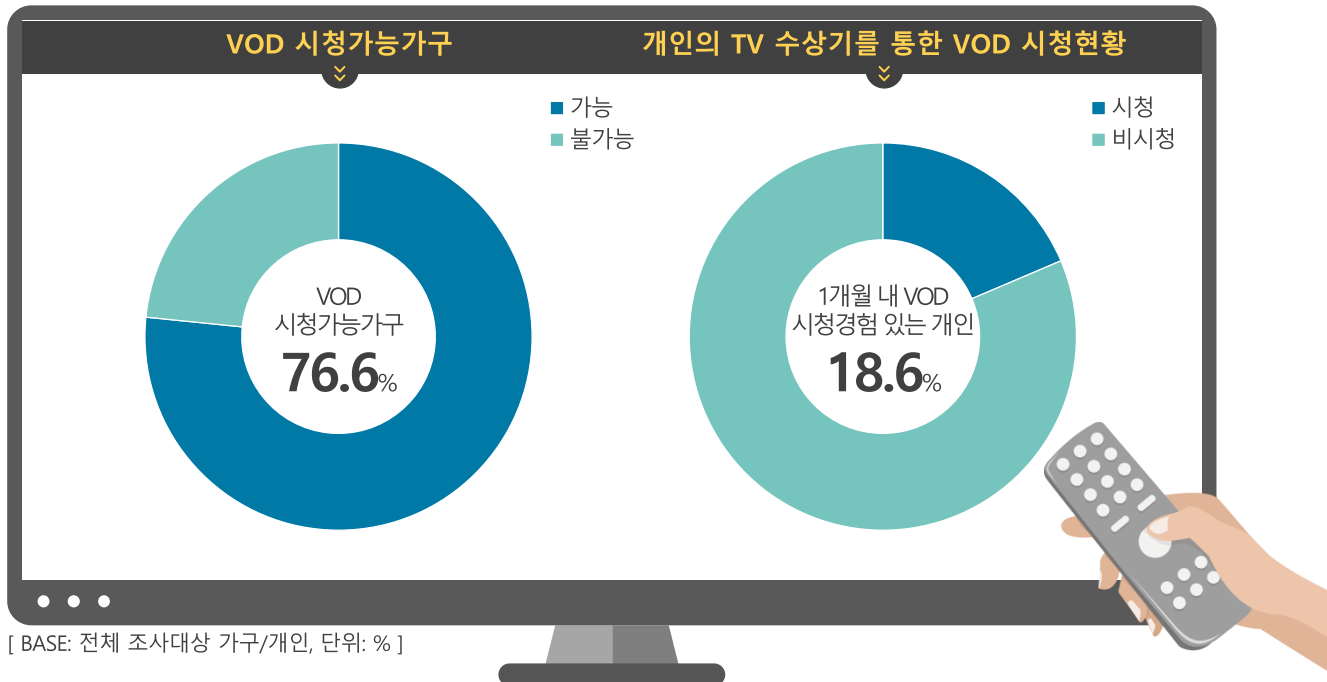
03

전체 가구 중 VOD 시청가능가구는 76.6%, TV 수상기를 통한 VOD 시청경험자는 18.6%

□ VOD 시청가능가구 및 시청현황

- 우리나라 전체 가구 중 VOD 시청가능가구는 76.6%로 조사되었으며, 전체 응답자 중 18.6%가 최근 1개월 이내 TV 수상기를 통해 VOD 시청 경험이 있는 것으로 나타남
 - VOD 시청가능가구의 비율은 76.6%로 전년 대비 4.6%p 증가
 - 개인의 TV 수상기를 통해 최근 1개월 내 VOD 시청경험은 18.6%로 전년과 비슷한 수준

▶ 우리나라 가구 중 VOD 시청가능가구* 및 개인의 TV 수상기를 통한 VOD 시청현황



* VOD 시청가능가구란, 디지털케이블, IPTV, 올레TV스카이라이프 중 1개 이상 가입 가구를 의미함

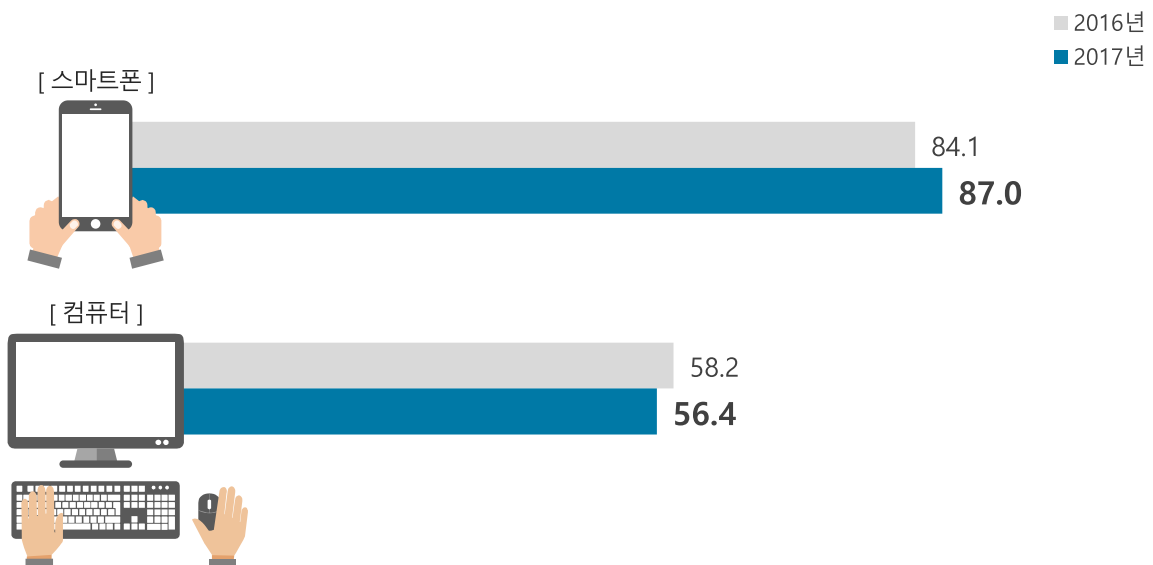
04

스마트폰 이용 경험률은 87.0%,
컴퓨터 이용 경험률은 56.4%

□ 스마트폰 및 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용 현황

- 전체 응답자의 87.0%가 스마트폰을 이용한 경험이 있다고 응답하였으며, 전체 응답자 중 과반(56.4%)이 최근 1개월 내 가구 또는 본인이 보유한 컴퓨터를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남
 - 전체 응답자의 13.0%는 스마트폰을 이용하지 않고 휴대폰이 없거나 일반 피쳐폰을 이용하고 있었으며, 43.6%는 보유하고 있는 컴퓨터가 없거나 있어도 최근 1개월 내 이용한 적이 없는 것으로 조사됨
- 지난 1개월 내 스마트폰 이용 경험률은 전년 대비 2.9%p 상승한 반면, 가구 보유 컴퓨터 이용 경험률은 전년 대비 1.8%p 하락함

▶ 스마트폰 및 가구 내 컴퓨터 이용 경험*



[BASE: 전체 조사대상 개인, 단위: %]

* 본 컴퓨터 이용 경험은 본인 또는 가구 보유 컴퓨터를 대상으로 조사한 것으로 그 밖의 컴퓨터 이용 경험은 제외되어 있으므로 해석에 주의가 필요함

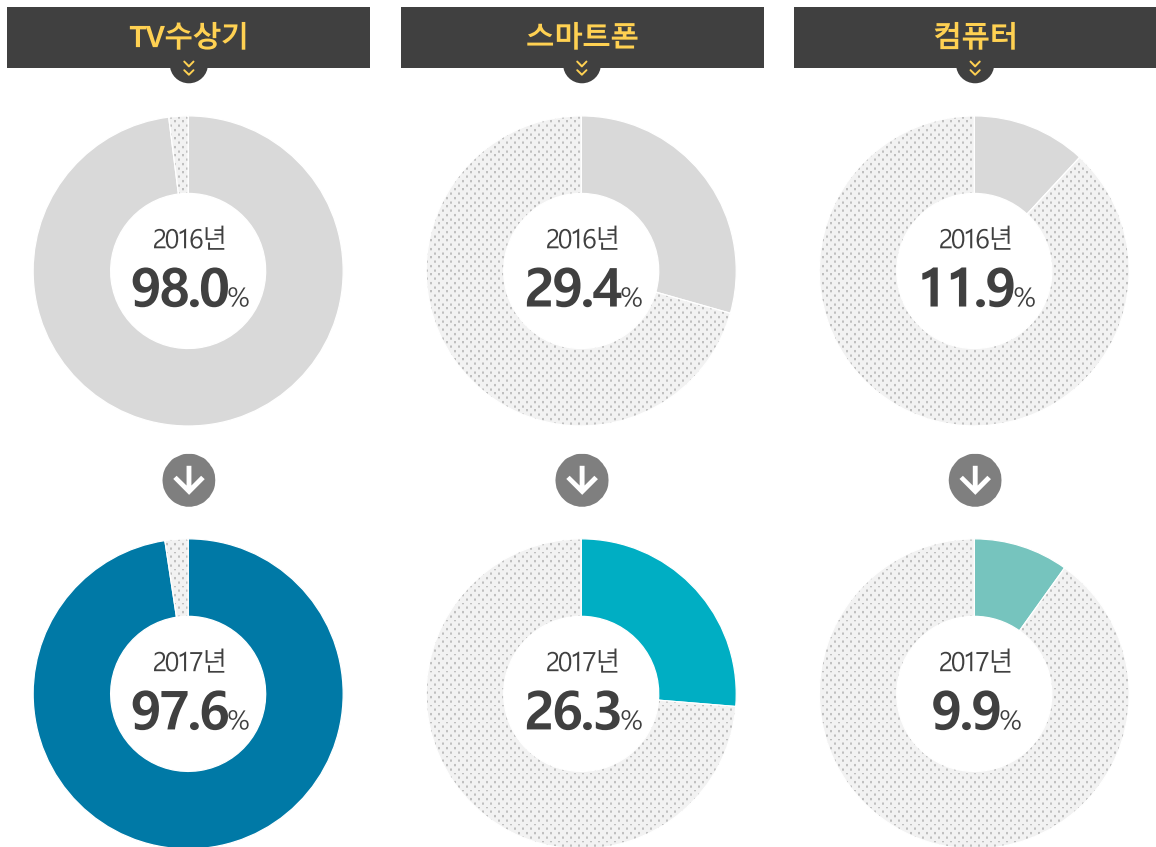
05

TV수상기, 스마트폰, 컴퓨터에서
TV방송프로그램 시청 경험률 정체 또는 하락

□ 3 스크린에서의 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- TV수상기에서 TV방송프로그램을 시청한 사람의 비율은 97.6%였으며, 스마트폰을 이용해 시청한 경우는 26.3%, 컴퓨터를 이용해 시청한 경우는 9.9%였음
- 한편, TV수상기, 스마트폰 및 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 응답자의 비율은 전년 대비 각각 0.4%p, 3.1%p, 2.0%p 감소한 것으로 나타남

▶ 3 스크린에서의 TV방송프로그램 시청 경험 여부



[BASE: 전체 조사대상 개인, 단위: %]

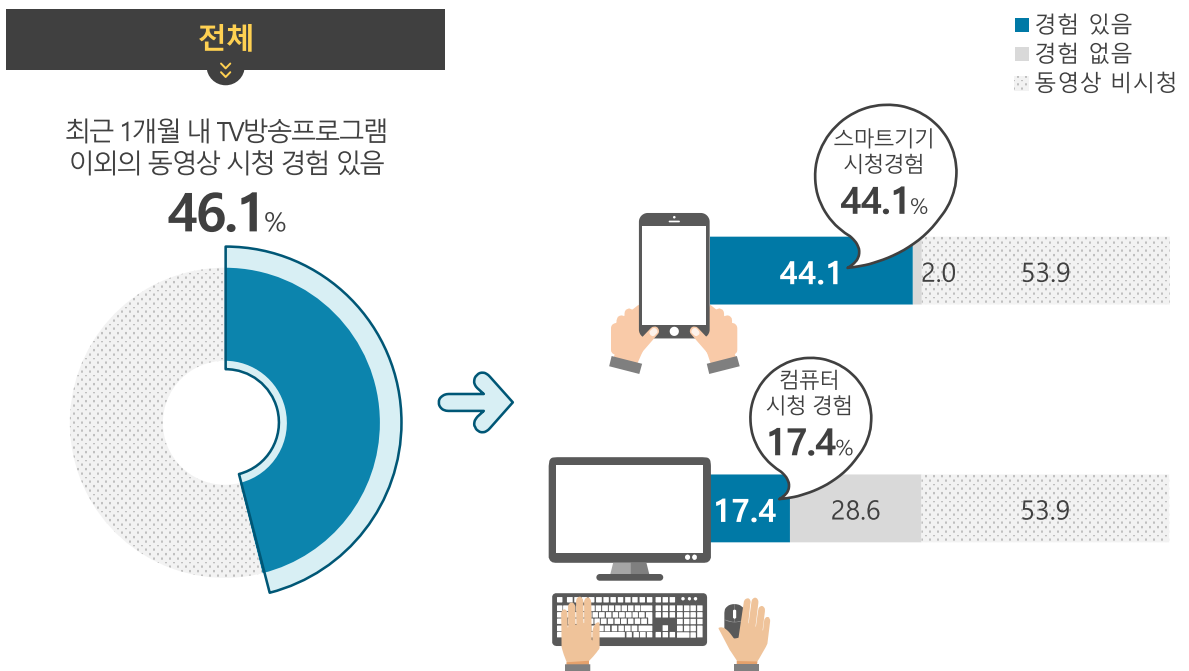
06

TV방송프로그램 이외의 동영상,
46.1%가 최근 1개월 내 시청 경험 있음

□ 컴퓨터 및 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험

- 전체 응답자 46.1%는 최근 1개월 내 영화나 개인방송 등 TV방송프로그램 이외의 각종 동영상을 시청한 경험이 있다고 응답한 가운데,
- 전체 응답자 중 44.1%는 최근 1개월 내에 스마트폰, 스마트패드와 같은 스마트기기를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 다른 동영상을 시청한 경험이, 17.4%는 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 다른 동영상을 시청한 경험이 있는 것으로 조사됨

▶ TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험



[BASE: 전체 조사대상 개인, 단위: %]

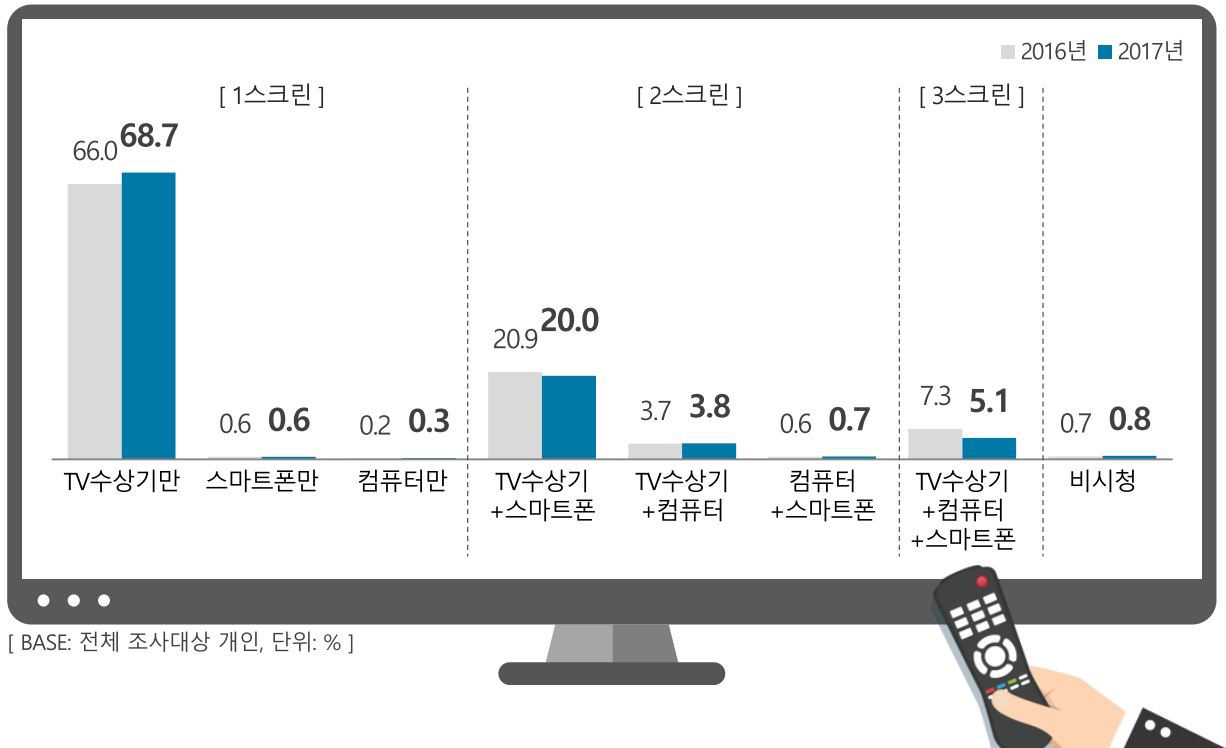
07

전체의 69.6%는 1스크린 시청자
2스크린 시청자는 24.5%, 3스크린 시청자는 5.1%

□ 3 스크린 시청 현황

- 전체 응답자의 69.6%는 TV수상기, 스마트폰, 컴퓨터 중 1개의 스크린만을 이용해 TV방송프로그램을 시청해, 전년 대비 2.8%p 증가함
 - TV수상기만으로 시청했다는 응답자는 68.7%로 전년 대비 2.7%p 증가해 1 스크린 시청 비율 상승을 견인
- 3 스크린 중 2개의 스크린을 이용해 시청하는 응답자는 24.5%로 전년과 보합
- TV수상기, 스마트폰, 컴퓨터를 모두 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 3 스크린 시청자는 전체 응답자의 5.1%로, 전년 대비 2.2%p 감소함

▶ 3 스크린 시청 현황



II

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

조사결과 요약

MEDIA



Internet

1장 주요 조사결과



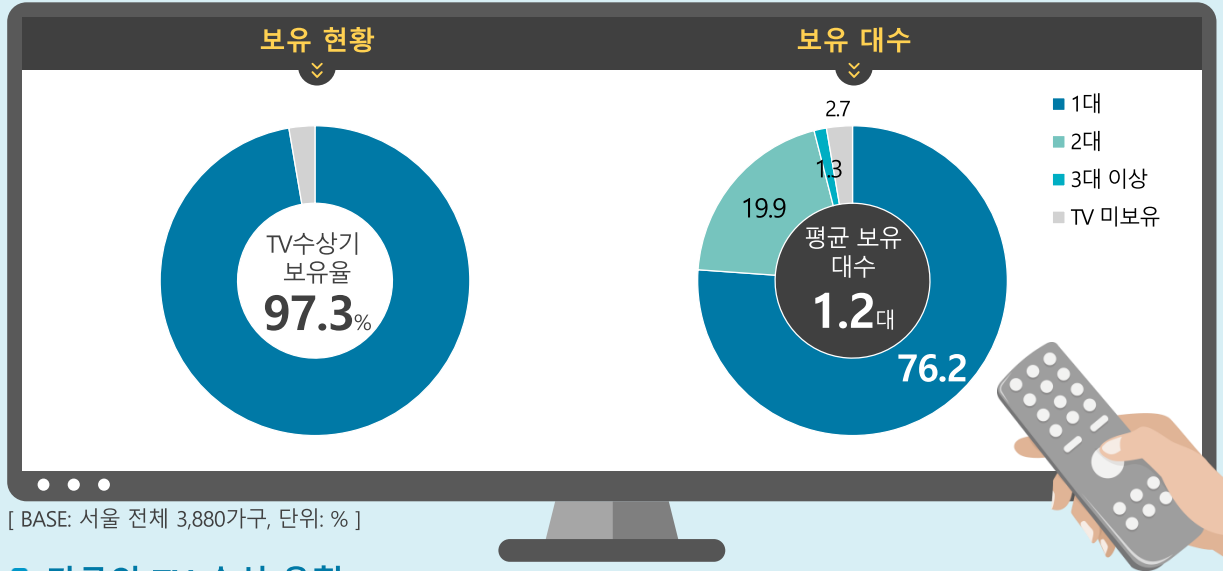
Download

2장 17개 시도별 주요 지표

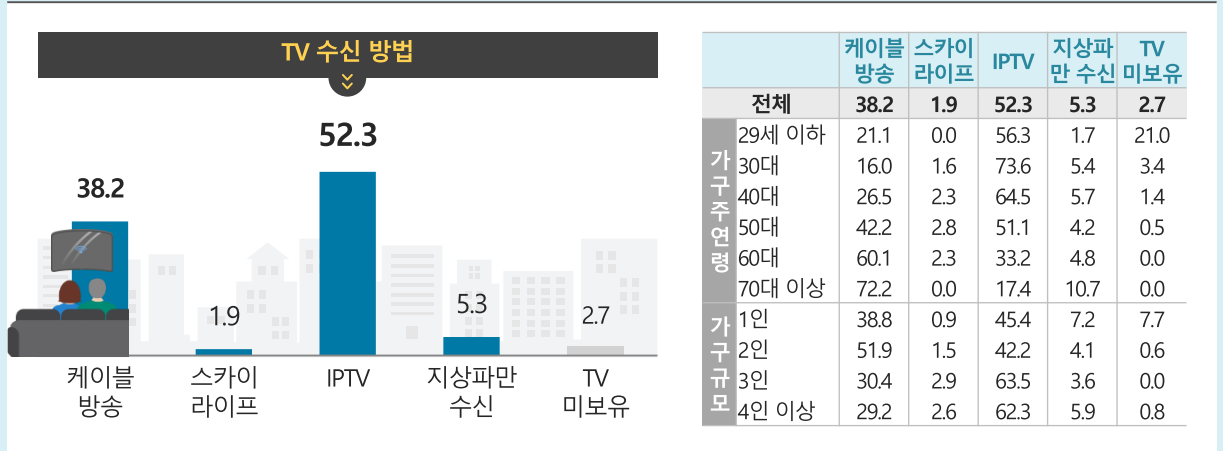


Television

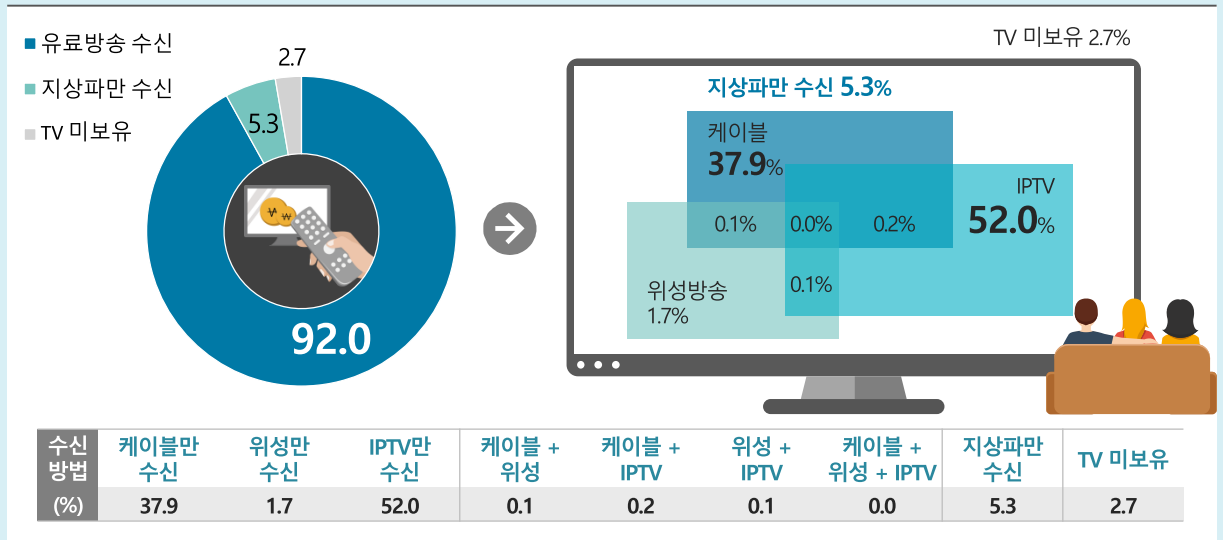
▶ TV수상기 보유율



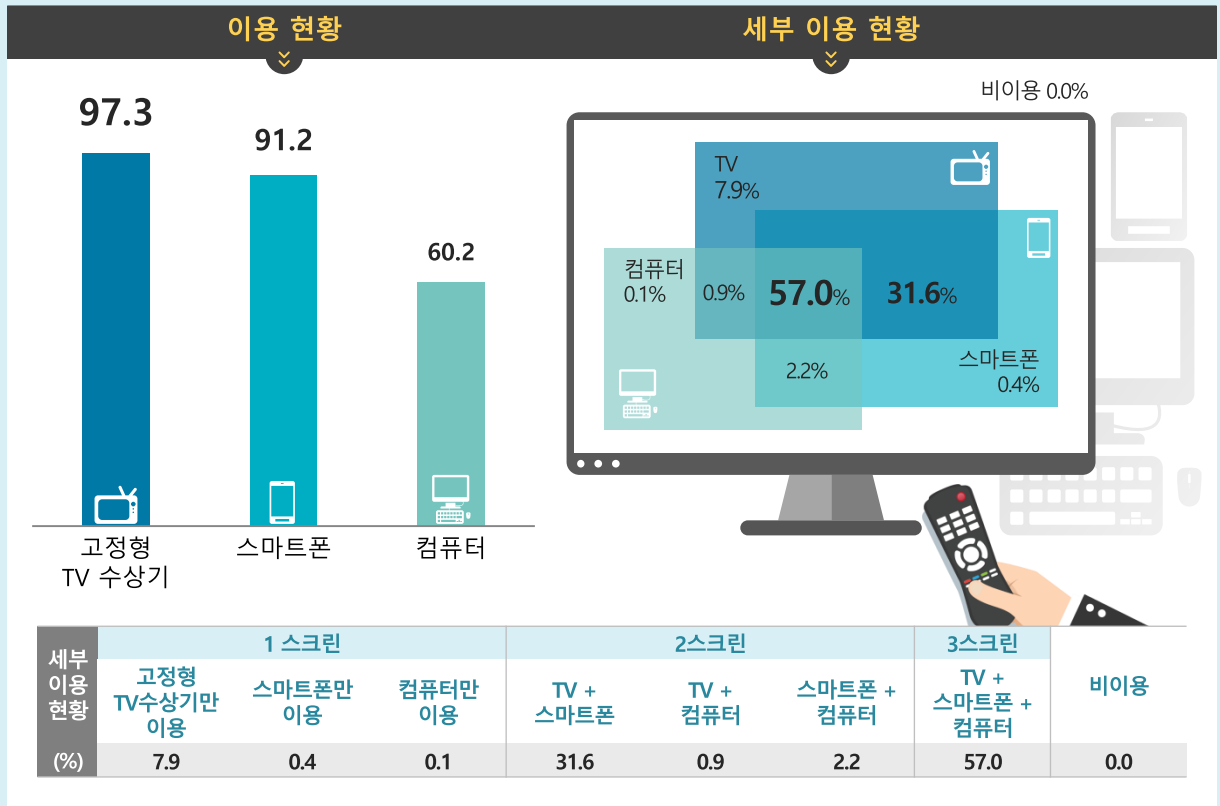
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

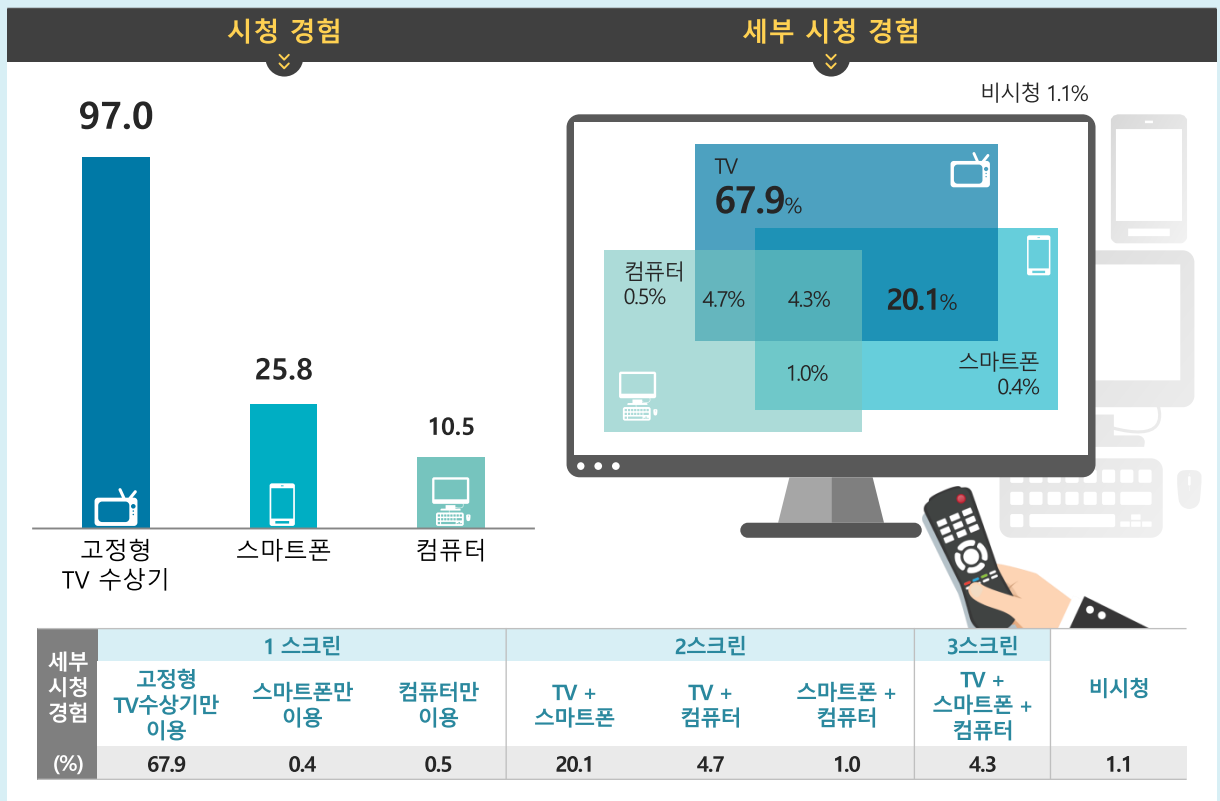


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



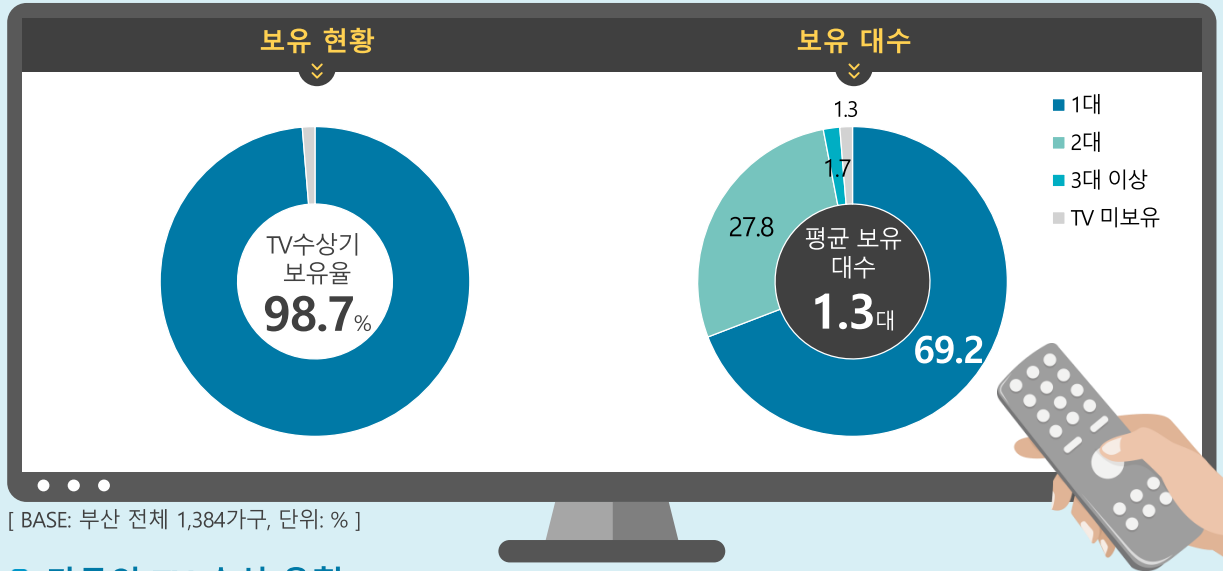
[BASE: 서울 전체 응답자 8,106명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

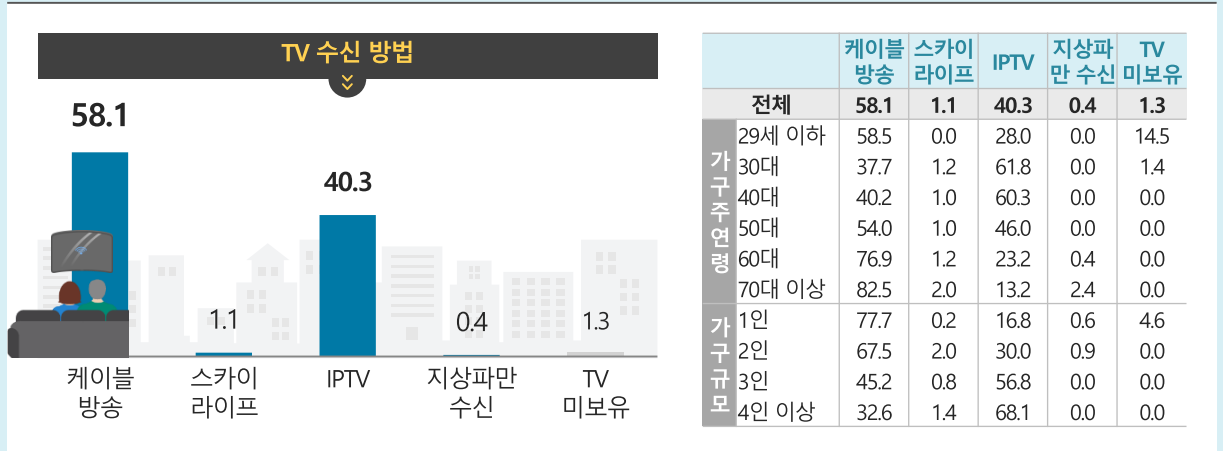


[BASE: 서울 전체 응답자 8,106명, 단위: %]

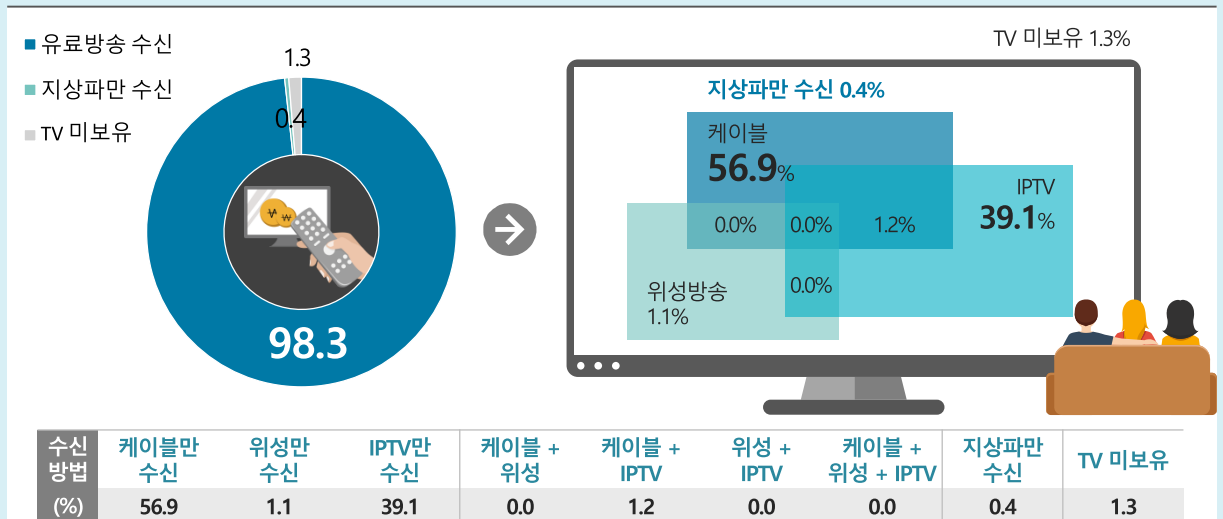
▶ TV수상기 보유율



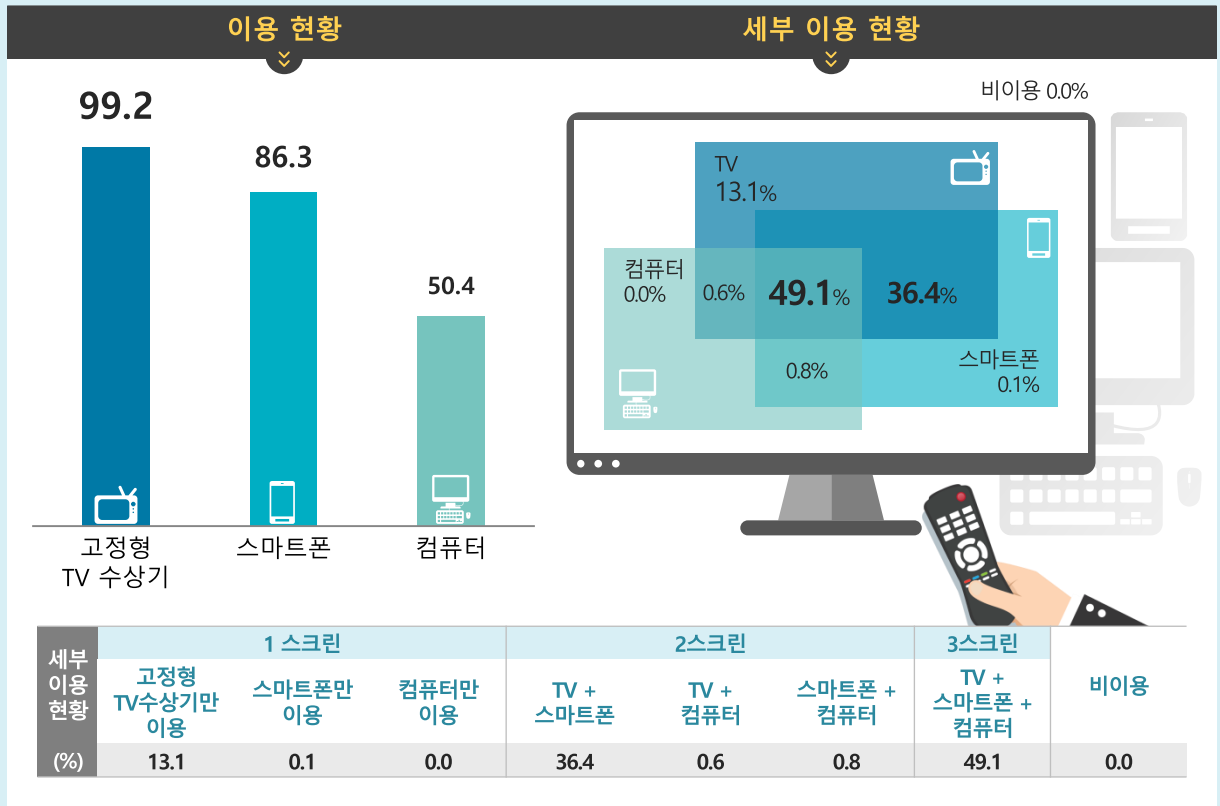
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

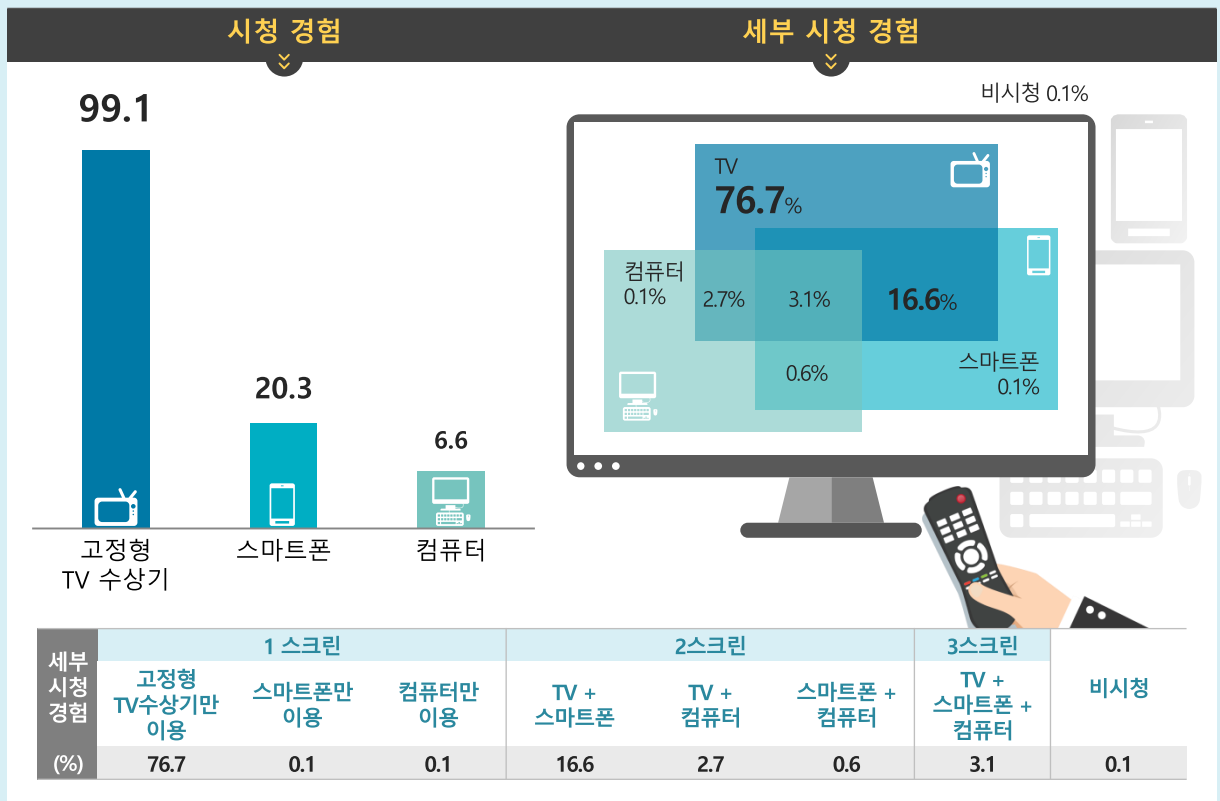


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



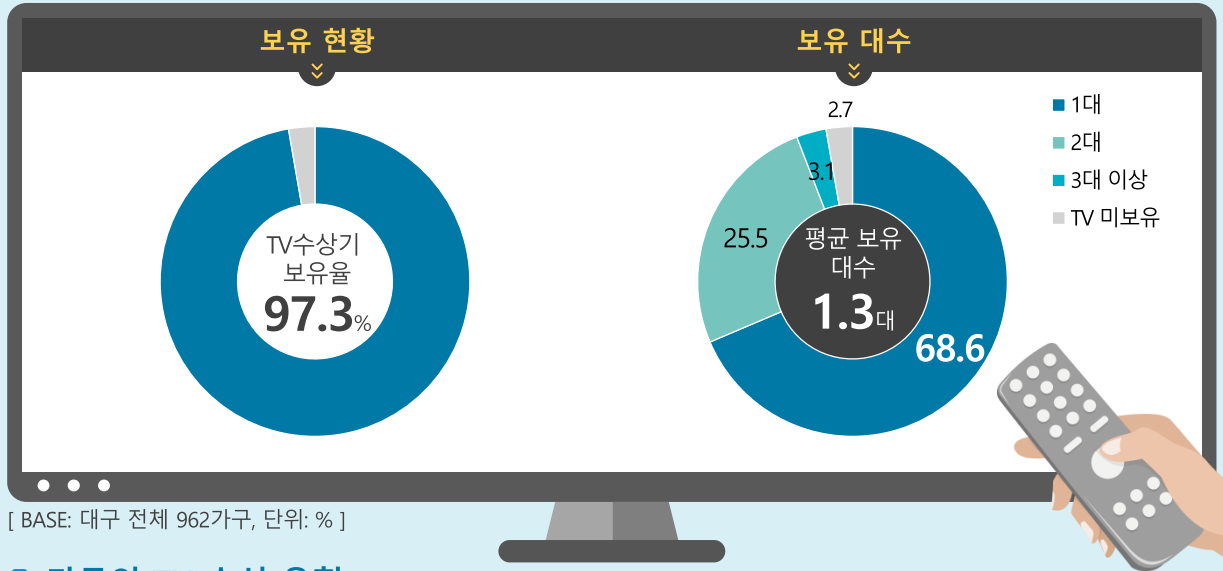
[BASE: 부산 전체 응답자 2,843명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

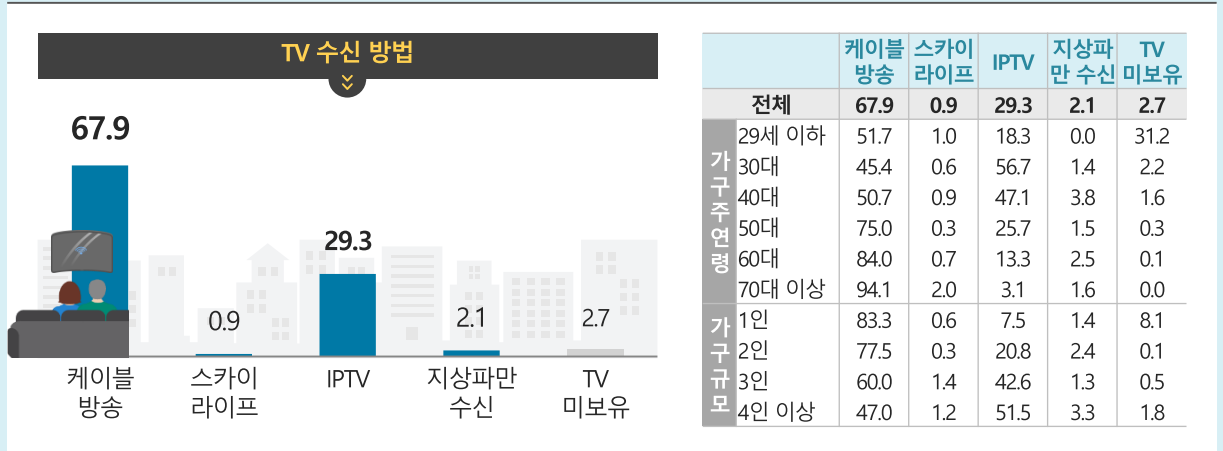


[BASE: 부산 전체 응답자 2,843명, 단위: %]

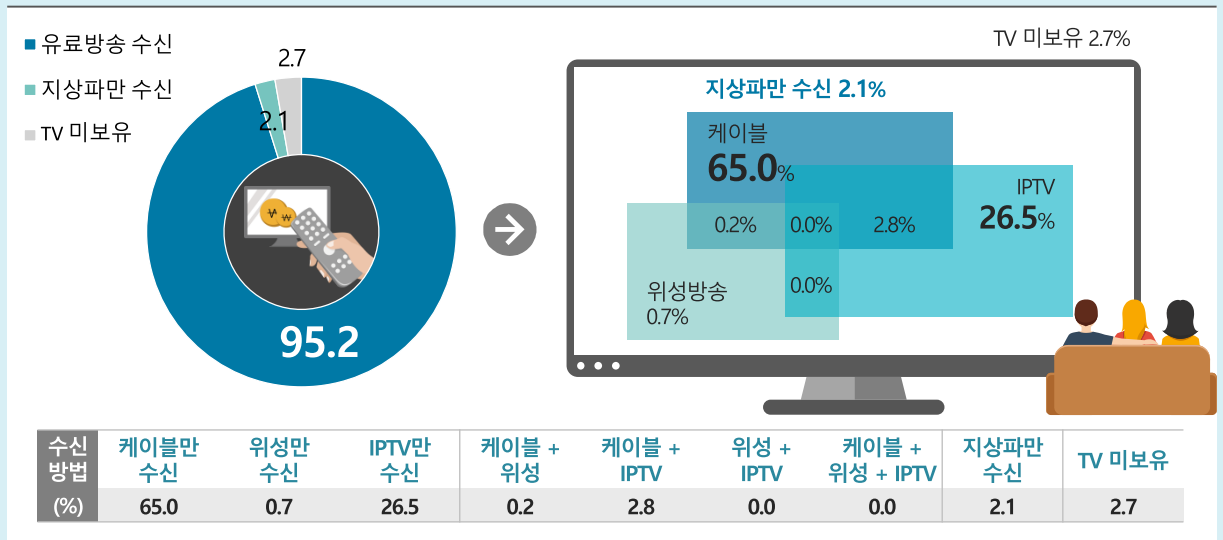
▶ TV수상기 보유율



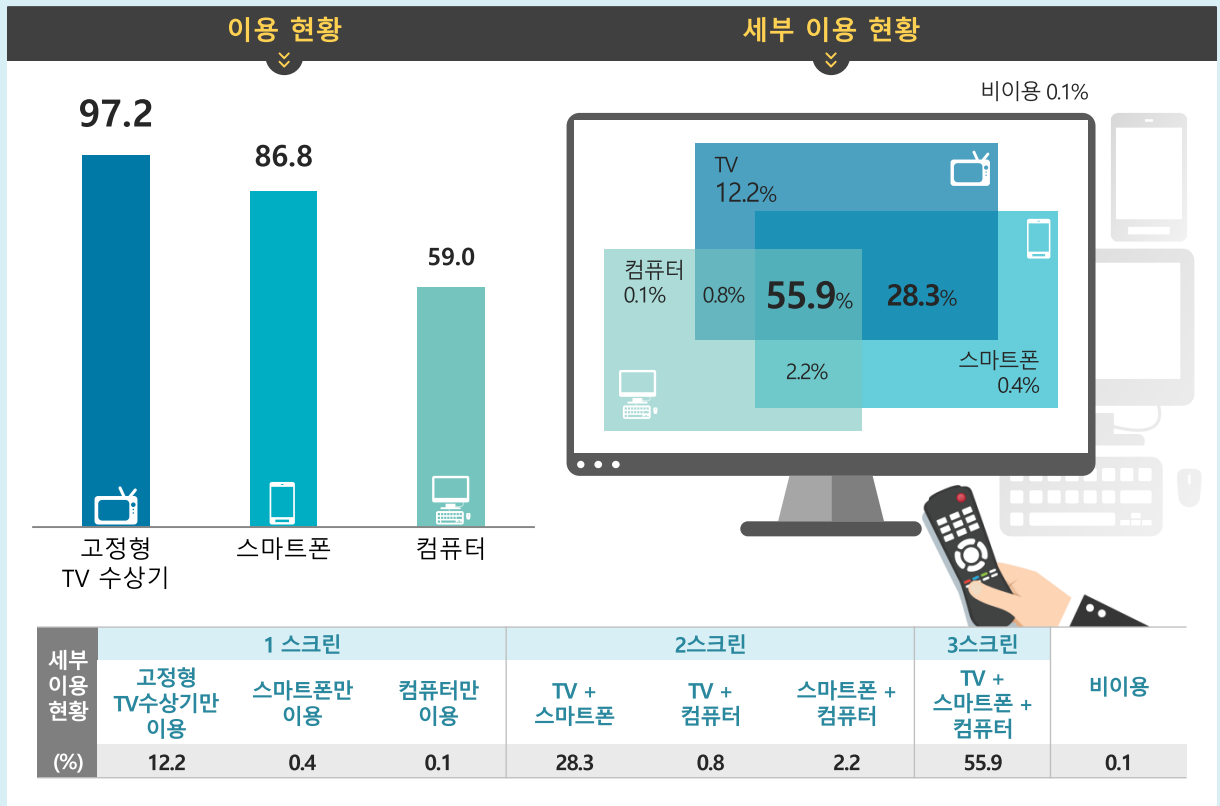
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

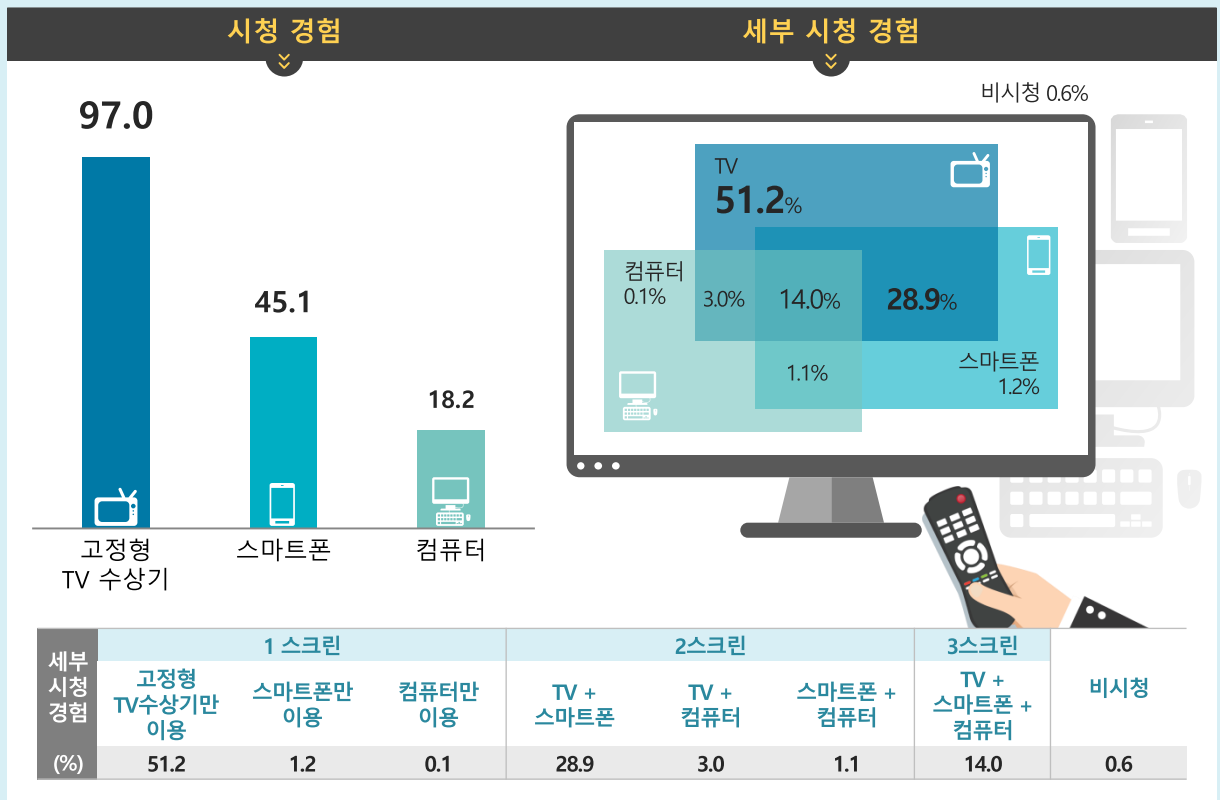


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



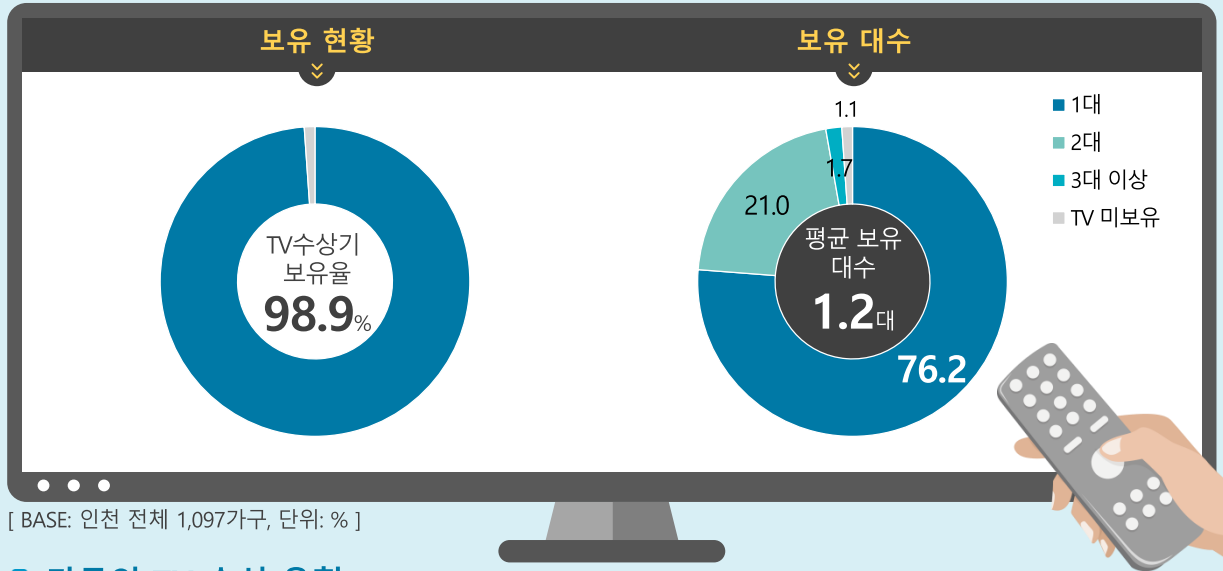
[BASE: 대구 전체 응답자 2,020명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

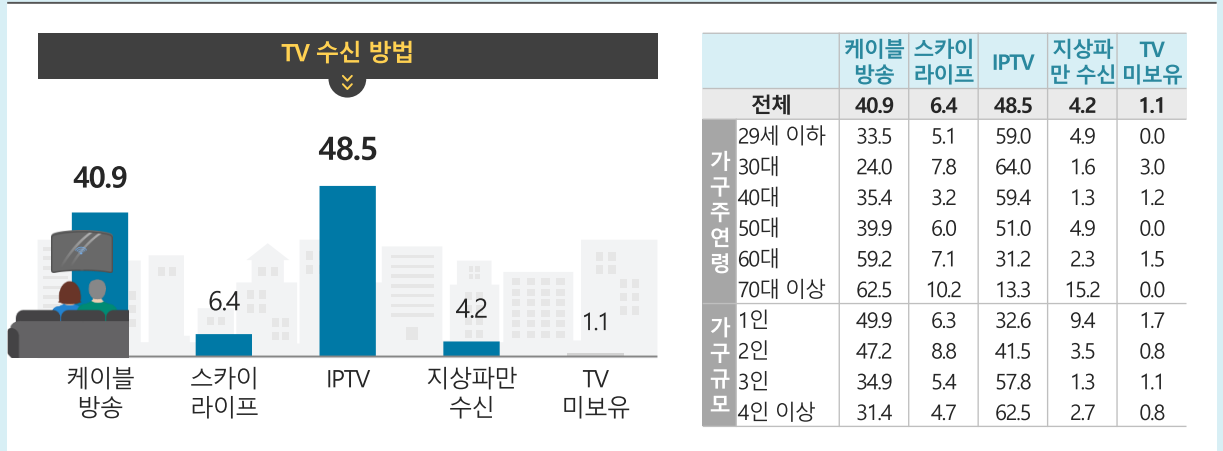


[BASE: 대구 전체 응답자 2,020명, 단위: %]

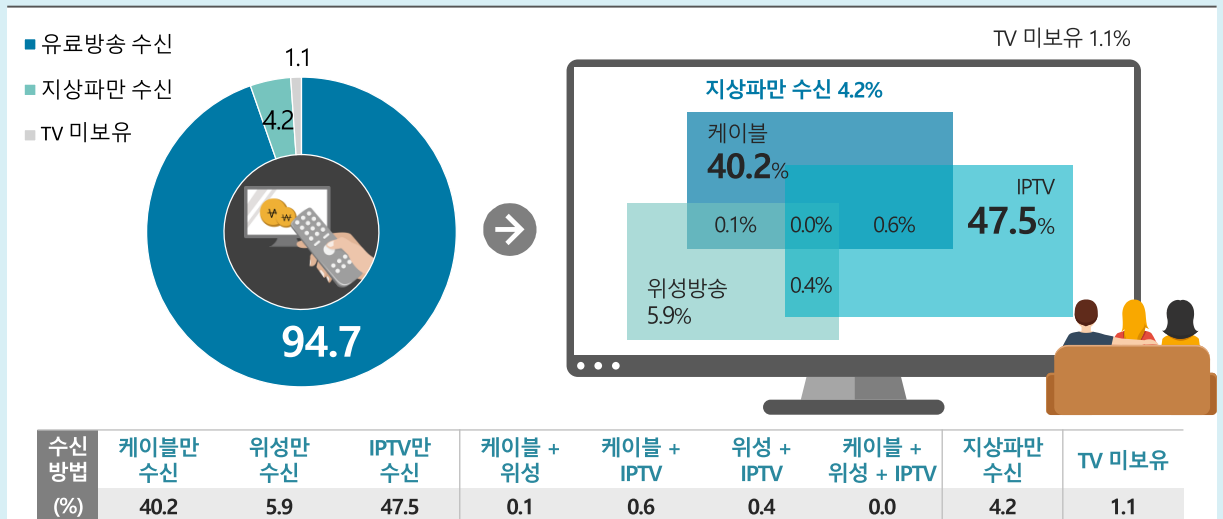
▶ TV수상기 보유율



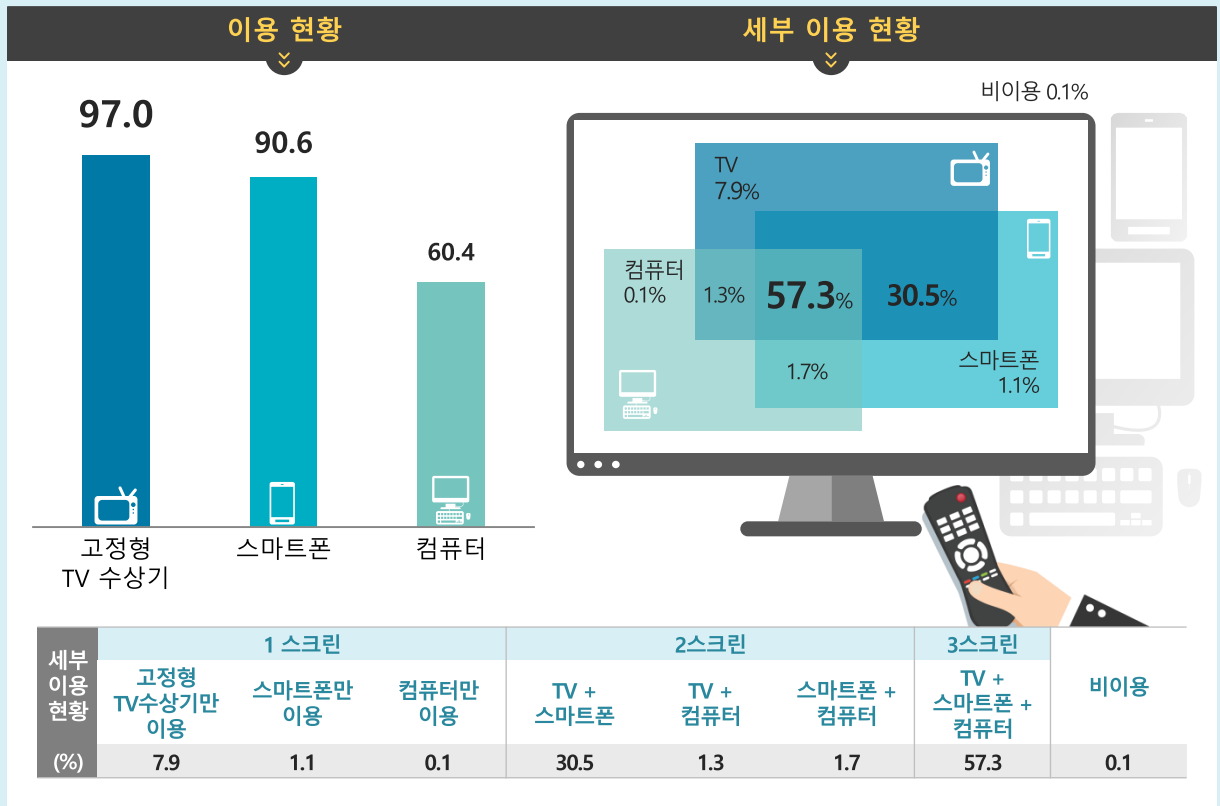
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

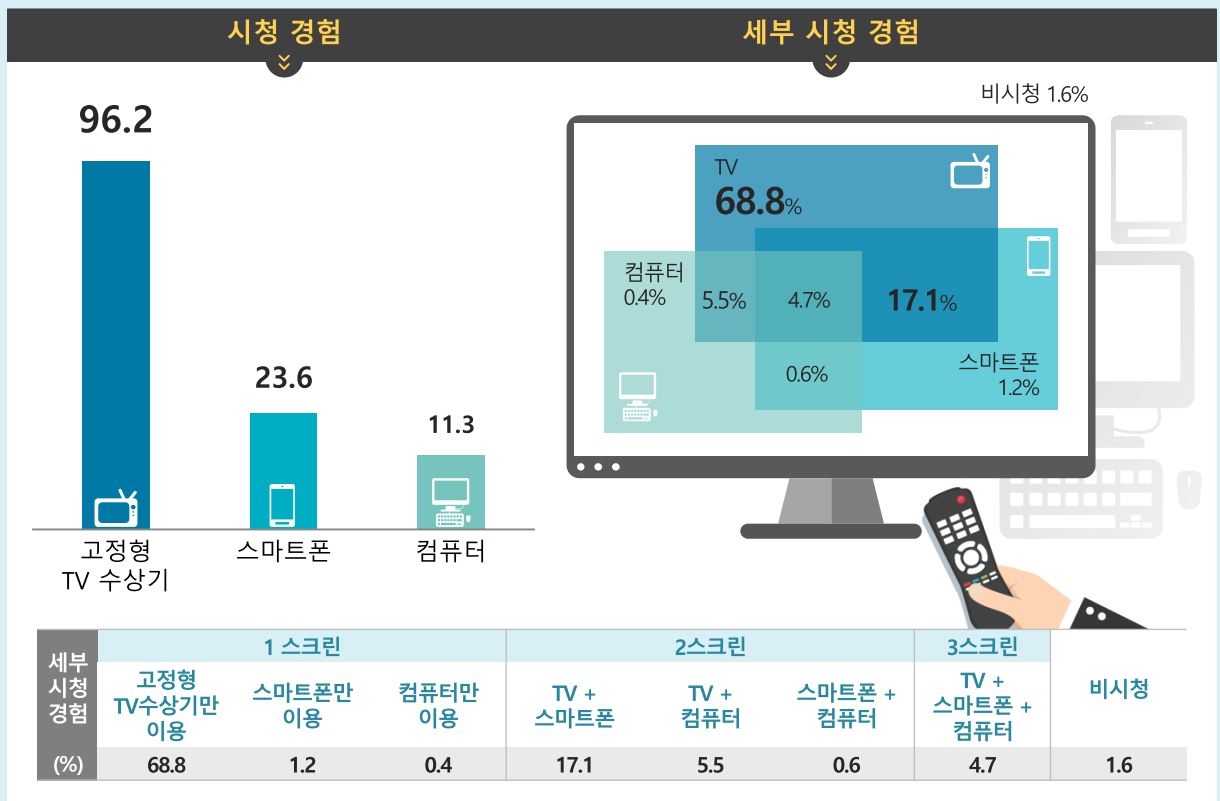


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



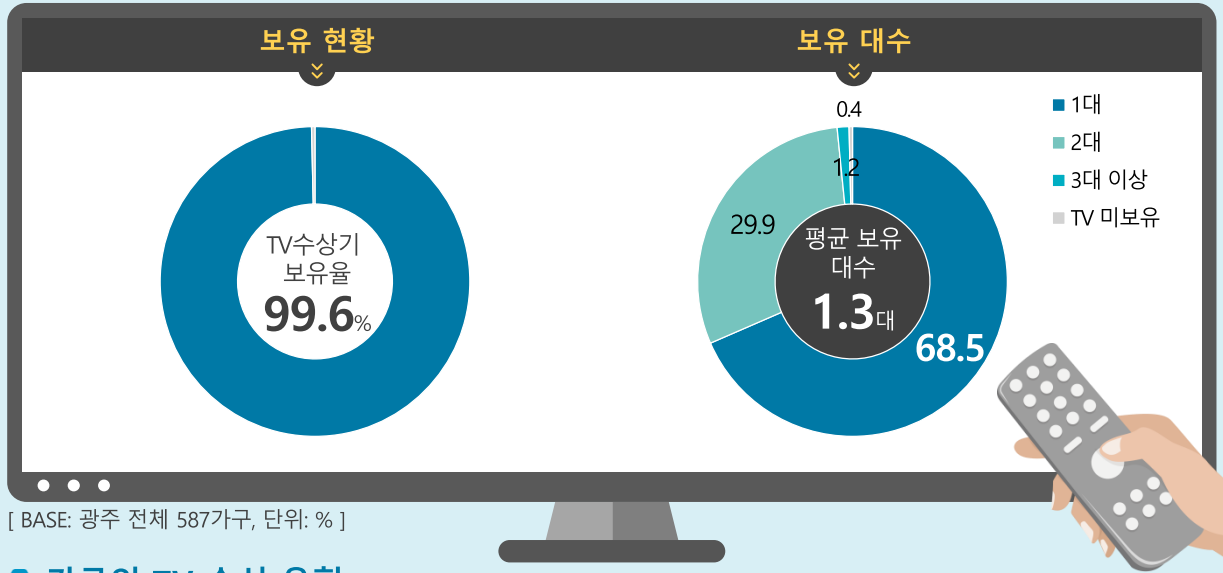
[BASE: 인천 전체 응답자 2,372명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

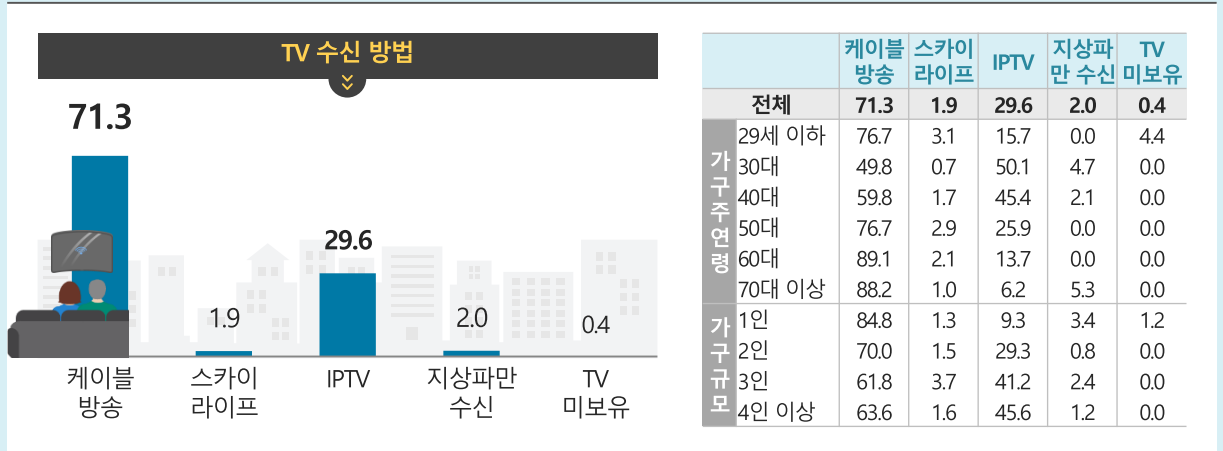


[BASE: 인천 전체 응답자 2,372명, 단위: %]

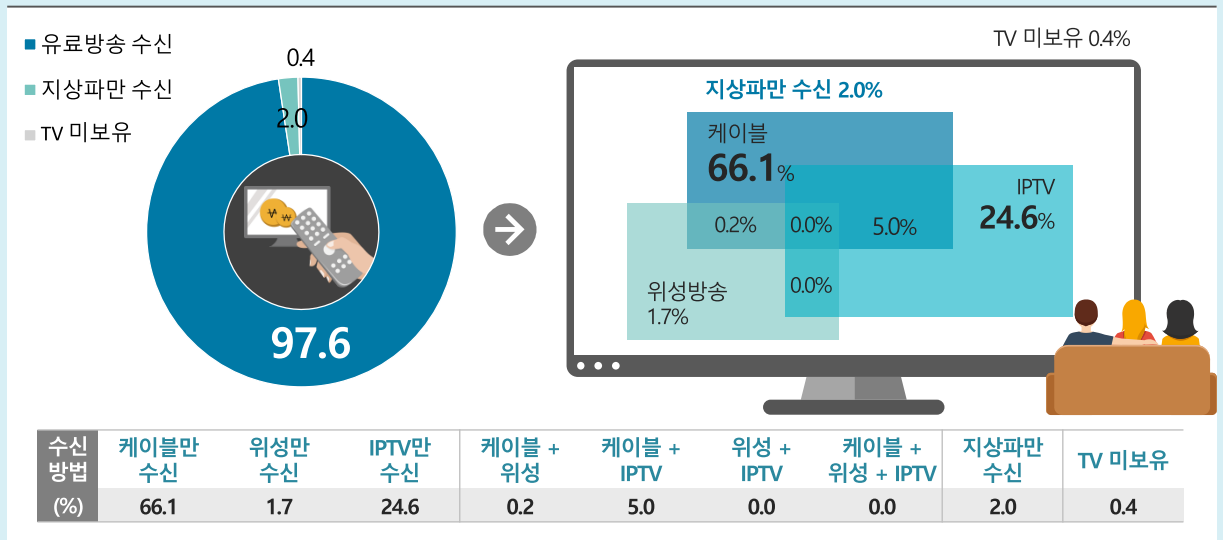
▶ TV수상기 보유율



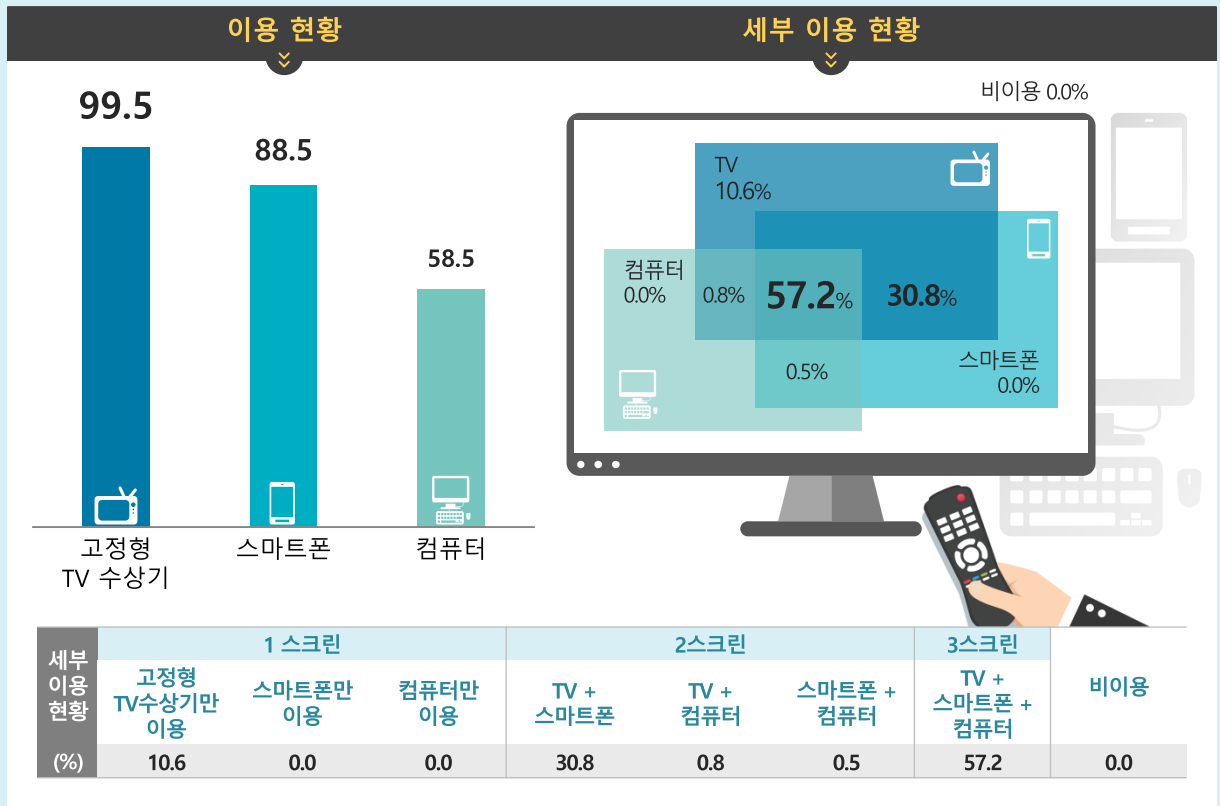
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

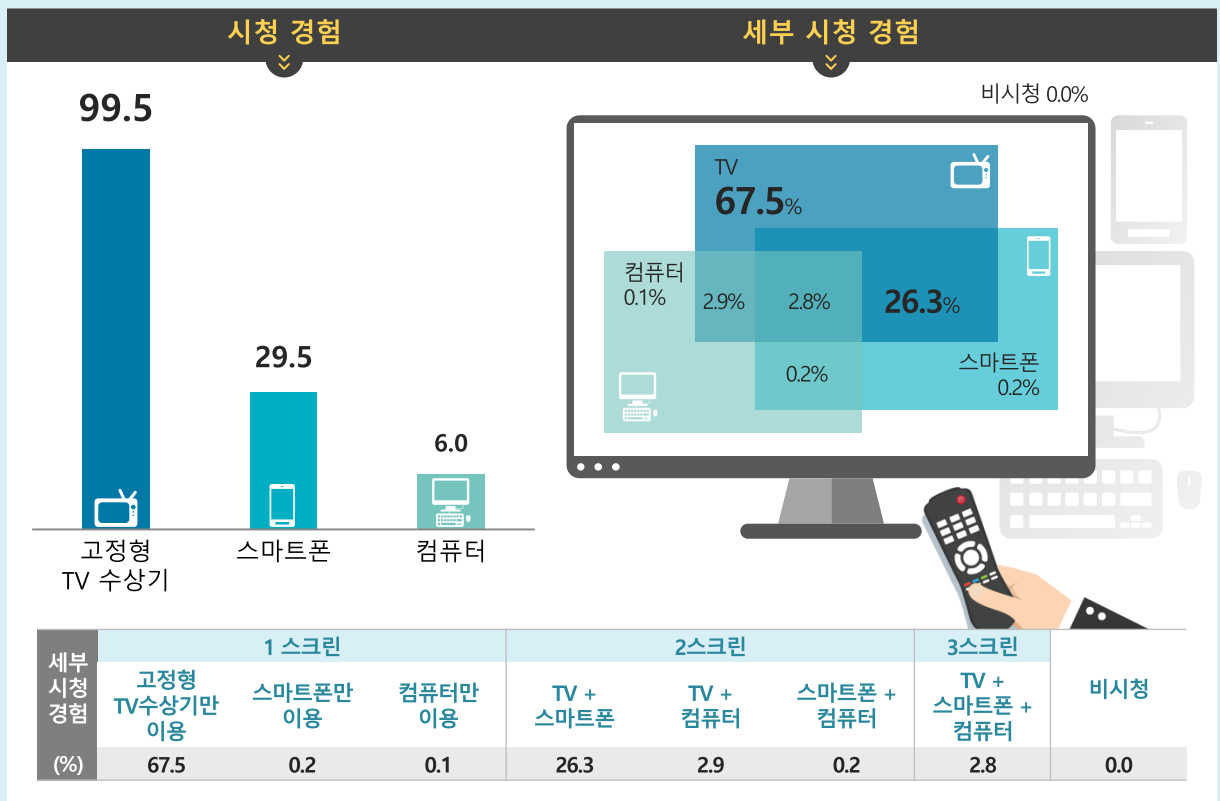


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



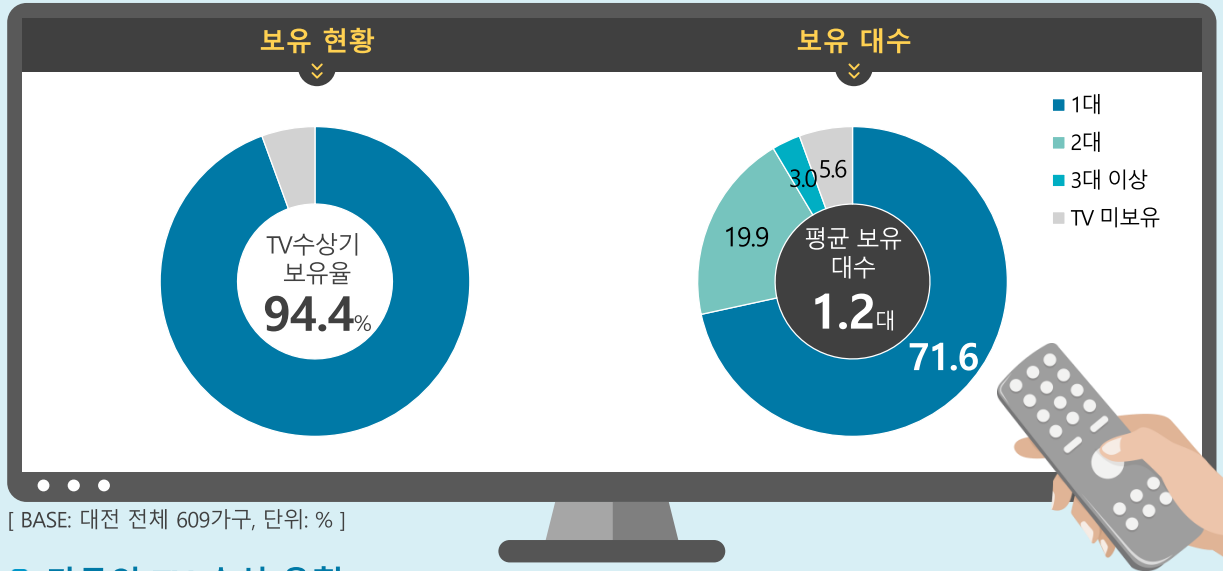
[BASE: 광주 전체 응답자 1,210명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

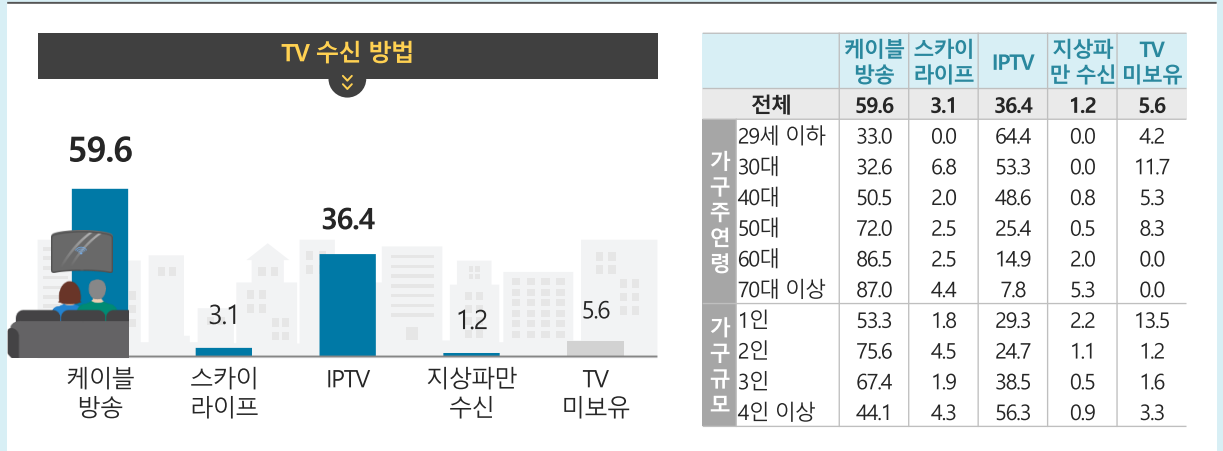


[BASE: 광주 전체 응답자 1,210명, 단위: %]

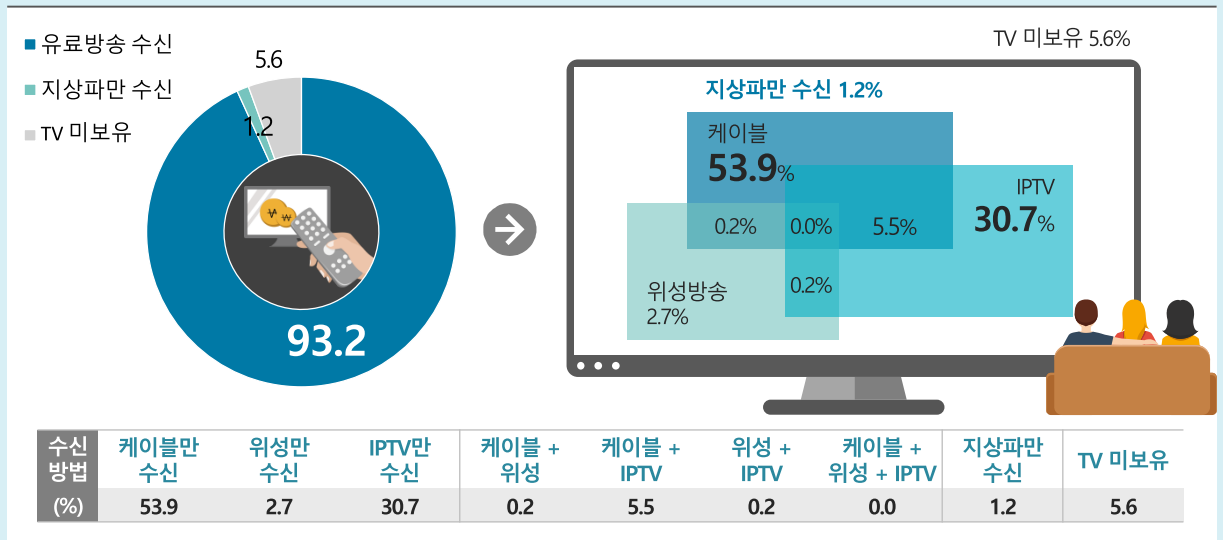
▶ TV수상기 보유율



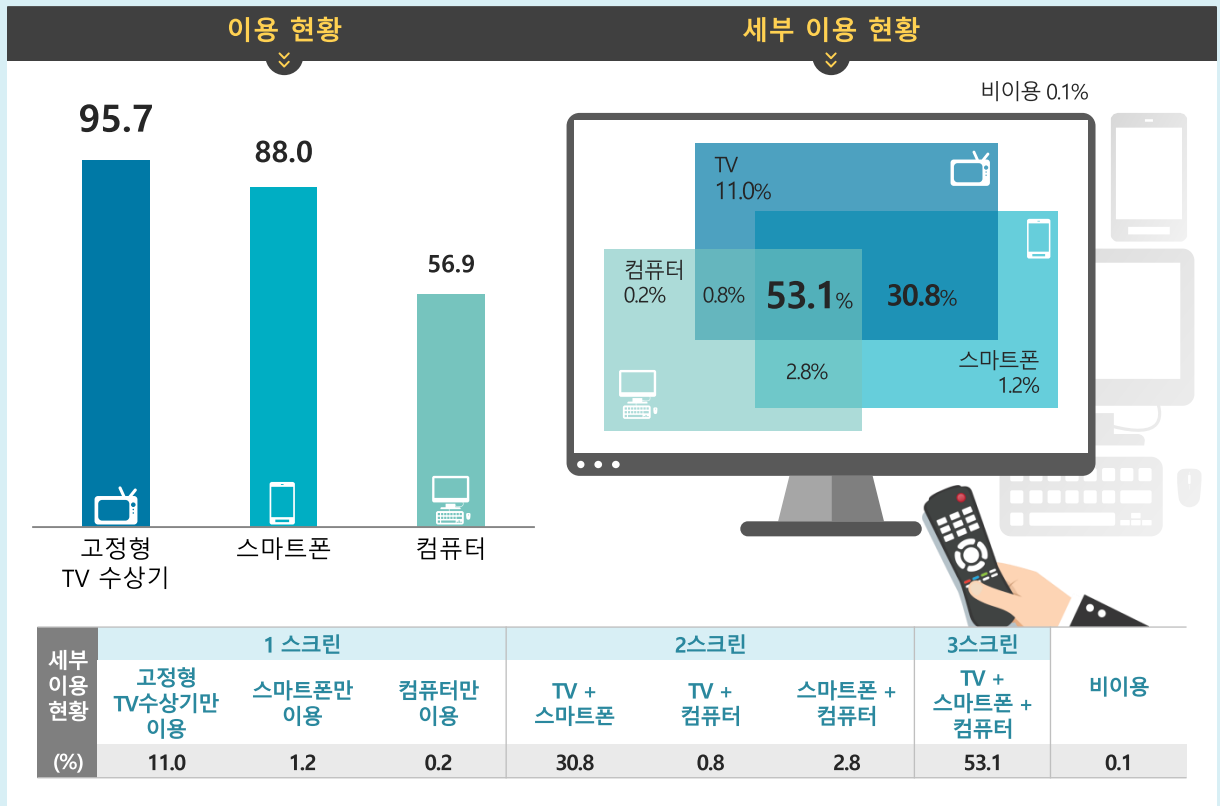
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

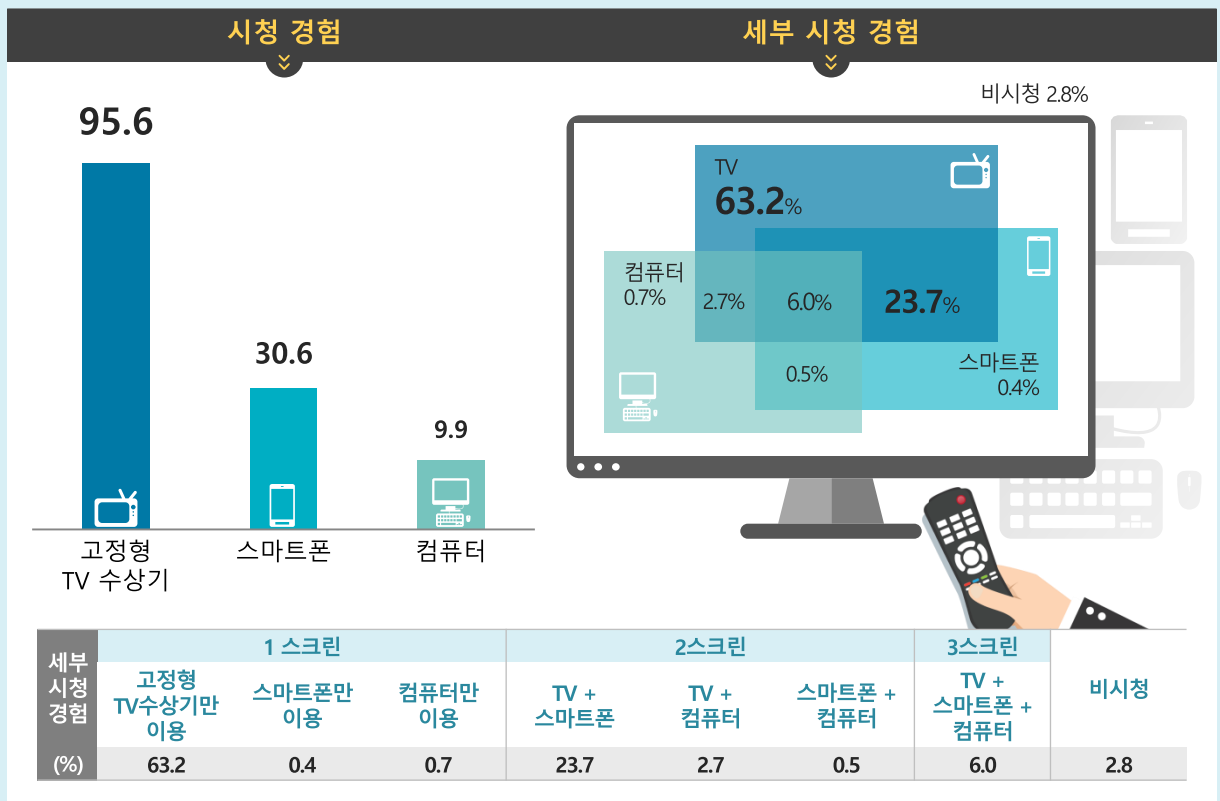


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



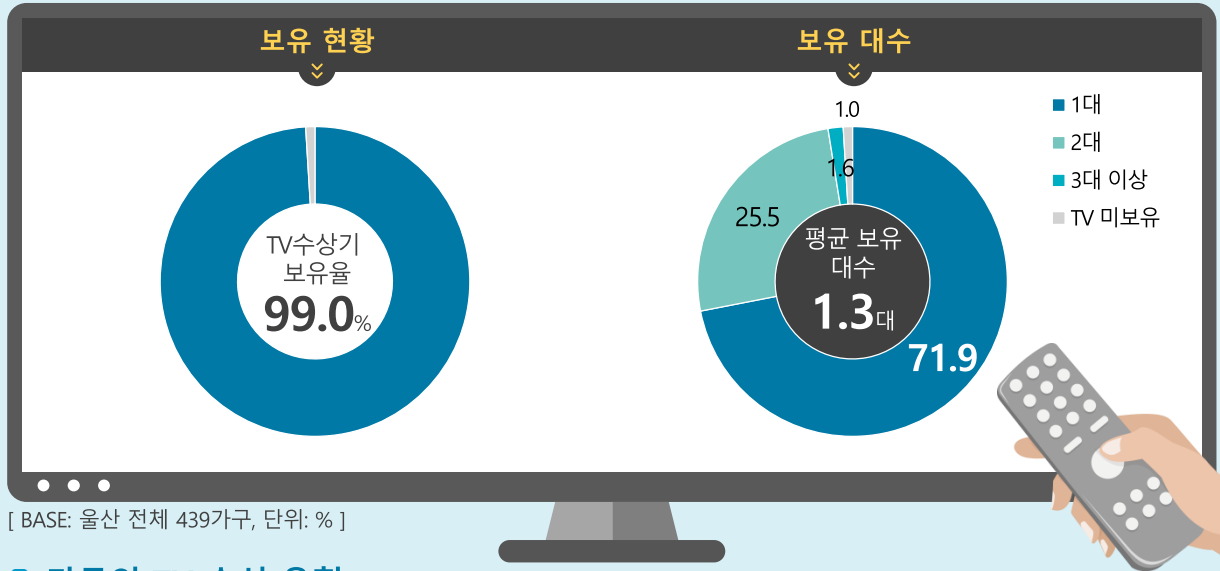
[BASE: 대전 전체 응답자 1,240명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

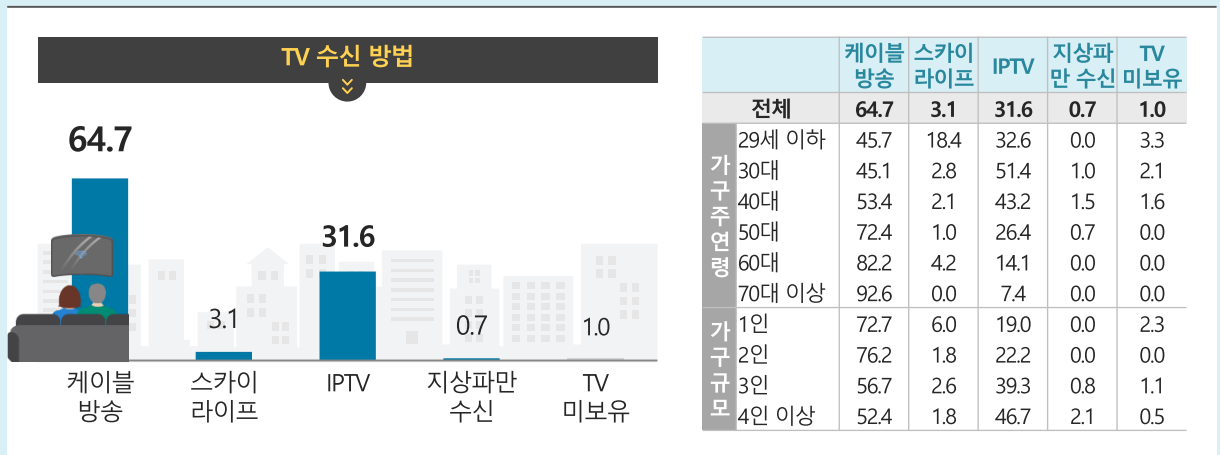


[BASE: 대전 전체 응답자 1,240명, 단위: %]

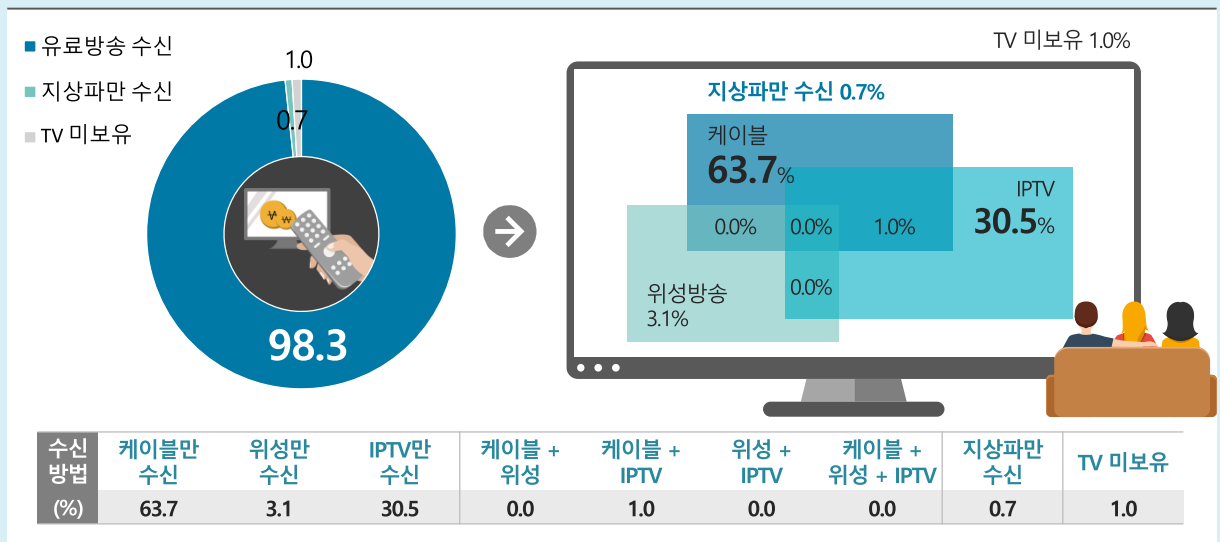
▶ TV수상기 보유율



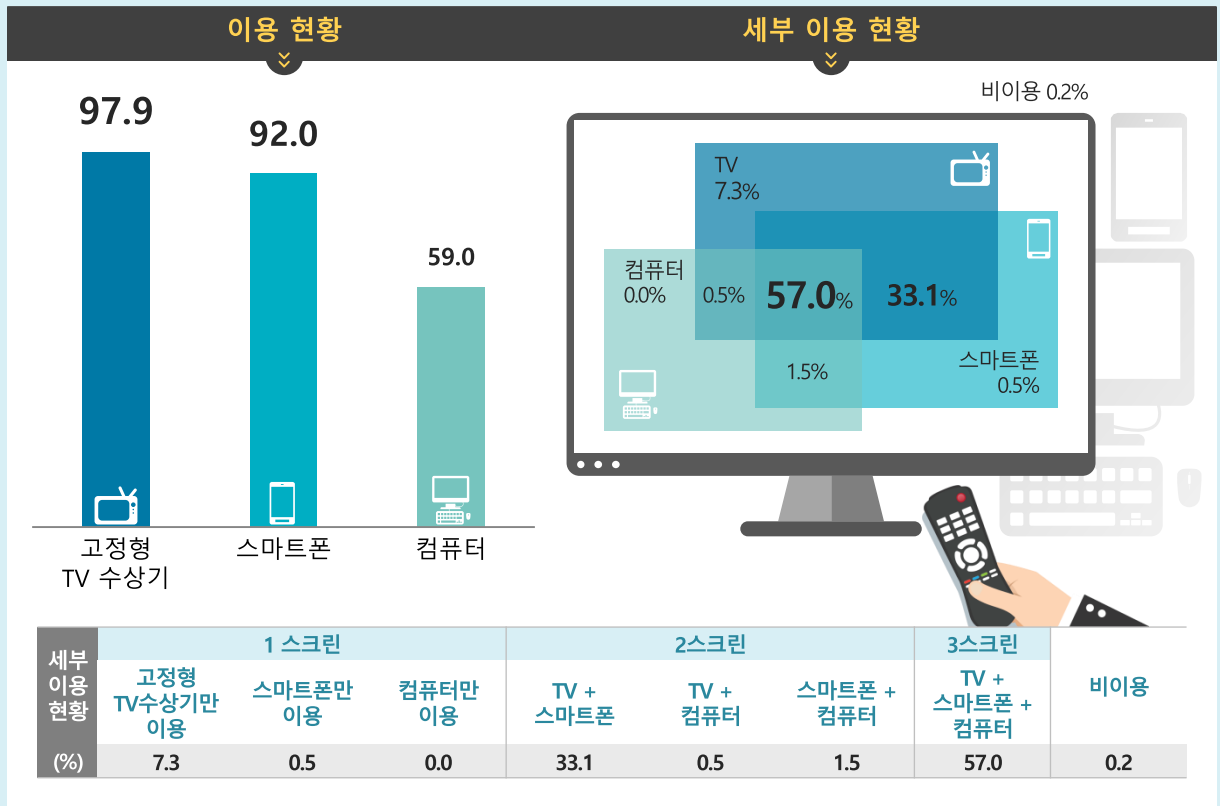
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

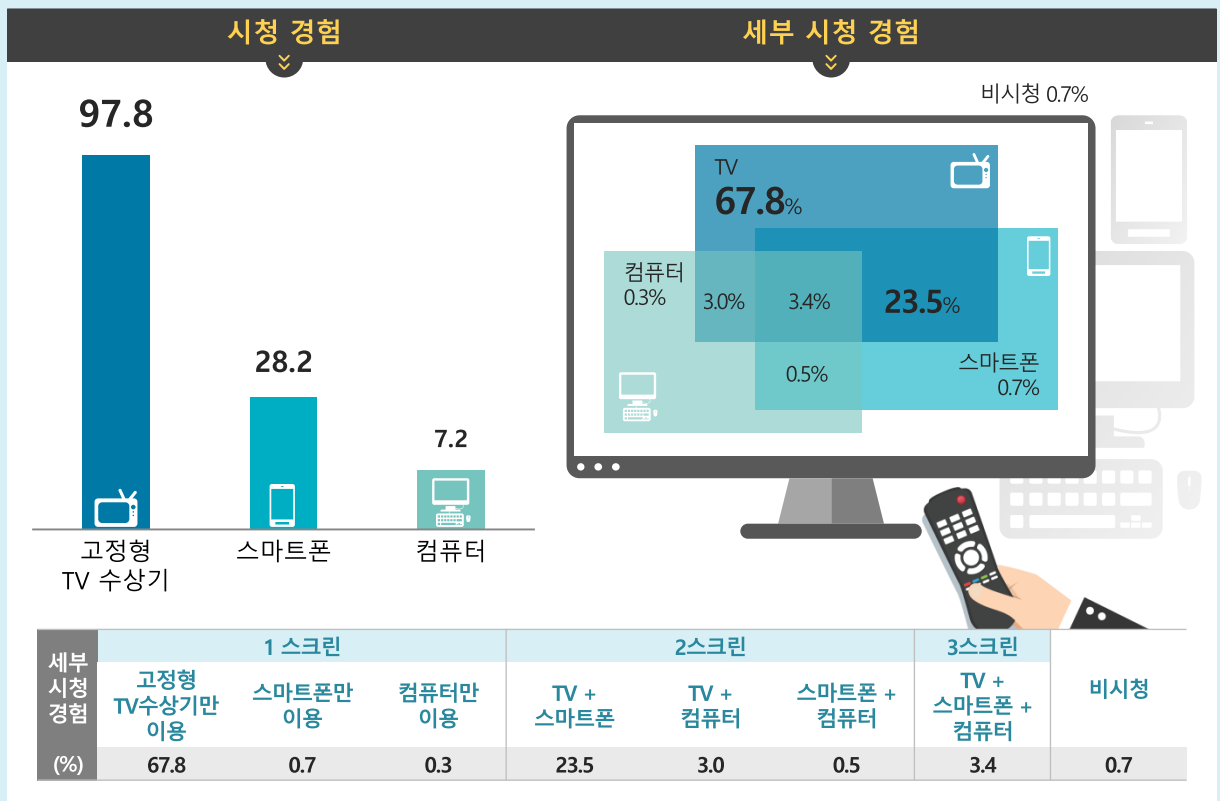


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



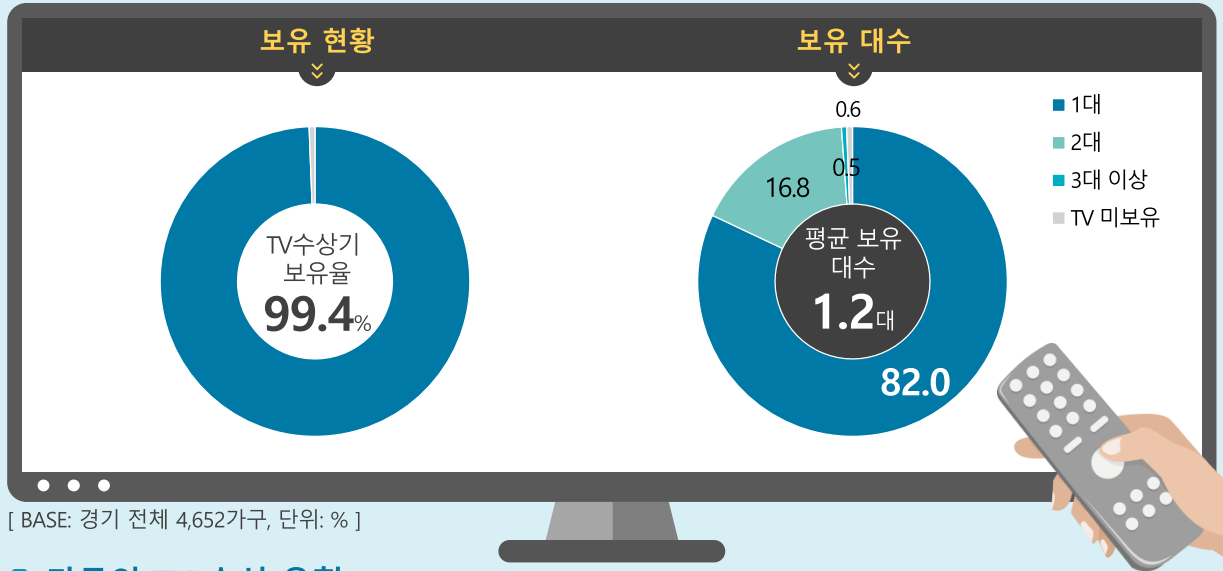
[BASE: 울산 전체 응답자 936명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

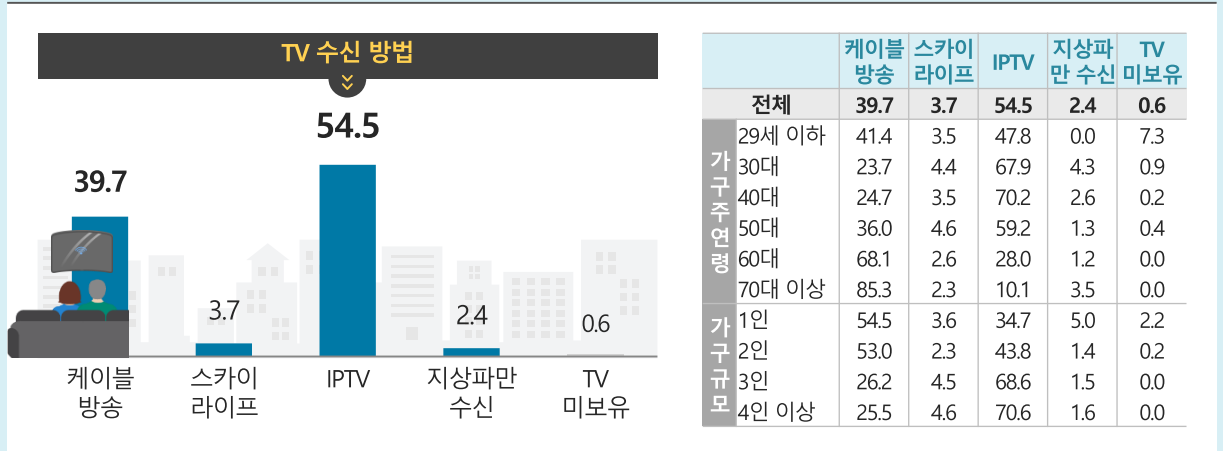


[BASE: 울산 전체 응답자 936명, 단위: %]

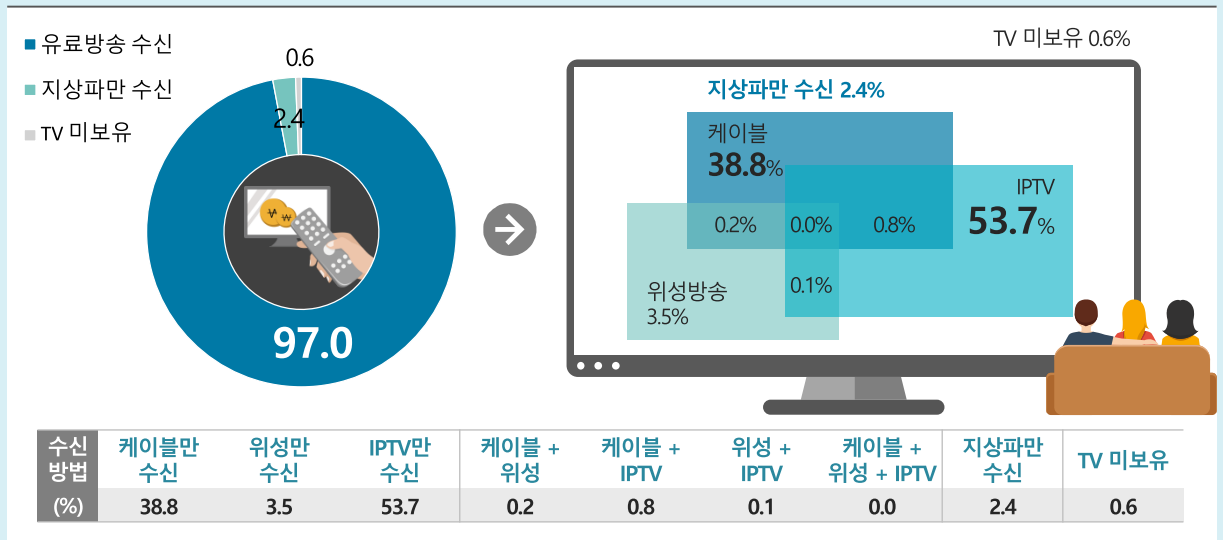
▶ TV수상기 보유율



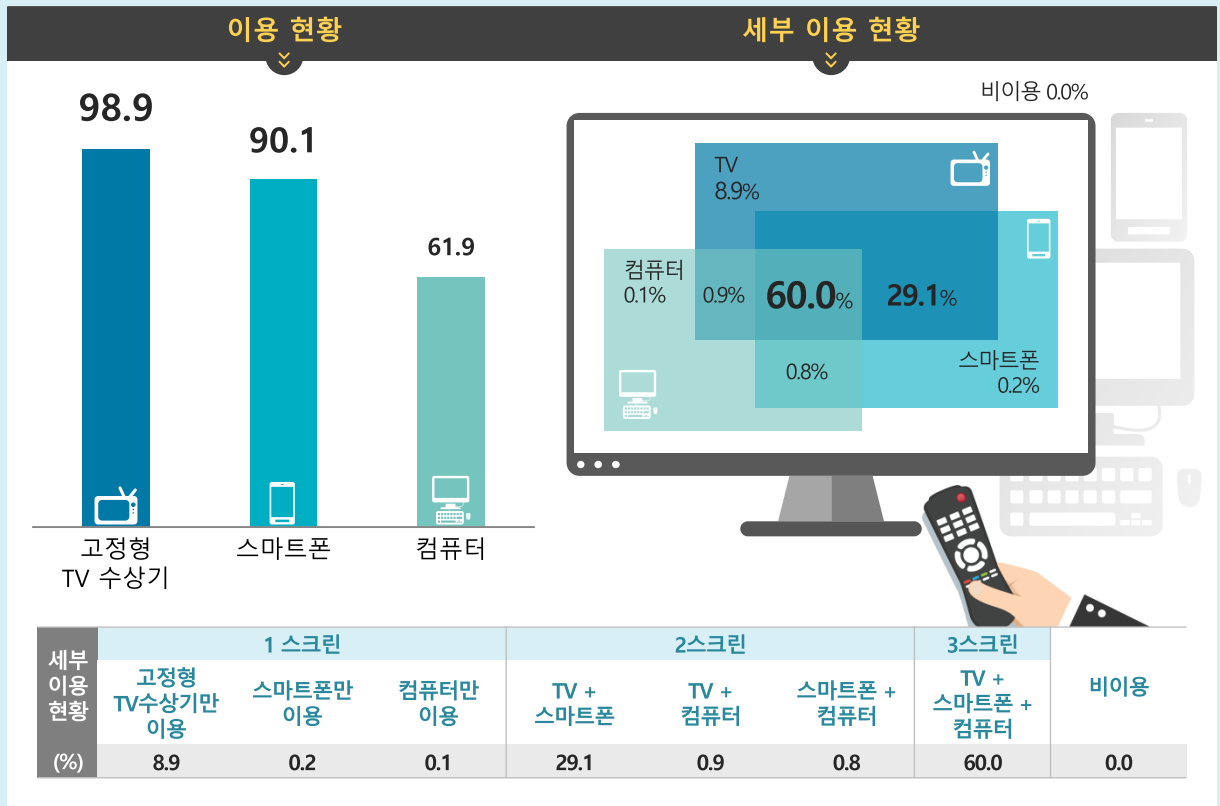
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

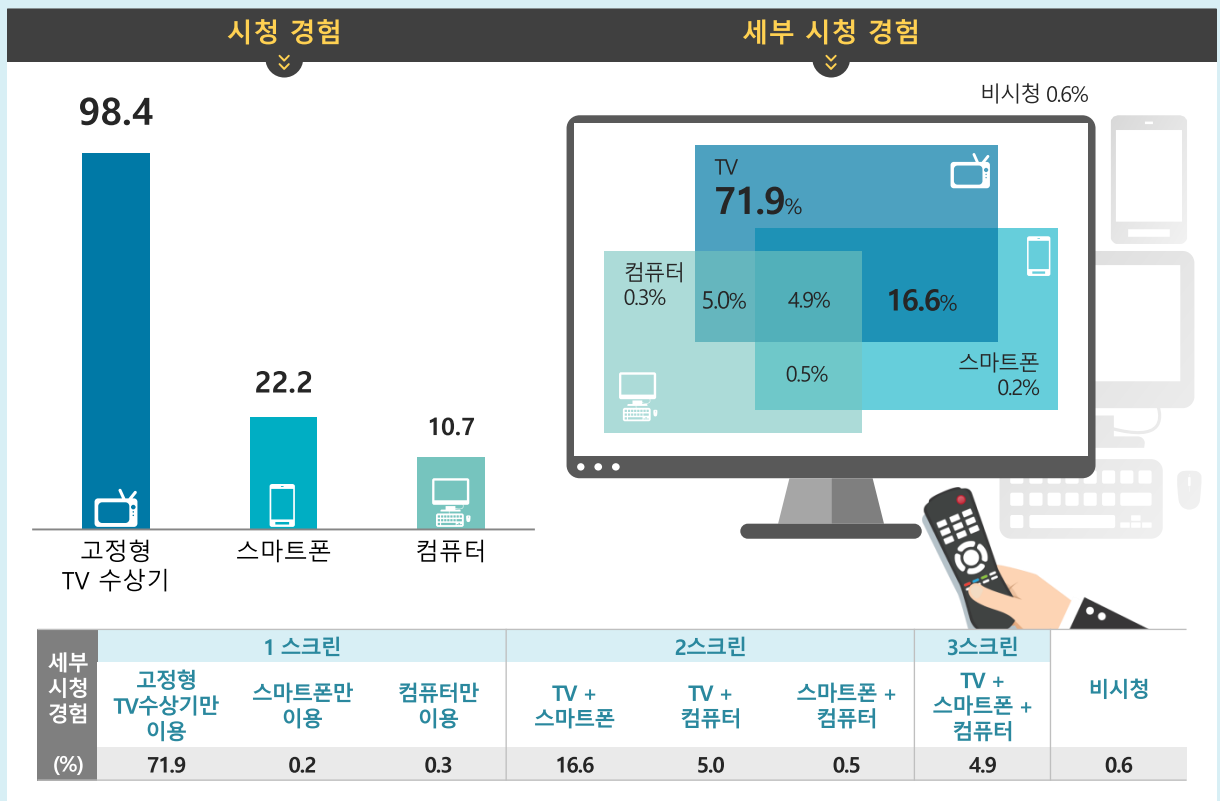


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



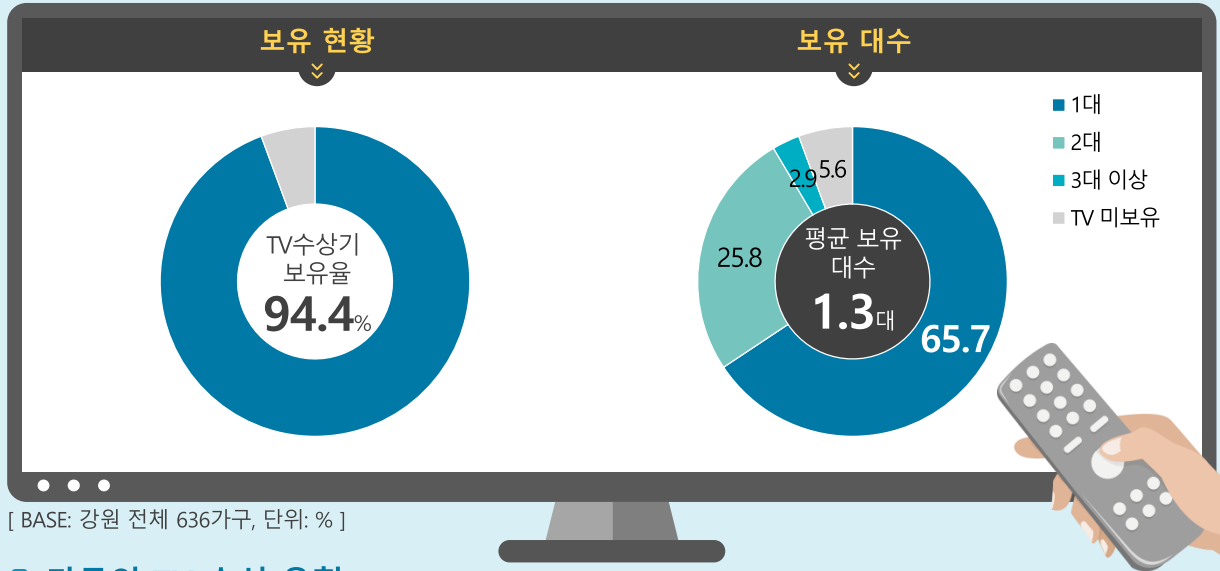
[BASE: 경기 전체 응답자 10,297명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

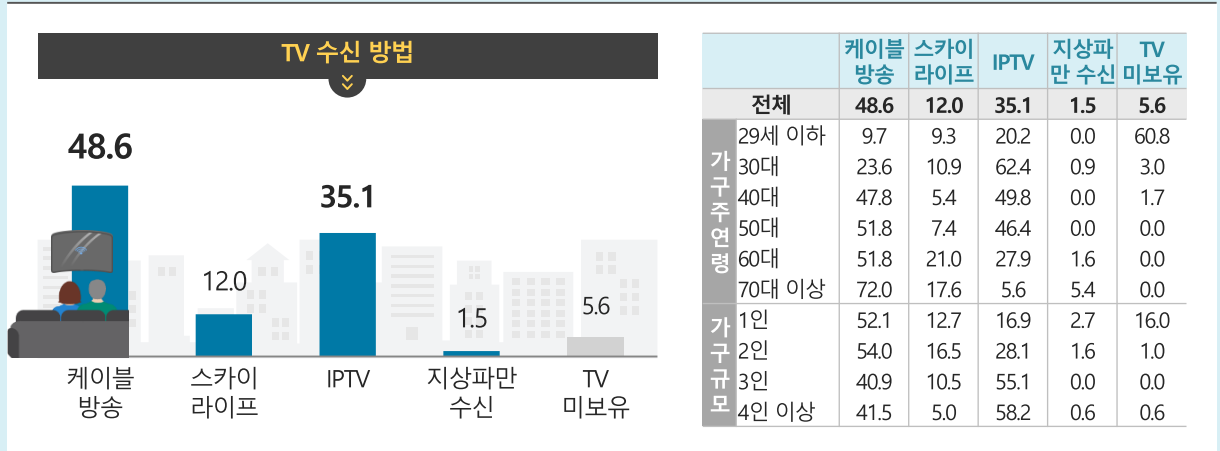


[BASE: 경기 전체 응답자 10,297명, 단위: %]

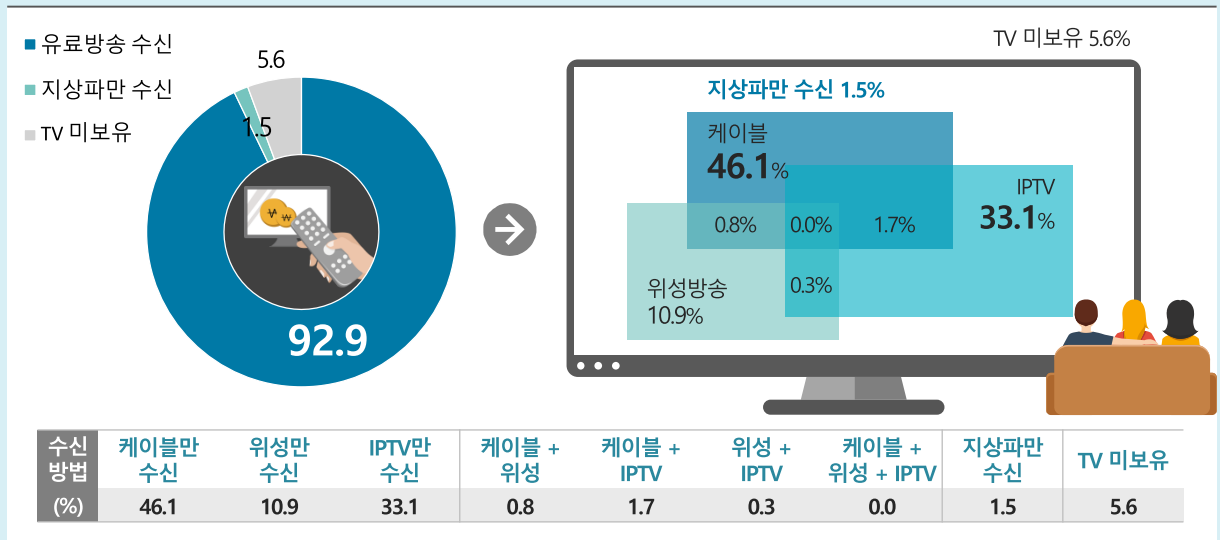
▶ TV수상기 보유율



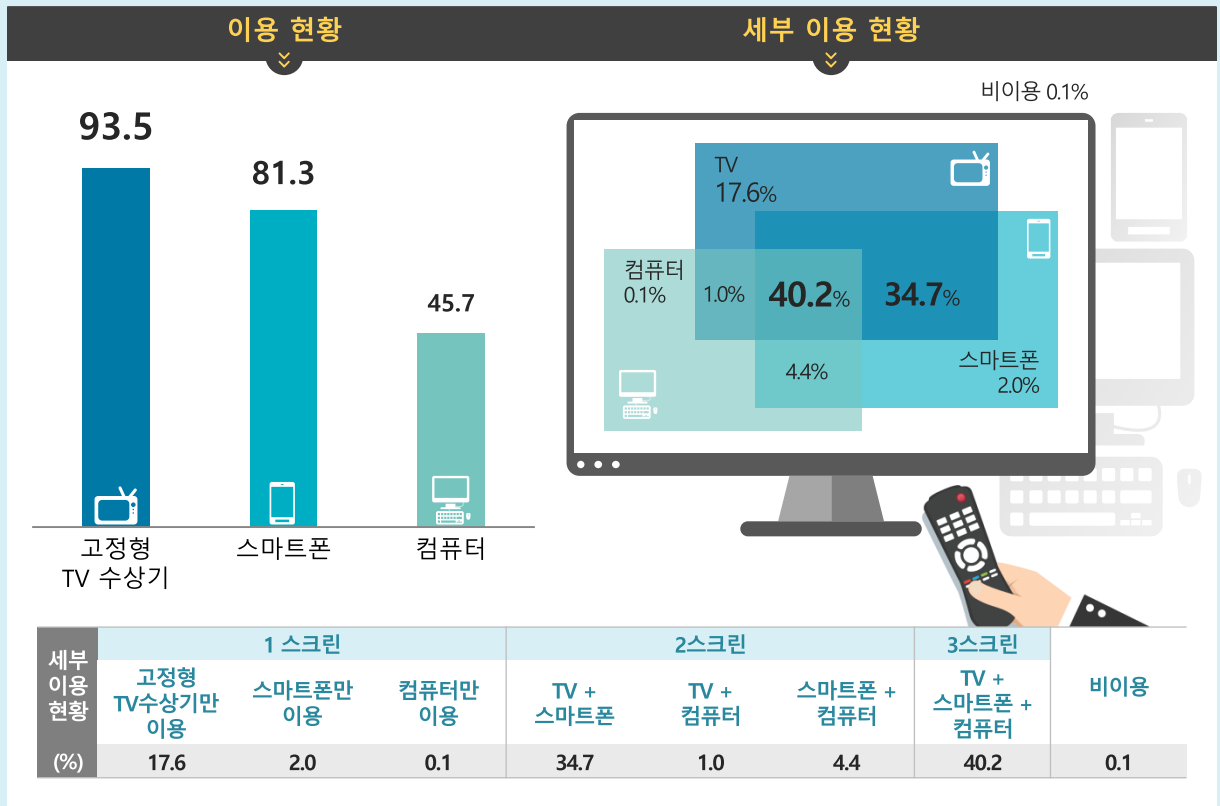
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

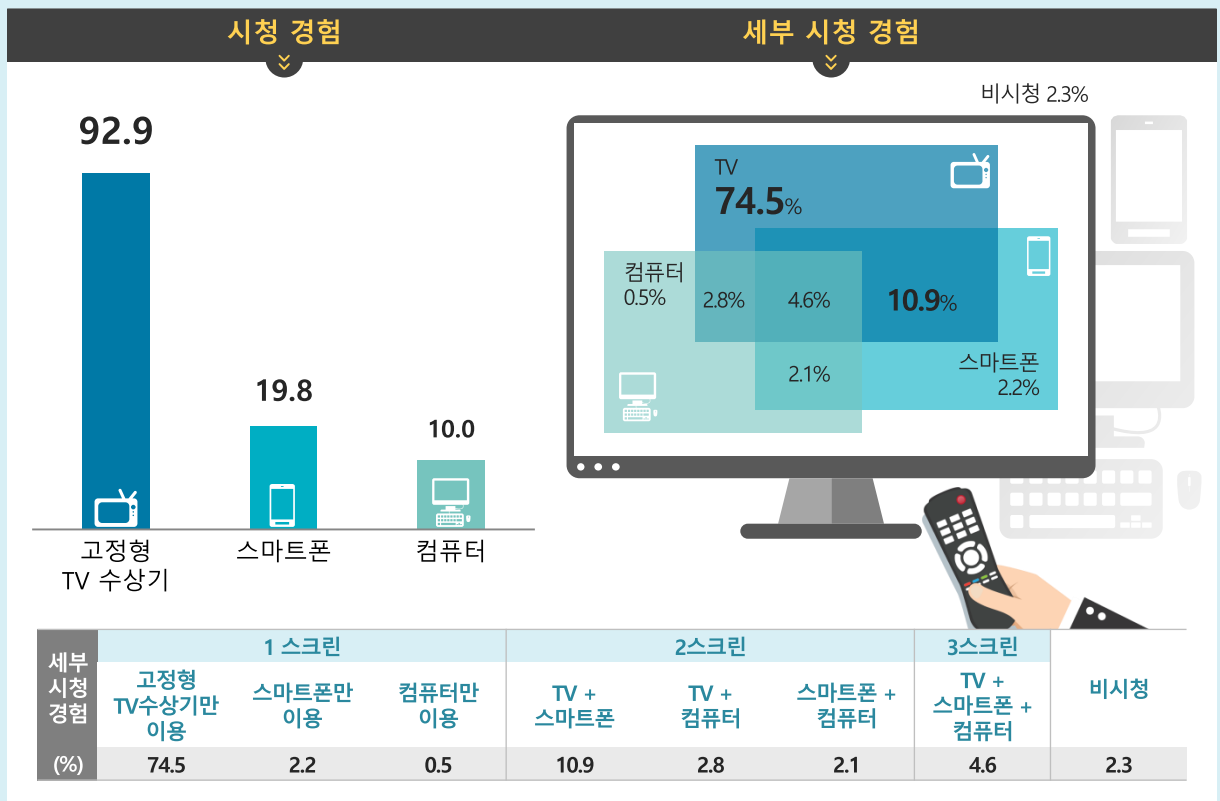


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



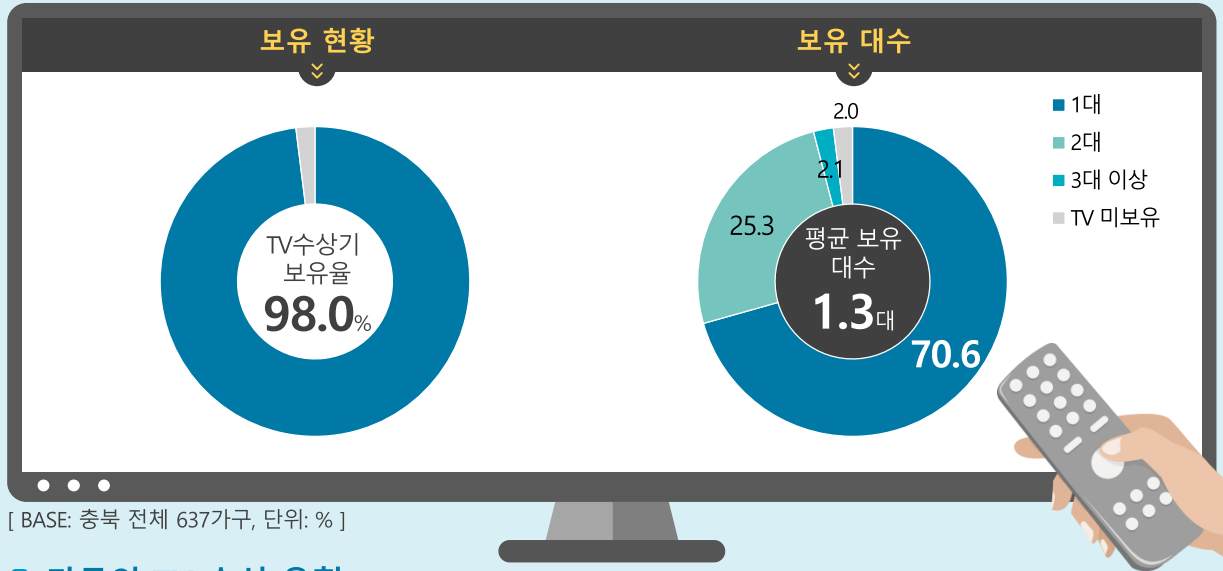
[BASE: 강원 전체 응답자 1,254명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

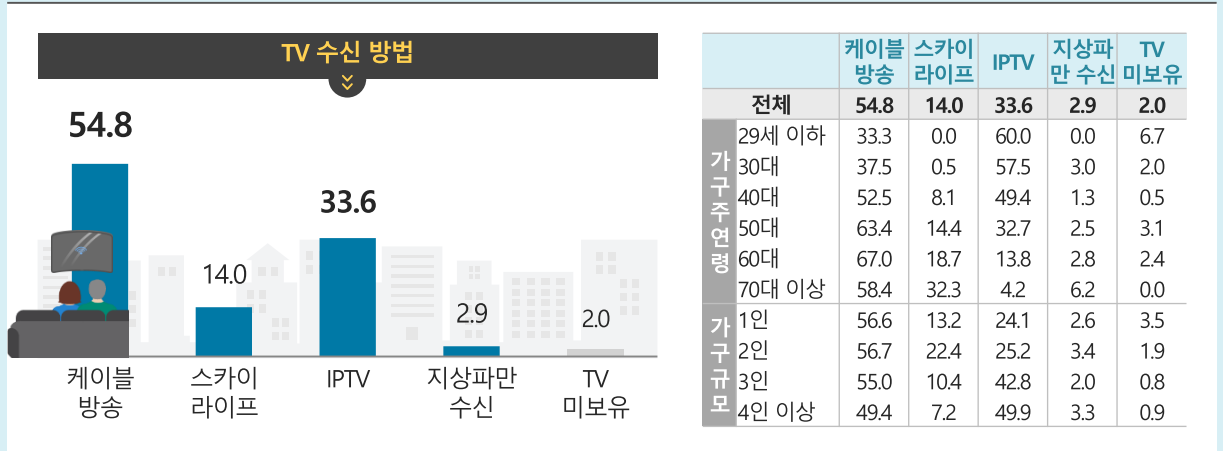


[BASE: 강원 전체 응답자 1,254명, 단위: %]

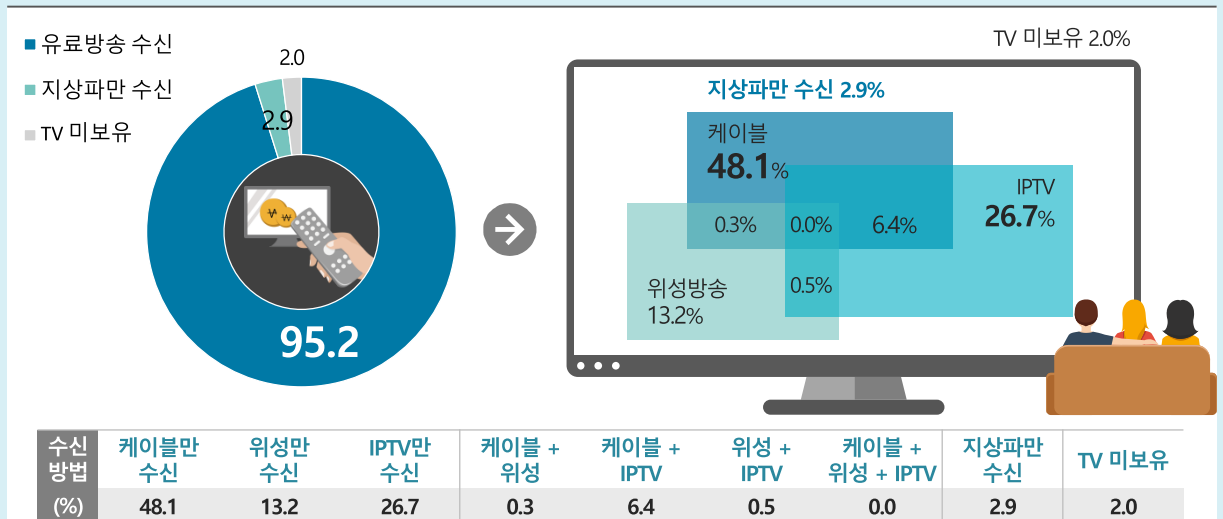
▶ TV수상기 보유율



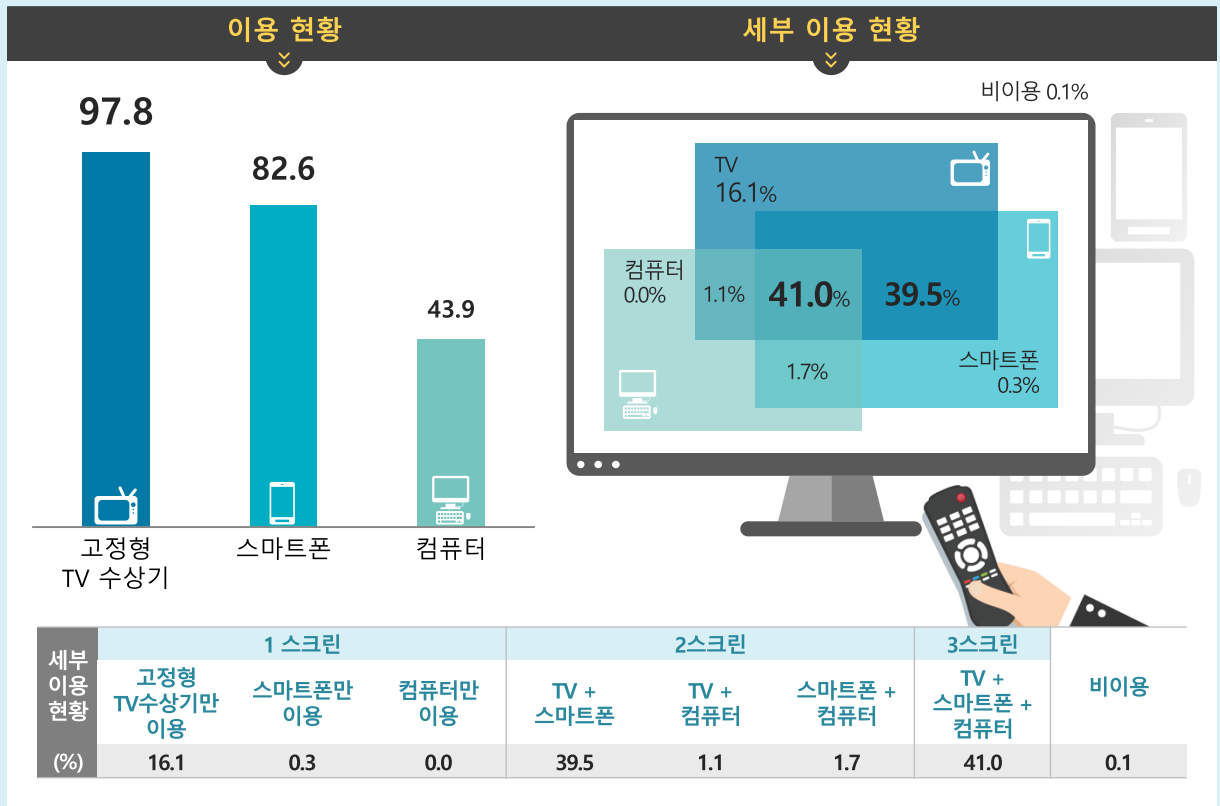
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

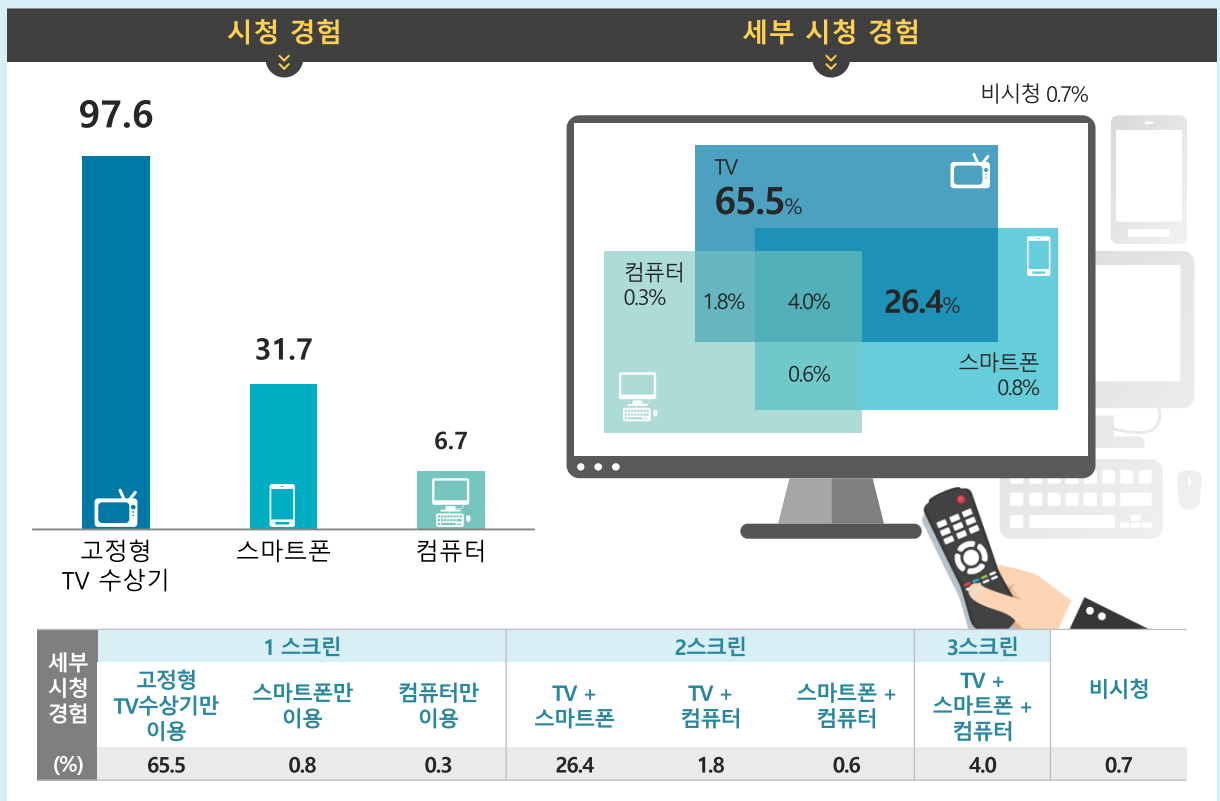


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



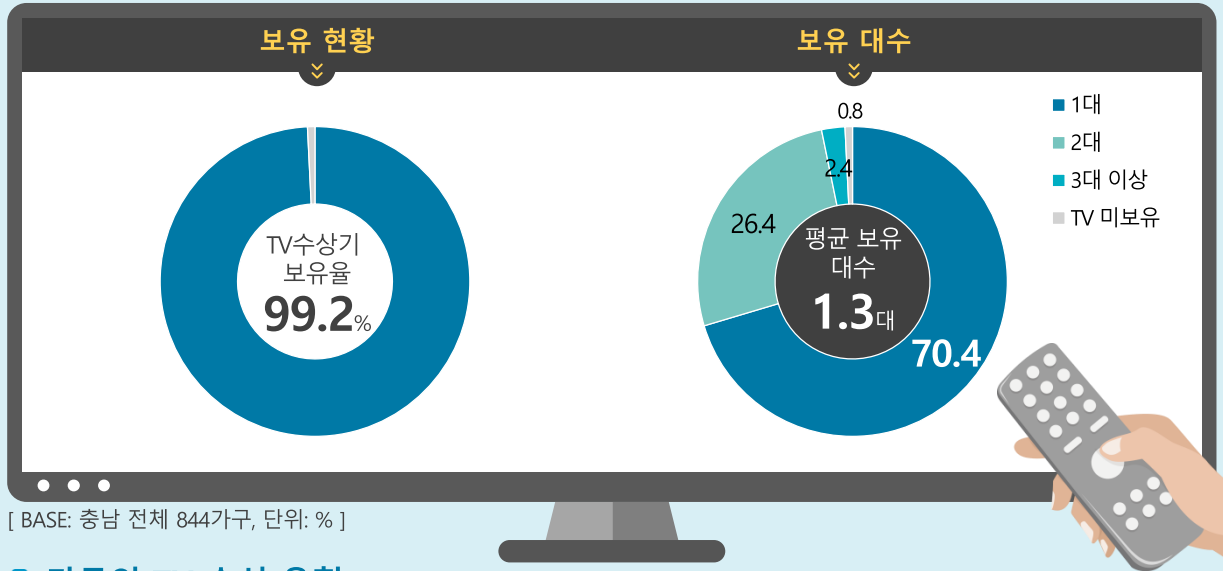
[BASE: 충북 전체 응답자 1,308명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

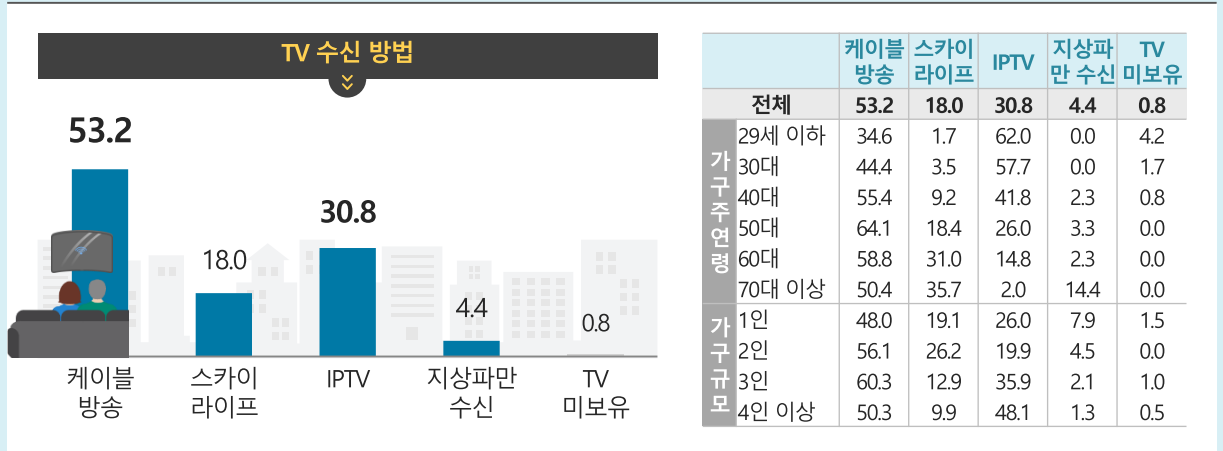


[BASE: 충북 전체 응답자 1,308명, 단위: %]

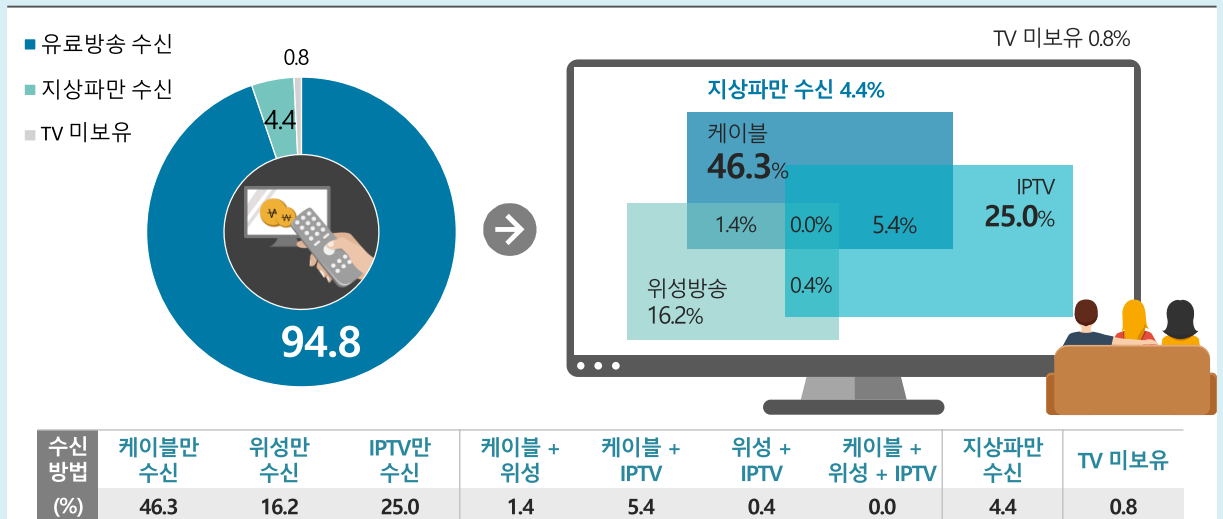
▶ TV수상기 보유율



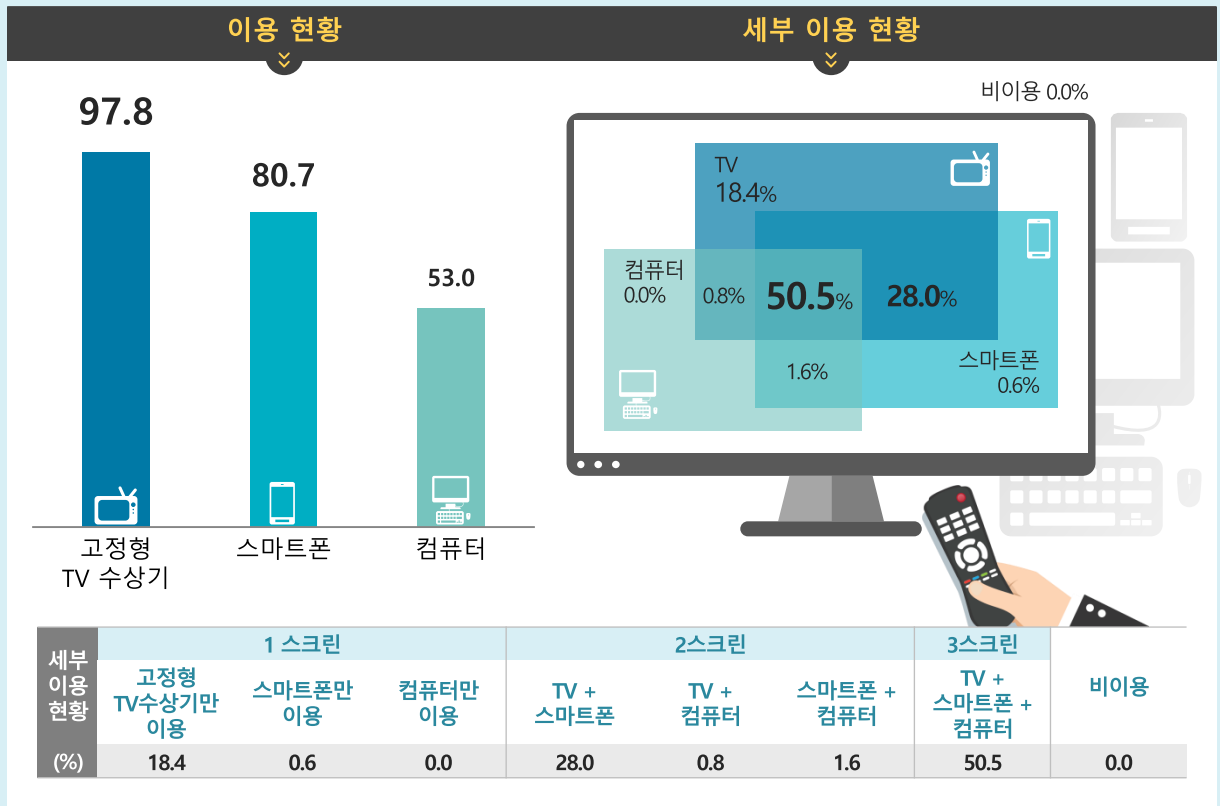
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

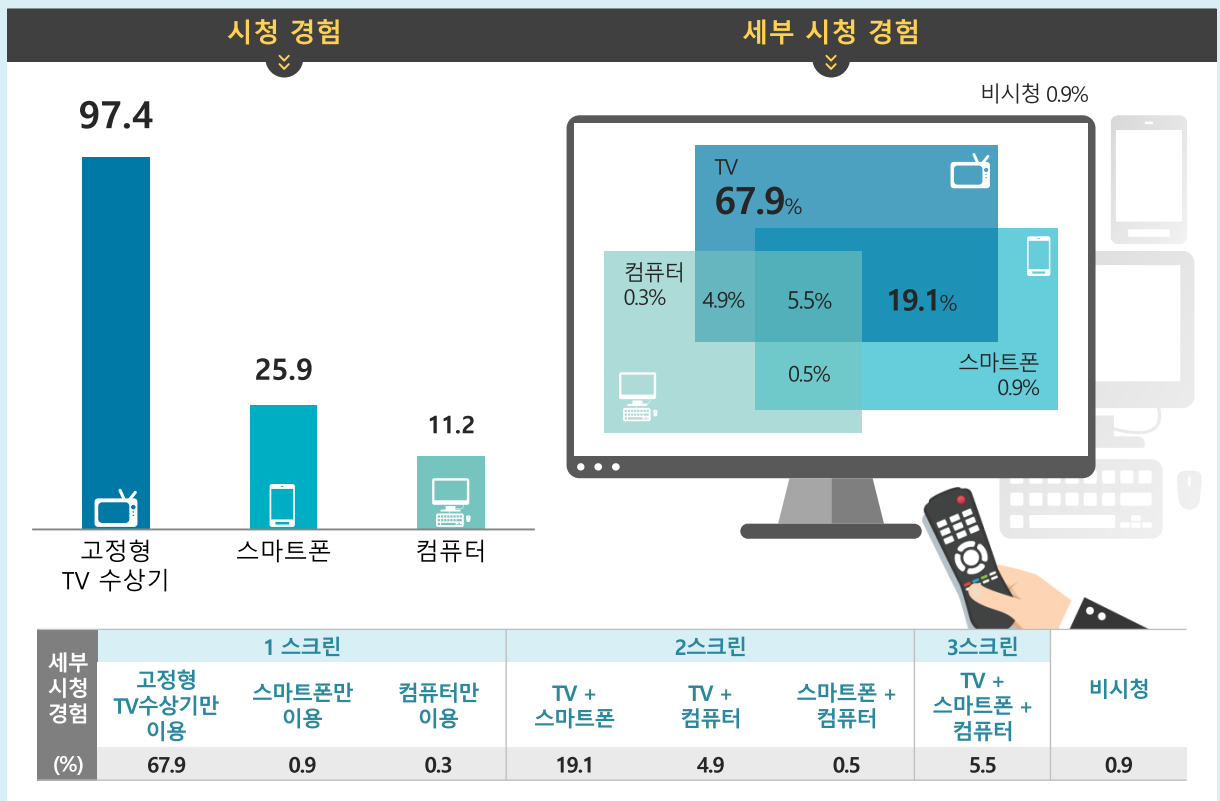


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



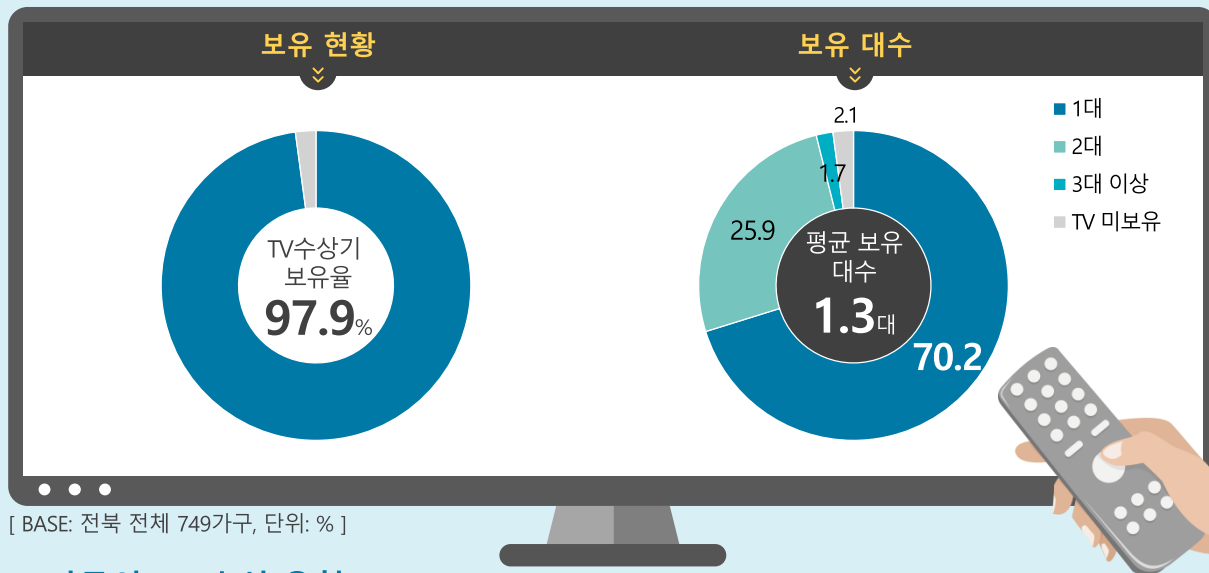
[BASE: 충남 전체 응답자 1,739명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

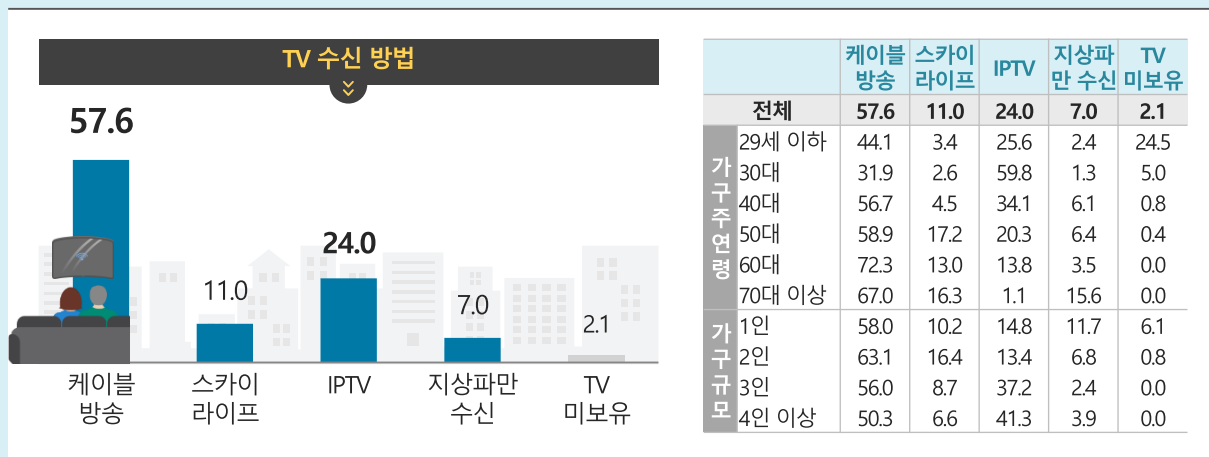


[BASE: 충남 전체 응답자 1,739명, 단위: %]

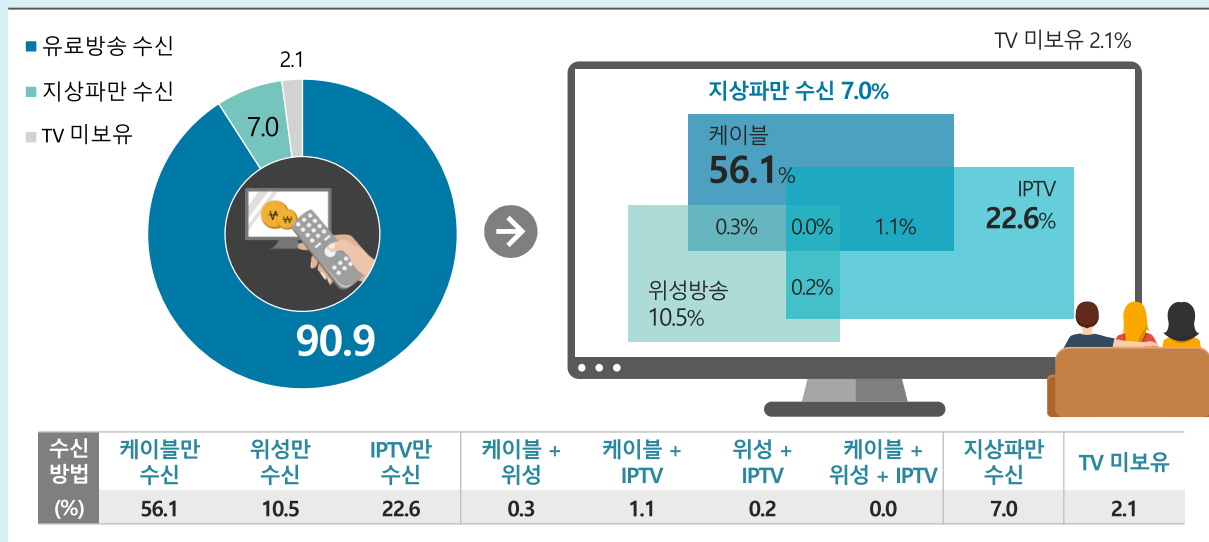
▶ TV수상기 보유율



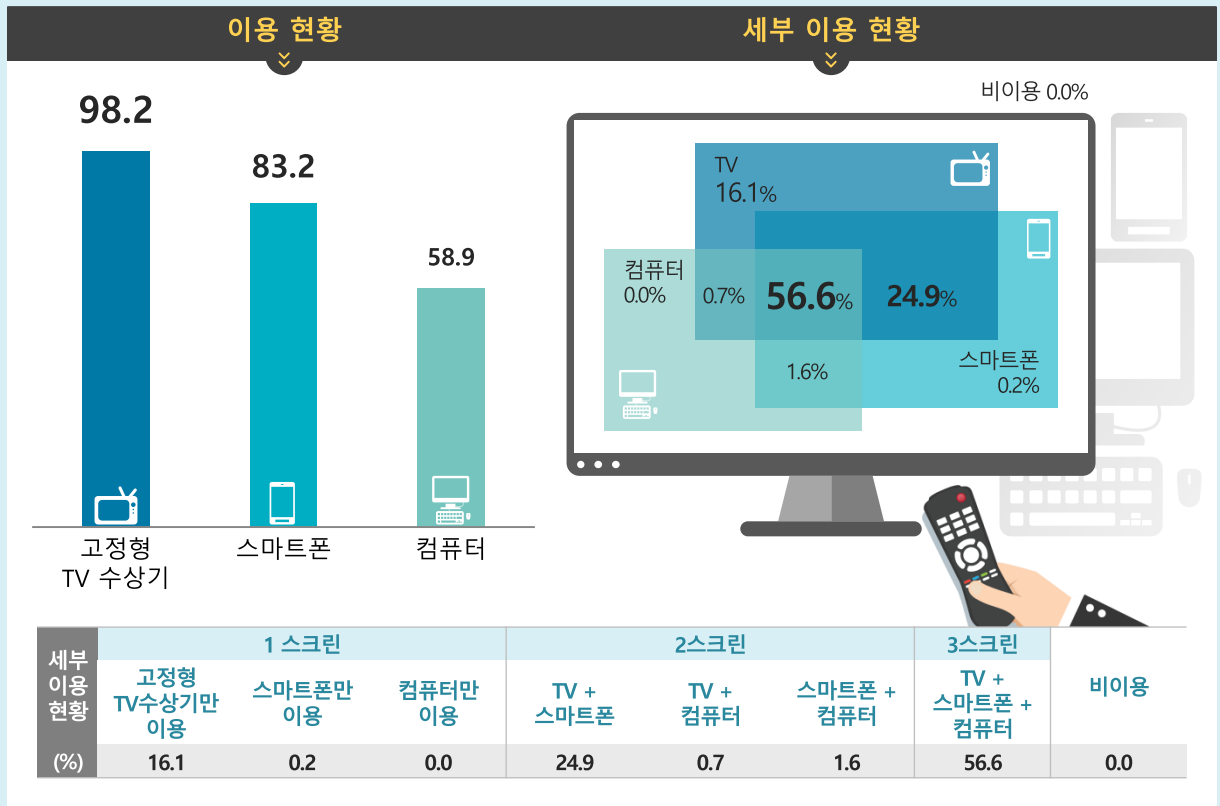
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

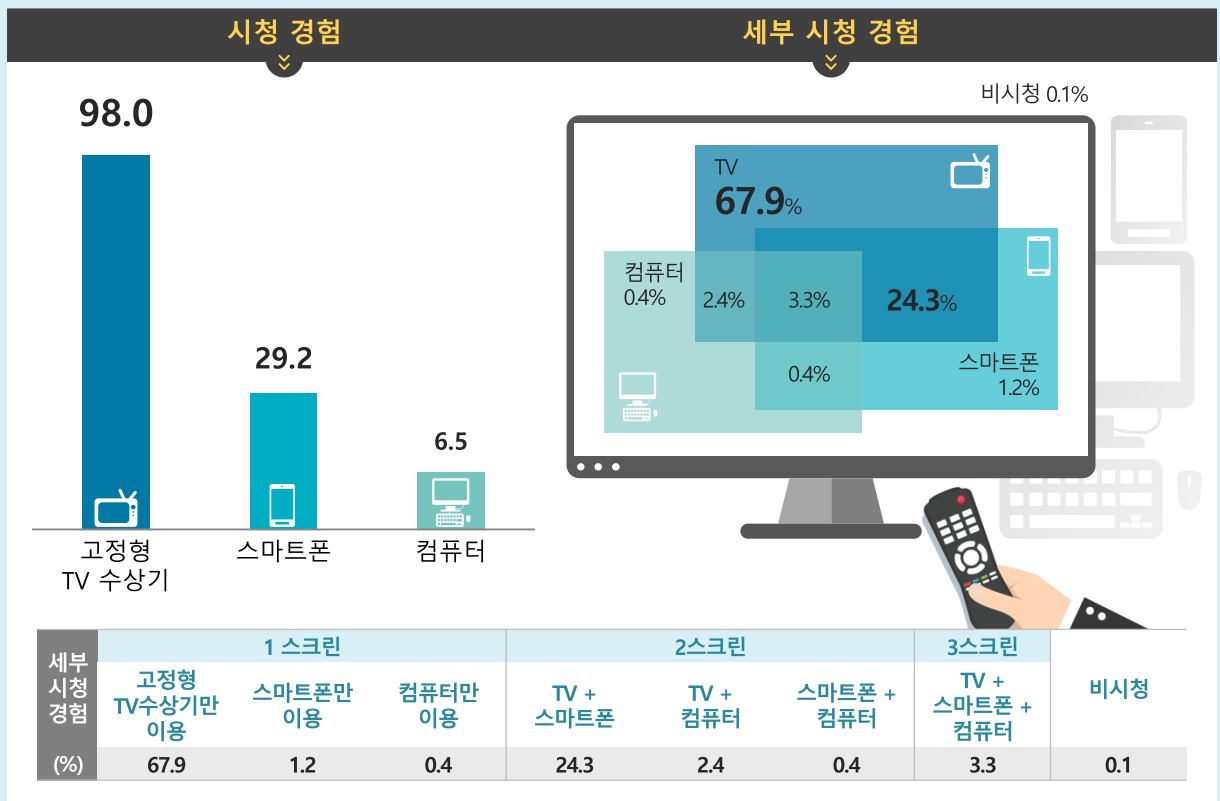


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



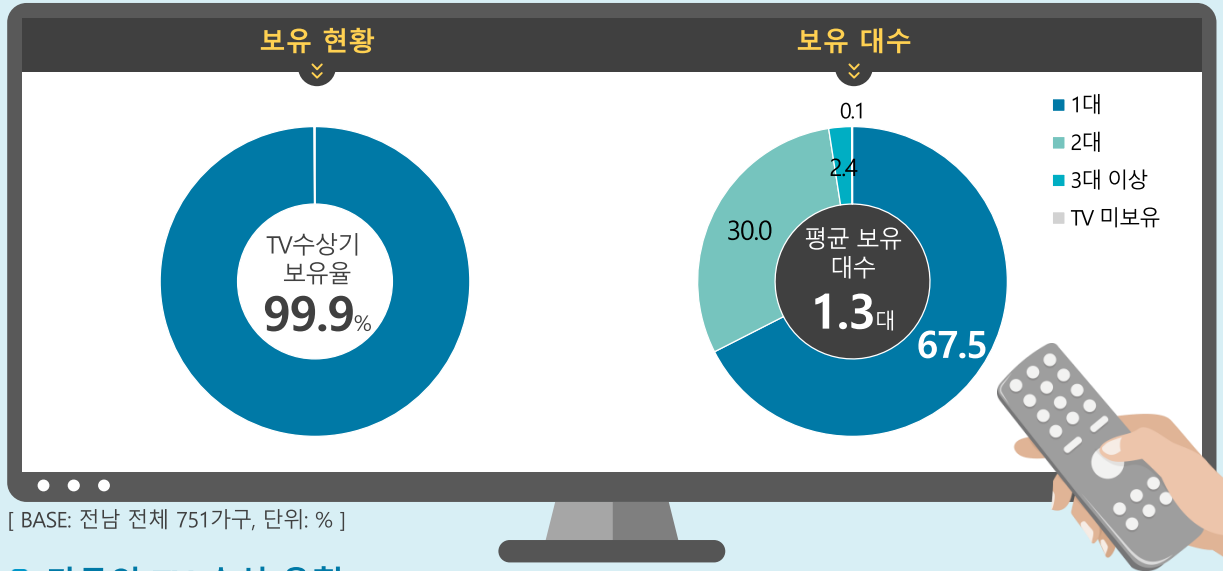
[BASE: 전북 전체 응답자 1,497명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

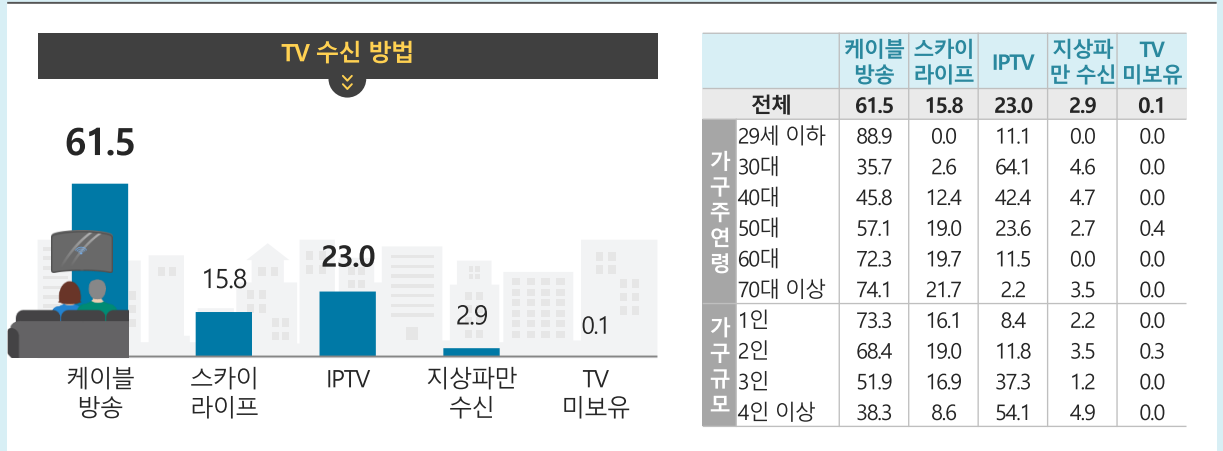


[BASE: 전북 전체 응답자 1,497명, 단위: %]

▶ TV수상기 보유율

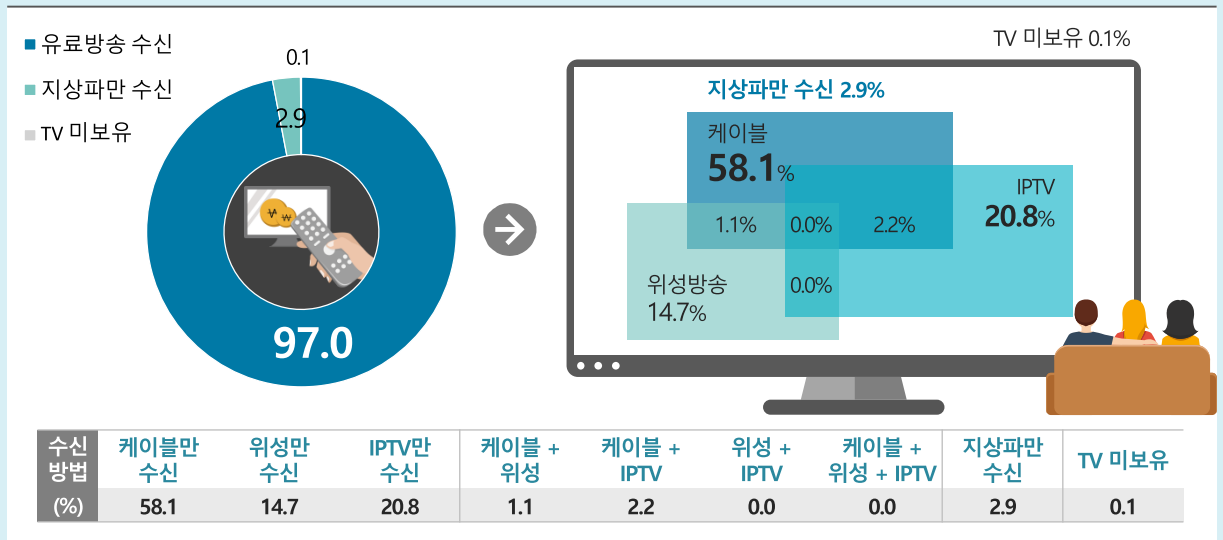


▶ 가구의 TV 수신 유형



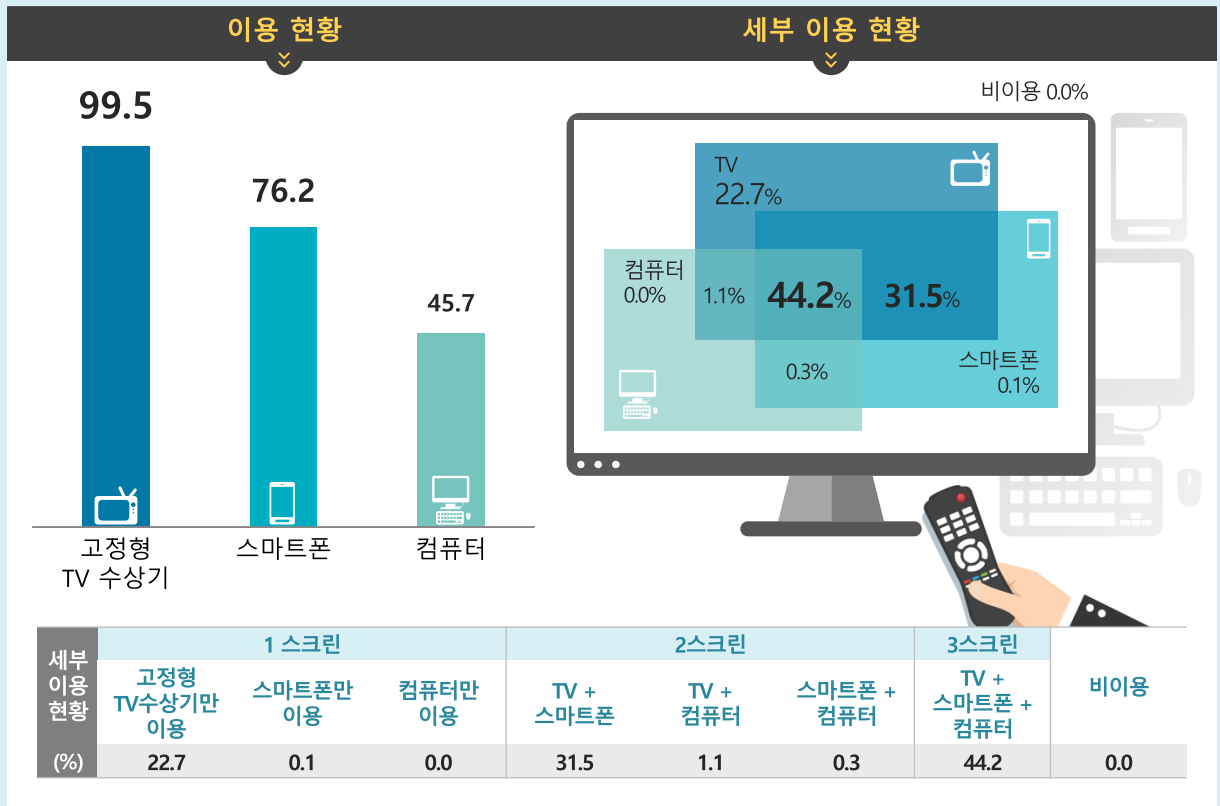
[BASE: 전남 전체 751가구, 단위: %]

▶ 가구의 유료 방송 수신 현황



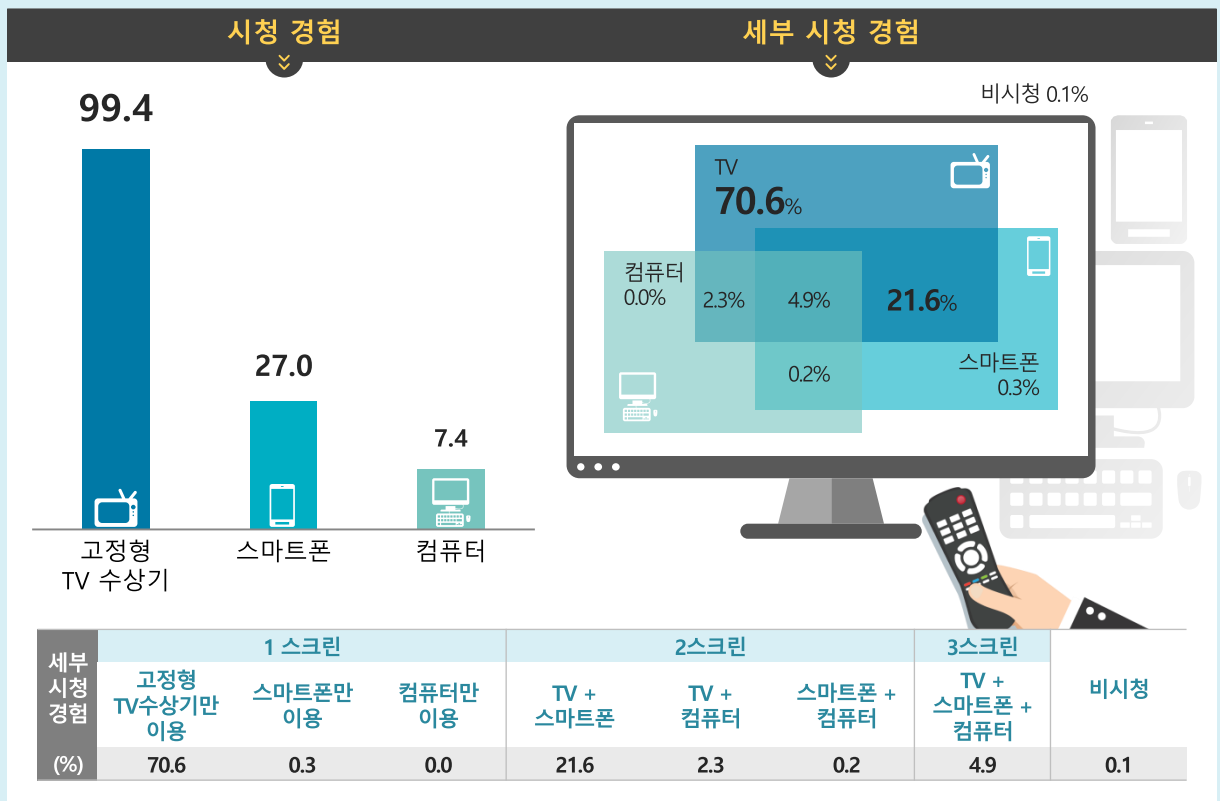
[BASE: 전남 전체 751가구, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



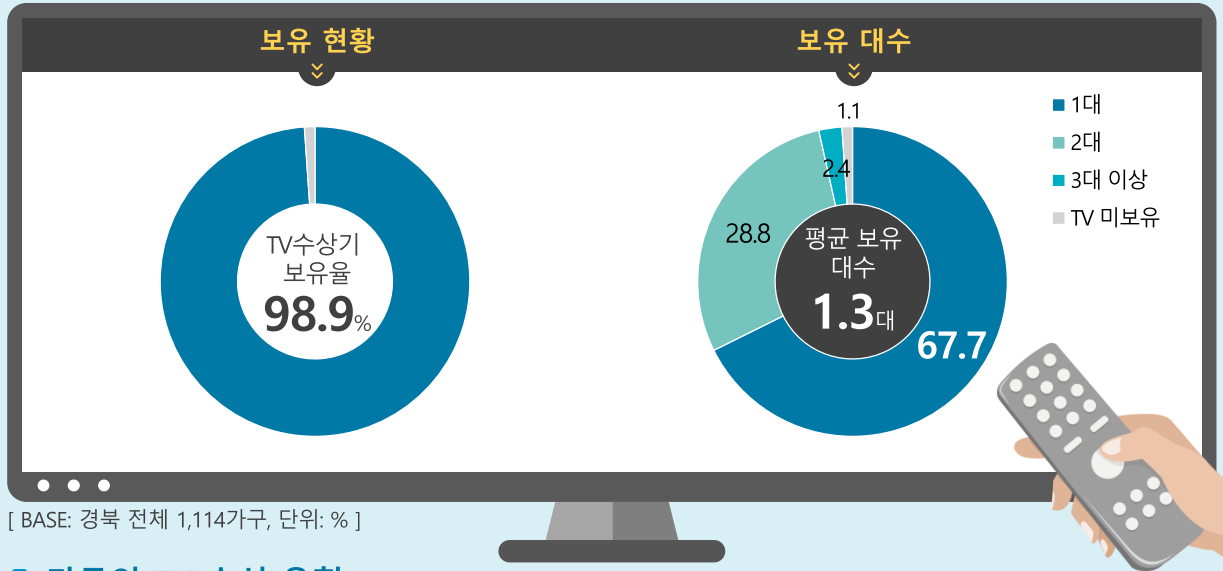
[BASE: 전남 전체 응답자 1,472명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

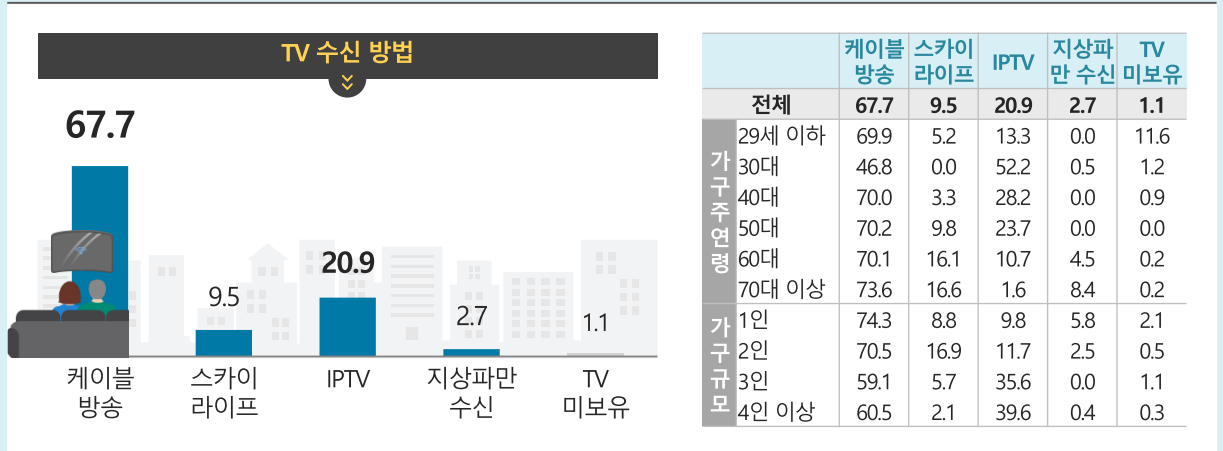


[BASE: 전남 전체 응답자 1,472명, 단위: %]

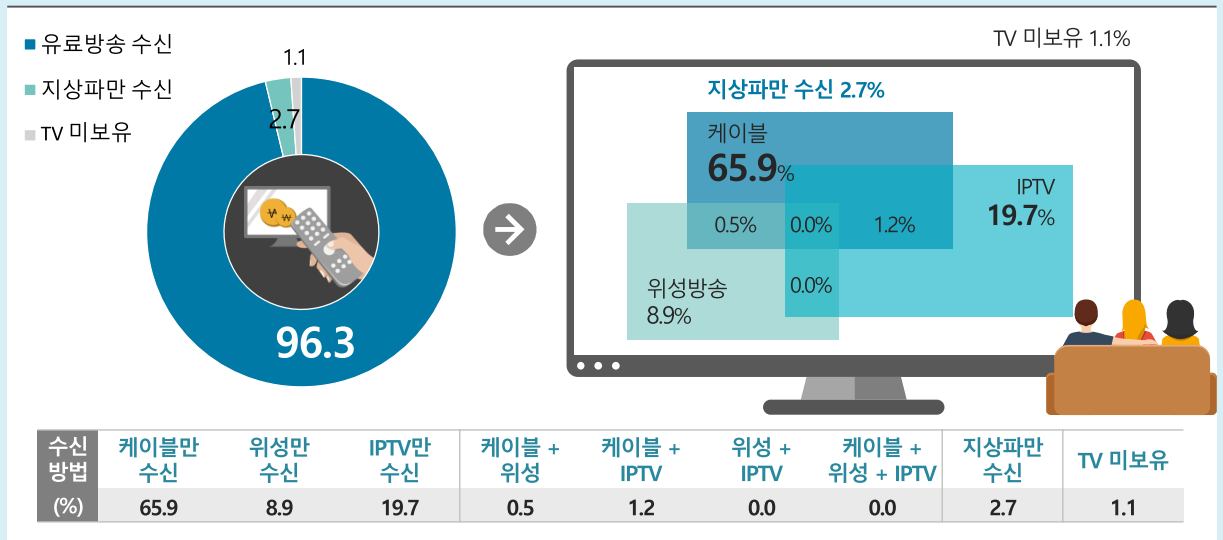
▶ TV수상기 보유율



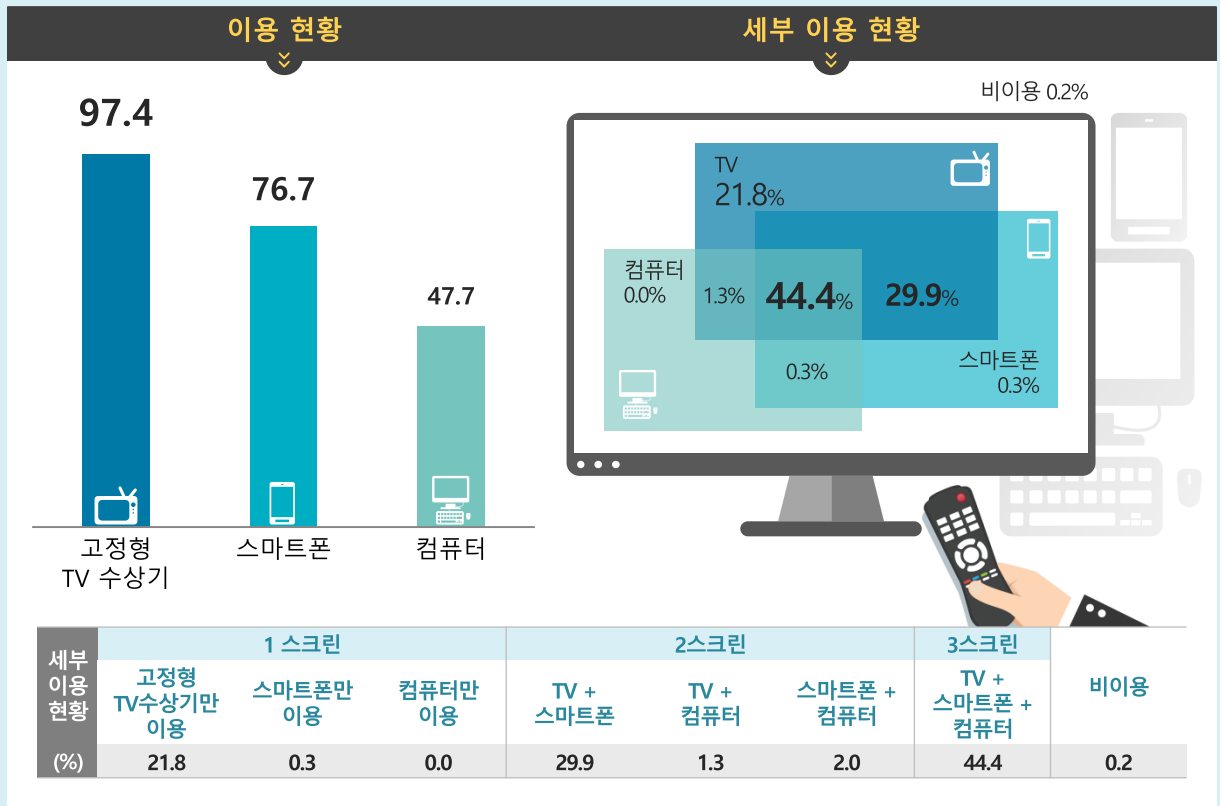
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

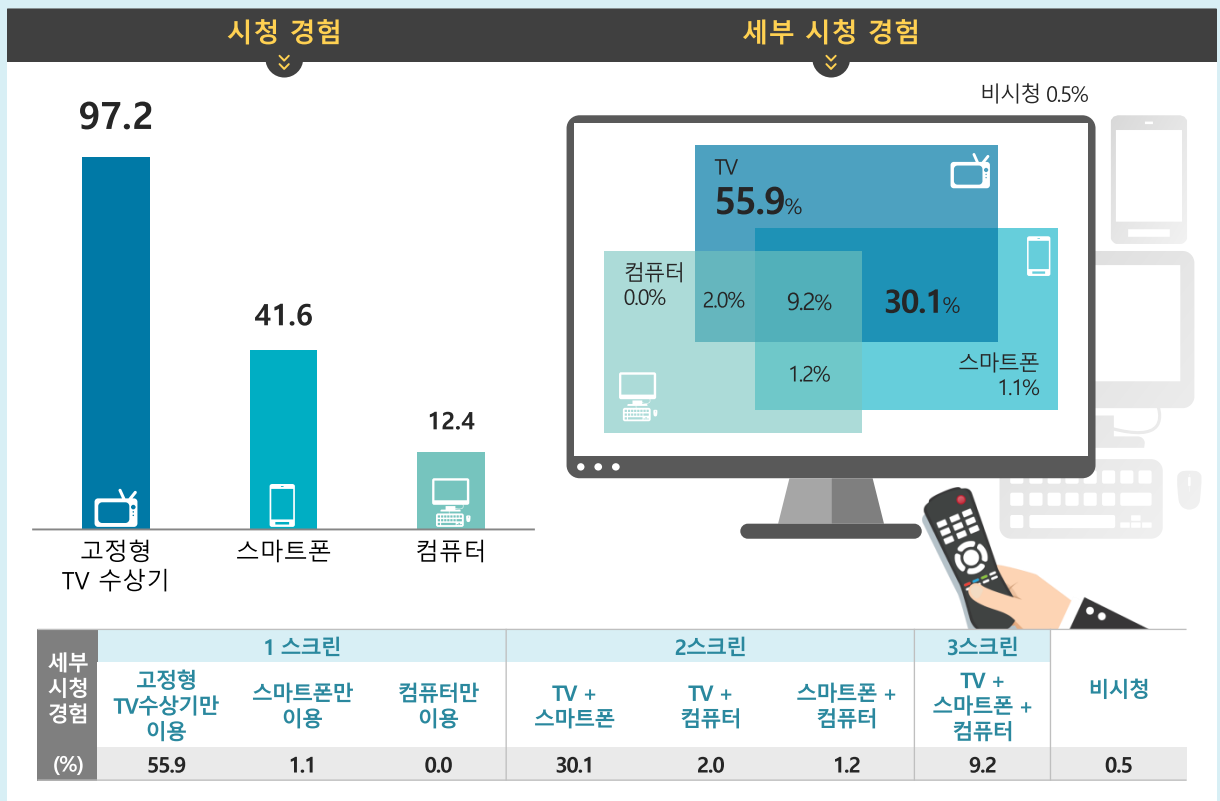


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



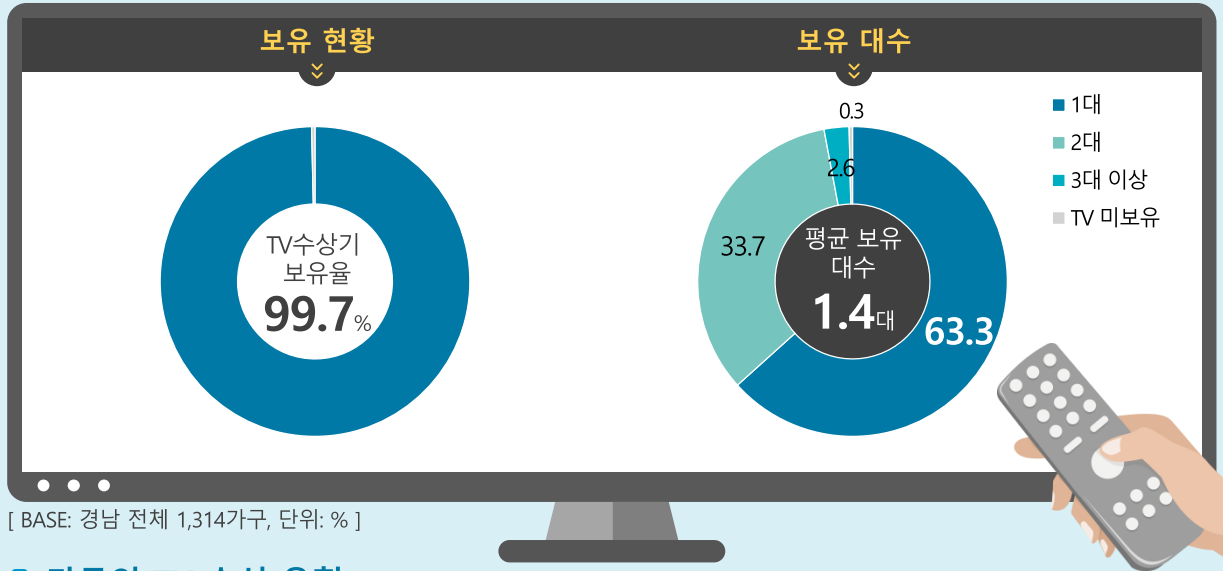
[BASE: 경북 전체 응답자 2,205명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

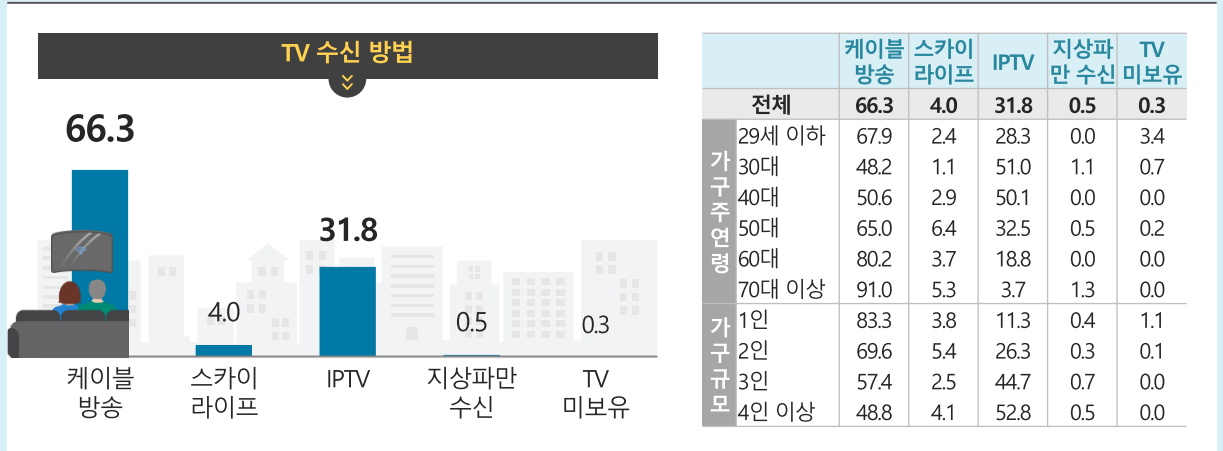


[BASE: 경북 전체 응답자 2,205명, 단위: %]

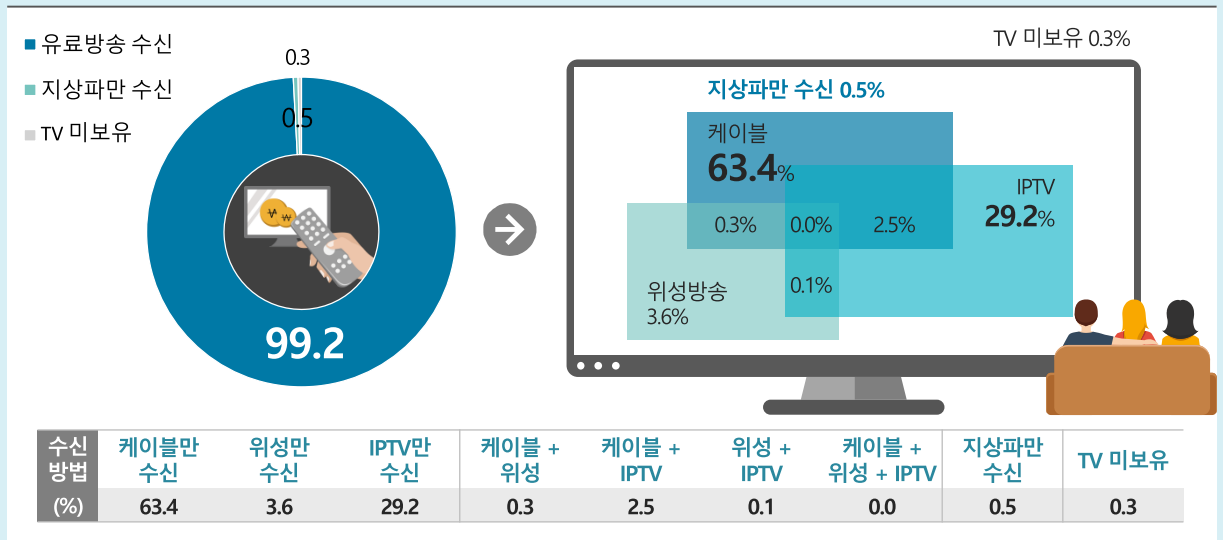
▶ TV수상기 보유율



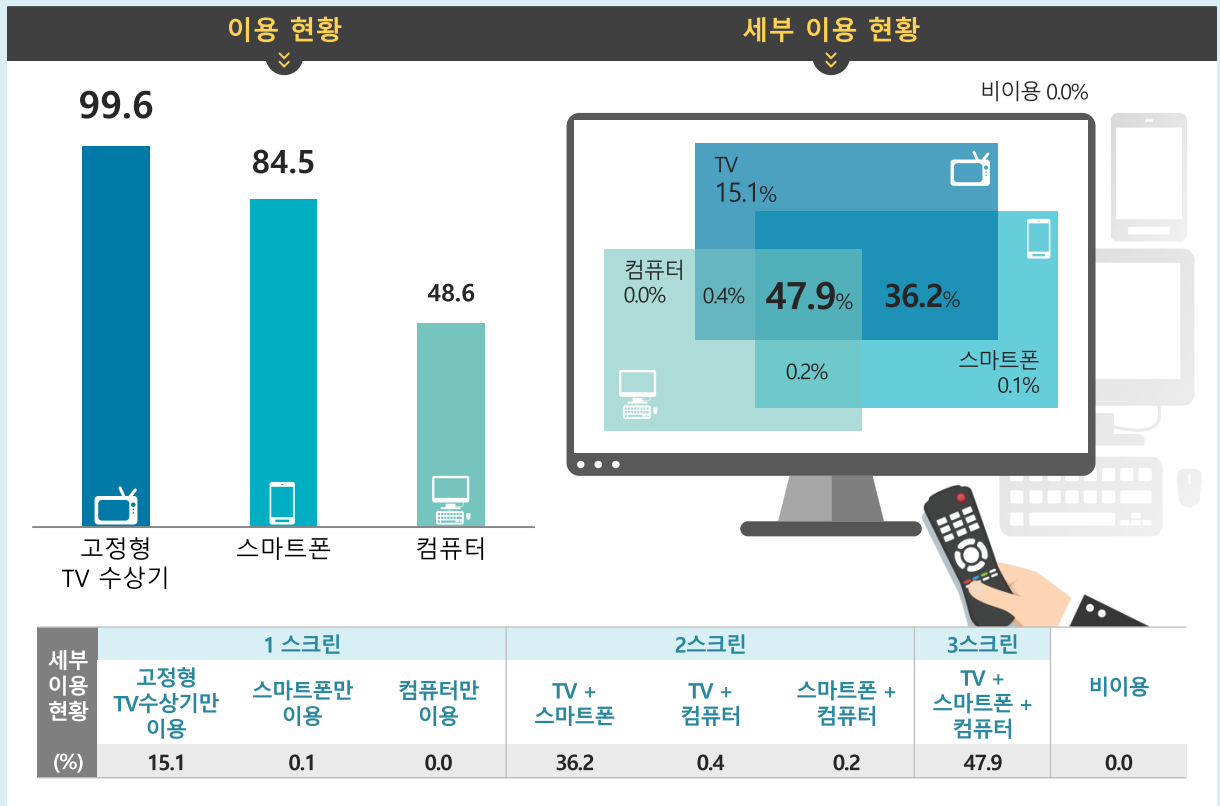
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

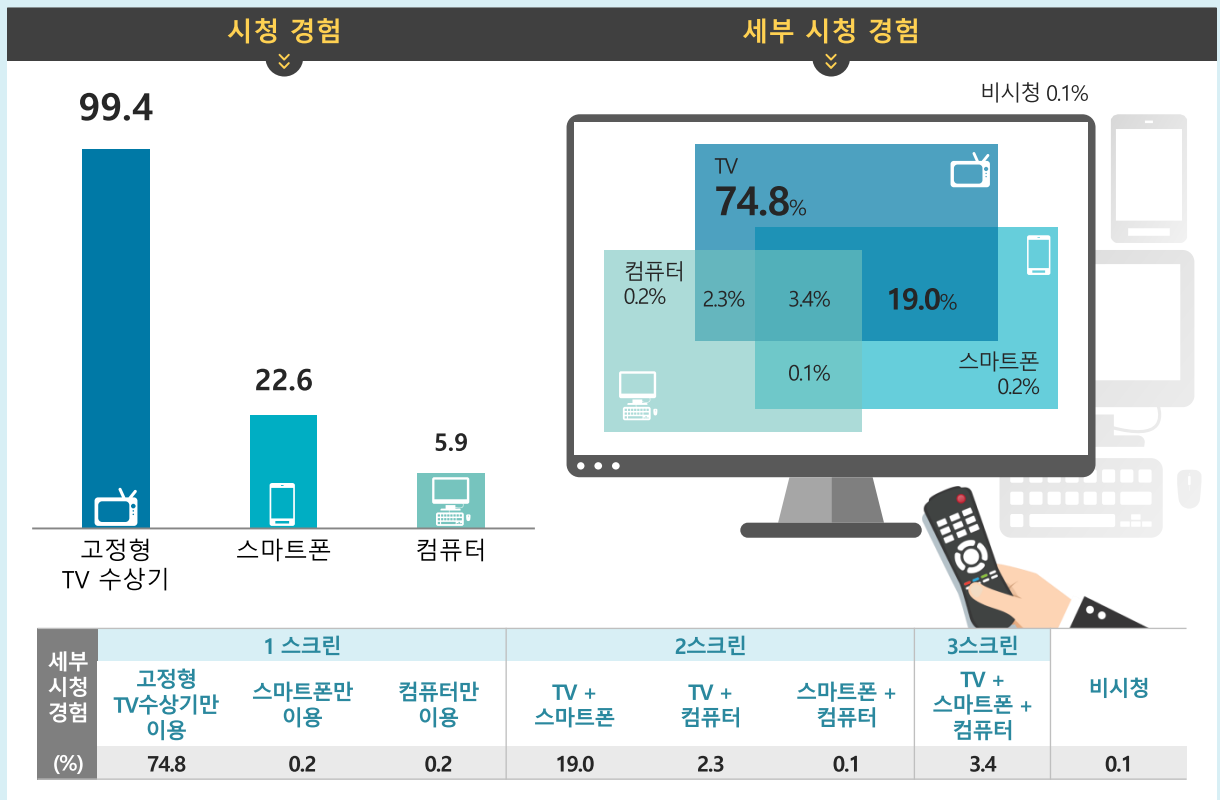


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



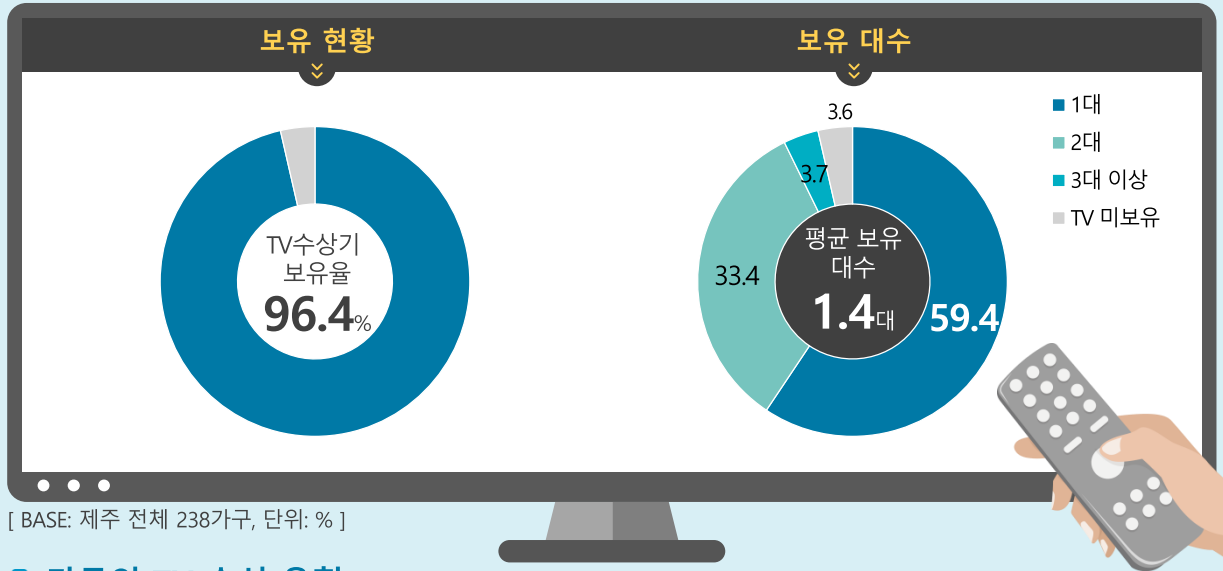
[BASE: 경남 전체 응답자 2,713명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

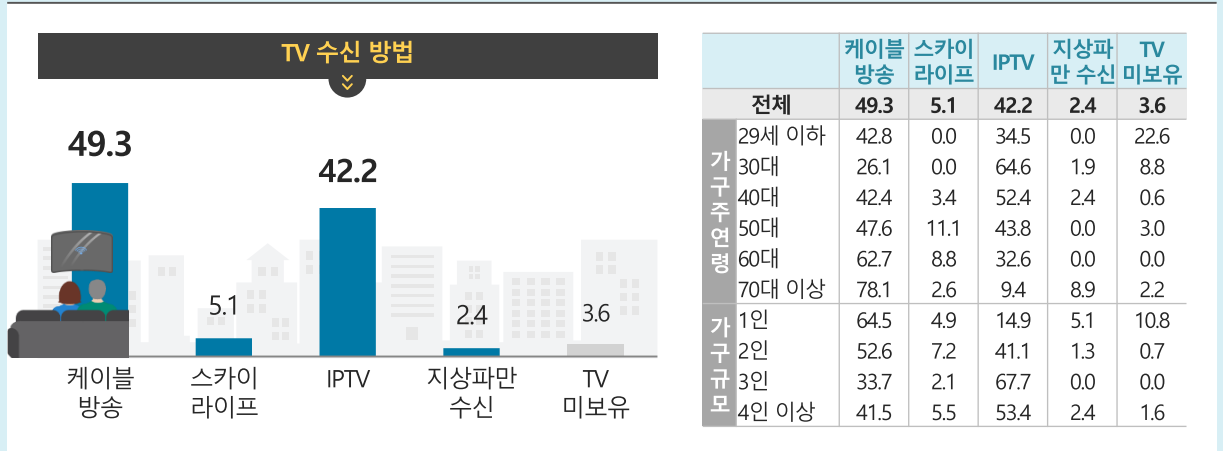


[BASE: 경남 전체 응답자 2,713명, 단위: %]

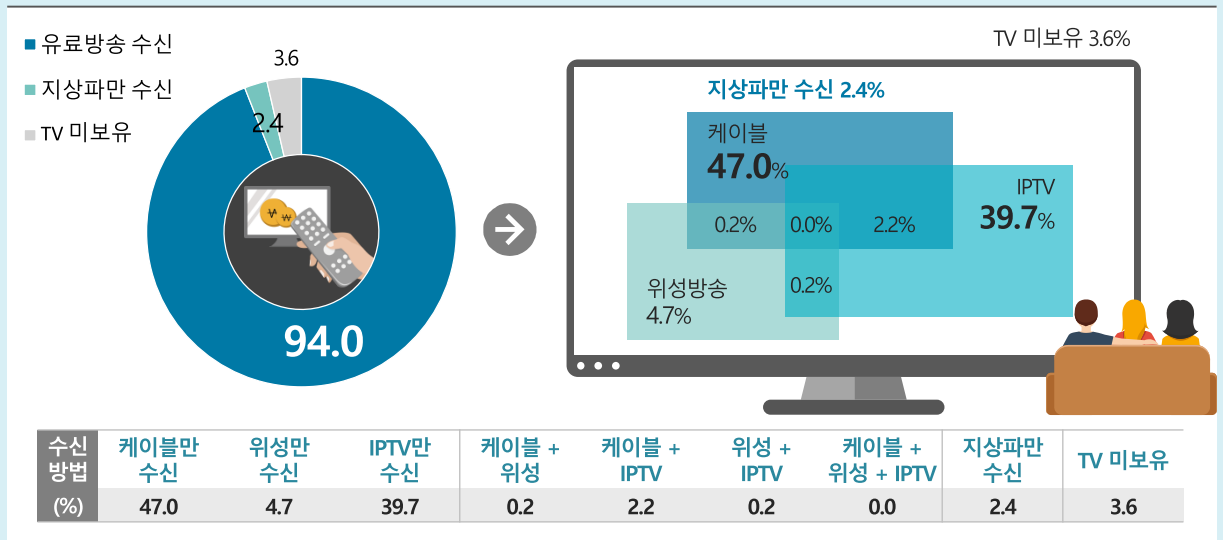
▶ TV수상기 보유율



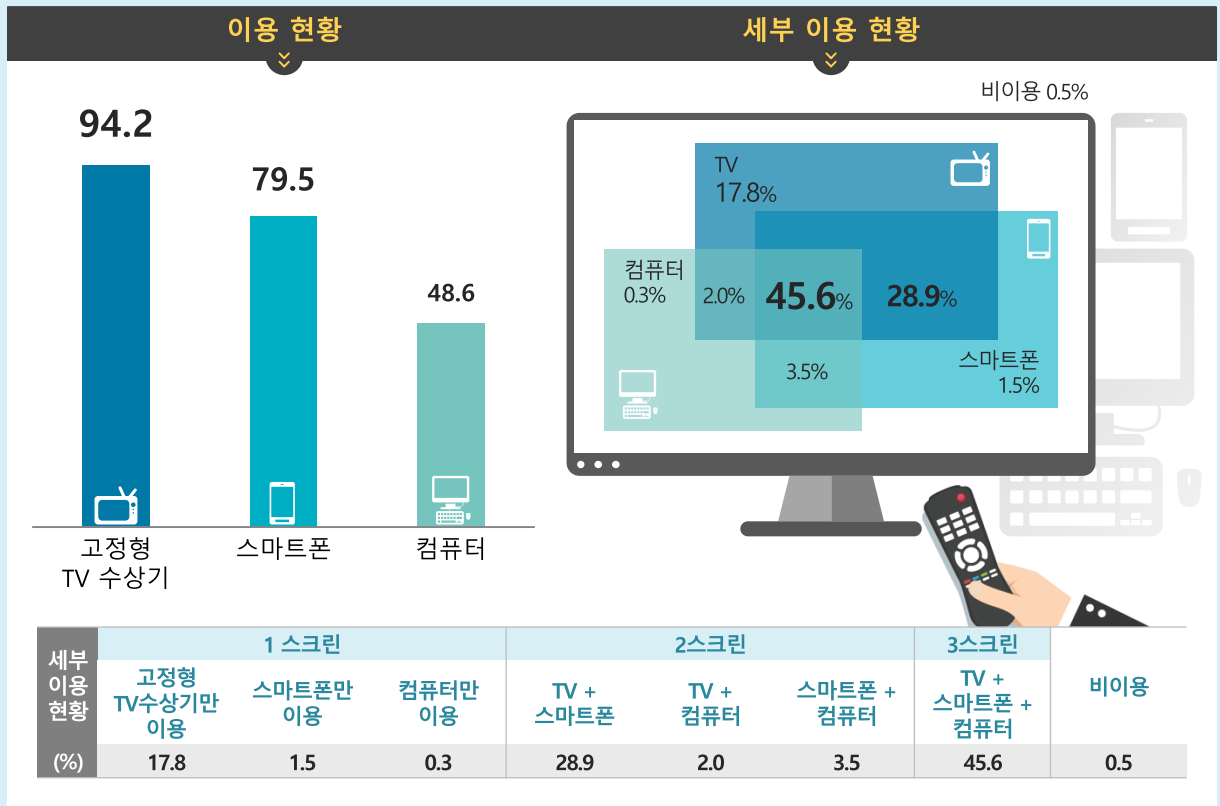
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

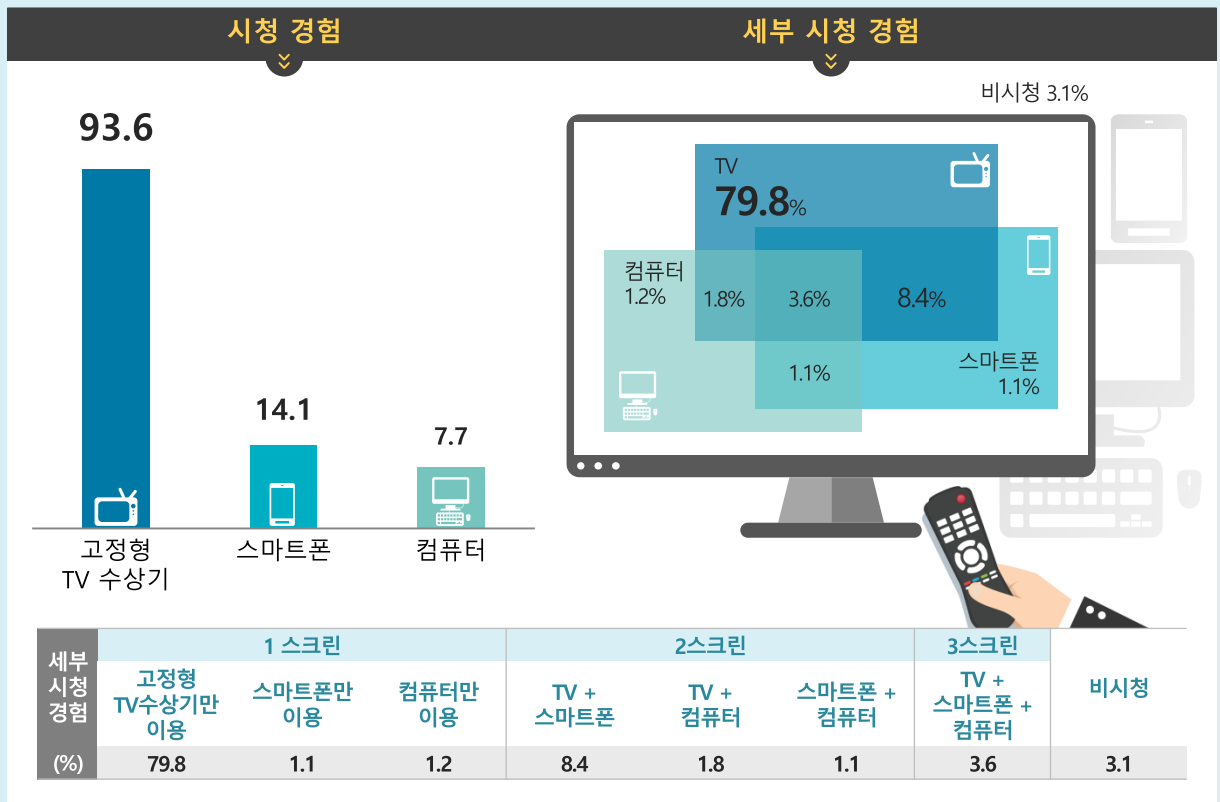


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



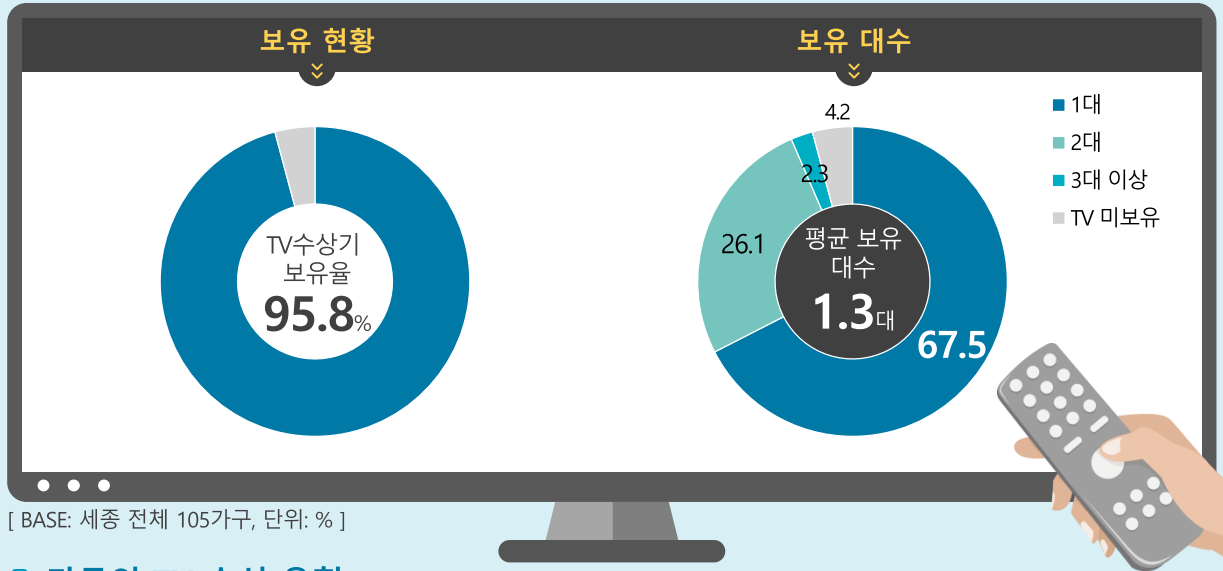
[BASE: 제주 전체 응답자 506명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험

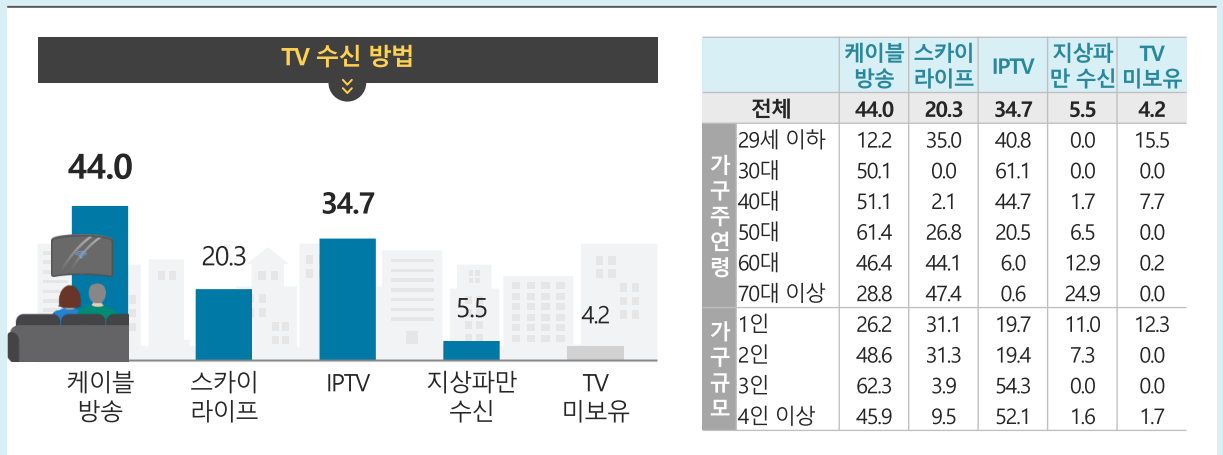


[BASE: 제주 전체 응답자 506명, 단위: %]

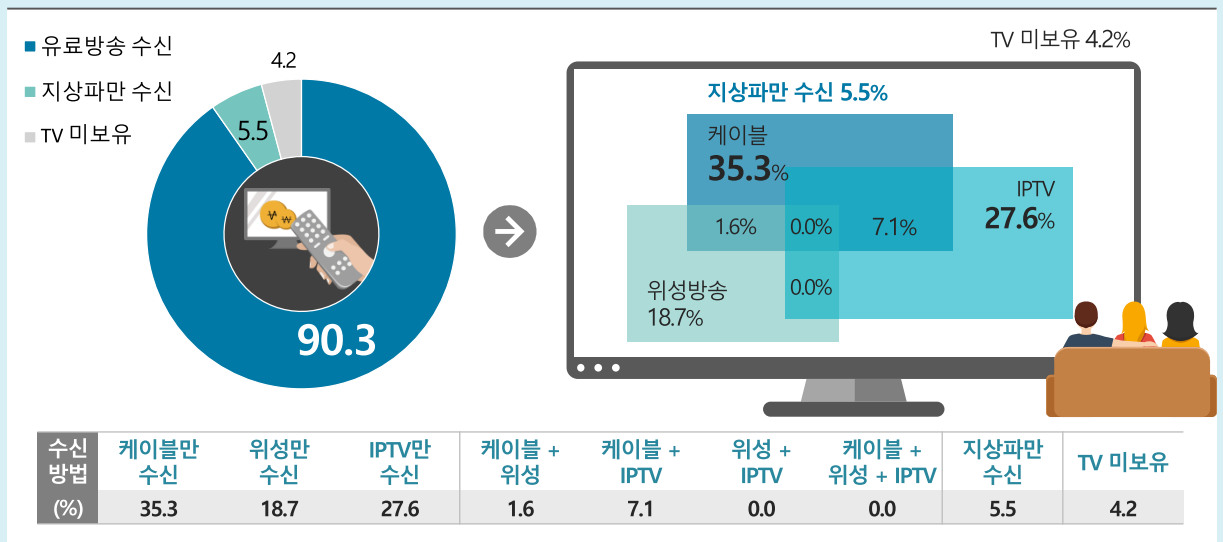
▶ TV수상기 보유율



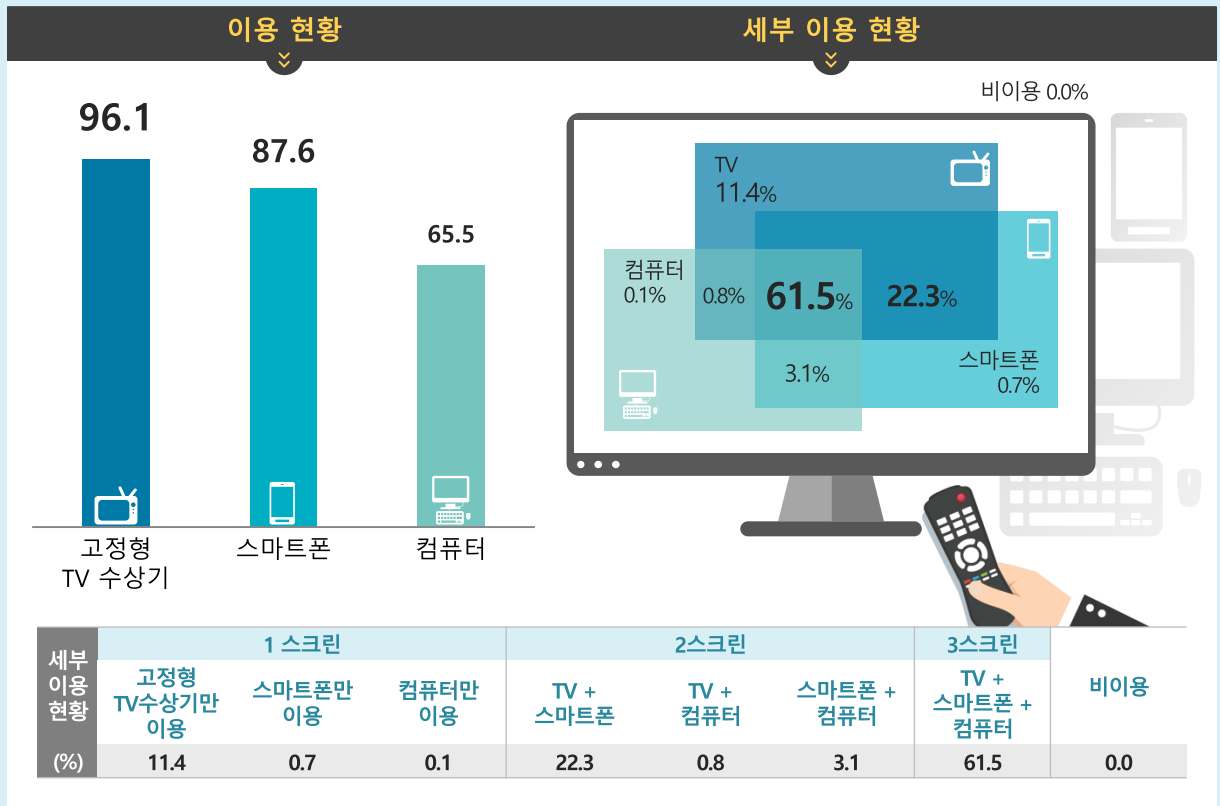
▶ 가구의 TV 수신 유형



▶ 가구의 유료 방송 수신 현황

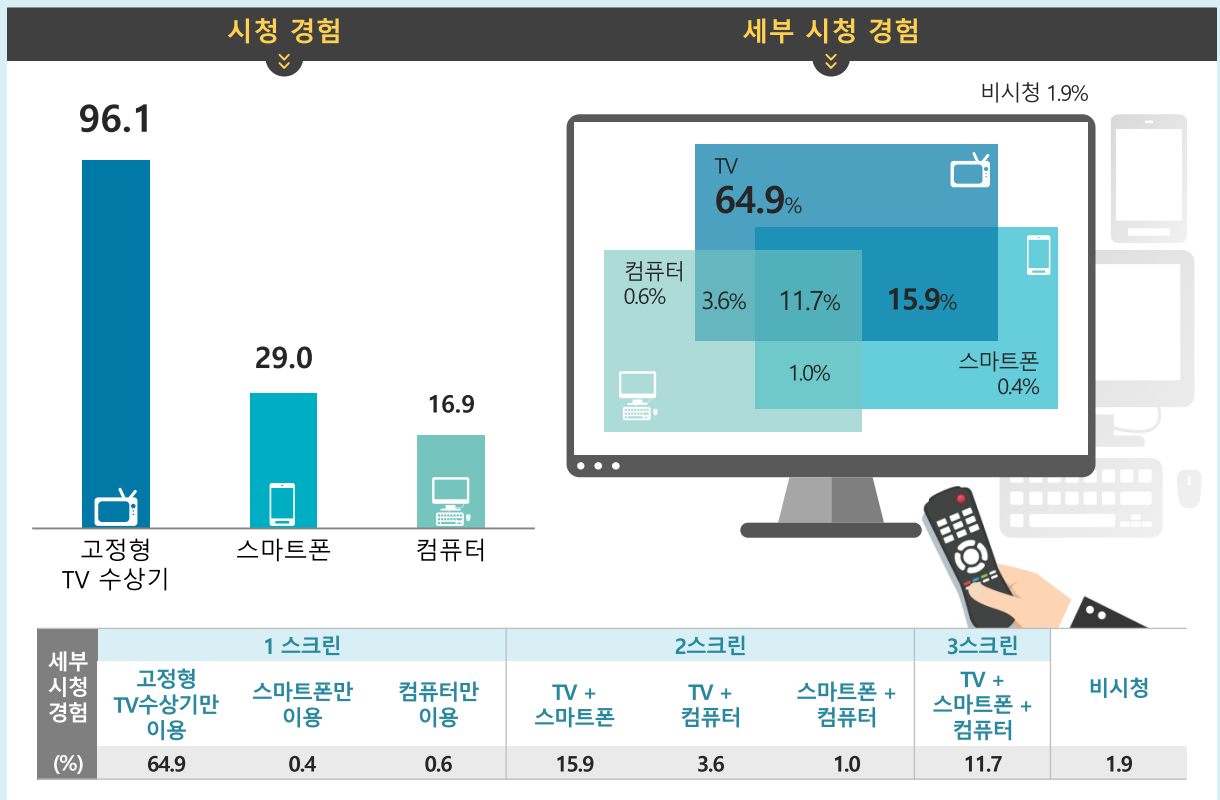


▶ 1개월 내 미디어 기기별 이용 현황



[BASE: 세중 전체 응답자 208명, 단위: %]

▶ 1개월 내 미디어 기기별 TV방송프로그램 시청 경험



[BASE: 세중 전체 응답자 208명, 단위: %]

III

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

미디어 기기 보유 및 이용 환경

1장 TV수상기

2장 스마트폰

3장 컴퓨터

01 PART

가구의 TV수상기 보유 현황

가 가구의 TV수상기 보유율

□ 지역별 가구의 TV수상기 보유율

- 우리나라 전체 가구 중 98.3%가 가구 내 TV수상기를 보유하고 있음
- 17개 시도별로 보면, 모든 지역에서 TV수상기 보유율은 90%대 이상을 보여 지역별로 큰 차이를 보이지 않는 가운데 전남이 99.9%로 가장 높았고, 그 다음으로 경남(99.7%), 광주(99.6%), 경기(99.4%) 순으로 높았음
- 대전과 강원도의 TV수상기 보유율은 각각 94.4%로 나타나 17개 시도 중 가장 낮은 TV수상기 보유율을 보였음

그림 3-1-1 가구의 TV수상기 보유율

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

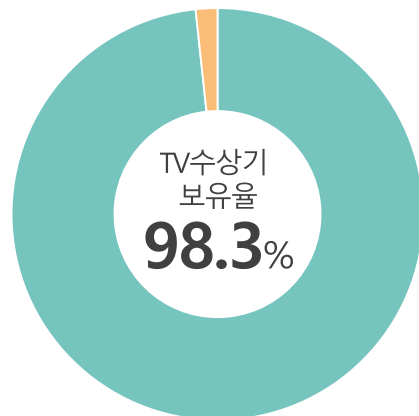
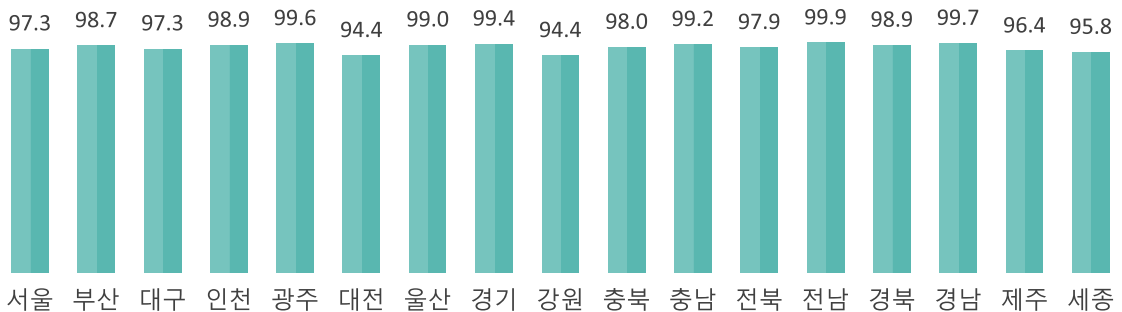


그림 3-1-2 가구의 TV수상기 보유율 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

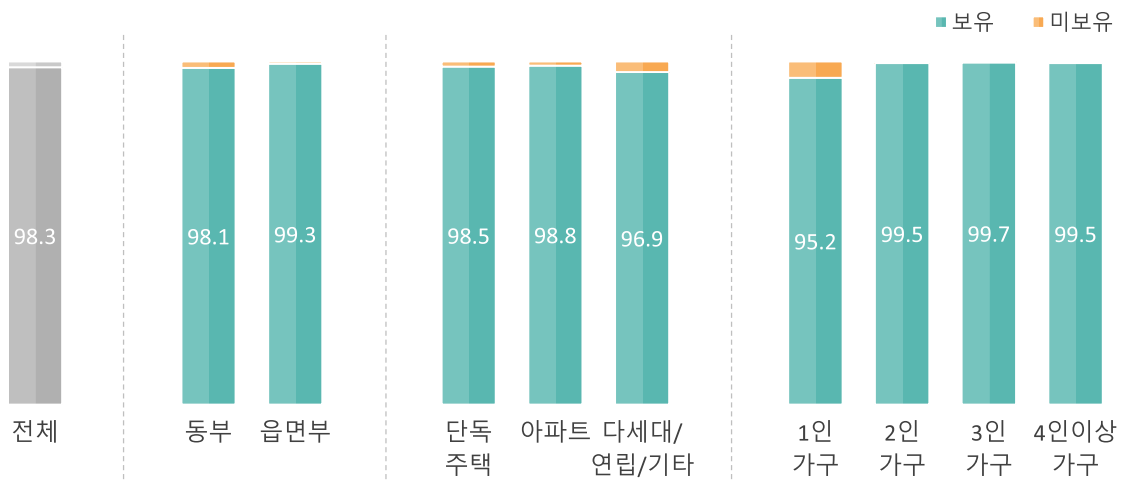


□ 가구 특성별 가구의 TV수상기 보유율

- 가구의 TV수상기 보유율은 가구가 소재한 지역규모와 주택형태, 가구규모 등 가구 특성에 따라 크게 차이를 보이지는 않았음
- 가구의 TV수상기 보유율은 주택형태별로는 다세대/연립/기타 주택유형에서, 가구규모별로는 1인 가구에서 상대적으로 낮았음
- 지역규모별로는 동부에 소재한 가구(98.1%)보다 읍면부(99.3%)에 소재한 가구에서 TV수상기 보유율이 상대적으로 높게 나타남
- 주택형태별로는 아파트 거주 가구(98.8%)와 단독주택(98.5%)에 비해 다세대/연립/기타(96.9%)에 거주하는 가구에서 TV수상기 보유율이 상대적으로 낮았음
- 가구규모별로는 1인 가구(95.2%)에서 TV수상기 보유율이 2인 이상 가구에 비해 상대적으로 낮은 특징을 보임

그림 3-1-3 가구의 TV수상기 보유율 : 가구 특성별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



나 TV수상기 보유 대수

- 우리나라 1가구 당 평균 TV수상기 보유 대수는 1.25대인 것으로 나타남
 - 우리나라 전체 가구 4가구 중 3가구 정도(73.4%)가 가구 내 TV수상기를 1대 보유하고 있었음
 - 가구 내 TV수상기를 2대 보유하고 있는 가구는 23.3%였으며, TV수상기를 3대 이상 보유하고 있는 가구는 1.7%로 나타남
 - 한편, 전체 가구의 1.7%의 가구는 TV수상기를 보유하고 있지 않는 것으로 나타남

그림 3-1-4 TV수상기 보유 대수

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

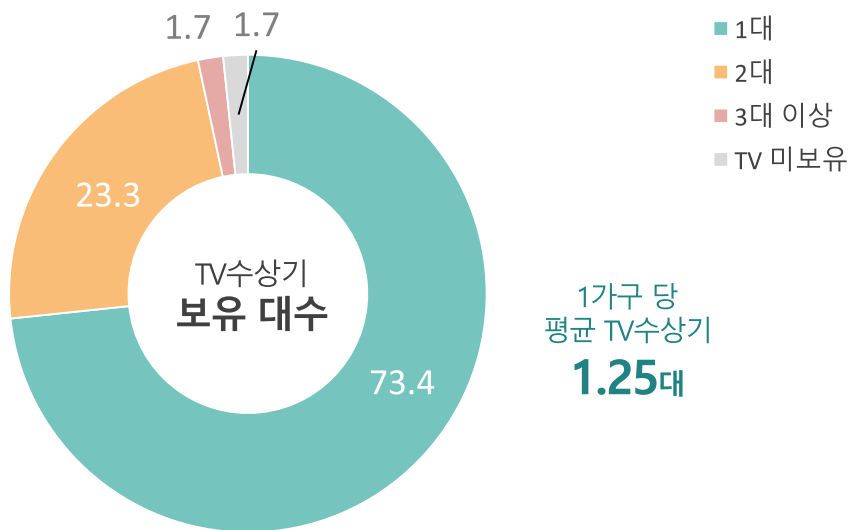


표 3-1-1 TV수상기 보유 대수

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, % 대)

	조사 사례수	1대	2대	3대	4대	5대 이상	TV 미보유	평균 보유 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.6	0.1	0.0	1.7	1.25

□ 지역별 TV수상기 보유 대수

- 17개 시도별로 TV수상기 보유 대수를 살펴보면 지역별로 다소 차이를 보였음
- 1가구 당 보유하고 있는 평균 TV수상기 대수는 경남이 1.39대로 가장 많았고, 그 다음으로 제주(1.38대), 전남(1.35대), 경북(1.33대), 광주(1.32대), 충남(1.31대), 부산(1.30대) 순으로 많았음

그림 3-1-5 TV수상기 보유 대수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

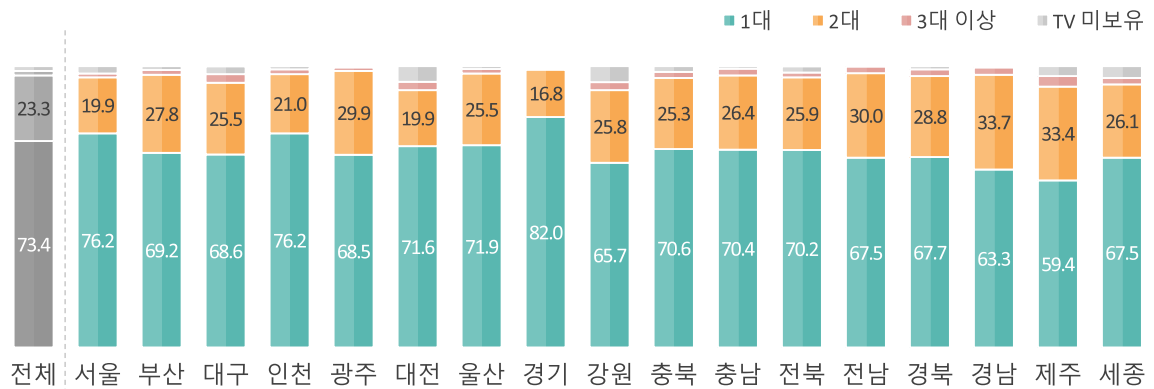


표 3-1-2 TV수상기 보유 대수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %, 대)

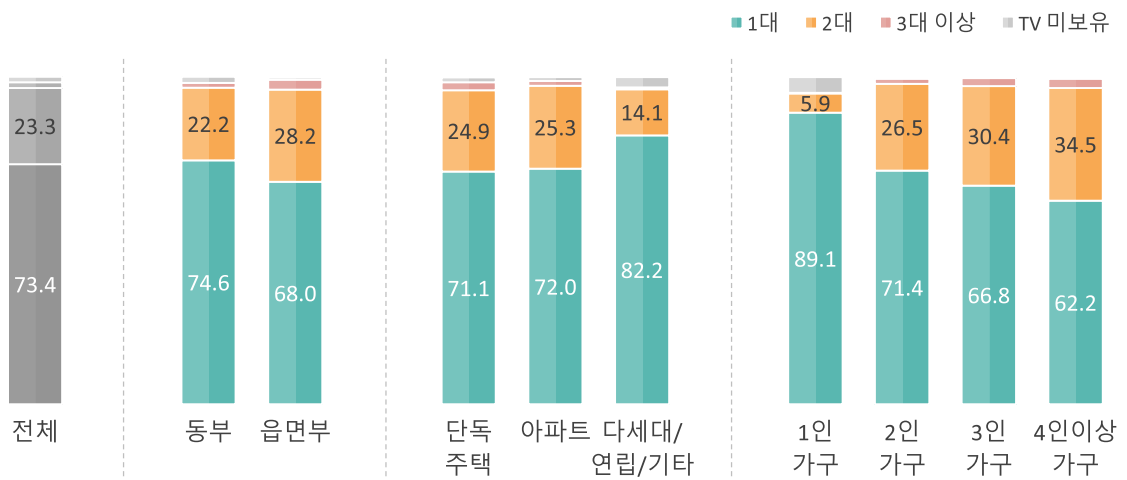
	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	TV 미보유	평균 대수		조사 사례수	1대	2대	3대 이상	TV 미보유	평균 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.7	1.7	1.25	강원	636	65.7	25.8	2.9	5.6	1.27
서울	3,880	76.2	19.9	1.3	2.7	1.20	충북	637	70.6	25.3	2.1	2.0	1.28
부산	1,384	69.2	27.8	1.7	1.3	1.30	충남	844	70.4	26.4	2.4	0.8	1.31
대구	962	68.6	25.5	3.1	2.7	1.29	전북	749	70.2	25.9	1.7	2.1	1.27
인천	1,097	76.2	21.0	1.7	1.1	1.23	전남	751	67.5	30.0	2.4	0.1	1.35
광주	587	68.5	29.9	1.2	0.4	1.32	경북	1,114	67.7	28.8	2.4	1.1	1.33
대전	609	71.6	19.9	3.0	5.6	1.21	경남	1,314	63.3	33.7	2.6	0.3	1.39
울산	439	71.9	25.5	1.6	1.0	1.28	제주	238	59.4	33.4	3.7	3.6	1.38
경기	4,652	82.0	16.8	0.5	0.6	1.17	세종	105	67.5	26.1	2.3	4.2	1.26

□ 가구 특성별 TV수상기 보유 대수

- TV수상기 보유 대수는 가구가 소재한 지역규모와 주택형태, 가구규모 등 가구 특성에 따라 다소 차이를 보였음
- TV수상기 보유 대수는 동부보다는 읍면부에서, 주택형태별로는 다세대/연립/기타 주택유형에 비해 단독주택과 아파트에서, 가구규모별로는 4인 이상 가구에서 상대적으로 높았음

그림 3-1-6 TV수상기 보유 대수 : 가구 특성별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



- 지역규모별로는 동부에 소재한 가구(1.23대)보다 읍면부(1.34대)에 소재한 가구에서 1가구 당 보유하고 있는 평균 TV수상기 대수가 많은 것으로 나타남

표 3-1-3 TV수상기 보유 대수 : 동·읍면부별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %, 대)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	TV 미보유	평균 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.7	1.7	1.25
동부	16,176	74.6	22.2	1.4	1.9	1.23
읍면부	3,824	68.0	28.2	3.0	0.7	1.34

- 주택형태별로는 다세대/연립/기타 거주 가구(1.12대)에 비해 단독주택(1.28대)과 아파트(1.27대)에 거주하는 가구에서 1가구 당 보유하고 있는 평균 TV수상기 대수가 상대적으로 높았음
- 가구규모별로는 4인 이상 가구(1.40대)에서 1가구 당 보유하고 있는 평균 TV수상기 대수가 3인 이하 가구에 비해 상대적으로 많았음

표 3-1-4 TV수상기 보유 대수 : 주택형태별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %, 대)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	TV 미보유	평균 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.7	1.7	1.25
단독주택	7,052	71.1	24.9	2.4	1.5	1.28
아파트	9,633	72.0	25.3	1.5	1.2	1.27
다세대/연립 /기타	3,315	82.2	14.1	0.6	3.1	1.12

표 3-1-5 TV수상기 보유 대수 : 가구규모별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %, 대)

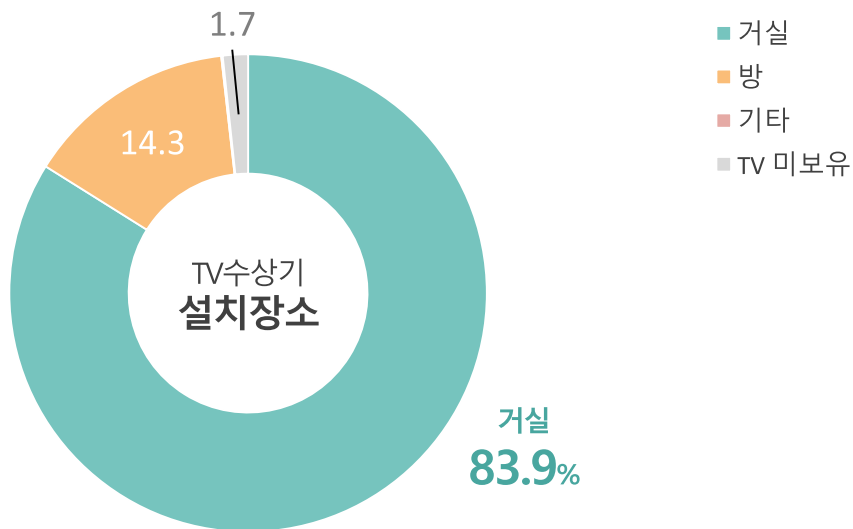
	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	TV 미보유	평균 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.7	1.7	1.25
1인가구	5,698	89.1	5.9	0.2	4.8	1.01
2인가구	5,389	71.4	26.5	1.6	0.5	1.29
3인가구	4,275	66.8	30.4	2.5	0.3	1.36
4인 이상 가구	4,638	62.2	34.5	2.8	0.5	1.40

다 TV수상기 설치 장소

- 우리나라 대부분의 가구는 주로 사용하는 TV수상기를 거실에 설치하여 이용하고 있는 것으로 나타남
 - 우리나라 전체 가구 10가구 중 8가구 이상(83.9%)은 주사용 TV수상기를 거실에 설치하고 이용하고 있었음
 - 가구의 주사용 TV수상기가 거실이 아닌 방에 설치된 경우는 14.3%, 거실·방 이외의 공간에 설치된 경우는 0.1% 미만이었음

그림 3-1-7 TV수상기 설치 장소

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



*주사용 TV수상기 기준

□ 지역별 TV수상기 설치 장소

- 모든 지역에서 가구의 주사용 TV수상기가 거실에 설치된 경우가 많은 가운데, 지역별로 다소 차이를 보였음
- 17개 시도별로 보면 TV수상기를 거실에 설치한 비율이 경기도 93.8%로 가장 높았으며 그 다음으로 서울(87.3%), 부산(86.7%), 광주(85.2%), 인천(85.1%) 순으로 높았음

그림 3-1-8 TV수상기 설치 장소 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

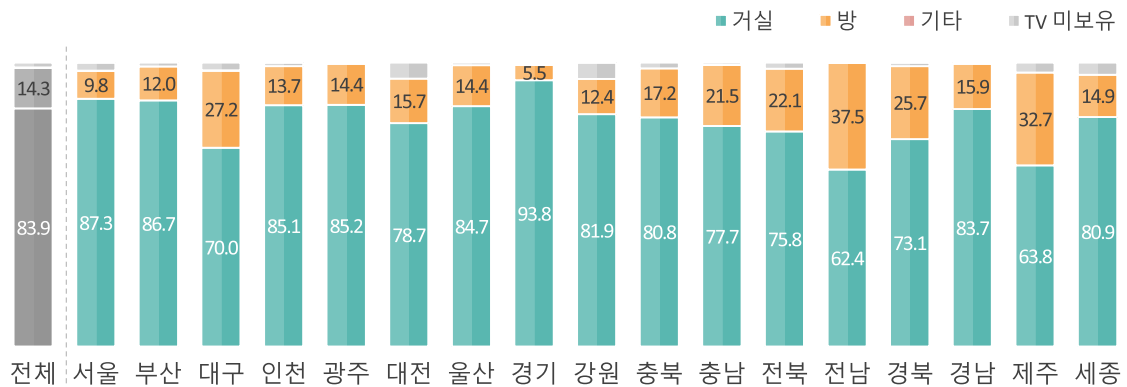


표 3-1-6 TV수상기 설치 장소 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유		조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유
전체	20,000	83.9	14.3	0.1	1.7	강원	636	81.9	12.4	0.0	5.6
서울	3,880	87.3	9.8	0.1	2.7	충북	637	80.8	17.2	0.0	2.0
부산	1,384	86.7	12.0	0.0	1.3	충남	844	77.7	21.5	0.1	0.8
대구	962	70.0	27.2	0.1	2.7	전북	749	75.8	22.1	0.0	2.1
인천	1,097	85.1	13.7	0.0	1.1	전남	751	62.4	37.5	0.0	0.1
광주	587	85.2	14.4	0.0	0.4	경북	1,114	73.1	25.7	0.0	1.1
대전	609	78.7	15.7	0.0	5.6	경남	1,314	83.7	15.9	0.0	0.3
울산	439	84.7	14.4	0.0	1.0	제주	238	63.8	32.7	0.0	3.6
경기	4,652	93.8	5.5	0.1	0.6	세종	105	80.9	14.9	0.0	4.2

*주사용 TV수상기 기준

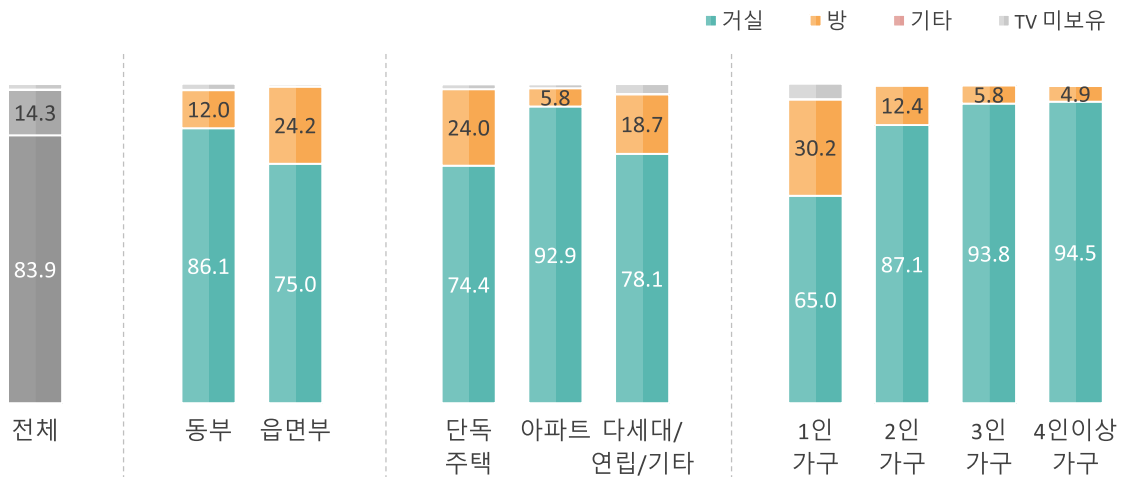
- 한편, 가구의 주사용 TV수상기가 거실이 아닌 방에 설치된 가구의 비율은 전남 지역이 37.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로 제주(32.7%), 대구(27.2%), 경북(25.7%), 전북(22.1%) 순으로 그 비율이 높았음

□ 가구 특성별 TV수상기 설치 장소

- 가구의 주사용 TV수상기의 설치 장소는 가구가 소재한 지역규모와 주택형태, 가구규모 등 가구 특성에 따라 다소 차이를 보였음
- 주사용 TV수상기가 방에 설치된 가구의 비율은 동부보다는 읍면부에서, 주택형태별로는 아파트에 비해 단독주택과 다세대/연립/기타 주택유형에서, 가구규모별로는 1인 가구에서 상대적으로 높았음

그림 3-1-9 TV수상기 설치 장소 : 가구 특성별

(n=전체 조사대상 가구, 단위:%)



*주사용 TV수상기 기준

- 지역규모별로는 동부에 소재한 가구(12.0%)보다 읍면부(24.2%)에 소재한 가구에서 주사용 TV수상기를 거실이 아닌 방에 설치한 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 주택형태별로는 아파트 거주 가구(5.8%)에 비해 단독주택(24.0%)과 다세대/연립/기타(18.7%)에 거주하는 가구에서 주사용 TV수상기를 거실이 아닌 방에 설치하여 사용하고 있는 비율이 상대적으로 높았음
- 가구규모별로는 1인 가구(30.2%)에서 주사용 TV를 방에 설치한 비율이 2인 이상 가구에 비해 크게 높았음

표 3-1-7 TV수상기 설치 장소 : 동·읍면부별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유
전체	20,000	83.9	14.3	0.1	1.7
동부	16,176	86.1	12.0	0.1	1.9
읍면부	3,824	75.0	24.2	0.0	0.7

표 3-1-8 TV수상기 설치 장소 : 주택형태별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유
전체	20,000	83.9	14.3	0.1	1.7
단독주택	7,052	74.4	24.0	0.0	1.5
아파트	9,633	92.9	5.8	0.0	1.2
다세대/연립/기타	3,315	78.1	18.7	0.1	3.1

표 3-1-9 TV수상기 설치 장소 : 가구규모별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유
전체	20,000	83.9	14.3	0.1	1.7
1인가구	5,698	65.0	30.2	0.1	4.8
2인가구	5,389	87.1	12.4	0.0	0.5
3인가구	4,275	93.8	5.8	0.1	0.3
4인 이상 가구	4,638	94.5	4.9	0.1	0.5

*주사용 TV수상기 기준

02 PART

가구의 유료방송 수신 현황

가 TV수상기의 유료방송 수신 현황

- TV수상기의 유료방송 수신 현황을 보면 케이블(유선)방송 서비스를 이용해 TV를 수신하는 가구의 비율이 가장 높았음
- 우리나라 전체 가구의 절반 정도인 50.5%는 케이블(유선)방송 서비스를 통해 TV수상기에서 TV 방송을 수신하고 있는 것으로 나타남
- 케이블(유선)방송 다음으로는 IPTV 서비스(41.5%)를 이용해 TV수상기 방송을 수신하고 있었으며, 스카이라이프를 통해 방송을 수신하는 가구는 전체 가구의 5.5%였음
- 한편, 지상파만 연결하여 수신하는 가구는 전체 가구의 3.0%였으며, 1.7%의 가구는 TV수상기를 보유하고 있지 않는 것으로 나타남

그림 3-1-10 TV수상기의 유료방송 수신 현황

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

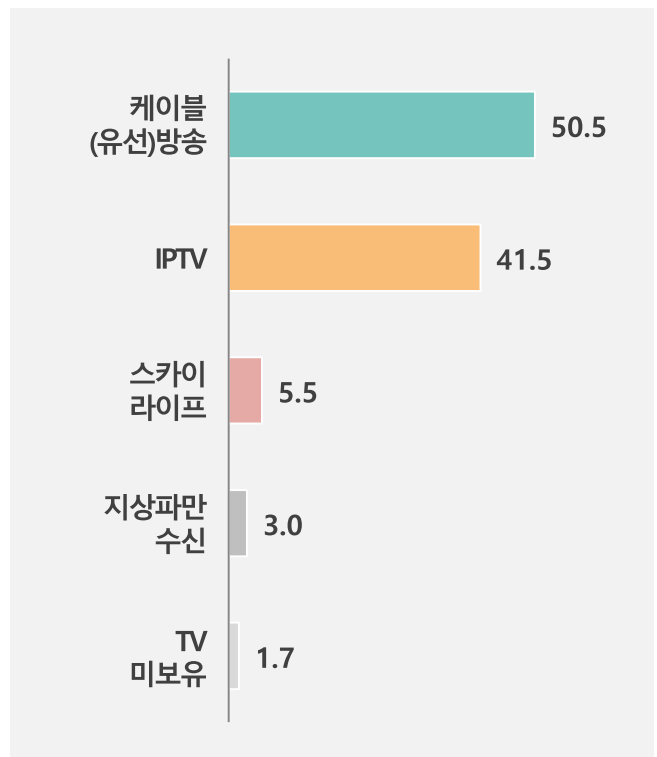


표 3-1-10 TV수상기의 유료방송 수신 현황

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블 (유선)방송	IPTV	스카이라이프	지상파만 수신	TV 미보유
전체	20,000	50.5	41.5	5.5	3.0	1.7

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

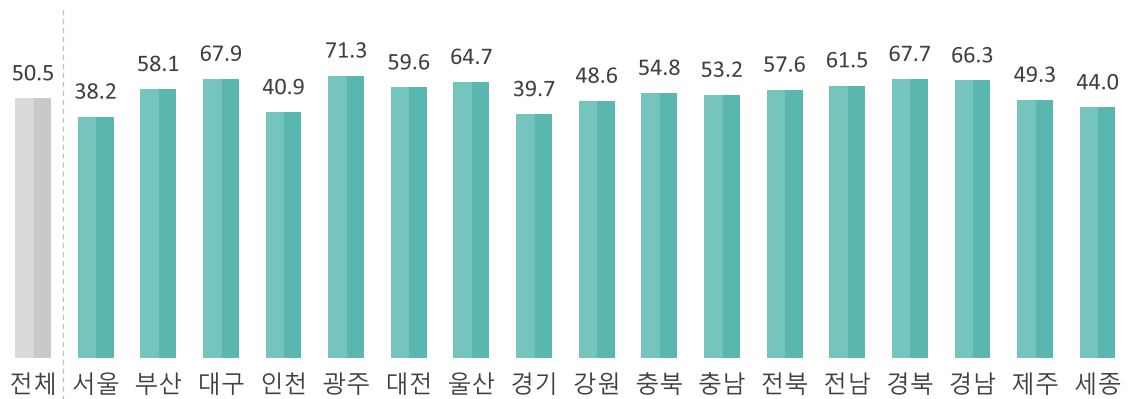
1) 케이블(유선)방송

□ 지역별 케이블(유선)방송 수신 현황

- 가구의 케이블(유선)방송을 수신 비율은 17개 시도별로 다소 차이가 있었음
 - 케이블(유선)방송을 수신하는 비율은 광주가 71.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 대구(67.9%), 경북(67.7%), 경남(66.3%), 울산(64.7%), 전남(61.5%), 대전(59.6%), 부산(58.1%), 전북(57.6%), 충북(54.8%), 충남(53.2%), 제주(49.3%), 강원(48.6%), 세종(44.0%), 인천(40.9%), 경기(39.7%), 서울(38.2%) 순이었음
 - 케이블(유선)방송을 수신하는 비율이 가장 낮은 시도는 서울로 전체 가구의 38.2%가 케이블(유선)방송을 통해 방송을 수신하고 있었으며, 그 다음으로 경기(39.7%), 인천(40.9%) 순이었음

그림 3-1-11 케이블(유선)방송 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 케이블(유선)방송 수신 TV를 보유한 가구의 비율이 낮은 시도는 서울, 인천, 경기와 같이 수도권 지역인 것으로 나타남

- 강원, 충남, 충북과 같은 지역은 지리적 특성으로 인해 케이블(유선)방송 수신 가구의 비율은 낮은 반면, 별도의 유선 인프라 구축이 필요하지 않은 스카이라이프 수신 비율이 높은 특징을 보임
- 서울, 인천, 경기와 같이 인구가 밀집되고 주요 통신사들의 판촉 영업이 상대적으로 더 활발한 수도권 지역은 케이블(유선)방송 대신 IPTV를 수신하는 가구의 비율이 상대적으로 높은 특징을 보임

표 3-1-11 케이블(유선)방송 수신 현황 : 17개 시도별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율
전체	20,000	83.9
서울	3,880	38.2
부산	1,384	58.1
대구	962	67.9
인천	1,097	40.9
광주	587	71.3
대전	609	59.6
울산	439	64.7
경기	4,652	39.7
강원	636	48.6
충북	637	54.8
충남	844	53.2
전북	749	57.6
전남	751	61.5
경북	1,114	67.7
경남	1,314	66.3
제주	238	49.3
세종	105	44.0

*조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구수신비율

- 케이블(유선)방송 서비스는 아날로그 케이블 서비스와 디지털 케이블 서비스로 구분할 수 있으며, 가구의 디지털 케이블 서비스 수신 비율도 케이블(유선)방송 서비스 수신 비율과 마찬가지로 지역별로 차이를 보였음
 - 디지털 케이블 서비스를 이용하는 가구의 비율도 17개 시도별로 다소 차이를 보였는데, 대체로 부산, 울산, 경남 지역에서의 디지털 케이블 수신 비율이 그 외 시도에 비해 높았음
 - 반면, 아날로그 케이블 수신 비율은 광주, 대전, 충북 지역에서 상대적으로 높게 나타남

- 디지털 케이블 수신 TV수상기 보유 가구의 비율은 경남이 56.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 울산(52.7%), 부산(49.5%), 강원(39.6%) 순으로 높았음
- 반면, 17개 시도 중 디지털 케이블 수신 가구의 비율이 가장 낮은 곳은 세종으로 전체 세종 거주 가구 중 2.0%의 가구만이 디지털 케이블을 수신하고 있었으며, 그 다음으로 충북(5.2%), 대전(5.9%), 전북(10.9%) 순으로 낮았음

그림 3-1-12 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위 : %)

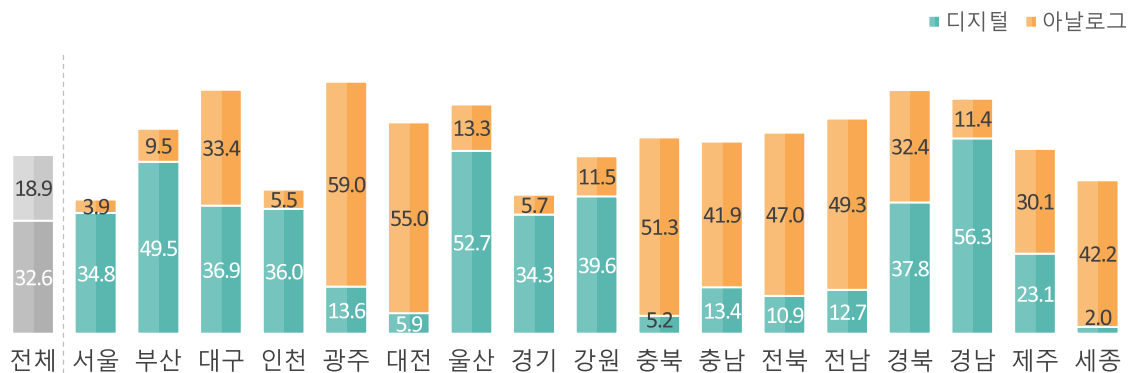


표 3-1-12 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위 : 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율				조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율		
			디지털	아날로그				디지털	아날로그
전체	20,000	50.5	32.6	18.9	강원	636	48.6	39.6	11.5
서울	3,880	38.2	34.8	3.9	충북	637	54.8	5.2	51.3
부산	1,384	58.1	49.5	9.5	충남	844	53.2	13.4	41.9
대구	962	67.9	36.9	33.4	전북	749	57.6	10.9	47.0
인천	1,097	40.9	36.0	5.5	전남	751	61.5	12.7	49.3
광주	587	71.3	13.6	59.0	경북	1,114	67.7	37.8	32.4
대전	609	59.6	5.9	55.0	경남	1,314	66.3	56.3	11.4
울산	439	64.7	52.7	13.3	제주	238	49.3	23.1	30.1
경기	4,652	39.7	34.3	5.7	세종	105	44.0	2.0	42.2

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* 디지털 및 아날로그 케이블 중복 수신 가구로 인해 디지털 케이블과 아날로그 케이블의 합계가 전체 케이블(유선)방송과 맞지 않을 수 있음

□ 동·읍면별 케이블(유선)방송 수신 현황

- 지역규모별로는 케이블(유선)방송을 수신 비율은 읍면부에서 동부보다 다소 높았으나, 그 차이는 스카이라이프나 IPTV와 같은 다른 유료방송 서비스보다는 상대적으로 작았음
- 가구의 케이블(유선)방송 수신 비율은 동부에서 48.7%, 읍면부에서는 57.7%로 읍면부가 동부에 비해 9.0%p 정도 높게 나타났음

- 참고로 스카이라이프 수신 가구 비율은 읍면부가 동부보다 14.1%p, IPTV 수신 가구 비율은 동부가 읍면부보다 20.7%p 높았음

표 3-1-13 케이블(유선)방송 수신 현황 : 동·읍면부별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율
전체	20,000	50.5
동부	16,176	48.7
읍면부	3,824	57.7

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대 기준

- 디지털 케이블 수신 가구의 비율은 동부가 33.4%로 아날로그 케이블 수신 가구 (29.1%)에 비해 4.3%p 높았음
- 아날로그에서 디지털 케이블로의 전환이 특·광역시 등 대도시와 중소도시의 동부 등 도시화된 지역을 중심으로 우선적으로 진행되고 있으며, 아직 읍면부에서는 디지털 케이블로의 전환이 상대적으로 미진한 것으로 보임

표 3-1-14 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 동·읍면부별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수		케이블(유선)방송 수신 비율	
			디지털	아날로그
전체	20,000	50.5	32.6	18.9
동부	16,176	48.7	33.4	16.2
읍면부	3,824	57.7	29.1	30.2

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* 디지털 및 아날로그 케이블 중복 수신 가구로 인해 디지털 케이블과 아날로그 케이블의 합계가 전체 케이블(유선)방송과 맞지 않을 수 있음

□ 주택유형별 케이블(유선)방송 수신 현황

- 케이블(유선)방송 수신 비율은 조사대상 가구가 거주하는 주택유형에 따라 다소 차이를 보였음
- 케이블(유선)방송을 수신하는 가구 비율은 단독주택 거주 가구에서 59.8%로 모든 주택유형 중 가장 높았음
- 그 다음으로 다세대/연립/기타 유형에서 45.8%, 아파트는 45.2%로 두 주택유형의 차이는 크지 않았음
- 디지털 케이블 수신 비율이 가장 높은 주택유형 또한 단독주택으로 나타남
 - 단독주택의 디지털 케이블 수신 비율은 35.9%로 가장 많았으며, 다음으로 다세대/연립/기타 주택유형이 34.3%로 그 뒤를 이었음
 - 한편, 아파트 가구에서 디지털 케이블을 수신하는 비율이 29.6%로 다른 주택유형에 비해 상대적으로 낮게 나타남

표 3-1-15 케이블(유선)방송 수신 현황 : 주택유형별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율
전체	20,000	50.5
단독주택	7,052	59.8
아파트	9,633	45.2
다세대/연립/기타	3,315	45.8

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

표 3-1-16 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 주택유형별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율	
		디지털	아날로그
전체	20,000	50.5	32.6
단독주택	7,052	59.8	35.9
아파트	9,633	45.2	29.6
다세대/연립/기타	3,315	45.8	34.3

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* 디지털 및 아날로그 케이블 중복 수신 가구로 인해 디지털 케이블과 아날로그 케이블의 합계가 전체 케이블(유선)방송과 맞지 않을 수 있음

□ 가구규모별 케이블(유선)방송 수신 현황

- 가구원 수에 따라 케이블(유선)방송 수신 비율에는 다소 차이를 보였는데, 대체로 3인 이상 가구보다 1-2인 가구에서 케이블(유선)방송 수신 비율이 높은 경향을 보임

표 3-1-17 케이블(유선)방송 수신 현황 : 가구규모별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율
전체	20,000	50.5
1인가구	5,698	58.9
2인가구	5,389	59.9
3인가구	4,275	41.9
4인 이상 가구	4,638	37.0

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구수신비율

- 가구의 케이블(유선)방송 수신 비율은 2인 가구(59.9%)와 1인 가구(58.9%)에서 높았으며, 그 다음으로 3인 가구는 41.9%, 4인 이상 가구는 전체 가구의 37.0%가 케이블(유선)방송을 수신하는 것으로 나타남
- 디지털 케이블 수신 가구의 비율과 아날로그 케이블 수신 가구의 비율에서도 1-2인 가구가 3인 이상 가구에 비해 높은 경향을 보임
 - 디지털 케이블 수신 가구의 비율은 2인 가구가 39.0%, 1인 가구가 35.0%로 높았으며, 그 다음으로 3인 가구 28.9%, 4인 이상 가구 25.7% 순으로 높았음
 - 한편, 아날로그 케이블 수신 비율은 1인 가구가 24.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 2인 가구 22.2%, 3인 가구 14.4%, 4인 이상 가구 12.5% 순이었음

표 3-1-18 케이블(유선)방송 세부 수신 현황 : 가구규모별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	케이블(유선)방송 수신 비율	케이블(유선)방송 수신 비율	
			디지털	아날로그
전체	20,000	50.5	32.6	18.9
1인가구	5,698	58.9	35.0	24.3
2인가구	5,389	59.9	39.0	22.2
3인가구	4,275	41.9	28.9	14.4
4인 이상 가구	4,638	37.0	25.7	12.5

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* 디지털 및 아날로그 케이블 중복 수신 가구로 인해 디지털 케이블과 아날로그 케이블의 합계가 전체 케이블(유선)방송과 맞지 않을 수 있음

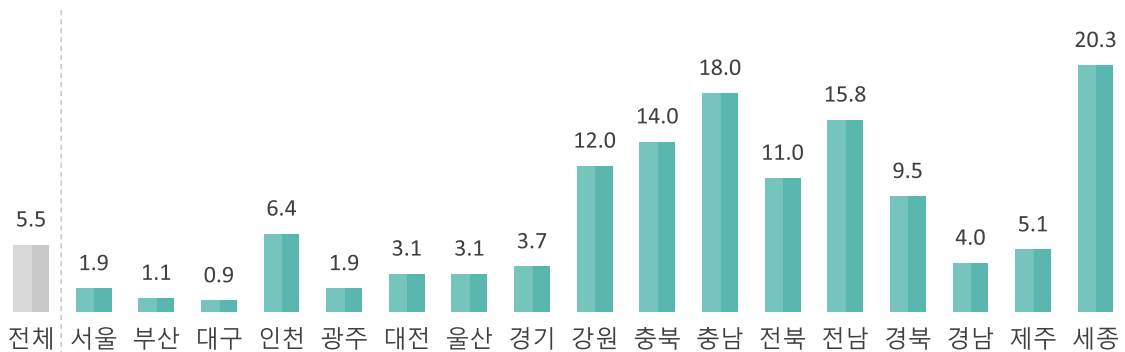
2) 스카이라이프

□ 지역별 스카이라이프 수신 현황

- TV방송프로그램 시청을 위해 스카이라이프를 수신하고 있는 가구의 비율은 17개 시도별로 유의미한 차이를 보였음
 - 가구의 스카이라이프 수신 비율은 세종이 전체 가구의 20.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 충남(18.0%), 전남(15.8%), 충북(14.0%), 강원(12.0%), 전북(11.0%), 경북(9.5%), 인천(6.4%), 제주(5.1%), 경남(4.0%), 울산(3.1%), 광주(3.1%), 서울(1.9%), 부산(1.1%), 대구(0.9%) 순이었음
- 전반적으로 수도권과 광역시에서는 스카이라이프 수신 가구 비율이 상대적으로 낮게 나타난 반면, 비수도권 광역도에서는 스카이라이프 수신 가구 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 스카이라이프는 위성 안테나를 통해 방송을 수신하는 서비스로, 광역도에서 스카이라이프 수신 비율이 높은 것은 특·광역시에 비해 유선케이블 및 인터넷망 구축이 상대적으로 덜 진행된 지역이기 때문인 것으로 보임

그림 3-1-13 스카이라이프 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 17개 시도별로는 강원, 세종, 충북, 충남, 전남 등 전통적인 농촌 촌락이 많고 도시화 정도가 낮은 시도에서 스카이라이프 수신 비율이 높은 특징을 보임
- 반면, 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 울산 등 특·광역시와 경기도와 같이 도시화가 많이 진행된 시도에서는 상대적으로 스카이라이프 수신 비율이 특히 낮은 특징을 보임
- 올레TV 스카이라이프(OTS)와 위성스카이라이프(위성)의 수신 비율도 지역별로 다소 차이를 보였음

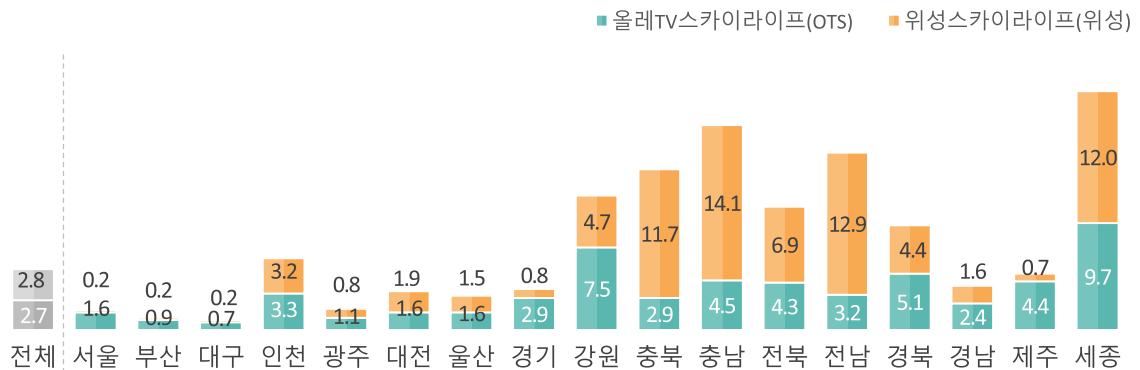
표 3-1-19 스카이라이프 수신 현황 : 17개 시도별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	스카이라이프 수신 비율
전체	20,000	5.5
서울	3,880	1.9
부산	1,384	1.1
대구	962	0.9
인천	1,097	6.4
광주	587	1.9
대전	609	3.1
울산	439	3.1
경기	4,652	3.7
강원	636	12.0
충북	637	14.0
충남	844	18.0
전북	749	11.0
전남	751	15.8
경북	1,114	9.5
경남	1,314	4.0
제주	238	5.1
세종	105	20.3

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대 기준

그림 3-1-14 스카이라이프 세부 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 위성스카이라이프(위성)의 수신 비율이 가장 높은 시도는 충남(14.1%)이었으며, 그 다음으로 전남(12.9%), 세종(12.0%), 충북(11.7%) 순으로 위성스카이라이프(위성) 서비스를 이용해 방송을 수신하는 가구의 비율이 높았음
- 반면, 대구(0.2%), 부산(0.2%), 서울(0.2%), 제주(0.7%), 경기(0.8%), 광주(0.8%)에서는 위성스카이라이프(위성)를 이용해 방송을 수신하는 가구의 비율이 1% 미만으로 매우 낮았음
- 한편, 올레TV스카이라이프(OTS) 수신 가구의 비율이 가장 높은 시도는 세종(9.7%)였으며, 그 다음으로 강원(7.5%), 경북(5.1%) 순이었음

표 3-1-20 스카이라이프 세부 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수		스카이라이프 수신 비율			조사 사례수		스카이라이프 수신 비율	
			OTS	위성				OTS	위성
전체	20,000	5.5	2.7	2.8	강원	636	12.0	7.5	4.7
서울	3,880	1.9	1.6	0.2	충북	637	14.0	2.9	11.7
부산	1,384	1.1	0.9	0.2	충남	844	18.0	4.5	14.1
대구	962	0.9	0.7	0.2	전북	749	11.0	4.3	6.9
인천	1,097	6.4	3.3	3.2	전남	751	15.8	3.2	12.9
광주	587	1.9	1.1	0.8	경북	1,114	9.5	5.1	4.4
대전	609	3.1	1.6	1.9	경남	1,314	4.0	2.4	1.6
울산	439	3.1	1.6	1.5	제주	238	5.1	4.4	0.7
경기	4,652	3.7	2.9	0.8	세종	105	20.3	9.7	12.0

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* OTS 및 위성스카이라이프 중복 수신 가구로 인해 OTS와 위성스카이라이프의 합계가 전체 스카이라이프와 맞지 않을 수 있음

□ 동·읍면별 스카이라이프 수신 현황

- 가구의 스카이라이프 수신 비율은 동부에 비해 읍면부에서 매우 높았음

- 스카이라이프를 이용해 방송을 수신하는 가구의 비율은 읍면부에서 16.9%로 동부가 2.8%인 것에 비해 약 6배 가량 높은 수준인 것으로 나타남

표 3-1-21 스카이라이프 수신 현황 : 동·읍면부별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	스카이라이프 수신 비율
전체	20,000	5.5
동부	16,176	2.8
읍면부	3,824	16.9

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 참고로 케이블(유선)방송의 경우에는 동부와 읍면부 간에 차이가 상대적으로 적었으며, IPTV의 경우 동부가 읍면부보다 약 2배 가까이 수신 비율이 높았음
- 올레TV스카이라이프(OTS)의 경우에는 동부에서는 2.0%, 읍면부에서는 5.8%의 가구가 이를 통해 방송을 수신하고 있었으며, 위성스카이라이프(위성)의 경우에 동부에서는 전체 가구의 0.8%만이 이용하고 있는 반면, 읍면부에서는 11.6%의 가구가 이를 이용해 방송을 수신하는 TV수상기를 보유하고 있는 것으로 나타남

표 3-1-22 스카이라이프 세부 수신 현황 : 동·읍면부별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수		스카이라이프 수신 비율	
			OTS	위성
전체	20,000	5.5	2.7	2.8
동부	16,176	2.8	2.0	0.8
읍면부	3,824	16.9	5.8	11.6

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* OTS 및 위성스카이라이프 중복 수신 가구로 인해 OTS와 위성스카이라이프의 합계가 전체 스카이라이프와 맞지 않을 수 있음

□ 주택유형별 스카이라이프 수신 현황

- 스카이라이프 수신 비율은 조사대상 가구가 거주하는 주택유형에 따라서도 다소 차이를 보였음

- 주택유형별로 보면, 스카이라이프를 수신하는 가구 비율은 단독주택 거주 가구에서 10.4%로 가장 높았으며, 아파트(2.9%)나 다세대/연립/기타(2.5%) 주택유형 거주 가구에 비해 4배 정도 높은 특징을 보였음

표 3-1-23

스카이라이프 수신 현황 : 주택유형별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	스카이라이프 수신 비율
전체	20,000	5.5
단독주택	7,052	10.4
아파트	9,633	2.9
다세대/연립/기타	3,315	2.5

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구수신비율

- 스카이라이프 서비스 중 위성스카이라이프(위성)를 수신하는 가구의 비중 역시 단독주택에서 가장 높았음
 - 위성스카이라이프(위성) 수신 TV수상기 보유 가구의 비율은 단독주택에서 6.7%로 나타나, 아파트(0.7%), 다세대/연립/기타(0.7%)에 비해 크게 높았음
 - 반면 아파트와 다세대/연립/기타 주택유형에서는 올레TV스카이라이프(OTS)를 수신하는 비율이 위성스카이라이프(위성)를 수신하는 비율보다 높았음

표 3-1-24

스카이라이프 세부 수신 현황 : 주택유형별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수		스카이라이프 수신 비율	
			OTS	위성
전체	20,000	5.5	2.7	2.8
단독주택	7,052	10.4	3.9	6.7
아파트	9,633	2.9	2.2	0.7
다세대/연립/기타	3,315	2.5	1.9	0.7

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* OTS 및 위성스카이라이프 중복 수신 가구로 인해 OTS와 위성스카이라이프의 합계가 전체 스카이라이프와 맞지 않을 수 있음

□ 가구규모별 스카이라이프 수신 현황

- 스카이라이프 수신 비율은 가구를 구성하는 가구원 수에 따라 다소 차이를 보였는데, 2인 가구의 수신 비율이 타 규모의 가구에 비해 다소 높게 나타나는 특징을 보임

표 3-1-25 스카이라이프 수신 현황 : 가구규모별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	스카이라이프 수신 비율
전체	20,000	5.5
1인가구	5,698	5.4
2인가구	5,389	7.3
3인가구	4,275	4.8
4인 이상 가구	4,638	4.1

*조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 스카이라이프를 수신하는 가구 비율은 2인 가구에서 7.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 1인 가구(5.4%), 3인 가구(4.8%), 4인 이상 가구(4.1%) 순으로 높았음
- 올레TV스카이라이프(OTS)는 3인 이상 가구에서, 위성스카이라이프(위성)는 1-2인 가구에서 수신 비율이 높은 것으로 나타남
 - 올레TV스카이라이프(OTS)를 수신하는 가구의 비율은 3인 가구(3.4%)가 가장 높았으며, 그 다음으로 4인 이상 가구(3.1%), 2인 가구(2.9%), 1인 가구(1.9%) 순으로 나타남
 - 반면, 위성스카이라이프(위성)는 2인 가구가 4.6%로 가장 높았고 그 다음으로 1인 가구(3.5%), 3인 가구(1.5%), 4인 이상 가구(1.1%) 순이었음

표 3-1-26 스카이라이프 세부 수신 현황 : 가구규모별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수		스카이라이프 수신 비율	
			OTS	위성
전체	20,000	5.5	2.7	2.8
1인가구	5,698	5.4	1.9	3.5
2인가구	5,389	7.3	2.9	4.6
3인가구	4,275	4.8	3.4	1.5
4인 이상 가구	4,638	4.1	3.1	1.1

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

* OTS 및 위성스카이라이프 중복 수신 가구로 인해 OTS와 위성스카이라이프의 합계가 전체 스카이라이프와 맞지 않을 수 있음

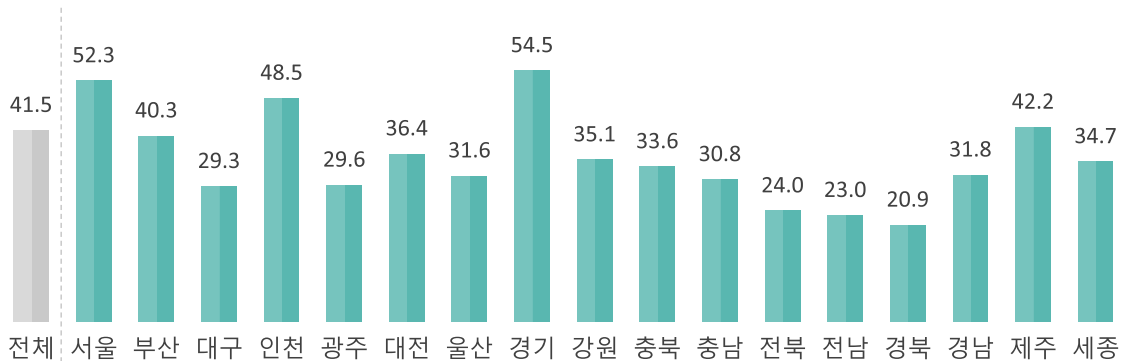
3) IPTV

□ 지역별 IPTV 수신 현황

- TV방송프로그램을 시청하기 위한 가구의 IPTV 수신 비율은 17개 시도별로 유의미한 차이가 있었음
 - IPTV 수신 가구의 비율은 경기도가 54.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 서울(52.3%), 인천(48.5%), 제주(42.2%), 부산(40.3%), 대전(36.4%), 강원(35.1%), 세종(34.7%), 충북(33.6%), 경남(31.8%), 울산(31.6%), 충남(30.8%), 광주(29.6%), 대구(29.3%), 전북(24.0%), 전남(23.0%), 경북(20.9%) 순이었음
 - 17개 시도 중 IPTV 수신 비율이 가장 낮은 시도는 경북으로 전체 가구의 20.9%만이 IPTV를 통해 방송을 수신하고 있었음

그림 3-1-15 IPTV 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위:%)



* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 대체로 특·광역시에서 IPTV 수신 가구 비율이 높게 나타난 반면, 광역도에서는 상대적으로 IPTV 수신 가구 비율이 낮은 편이었음

- 경 기 (54.5%), 서 울 (52.3%), 인천(48.5%)과 같은 수도권 지역에서는 전체 가구 10가구 중 5가구 가량이 IPTV를 이용해 방송을 수신하고 있는 것으로 나타난 가운데, 울산(31.6%), 광주(29.6%)와 대구(29.3%)는 전체 10가구 중 3가구 정도가 IPTV를 통해 방송을 수신하고 있는 것으로 나타나 광역시와 같은 도시지역에서도 차이를 보였음
- 한 편 , 전 북 (24.0%), 전 남 (23.0%), 경 북(20.9%)에서는 전체 10가구 중 2가구 정도만이 IPTV를 통해 방송을 수신하고 있는 것으로 나타나 타 시도에 비해 낮은 비율을 보였음

표 3-1-27 IPTV 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	IPTV 수신 비율
전체	20,000	41.5
서울	3,880	52.3
부산	1,384	40.3
대구	962	29.3
인천	1,097	48.5
광주	587	29.6
대전	609	36.4
울산	439	31.6
경기	4,652	54.5
강원	636	35.1
충북	637	33.6
충남	844	30.8
전북	749	24.0
전남	751	23.0
경북	1,114	20.9
경남	1,314	31.8
제주	238	42.2
세종	105	34.7

*조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신비율

- 서울, 인천, 경기와 같이 인구가 밀집되고 주요 통신사들의 판촉 영업이 상대적으로 더 활발한 수도권 지역은 케이블(유선)방송 대신 IPTV를 수신하는 TV를 보유한 가구의 비율이 상대적으로 높은 특징을 보임

□ 동·읍면별 IPTV 수신 현황

- 지역규모별로 살펴보면, IPTV 수신 가구의 비율은 읍면부에 비해 동부에서 특히 높았음

- IPTV를 통해 방송을 수신하는 가구의 비율은 동·읍면부 여부에 따라 다소 차이를 보였는데, 동부에서는 45.5%로 읍면부(24.8%)보다 두 배 가량 높았음

표 3-1-28 IPTV 수신 현황 : 동·읍면부별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	IPTV 수신 비율
전체	20,000	41.5
동부	16,176	45.5
읍면부	3,824	24.8

*조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신비율

- 참고로 타 유료방송 서비스의 경우를 살펴보면, 케이블(유선)방송의 경우에는 동부와 읍면부 간의 수신 비율에 큰 차이가 없었으며, 스카이라이프의 경우 읍면부가 동부보다 약 6배 가까이 스카이라이프를 가구의 비율이 높았음

□ 주택유형별 IPTV 수신 현황

- IPTV 수신 가구 비율은 조사대상 가구가 거주하고 있는 주택유형에 따라 다소 차이를 보였음
 - 전체 조사 대상 가구에서 아파트에 거주하는 가구 중 절반 가량(50.3%)이 IPTV 서비스를 이용해 방송을 수신하고 있는 것으로 나타남
 - 반면, 단독주택 10가구 중 3가구 정도(27.3%)가 IPTV를 수신하고 있는 것으로 나타나 아파트나 다세대/연립/기타 주택유형에 거주하고 있는 가구에 비해 상대적으로 낮은 비율을 보임

- IPTV를 통해 방송을 수신하는 TV를 보유한 가구 비율은 아파트 거주 가구에서 50.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 다세대/연립/기타 주택유형에 거주하는 가구에서 46.5%로 높았음
- 한편, 단독주택에 거주하는 가구에서는 IPTV를 통해 방송을 수신하는 TV수상기를 보유한 비율이 27.3%로 모든 주택유형 중 가장 낮았음

표 3-1-29 IPTV 수신 현황 : 주택유형별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	IPTV 수신 비율
전체	20,000	41.5
단독주택	7,052	27.3
아파트	9,633	50.3
다세대/연립/기타	3,315	46.5

*조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구 수신 비율

- 이러한 주택유형별 차이는 아파트나 다세대/연립/기타의 다수가 대도시 또는 도시(동부)에 분포하고 있는 반면, 읍면부에서는 단독주택 비중이 높은 것과 관련이 있는 것으로 보임

□ 가구규모별 IPTV 수신 현황

- 가구를 구성하는 가구원의 수에 따라 IPTV 수신 비율에는 다소 차이를 보였는데, 가구원 수가 증가할수록 IPTV 수신 가구의 비율이 증가하는 경향이 뚜렷하게 나타남
- IPTV 수신 가구 비율은 특히 1-2인 가구와 3인 이상 가구에서 더 큰 차이를 보였는데, 1인 가구와 2인 가구에서는 전체 가구의 30%대 이하에 머물렀으나, 3인 가구에서는 54.7%, 4인 이상 가구에서는 59.6%로 전체 가구의 절반 이상 수준으로 상승함

- IPTV 서비스를 이용해 방송을 수신하는 가구 비율은 1인 가구에서 26.4%로 가장 낮았으며, 가구원 수가 많아질수록 IPTV 수신 비율도 증가하여 2인 가구는 31.5%, 3인 가구는 54.7%, 4인 이상 가구는 10가구 중 6가구 정도인 59.6%가 IPTV를 통해 방송을 수신하고 있는 것으로 나타남

표 3-1-30 IPTV 수신 현황 : 가구규모별
(n=전체 조사대상 가구, 단위: 가구, %)

	조사 사례수	IPTV 수신 비율
전체	20,000	41.5
1인가구	5,698	26.4
2인가구	5,389	31.5
3인가구	4,275	54.7
4인 이상 가구	4,638	59.6

* 조사대상 20,000가구가 보유한 전체 TV수상기 25,022대를 고려한 가구수신비율

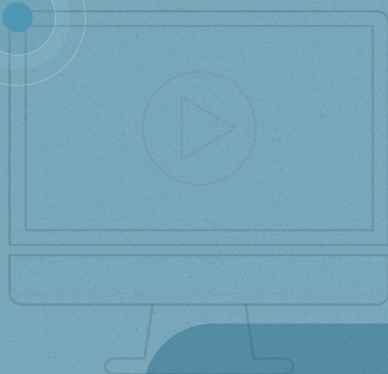
III

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

미디어 기기 보유 및 이용 환경

MEDIA



Internet

1장 TV수상기



Download

2장 스마트폰

Television

3장 컴퓨터



01 PART

개인의 스마트폰 이용 현황

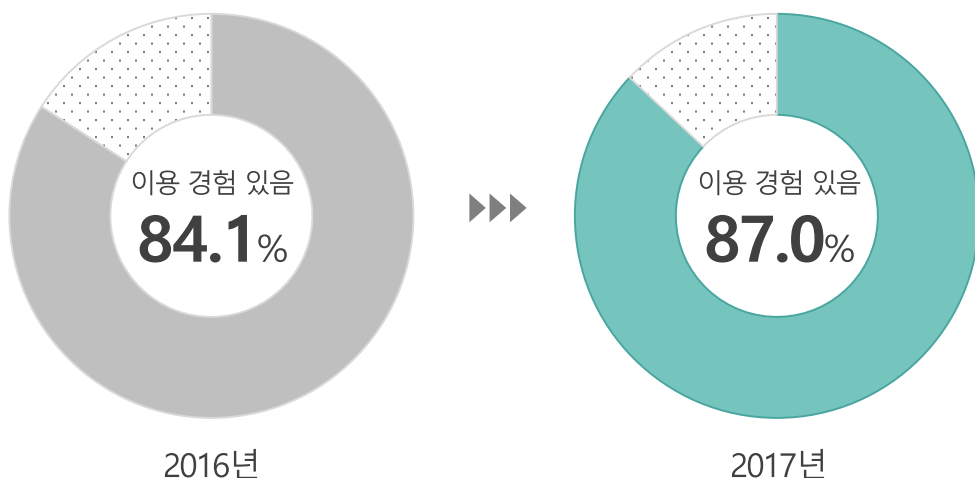
가 개인의 스마트폰 이용률

□ 개인의 스마트폰 이용률

- 전체 응답자의 87.0%가 스마트폰을 이용한 경험이 있다고 답했음
 - 전체 응답자의 13.0%는 휴대폰이 없거나 스마트폰이 아닌 일반 피쳐폰을 이용하고 있음
- 지난 1개월 내 스마트폰 이용 경험률은 전년 대비 2.9%p 상승함
 - 2016년 최근 1개월 내 스마트폰 이용률은 전체 응답자의 84.1%였으나, 2017년 기초조사에서는 87.0%로 2.9%p 상승함
- 기존 3G 서비스를 이용하던 휴대폰 사용 인구의 점진적 감소와 더불어 최근 고령층 사이에서도 스마트폰 단말기 사용자들이 증가함으로써 스마트폰 보유 및 이용 경험 비율은 꾸준히 상승하고 있음

그림 3-2-1 스마트폰 이용률 : 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월 내 이용 경험 기준

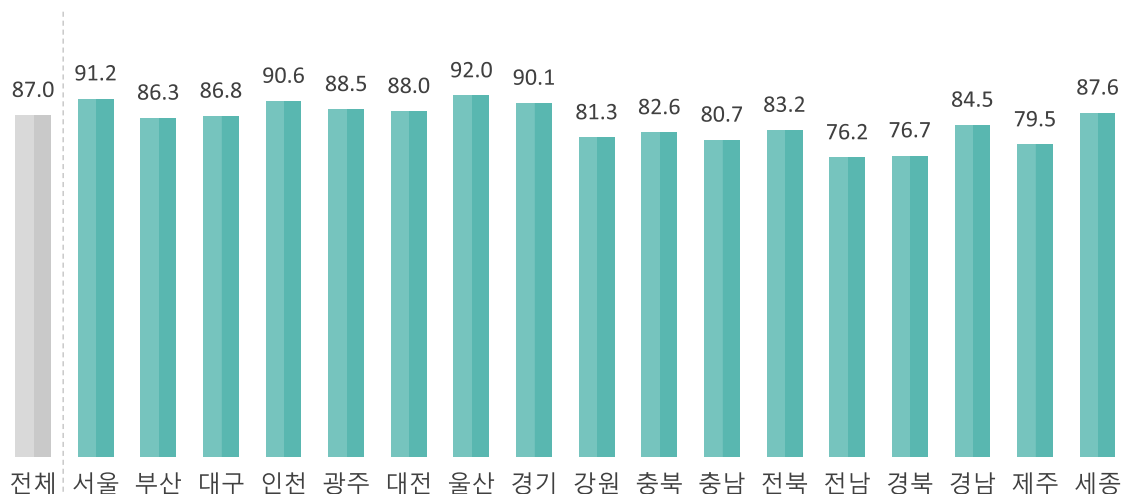
*주이용 휴대전화 기준

□ 지역별 개인의 스마트폰 이용률

- 전국적으로 최근 1개월 내 스마트폰 이용률이 87.0%로 나타난 가운데, 전반적으로 특·광역시에서의 스마트폰 이용률이 광역도에 비해 높은 경향을 보였음
- 지역별로는 서울, 부산 등 특·광역시와 경기도에서의 스마트폰 이용 경험률이 기타 광역도 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남
 - 특·광역시 중에서는 울산의 스마트폰 이용 경험률이 92.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 서울(91.2%), 인천(90.6%), 광주(88.5%) 순이었음
 - 젊은층의 유입이 많은 세종시의 스마트폰 이용률도 87.6%로 높게 나타남
 - 광역도에서는 경기 지역에서의 개인별 스마트폰 이용률이 90.1%로 가장 높았으며, 경남(84.5%), 전북(83.2%), 충북(82.6%) 순으로 높은 이용률을 보였음
 - 반면, 전남의 스마트폰 이용률은 76.2%로 전국에서 가장 낮았으나 작년 대비 6.4%p 높아진 수치임

그림 3-2-2 스마트폰 이용률 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 주이용 휴대전화 기준

□ 성·연령별 스마트폰 이용률

- 스마트폰 이용률은 응답자의 성·연령별 특성에 따라 다소 차이를 보였음

- 성별로는 남성의 최근 1개월 내 스마트폰 이용 경험 비율이 89.9%로 여성(84.2%)에 비해 5.7%p 높은 것으로 나타남

표 3-2-1 스마트폰 이용률 : 성별

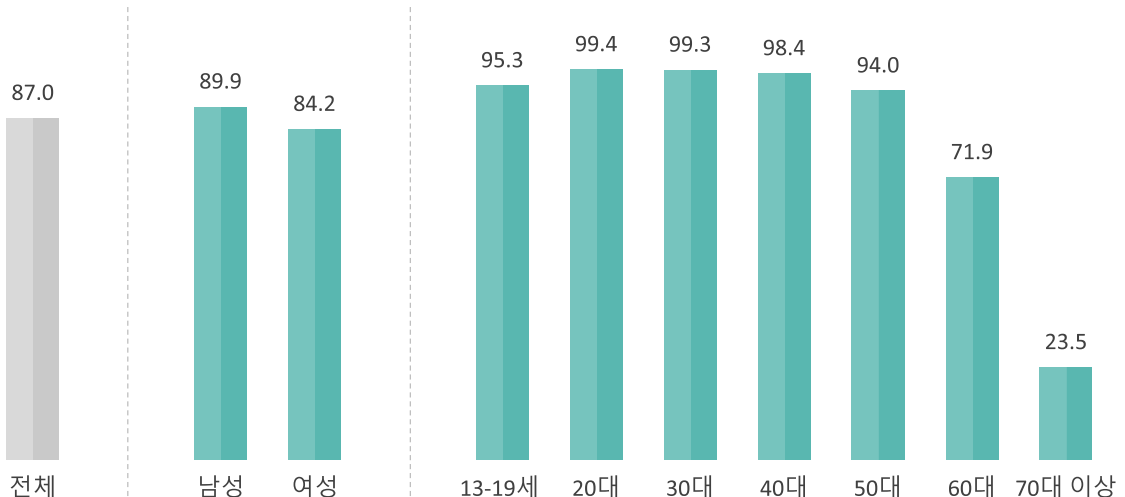
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트폰 이용 경험 있음	스마트폰 이용 경험 없음
전체	41,926	87.0	13.0
남성	20,947	89.9	10.1
여성	20,979	84.2	15.8

- 연령별로는 60대, 70대 이상 노년층을 제외한 전 연령층에서 90%를 상회하는 스마트폰 이용률이 나타남
 - 학교·직장 등 사회 생활로 인해 재택 시간이 상대적으로 짧은 20대(99.4%)와 30대(99.3%)에서 99% 이상의 매우 높은 이용률을 보임

그림 3-2-3 스마트폰 이용률 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 주이용 휴대전화 기준

표 3-2-2 스마트폰 이용률 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	스마트폰 이용 경험 있음	스마트폰 이용 경험 없음
전체	41,926	87.0	13.0
13-19세	3,605	95.3	4.7
20대	6,340	99.4	0.6
30대	6,946	99.3	0.7
40대	7,902	98.4	6.0
50대	7,722	94.0	1.6
60대	5,389	71.9	28.1
70대 이상	4,021	23.5	76.5

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 주이용 휴대전화 기준

- 그 다음으로는 40대(98.4%), 13-19세(95.3%), 50대(94.0%) 순으로 높은 이용률을 보였음
- 반면, 60대의 스마트폰 이용률은 71.9%였고, 70대 이상의 스마트폰 이용률은 23.5%로 20대, 30대 청년층의 4분의 1에도 미치지 못했음

나 1인당 평균 스마트폰 이용 대수

- 우리나라 1인당 평균 스마트폰 이용 대수는 0.87대인 것으로 나타남
 - 스마트폰 이용자는 전체 조사대상자의 87.2%로 나타난 가운데 휴대폰 이용자 10명 중 약 9명(86.9%)은 1대의 스마트폰을 이용하고 있는 것으로 조사됨
 - 스마트폰 2대 이용자는 0.2%, 3대 이용자는 0.0%였음
 - 전체 조사대상자 중 스마트폰을 이용하지 않는다는 응답자는 12.8%였음

그림 3-2-4 1인당 평균 스마트폰 이용 대수

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

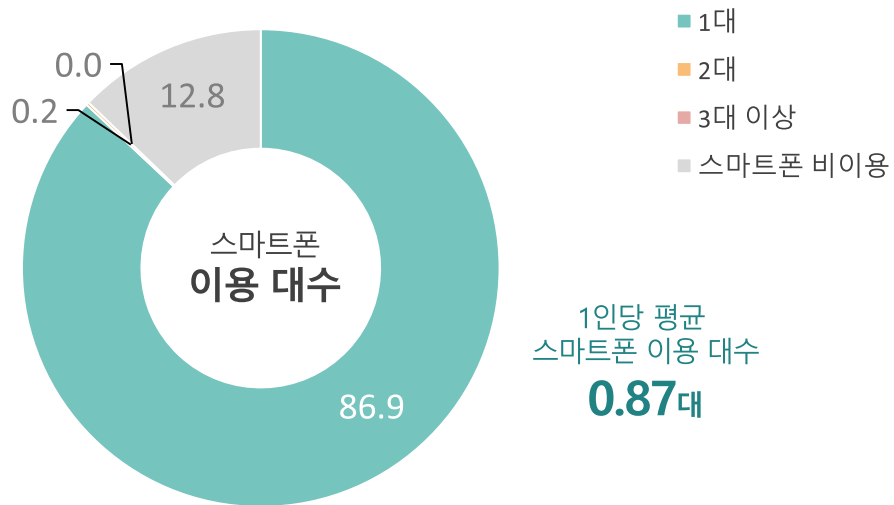


표 3-2-3 1인당 평균 스마트폰 이용 대수

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, % 대)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수
전체	41,926	86.9	0.2	0.0	12.8	0.87

*주이용 여부와 상관 없이 평소 본인이 이용하는 모든 스마트폰 대수 기준

□ 지역별 1인당 평균 스마트폰 이용 대수

- 전국 17개 시도 모든 지역에서 1인당 평균 스마트폰 이용 대수는 1대를 넘지 않았음
- 서울, 울산, 인천, 광주, 대전 등 특·광역시와 경기도, 세종시의 지역별 1인당 평균 스마트폰 이용 대수는 전체 평균 0.87대보다 다소 높았음

그림 3-2-5 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 대)

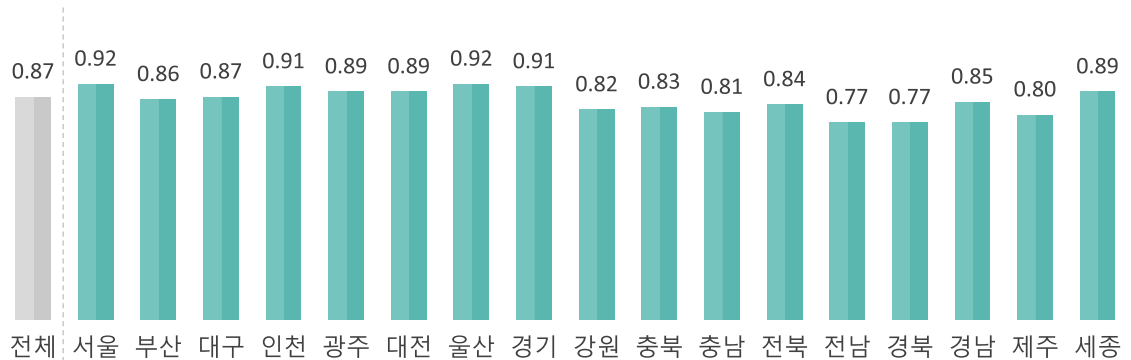


표 3-2-4 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수		조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수
전체	41,926	86.9	0.2	0.0	12.8	0.87	강원	1,254	80.9	0.7	0.0	18.4	0.82
서울	8,106	90.8	0.4	0.1	8.8	0.92	충북	1,308	82.7	0.0	0.0	17.3	0.83
부산	2,843	86.4	0.1	0.0	13.6	0.86	충남	1,739	80.7	0.2	0.0	19.1	0.81
대구	2,020	86.9	0.0	0.0	13.1	0.87	전북	1,497	83.5	0.1	0.0	16.4	0.84
인천	2,372	90.6	0.3	0.1	9.1	0.91	전남	1,472	76.0	0.2	0.1	23.6	0.77
광주	1,210	88.6	0.1	0.1	11.3	0.89	경북	2,205	76.7	0.1	0.0	23.2	0.77
대전	1,240	88.0	0.3	0.0	11.7	0.89	경남	2,713	84.5	0.1	0.0	15.4	0.85
울산	936	91.9	0.1	0.0	7.9	0.92	제주	506	78.9	0.7	0.0	20.4	0.80
경기	10,297	90.0	0.2	0.0	9.7	0.91	세종	208	87.4	0.3	0.3	12.0	0.89

* 주이용 여부와 상관 없이 평소 본인이 이용하는 모든 스마트폰 대수 기준

□ 성·연령별 1인당 평균 스마트폰 이용 대수

- 1인당 평균 스마트폰 이용 대수는 남성이 0.90대로 여성 0.85대보다 약간 높았음
- 스마트폰 이용 대수에 대한 연령별 차이는 젊은층에서는 두드러지지 않았으나 60대는 0.72대, 70대 이상은 0.24대로 노년층으로 갈수록 이용 대수가 감소하는 경향을 보임

그림 3-2-6 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 대)

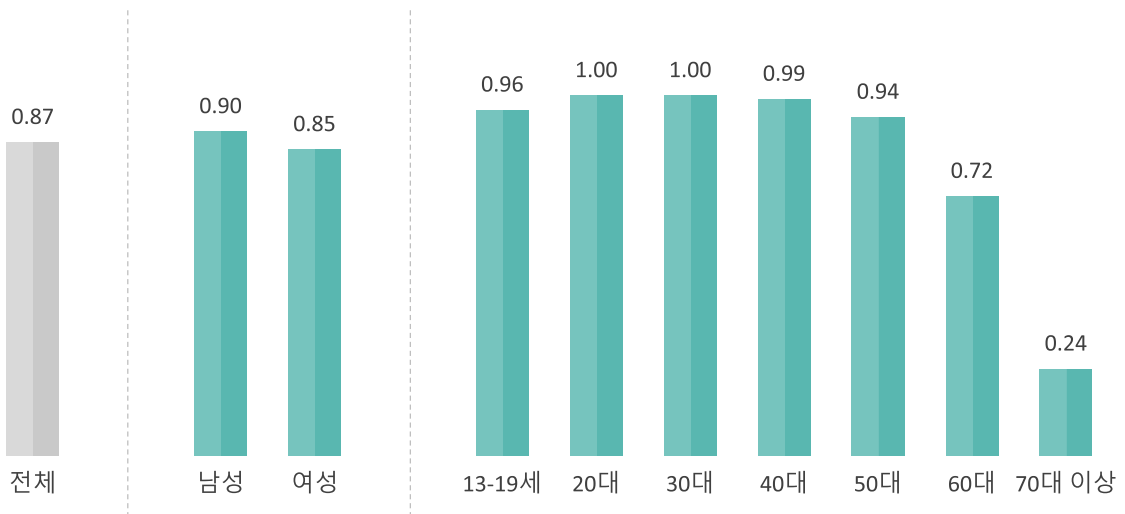


표 3-2-5 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수
전체	41,926	86.9	0.2	0.0	12.8	0.87
남성	20,947	89.7	0.2	0.0	10.0	0.90
여성	20,979	84.1	0.3	0.0	15.6	0.85

* 주이용 여부와 상관 없이 평소 본인이 이용하는 모든 스마트폰 대수 기준

표 3-2-6 1인당 평균 스마트폰 이용 대수 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수
전체	41,926	86.9	0.2	0.0	12.8	0.87
13-19세	3,605	95.3	0.0	0.0	4.6	0.96
20대	6,340	99.1	0.3	0.0	0.5	1.00
30대	6,946	98.9	0.4	0.0	0.6	1.00
40대	7,902	98.1	0.2	0.1	1.5	0.99
50대	7,722	93.8	0.2	0.1	5.9	0.94
60대	5,389	72.0	0.2	0.0	27.9	0.72
70대 이상	4,021	24.1	0.1	0.0	75.8	0.24

* 주이용 여부와 상관 없이 평소 본인이 이용하는 모든 스마트폰 대수 기준

다 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황

□ 지역별 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황

- 주이용 스마트폰의 DMB 수신이 가능한 응답자는 전체 조사대상자 중 74.8%로 조사됨
- 17개 시도별로 보면, 모든 지역에서 DMB 수신이 가능한 스마트폰 이용률이 높은 편으로 나타남
- 그 중 DMB 수신이 가능한 스마트폰 이용률이 가장 높은 지역은 울산(81.1%)이었고, 광주(79.3%), 대전(79.0%)이 그 뒤를 이음
- 강원과 제주의 DMB 수신이 가능한 스마트폰 이용률은 각각 62.5%, 61.2%로 전국 17개 시도 중 가장 낮았음

그림 3-2-7 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황
(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

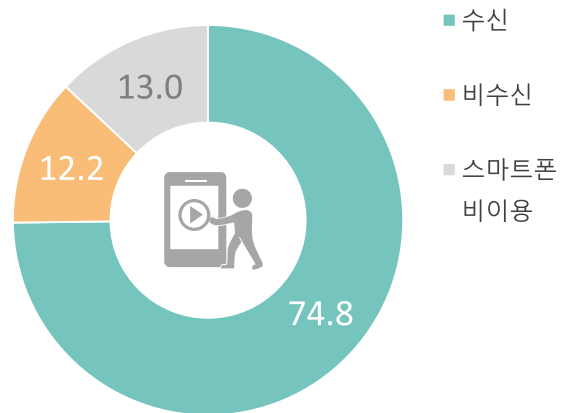
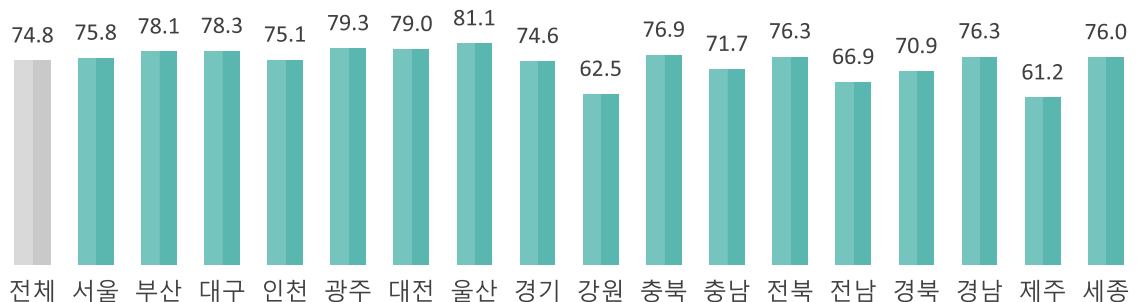


그림 3-2-8 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 이용 경험 기준

□ 성·연령별 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황

- 성별로는 주이용 스마트폰에서 DMB 수신이 가능하다고 응답한 비율이 남성은 77.3%, 여성은 72.4%로 남성의 DMB 수신 비율이 상대적으로 높았음
- 연령별로 살펴보면 DMB 수신이 가능한 스마트폰 이용률은 40대, 50대 중년층에서 가장 높게 나타나는 경향을 보였음
 - 70대 이상을 제외한 연령층에서 DMB 수신 가능 스마트폰 이용률이 대체적으로 높은 가운데 20대 연령층의 응답 비중은 67.5%로 가장 낮았음
 - 한편, 70대 이상 응답자 층에서는 DMB 수신 가능 스마트폰 이용률이 20.9%로 전 연령층 가운데 가장 낮게 나타났는데 이는 70대 이상의 스마트폰 사용자 비율이 전 연령층에서 가장 낮기 때문임

그림 3-2-9 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

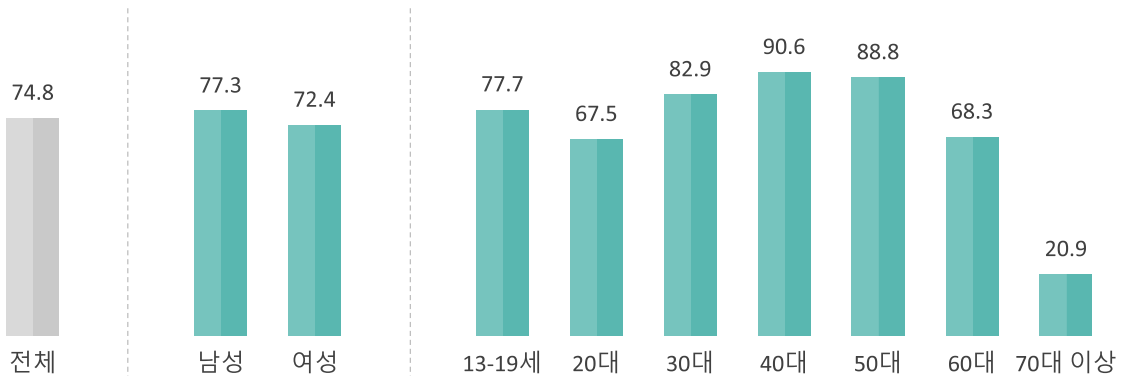


표 3-2-7 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	DMB 수신	DMB 비수신	스마트폰 비이용
전체	41,926	74.8	12.2	13.0
남성	20,947	77.3	12.6	10.1
여성	20,979	72.4	11.8	15.8

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

표 3-2-8 주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	DMB 수신	DMB 비수신	스마트폰 비이용
전체	41,926	74.8	12.2	13.0
13-19세	3,605	77.7	17.6	4.7
20대	6,340	67.5	31.9	0.6
30대	6,946	82.9	16.4	0.7
40대	7,902	90.6	7.8	1.6
50대	7,722	88.8	5.2	6.0
60대	5,389	68.3	3.6	28.1
70대 이상	4,021	20.9	2.6	76.5

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

라 주이용 스마트폰의 운영체제

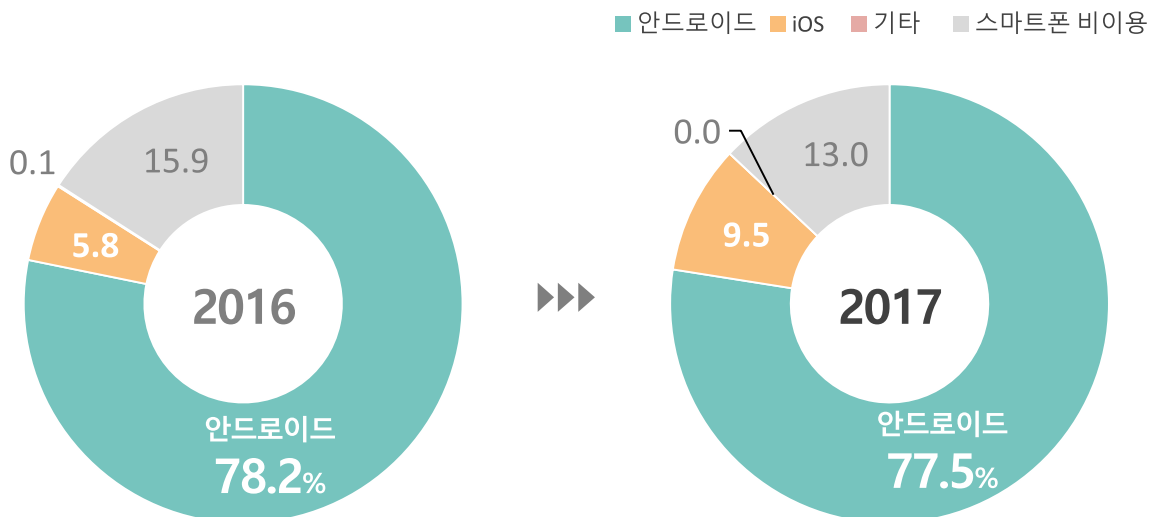
- 전체 응답자의 87.0%가 스마트폰을 사용하고 있다고 응답한 가운데, 스마트폰의 운영체제로는 안드로이드가 77.5%로 다른 운영체제보다 압도적으로 많았음
- 안드로이드 운영체제 스마트폰을 사용하는 응답자의 비율은 2016년 78.2%에서 2017년 77.5%로 0.7%p 소폭 감소함
- 애플의 iOS 운영체제 스마트폰 사용자는 전체 응답자의 9.5%로 전년 대비 3.7%p 상승함

표 3-2-9 주이용 스마트폰의 운영체제 : 전년 대비 변화 (n=전체 조사대상개인 단위:명%)

	2016년 기초조사	2017년 기초조사
조사사례수	42,216	41,926
안드로이드	78.2	77.5
iOS	5.8	9.5
기타	0.1	0.0
스마트폰 비이용	15.9	13.0

그림 3-2-10 주이용 스마트폰의 운영체제 : 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

□ 지역별 주이용 스마트폰의 운영체제

- 지역별로는 모든 지역에서 안드로이드 운영체제 스마트폰의 사용자 비중이 타 운영체제에 비해 매우 크게 나타남
- 경기(12.4%), 인천(10.8%), 서울(10.5%) 등 수도권 지역과 세종(11.6%), 울산(10.5%), 전남(9.2%), 광주(9.0%)에서 상대적으로 전체 인구 대비 iOS 운영체제 사용자 비중이 높게 나타남

그림 3-2-11 주이용 스마트폰의 운영체제 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

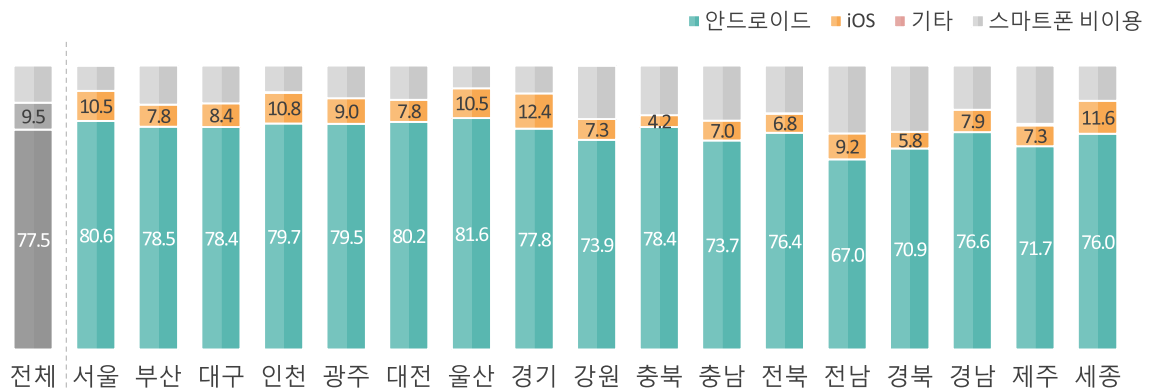


표 3-2-10 주이용 스마트폰의 운영체제 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	안드 로이드	iOS	기타	스마트폰 비이용		조사 사례수	안드 로이드	iOS	기타	스마트폰 비이용
전체	41,926	77.5	9.5	0.0	13.0	강원	1,254	73.9	7.3	0.0	18.7
서울	8,106	80.6	10.5	0.0	8.8	충북	1,308	78.4	4.2	0.0	17.4
부산	2,843	78.5	7.8	0.0	13.7	충남	1,739	73.7	7.0	0.0	19.3
대구	2,020	78.4	8.4	0.0	13.2	전북	1,497	76.4	6.8	0.1	16.8
인천	2,372	79.7	10.8	0.2	9.4	전남	1,472	67.0	9.2	0.0	23.8
광주	1,210	79.5	9.0	0.0	11.5	경북	2,205	70.9	5.8	0.0	23.3
대전	1,240	80.2	7.8	0.0	12.0	경남	2,713	76.6	7.9	0.0	15.5
울산	936	81.6	10.5	0.0	8.0	제주	506	71.7	7.3	0.5	20.5
경기	10,297	77.8	12.4	0.0	9.9	세종	208	76.0	11.6	0.0	12.4

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

□ 성·연령별 주이용 스마트폰의 운영체제

- 모든 성·연령대에서 안드로이드 사용자 비중이 타 운영체제에 비해 매우 높은 가운데, 애플의 iOS 운영체제 스마트폰을 사용하는 응답자의 비율은 남녀 간에는 큰 차이가 없었으나, 연령대별로는 다소 차이를 보임
 - 안드로이드는 모든 연령대에서 가장 널리 사용되는 스마트폰 운영체제인 반면, 애플의 iOS는 상대적으로 젊은층(10대 14.4%, 20대 29.8%, 30대 14.4%)에서 상대적으로 많이 사용하고 있는 것으로 나타남
 - 50대 이상의 고연령층에서는 iOS 운영체제의 스마트폰을 사용하는 응답자 비율은 매우 낮은 수준이었음

그림 3-2-12 주이용 스마트폰의 운영체제 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

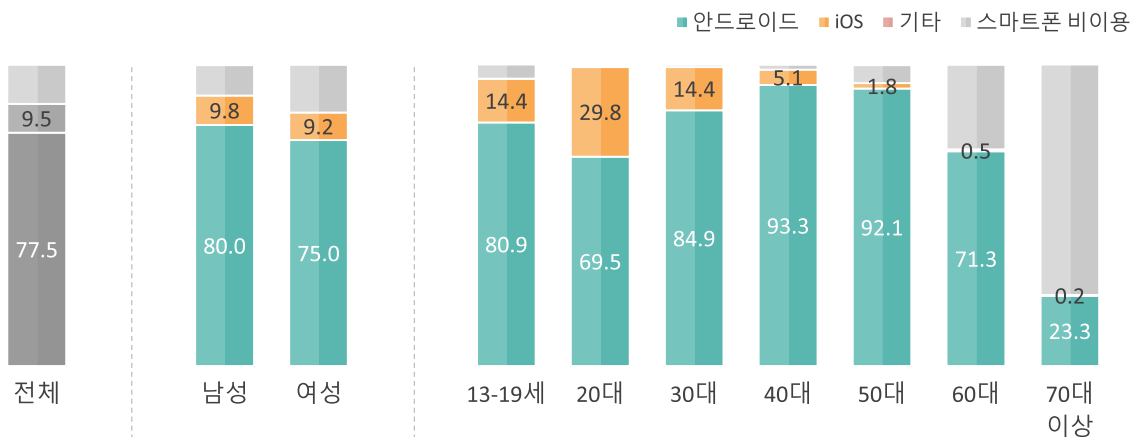


표 3-2-11 주이용 스마트폰의 운영체제 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	안드로이드	iOS	기타	스마트폰 비이용
전체	41,926	77.5	9.5	0.0	13.0
남성	20,947	80.0	9.8	0.0	10.1
여성	20,979	75.0	9.2	0.0	15.8

*최근 1개월 내 이용 경험 기준

- 현재 사용 중인 스마트폰 운영체제는 연령대 간에 뚜렷한 차이를 보임
 - 연령별로는 현재 사용 중인 스마트폰의 운영체제가 iOS인 경우는 20대에서 29.8%로 나타나는데 이는 3명 중 1명에 해당하는 수치임
 - 반면 60대와 70대 이상의 고연령층에서는 1% 미만의 응답자만이 iOS 운영체제 스마트폰을 사용하고 있는 것으로 나타남
- 고연령층에서 안드로이드 운영체제 스마트폰 비중이 특히 높은 것은 스마트폰 구입 시 판매원의 권유, 국산 스마트폰 제조업체에 대한 신뢰와 AS 편리성, 판매보조금 등 판촉 활동 등의 영향으로 안드로이드 운영체제의 스마트폰을 구매하는 경우가 많은 것에서 기인한 것으로 보임
- 반면, 트렌드에 민감하고 해외 문화에 친숙한 젊은 층은 iOS 운영체제의 스마트폰을 선택하는 경우가 상대적으로 많아 iOS 운영체제 스마트폰 보유 비중이 높게 나타난 것으로 보임

표 3-2-12 주이용 스마트폰의 운영체제 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	안드로이드	iOS	기타	스마트폰 비이용
전체	41,926	77.5	9.5	0.0	13.0
13-19세	3,605	80.9	14.4	0.1	4.7
20대	6,340	69.5	29.8	0.1	0.6
30대	6,946	84.9	14.4	0.0	0.7
40대	7,902	93.3	5.1	0.0	1.6
50대	7,722	92.1	1.8	0.0	6.0
60대	5,389	71.3	0.5	0.1	28.1
70대 이상	4,021	23.3	0.2	0.1	76.5

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

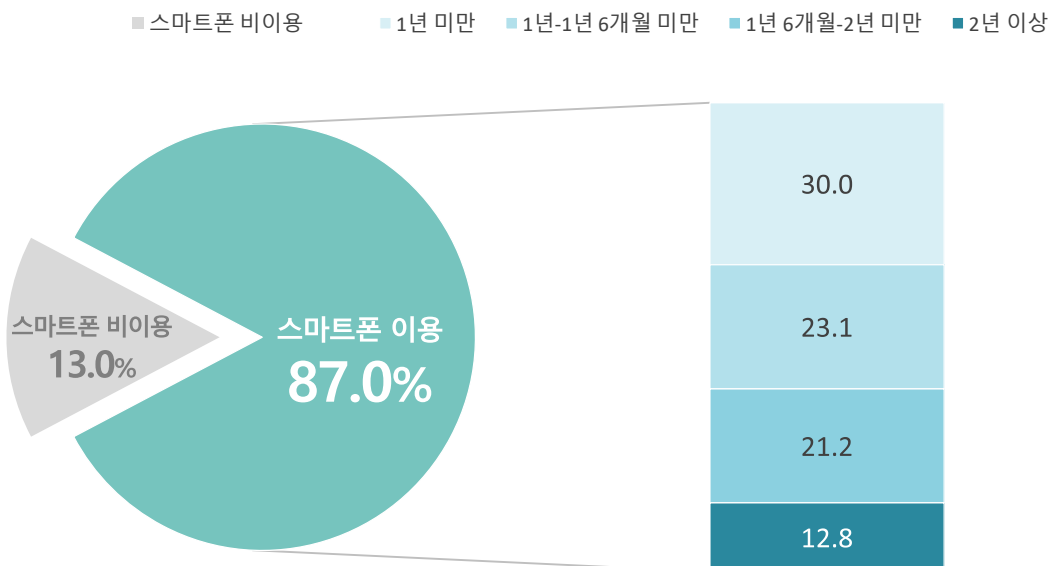
마 주이용 스마트폰의 사용기간 및 교체 시기

1) 주이용 스마트폰의 사용기간

- 전체 응답자의 87.0%가 스마트폰을 이용하고 있다고 응답한 가운데, 전체 응답자의 절반 가량(53.1%)은 현재 이용하고 있는 스마트폰의 사용기간이 1년 6개월 미만인 것으로 나타남
 - 현재 사용 중인 스마트폰의 사용기간이 1년 미만인 경우가 30.0%로 가장 많았음
 - 그 다음으로 1년 이상-1년 6개월 미만인 경우가 23.1%, 1년 6개월 이상-2년 미만인 경우가 21.2%였음
- 한편, 현재 이용 중인 스마트폰을 2년 이상 사용하고 있는 경우도 전체 응답자의 12.8%인 것으로 나타남

그림 3-2-13 주이용 스마트폰의 사용기간

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월 내 이용 경험 기준

□ 지역별 주이용 스마트폰의 사용기간

- 지역별로는 현재 이용 중인 스마트폰 사용기간이 1년 미만인 경우는 울산이 51.2%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 경남(37.6%), 대전(36.0%), 대구(30.9%), 인천(30.8%) 순이었음
- 반면, 현재 스마트폰을 2년 이상 사용하고 있는 경우는 전남(25.7%), 충북(20.9%), 제주(18.9%), 강원(18.2%) 순으로 비중이 높았음

그림 3-2-14 주이용 스마트폰의 사용기간 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

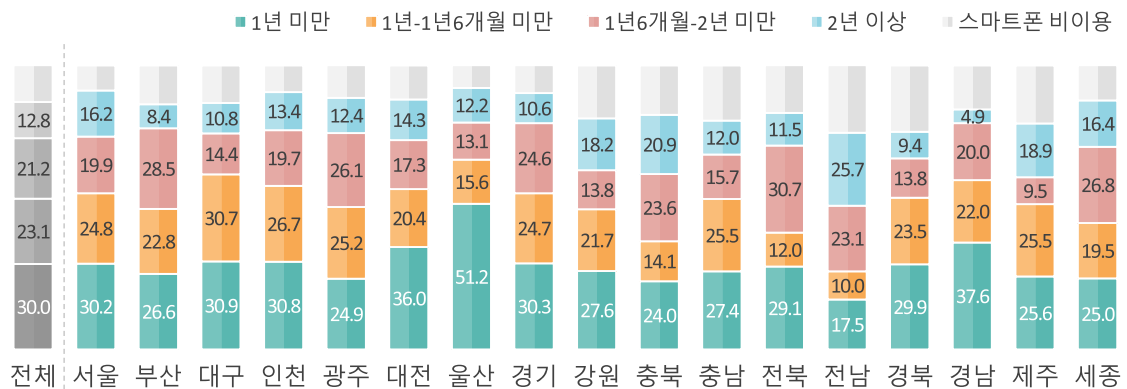


표 3-2-13 주이용 스마트폰의 사용기간 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 미만	1년- 1년6개월 미만	1년6개월- 2년 미만	2년 이상	스마트폰 비이용		조사 사례수	1년 미만	1년- 1년6개월 미만	1년6개월- 2년 미만	2년 이상	스마트폰 비이용
전체	41,926	30.0	23.1	21.2	12.8	13.0	강원	1,254	27.6	21.7	13.8	18.2	18.7
서울	8,106	30.2	24.8	19.9	16.2	8.8	충북	1,308	24.0	14.1	23.6	20.9	17.4
부산	2,843	26.6	22.8	28.5	8.4	13.7	충남	1,739	27.4	25.5	15.7	12.0	19.3
대구	2,020	30.9	30.7	14.4	10.8	13.2	전북	1,497	29.1	12.0	30.7	11.5	16.8
인천	2,372	30.8	26.7	19.7	13.4	9.4	전남	1,472	17.5	10.0	23.1	25.7	23.8
광주	1,210	24.9	25.2	26.1	12.4	11.5	경북	2,205	29.9	23.5	13.8	9.4	23.3
대전	1,240	36.0	20.4	17.3	14.3	12.0	경남	2,713	37.6	22.0	20.0	4.9	15.5
울산	936	51.2	15.6	13.1	12.2	8.0	제주	506	25.6	25.5	9.5	18.9	20.5
경기	10,297	30.3	24.7	24.6	10.6	9.9	세종	208	25.0	19.5	26.8	16.4	12.4

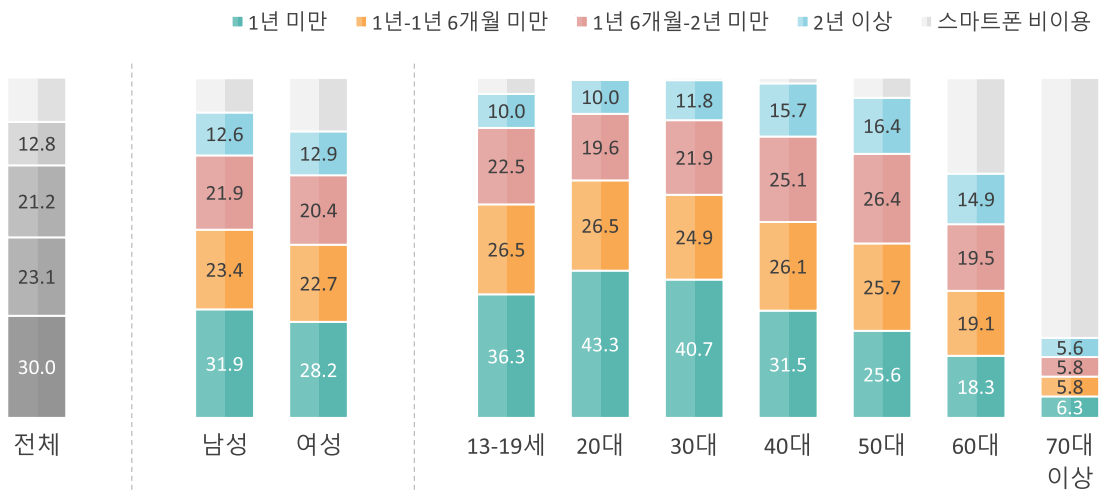
* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

□ 성·연령별 주이용 스마트폰의 사용기간

- 주이용 스마트폰의 사용기간은 남녀 간에는 큰 차이를 보이지 않았음
- 연령대별로는 다소 차이를 보이는데 연령대가 높아질수록 현재 이용중인 스마트폰의 사용기간이 상대적으로 긴 경향을 보임

그림 3-2-15 주이용 스마트폰의 사용기간 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



- 성별로는 남녀 간에 큰 차이는 없었으나 1년 미만 사용 중인 응답자의 비율은 남성(31.9%)이 여성(28.2%)에 비해 상대적으로 많았음

표 3-2-14 주이용 스마트폰의 사용기간 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 미만	1년- 1년 6개월 미만	1년 6개월- 2년 미만	2년 이상	스마트폰 비이용
전체	41,926	30.0	23.1	21.2	12.8	13.0
남성	20,947	31.9	23.4	21.9	12.6	10.1
여성	20,979	28.2	22.7	20.4	12.9	15.8

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

- 연령별로는, 전체 20대의 43.3%와 전체 30대의 40.7%가 스마트폰을 1년 미만 사용한 것으로 나타났으며, 40대 이후로는 스마트폰을 1년 미만 사용한 비율이 감소하여 60대에서는 18.3%에 그침
- 스마트폰 이용자 비율이 적은 70대 이상 응답자 간에는 스마트폰 사용기간의 큰 차이가 나타나지 않았음

표 3-2-15 주이용 스마트폰의 사용기간 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 미만	1년- 1년 6개월 미만	1년 6개월- 2년 미만	2년 이상	스마트폰 비이용
전체	41,926	30.0	23.1	21.2	12.8	13.0
13-19세	3,605	36.3	26.5	22.5	10.0	4.7
20대	6,340	43.3	26.5	19.6	10.0	0.6
30대	6,946	40.7	24.9	21.9	11.8	0.7
40대	7,902	31.5	26.1	25.1	15.7	1.6
50대	7,722	25.6	25.7	26.4	16.4	6.0
60대	5,389	18.3	19.1	19.5	14.9	28.1
70대 이상	4,021	6.3	5.8	5.8	5.6	76.5

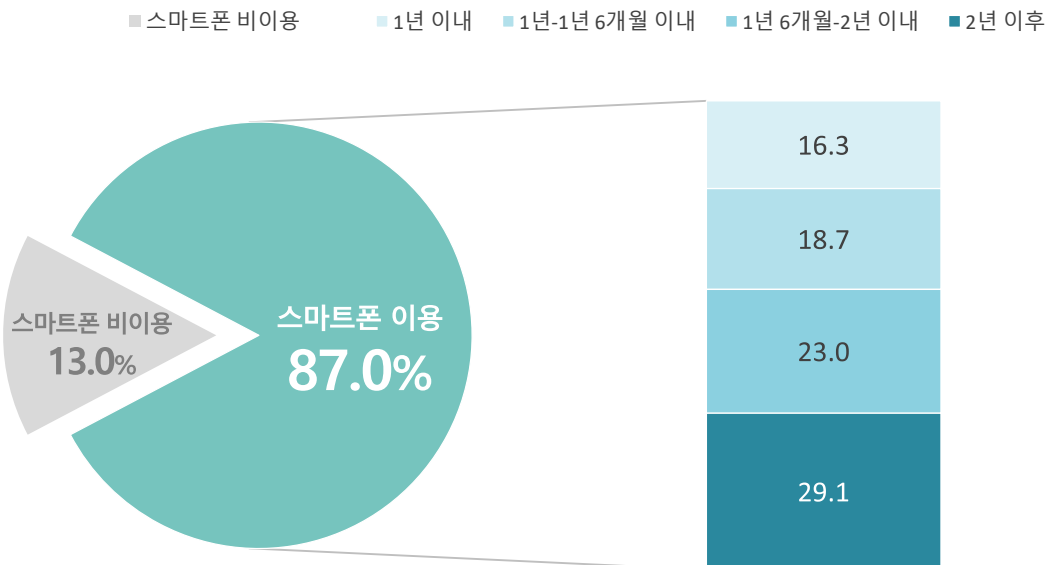
* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

2) 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기

- 전체 응답자의 87.0%가 스마트폰을 이용하고 있다고 응답한 가운데, 응답자 중 절반 가량(52.1%)은 1년 6개월 이후 현재 이용 중인 스마트폰을 새로운 스마트폰으로 교체할 예정이라고 응답함
 - 2년 이상이 지난 후 현재 이용 중인 스마트폰을 교체하겠다는 응답자의 비율이 전체 응답 중 29.1%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 1년 6개월 이상-2년 미만인 경우가 23.0%, 1년 이상-1년 6개월 미만인 경우가 18.7%였음
 - 한편, 현재 이용 중인 스마트폰을 1년 이내에 새로운 스마트폰으로 교체하겠다는 응답자의 비율은 16.3%에 그쳤음
- 단말기 유통구조 개선법의 영향으로 불법 보조금에 대한 감시와 처벌이 강화되고, 선택약정 할인제도로 인해 2년 약정을 통한 스마트폰 구매 패턴이 확산됨과 동시에 최근 최신 기종의 단말기에서 품질 관련 문제가 불거지면서 적지 않은 응답자가 스마트폰 교체를 다소 유보하고 있는 것으로 보임

그림 3-2-16 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



□ 지역별 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기

- 향후 2년 이상 지난 후에 주이용 스마트폰을 교체하겠다는 응답자의 비율은 세종(47.7%)이 가장 높았으며, 그 다음으로는 울산(46.5%), 충북(42.3%), 대전(41.5%) 순으로 높았음
- 반면, 1년 이내에 새로운 스마트폰으로 교체하겠다는 응답 비율은 전남(23.7%), 대구(19.7%), 경기(19.2%) 순으로 높게 나타남

그림 3-2-17 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

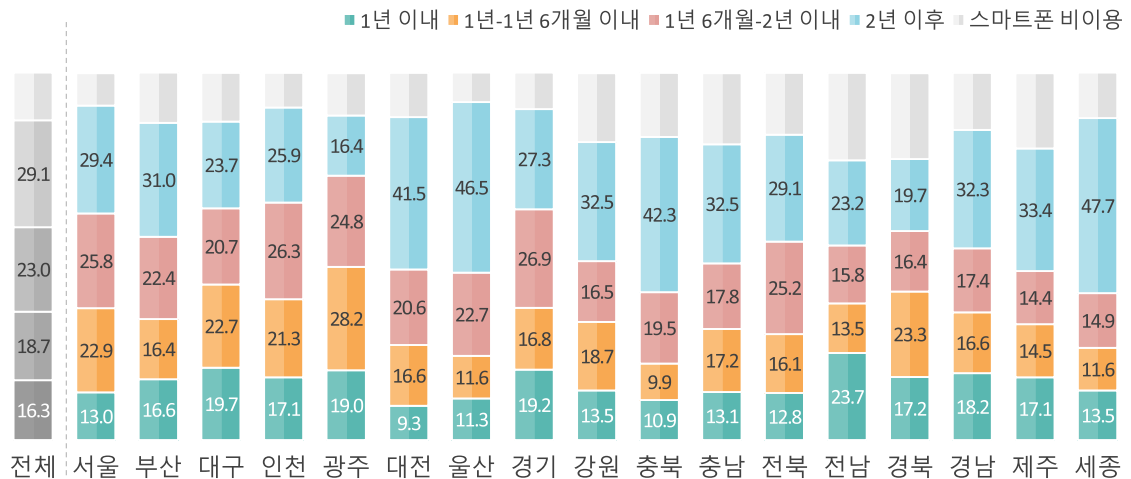


표 3-2-16 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 이내	1년- 1년6개월 이내	1년6개월- 2년 이내	2년 이후	스마트폰 비이용		조사 사례수	1년 이내	1년- 1년6개월 이내	1년6개월- 2년 이내	2년 이후	스마트폰 비이용
전체	41,926	16.3	18.7	23.0	29.1	13.0	강원	1,254	13.5	18.7	16.5	32.5	18.7
서울	8,106	13.0	22.9	25.8	29.4	8.8	충북	1,308	10.9	9.9	19.5	42.3	17.4
부산	2,843	16.6	16.4	22.4	31.0	13.7	충남	1,739	13.1	17.2	17.8	32.5	19.3
대구	2,020	19.7	22.7	20.7	23.7	13.2	전북	1,497	12.8	16.1	25.2	29.1	16.8
인천	2,372	17.1	21.3	26.3	25.9	9.4	전남	1,472	23.7	13.5	15.8	23.2	23.8
광주	1,210	19.0	28.2	24.8	16.4	11.5	경북	2,205	17.2	23.3	16.4	19.7	23.3
대전	1,240	9.3	16.6	20.6	41.5	12.0	경남	2,713	18.2	16.6	17.4	32.3	15.5
울산	936	11.3	11.6	22.7	46.5	8.0	제주	506	17.1	14.5	14.4	33.4	20.5
경기	10,297	19.2	16.8	26.9	27.3	9.9	세종	208	13.5	11.6	14.9	47.7	12.4

□ 성·연령별 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기

- 향후 현재 이용 중인 스마트폰을 교체하려는 시점은 남녀 간에는 뚜렷한 차이를 보이지 않았음
 - 남성의 17.0%, 여성의 15.5%는 1년 이내에 스마트폰을 교체할 것 같다고 응답한 반면, 남성 29.5%와 여성 28.7%는 2년 이후에나 스마트폰을 교체할 예정이라고 응답함
- 주이용 스마트폰의 교체 시기를 2년 후로 고려한다는 응답은 40대와 50대가 각각 32.5%로 타 연령층에 비해 상대적으로 높게 나타남

그림 3-2-18 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

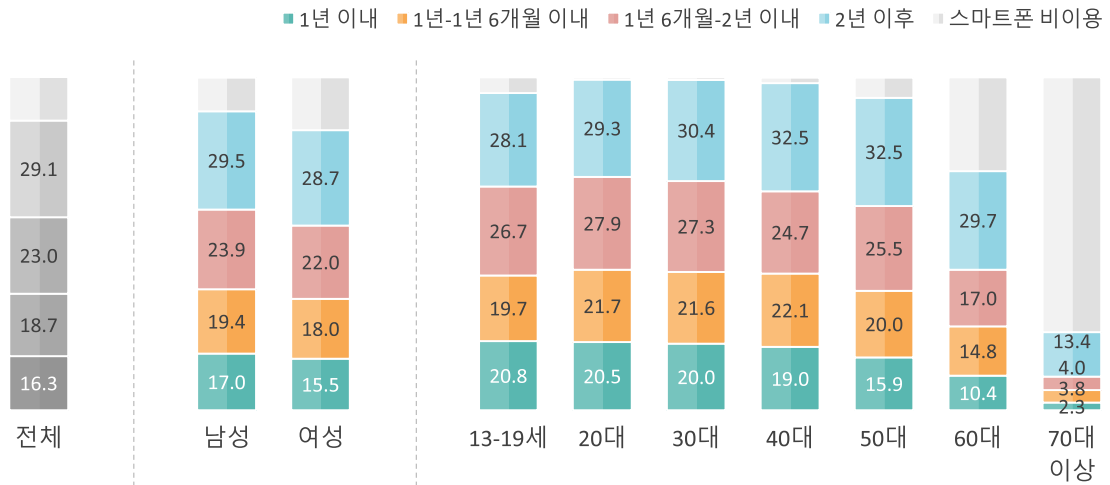


표 3-2-17 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 이내	1년- 1년6개월 이내	1년6개월- 2년 이내	2년 이후	스마트폰 비이용
전체	41,926	16.3	18.7	23.0	29.1	13.0
남성	20,947	17.0	19.4	23.9	29.5	10.1
여성	20,979	15.5	18.0	22.0	28.7	15.8

표 3-2-18 주이용 스마트폰의 예상 교체 시기 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1년 이내	1년- 1년6개월 이내	1년6개월- 2년 이내	2년 이후	스마트폰 비이용
전체	41,926	16.3	18.7	23.0	29.1	13.0
13-19세	3,605	20.8	19.7	26.7	28.1	4.7
20대	6,340	20.5	21.7	27.9	29.3	0.6
30대	6,946	20.0	21.6	27.3	30.4	0.7
40대	7,902	19.0	22.1	24.7	32.5	1.6
50대	7,722	15.9	20.0	25.5	32.5	6.0
60대	5,389	10.4	14.8	17.0	29.7	28.1
70대 이상	4,021	2.3	3.8	4.0	13.4	76.5

III

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

미디어 기기 보유 및 이용 환경

MEDIA



1장 TV수상기



Download

2장 스마트폰



Internet

3장 컴퓨터

Television



01 PART

가구의 컴퓨터 보유율

가 가구의 컴퓨터 보유율

□ 지역별 가구의 컴퓨터 보유율

- 전체 응답가구 중 70.7%가 가구 내 컴퓨터(데스크탑, 노트북, 넷북 등)를 보유하고 있다고 응답하였음
- 지역별로 보면 서울, 인천 등 특·광역시와 경기도의 컴퓨터 보유율이 기타 광역도 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남
 - 서울이 78.2%로 가장 높았고, 그 다음으로 인천(76.9%), 세종(75.2%), 경기(75.1%) 순이었음
 - 반면, 전남은 52.1%로 모든 지역 중 가장 낮았음

그림 3-3-1 가구의 컴퓨터 보유율

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

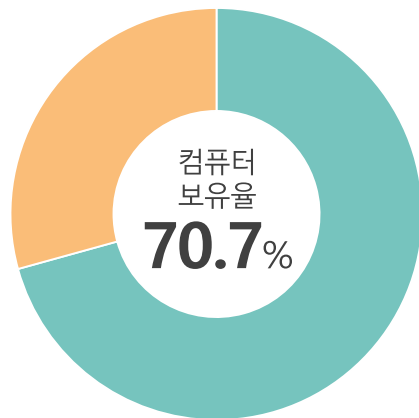
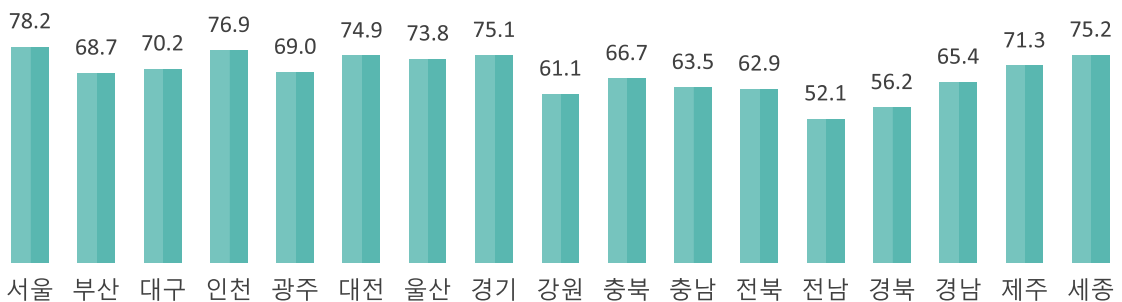


그림 3-3-2 가구의 컴퓨터 보유율 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)

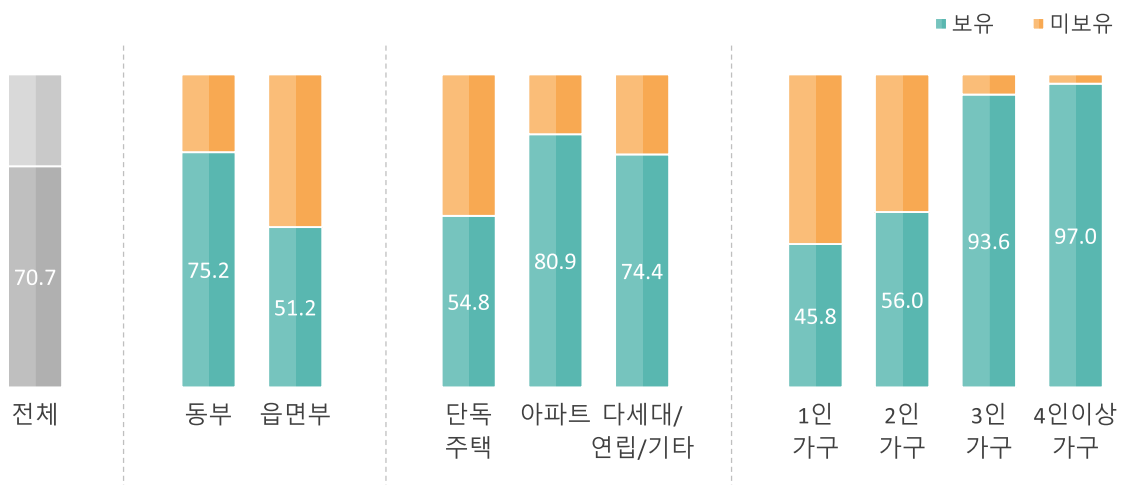


□ 가구 특성별 가구의 컴퓨터 보유율

- 가구의 컴퓨터 보유율은 가구가 소재한 지역규모와 주택형태, 가구규모 등 가구 특성에 따른 차이가 나타났음
- 가구의 컴퓨터 보유율은 읍면부보다는 동부에서, 다세대/연립/기타와 단독주택 유형보다는 아파트에서, 1-2인 가구보다는 3인 이상 가구에서 상대적으로 높게 나타났음
- 지역규모별로는 읍면부에 소재한 가구(51.2%)보다는 동부(75.2%)에 소재한 가구에서 컴퓨터 보유율이 상대적으로 높게 나타남
- 주택형태별로는 다세대/연립/기타(74.4%)와 단독주택(54.8%) 거주 가구에 비해 아파트(80.9%)에 거주하는 가구에서 컴퓨터 보유율이 높았음
- 가구규모별로는 1-2인 가구와 3인 이상 가구의 유의미한 차이가 있었음
 - 3인 이상 가구는 가구 내 컴퓨터 보유율이 90%대로 크게 높았음
 - 반면, 1인 가구는 45.8%, 2인 가구는 56.0%로 특히 낮은 컴퓨터 보유율을 보였음

그림 3-3-3 가구의 컴퓨터 보유율 : 가구 특성별

(n=전체 조사대상 가구, 단위: %)



02 PART

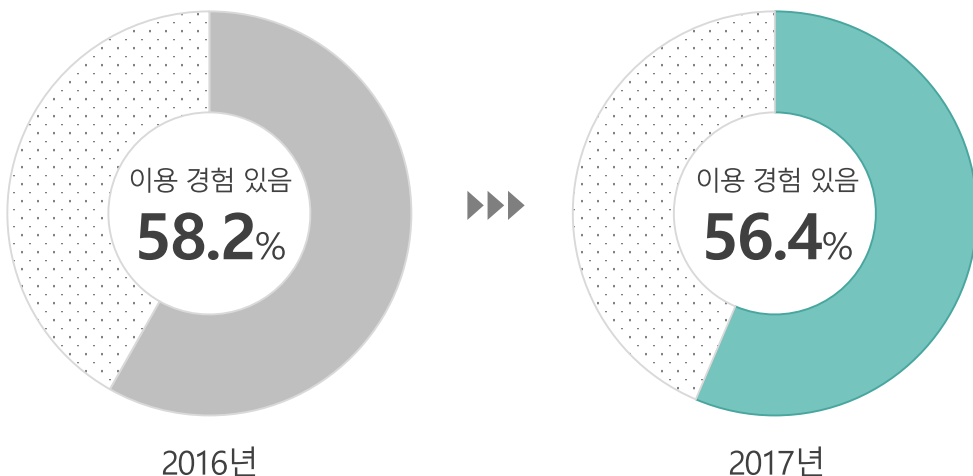
개인의 가구 보유 컴퓨터 이용 현황

가 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률

- 전체 응답자 중 과반(56.4%)이 최근 1개월 내 가구 또는 본인이 보유한 컴퓨터를 이용한 경험이 있다고 응답한 반면, 나머지 43.6%는 보유하고 있는 컴퓨터가 없거나 있어도 최근 1개월 내 이용한 적이 없는 것으로 조사됨
- 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터 이용 경험률은 전년 대비 1.8%p 다소 하락함
 - 2016년 최근 1개월 내 가구 또는 본인 보유의 컴퓨터 이용 경험률은 58.2%였으나, 2017년 조사에서는 56.4%로 나타남
 - 본 컴퓨터 이용 경험은 본인 또는 가구 보유 컴퓨터를 대상으로 조사한 것으로 그 밖의 컴퓨터 이용 경험은 제외되어 있으므로 해석에 주의가 필요함

그림 3-3-4 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률: 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

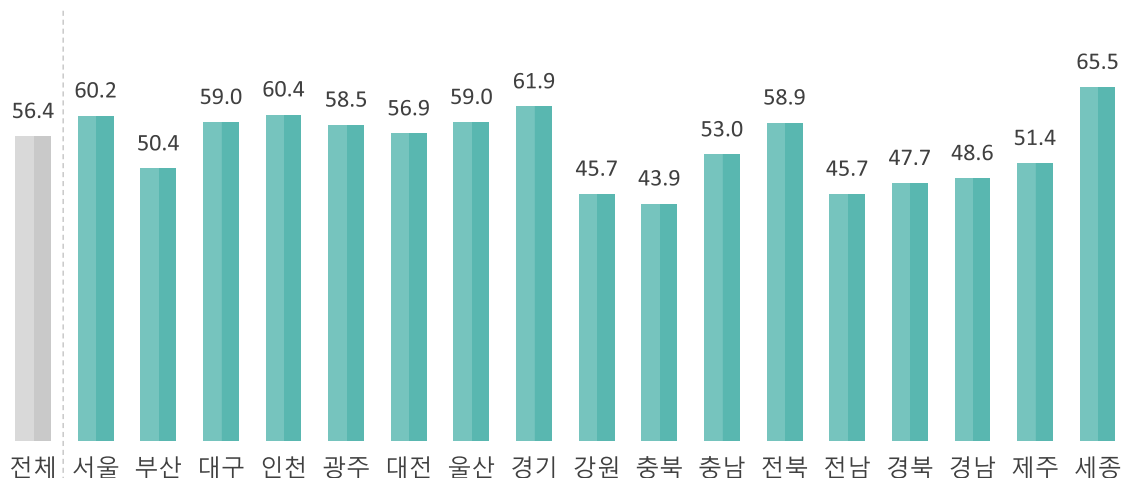
* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

□ 지역별 가구 보유 컴퓨터 이용률

- 수도권과 세종시 거주자의 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터 이용률이 타 지역 거주자에 비해 상대적으로 높은 경향을 보였음
 - 지역별로는 세종(65.5%), 경기(61.9%), 인천(60.4%) 등에서 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 비율이 상대적으로 높았던 반면, 충북(43.9%), 강원(45.7%), 전남(45.7%)에서는 타 지역에 비해 비교적 낮게 나타남
- 전반적으로 광역도 지역에 비해 특·광역시 지역에서 컴퓨터 이용률이 높은 경향을 보였음
 - 특·광역시 지역 중 부산(50.4%)의 가구 보유 컴퓨터 이용률이 타 특·광역시에 비해 상대적으로 낮았으며, 광역도 중에서는 충북의 이용률이 43.9%로 가장 낮게 나타남
- 가구 보유 컴퓨터 이용률이 지역 간 차이를 보이는 것은 해당 지역의 연령별 인구구성과 일정 부분 상관성이 있는 것으로 보임

그림 3-3-5 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

□ 성·연령별 가구 보유 컴퓨터 이용률

- 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터 이용 경험이 있는 응답자의 비율은 성·연령별로 다소 차이를 보였음
- 성별로 보면, 남성의 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터를 이용한 경험이 있었다는 응답은 62.4%로 여성(50.5%)에 비해 11.9%p 높은 것으로 나타남
- 연령별로는 연령대가 높아질수록 최근 1개월 내 가구 보유 컴퓨터 이용률이 낮아지는 경향을 보임
 - 13-19세 연령층의 최근 1개월 내 사용한 가구 보유 컴퓨터 이용률이 91.5%로 모든 연령대 가운데 가장 높았음

표 3-3-1

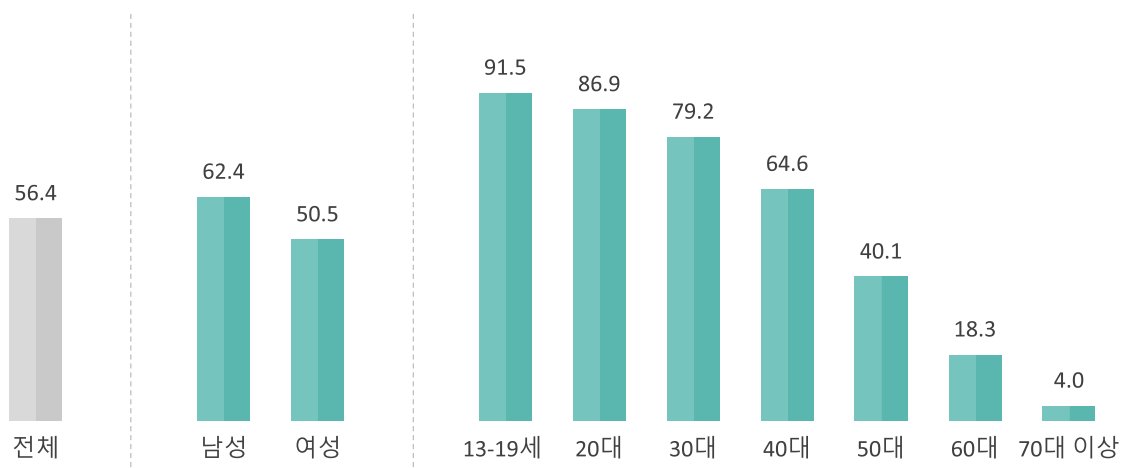
개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터 이용 경험 있음	컴퓨터 이용 경험 없음
전체	41,926	56.4	43.6
남성	20,947	62.4	37.6
여성	20,979	50.5	49.5

그림 3-3-6 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

표 3-3-2 개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터 이용 경험 있음	컴퓨터 이용 경험 없음
전체	41,926	56.4	43.6
13-19세	3,605	91.5	8.5
20대	6,340	86.9	13.1
30대	6,946	79.2	20.8
40대	7,902	64.6	35.4
50대	7,722	40.1	59.9
60대	5,389	18.3	81.7
70대 이상	4,021	4.0	96.0

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

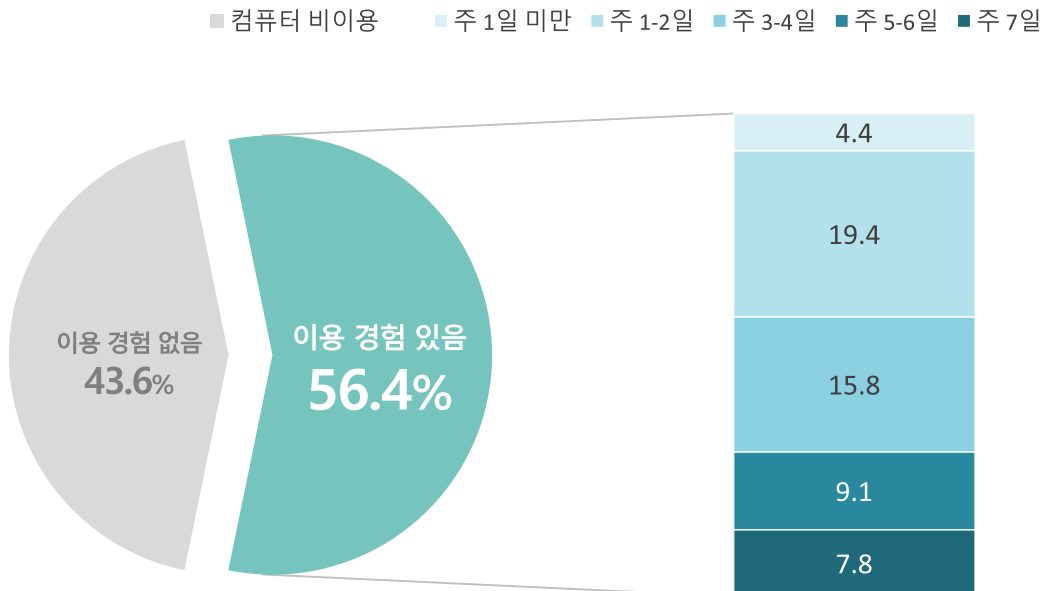
- 13세부터 30대까지의 연령층 가운데 10명 중 8, 9명 정도가 최근 1개월 내 본인 또는 가구가 보유하고 있는 컴퓨터를 이용한 경험이 있는 것으로 조사 됨(13-19세 91.5%, 20대 86.9%, 30대 79.2%)
- 연령대가 높아질수록 가구 내 컴퓨터 이용률은 감소하는데 40대는 64.6%, 50대는 40.1%, 60대는 18.3%로 나타났으며, 70대 이상의 연령층에서는 4.0%만이 이용 경험이 있다고 답함

나 개인의 컴퓨터 이용 빈도

- 전체 응답자의 56.4%가 최근 1개월 내에 가구 또는 본인이 보유한 컴퓨터를 이용한 반면 43.6%는 이용한 경험이 없었음
- 가구 내 컴퓨터 이용자에게 이용 빈도를 묻은 결과, 주 1-2일 이용한다는 응답이 전체의 19.4%로 가장 많은 비중을 차지하였음
 - 그 다음으로 주 3-4일(15.8%), 주 5-6일(9.1%), 주 7일(7.8%), 주 1일 미만(4.4%) 순이었음
- 가구 또는 본인이 컴퓨터를 보유하고 있지만 최근 1개월 내에 사용 경험이 없는 경우도 컴퓨터 비이용자에 속하므로 해석에 유의해야 함

그림 3-3-7 개인의 컴퓨터 이용 빈도

(n=전체 조사대상 개인 단위:%)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

□ 지역별 개인의 컴퓨터 이용 빈도

- 지역별로 최근 1개월 내 가구 또는 본인 소유의 컴퓨터를 주 1-2일 이용하는 경우는 전북(29.6%)과 광주(26.4%)가 다른 지역에 비해 특히 많았음
 - 그 다음으로 전남(23.0%), 대구(22.0%), 세종(21.6%) 순으로 그 비중이 높았음
- 반면, 최근 1개월 내 가구 또는 본인 소유의 컴퓨터를 주 1일 미만으로 이용하는 비율이 전북의 경우 9.1%로 다른 지역에 비해 상대적으로 높았음

그림 3-3-8 개인의 컴퓨터 이용 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

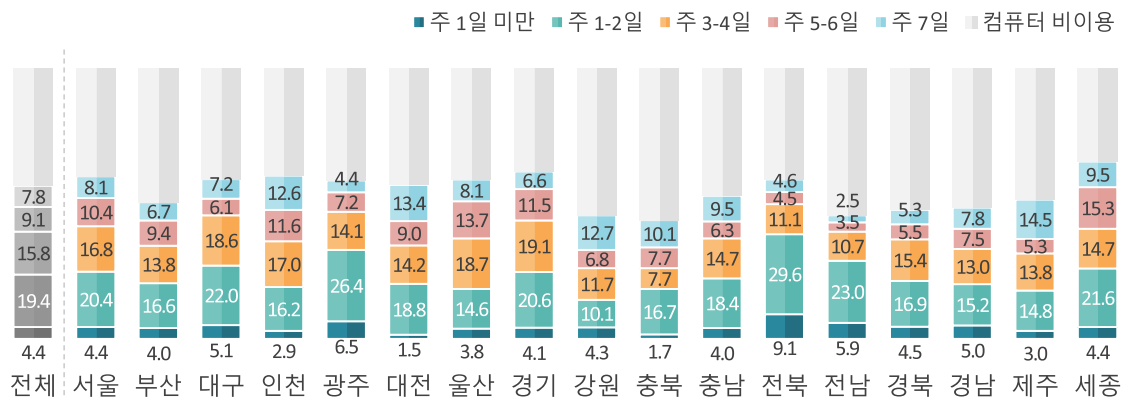


표 3-3-3 개인의 컴퓨터 이용 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주 5-6일	주 7일	컴퓨터 비이용
전체	41,926	4.4	19.4	15.8	9.1	7.8	43.6
서울	8,106	4.4	20.4	16.8	10.4	8.1	39.8
부산	2,843	4.0	16.6	13.8	9.4	6.7	49.6
대구	2,020	5.1	22.0	18.6	6.1	7.2	41.0
인천	2,372	2.9	16.2	17.0	11.6	12.6	39.6
광주	1,210	6.5	26.4	14.1	7.2	4.4	41.5
대전	1,240	1.5	18.8	14.2	9.0	13.4	43.1
울산	936	3.8	14.6	18.7	13.7	8.1	41.0
경기	10,297	4.1	20.6	19.1	11.5	6.6	38.1
강원	1,254	4.3	10.1	11.7	6.8	12.7	54.3
충북	1,308	1.7	16.7	7.7	7.7	10.1	56.1
충남	1,739	4.0	18.4	14.7	6.3	9.5	47.0
전북	1,497	9.1	29.6	11.1	4.5	4.6	41.1
전남	1,472	5.9	23.0	10.7	3.5	2.5	54.3
경북	2,205	4.5	16.9	15.4	5.5	5.3	52.3
경남	2,713	5.0	15.2	13.0	7.5	7.8	51.4
제주	506	3.0	14.8	13.8	5.3	14.5	48.6
세종	208	4.4	21.6	14.7	15.3	9.5	34.5

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

□ 성·연령별 개인의 컴퓨터 이용 빈도

- 성별 및 연령에 따라 최근 1개월 내 가구 또는 본인 소유의 컴퓨터를 이용하는 빈도에 다소 차이를 보임
- 성별로는 남성이 최근 1달 내 가구 또는 본인 소유의 컴퓨터를 매일 사용한다는 응답이 9.8%로 여성(5.7%)에 비해 상대적으로 높았음
- 가구 내 컴퓨터를 주1일 미만 이용한다는 응답에서는 성별에 따른 차이가 크게 없었음

그림 3-3-9 개인의 컴퓨터 이용 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

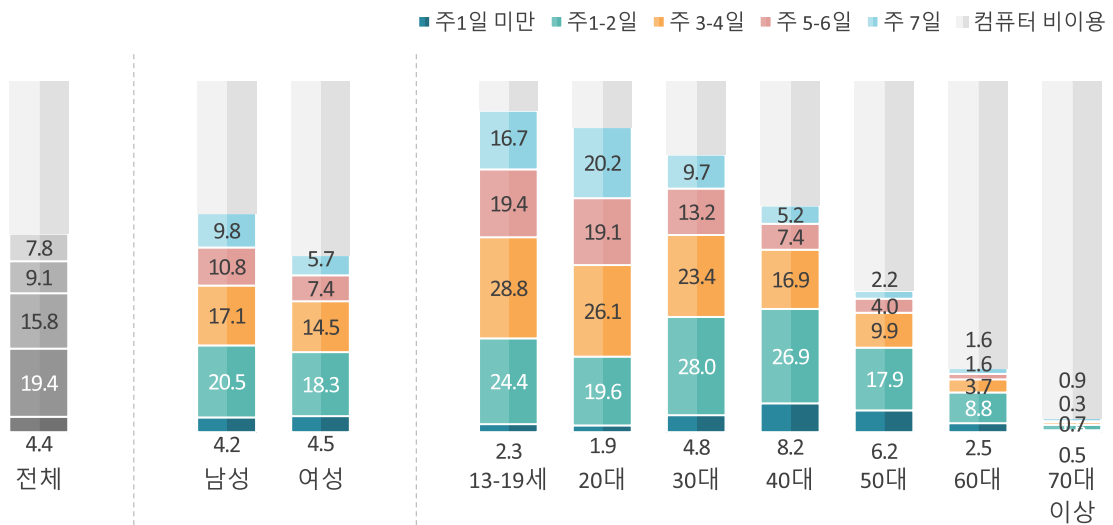


표 3-3-4 개인의 컴퓨터 이용 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주5-6일	주7일	컴퓨터 비이용
전체	41,926	4.4	19.4	15.8	9.1	7.8	43.6
남성	20,947	4.2	20.5	17.1	10.8	9.8	37.6
여성	20,979	4.5	18.3	14.5	7.4	5.7	49.5

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

* 본인 또는 가구 보유 컴퓨터 이용 경험 기준

- 연령별로는 전체 20대의 20.2%와 전체 13-19세의 16.7%가 가구 내 컴퓨터를 주 7일 사용 중인 것으로 나타난 가운데, 30대 이후로는 가구 내 컴퓨터를 매일 사용하는 비율이 감소하여 50대 이상에서는 3% 이하로 떨어짐(50대 2.2%, 60대 1.6%, 70대 이상 0.9%)

표 3-3-5 개인의 컴퓨터 이용 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주5-6일	주7일	컴퓨터 비이용
전체	41,926	4.4	19.4	15.8	9.1	7.8	43.6
13-19세	3,605	2.3	24.4	28.8	19.4	16.7	8.5
20대	6,340	1.9	19.6	26.1	19.1	20.2	13.1
30대	6,946	4.8	28.0	23.4	13.2	9.7	20.8
40대	7,902	8.2	26.9	16.9	7.4	5.2	35.4
50대	7,722	6.2	17.9	9.9	4.0	2.2	59.9
60대	5,389	2.5	8.8	3.7	1.6	1.6	81.7
70대 이상	4,021	0.5	1.6	0.7	0.3	0.9	96.0

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

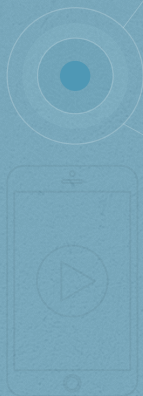
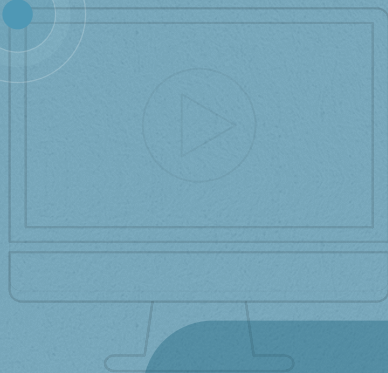
IV

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

TV방송프로그램 시청 행태

MEDIA



Internet

1장 TV수상기를 이용한
TV방송프로그램 시청

2장 스마트폰을 이용한
TV방송프로그램 시청

3장 컴퓨터를 이용한
TV방송프로그램 시청

Television

01 PART

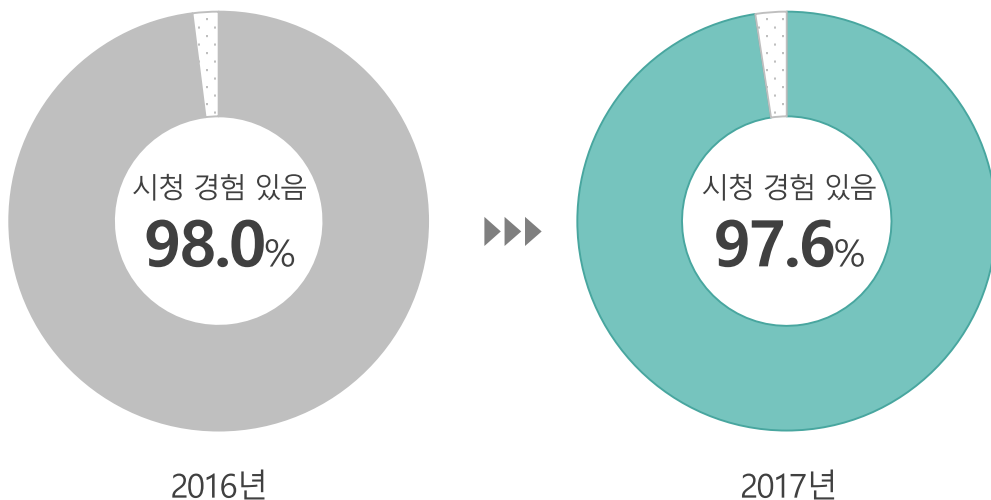
TV방송프로그램 시청 경험

가 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 전체 응답자 100명 중 98명 가량(97.6%)은 최근 1개월 내 가구의 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 것으로 나타남
 - 전체 응답자의 2.4%는 TV수상기를 이용하지 않고 있거나, 이용하더라도 최근 1개월 내 시청한 적이 없는 것으로 조사됨
- 최근 1개월 내 가구 내 고정형 TV수상기로 방송을 시청한 적이 있는 사람의 비율은 전년과 유사한 수준을 보임
 - 최근 1개월 내 가구 보유 고정형 TV수상기를 이용한 시청 경험률은 2016년 기초조사에서는 98.0%였는데 2017년에는 97.6%로 소폭 감소함

그림 4-1-1 TV방송프로그램 시청 경험 : 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험을 TV 시청 경험으로 간주하여 계산함

- 한편, 전체 응답자의 98.0%가 최근 1개월 내 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답한 가운데, 전체 응답자 중 97.5%는 실시간으로 시청한 적이 있다고 응답하였으며, 18.6%는 다시보기 등 비실시간으로 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답함

그림 4-1-2 TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 경험

- 전체 응답자의 97.6%가 최근 1개월 중 가구 내 TV수상기를 시청한 경험이 있는 것으로 나타난 가운데, 지역별로는 광주(99.5%), 전남(99.4%), 부산(99.1%)에서는 고정형 TV수상기를 이용한 방송프로그램 시청 경험률이 특히 높았음
- 반면, 강원(92.9%), 제주(93.6%)의 경우 타 지역에 비해 가구 내 TV수상기를 이용한 방송 시청 경험 비율이 전국 평균에 크게 미치지 못하는 것으로 나타남

그림 4-1-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

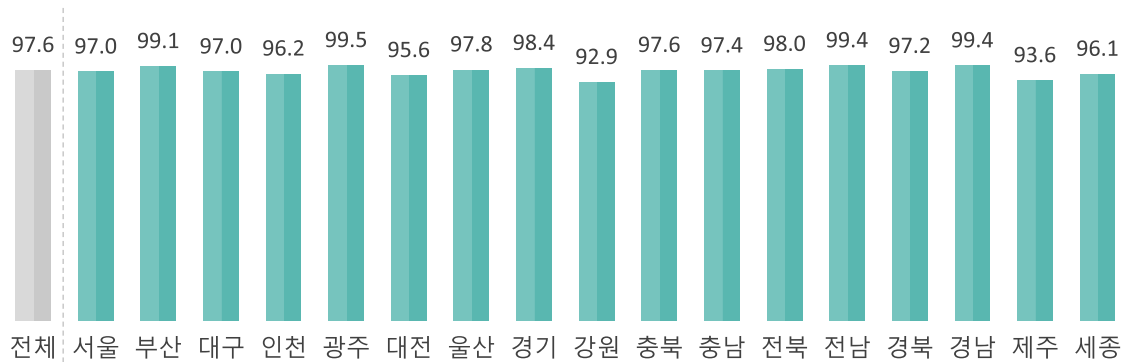


표 4-1-1 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	TV수상기 시청 경험 있음	TV수상기 시청 경험 없음		조사 사례수	TV수상기 시청 경험 있음	TV수상기 시청 경험 없음
전체	41,926	97.6	2.4	강원	1,254	92.9	7.1
서울	8,106	97.0	3.0	충북	1,308	97.6	2.4
부산	2,843	99.1	0.9	충남	1,739	97.4	2.6
대구	2,020	97.0	3.0	전북	1,497	98.0	2.0
인천	2,372	96.2	3.8	전남	1,472	99.4	0.6
광주	1,210	99.5	0.5	경북	2,205	97.2	2.8
대전	1,240	95.6	4.4	경남	2,713	99.4	0.6
울산	936	97.8	2.2	제주	506	93.6	6.4
경기	10,297	98.4	1.6	세종	208	96.1	3.9

*최근 1개월 내 시청 경험 기준

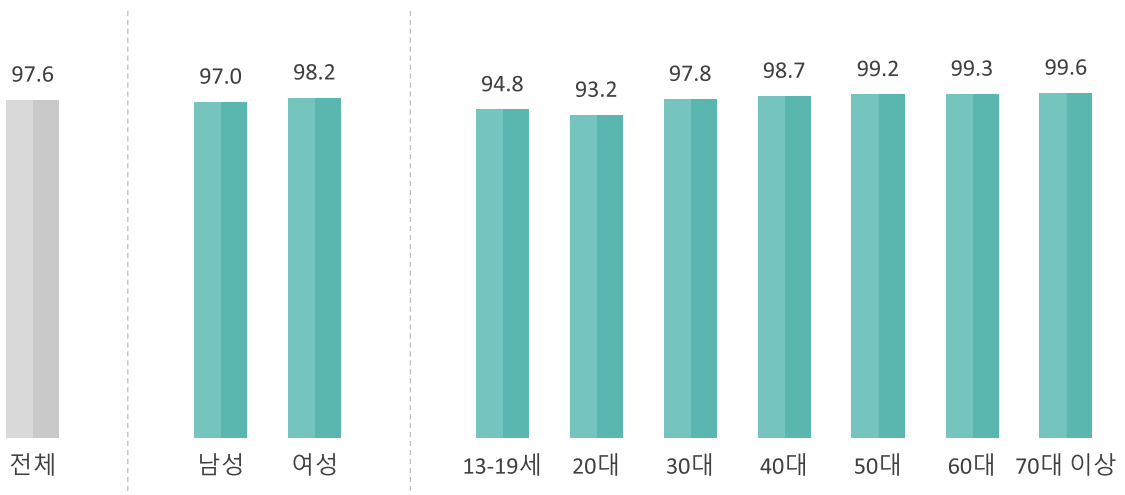
*가구 보유 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험을 TV 시청 경험으로 간주하여 계산함

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 경험

- 고정형 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험은 성별, 연령별로 차이를 보였음. 특히 연령대 간의 차이가 상대적으로 두드러짐
 - 성별로는 여성이 남성보다 TV방송프로그램 시청 경험 비율이 상대적으로 높았으며, 연령별로는 연령대가 높아질수록 최근 1개월 내 가구 보유 고정형 TV수상기를 이용해 방송 프로그램을 시청한 경험자의 비율이 상대적으로 높게 나타남

그림 4-1-4 TV방송프로그램 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



- 성별로는 여성의 경우 고정형 TV수상기를 이용해 방송 프로그램 시청한 경험이 있는 응답자 비율이 98.2%로 남성의 TV수상기 시청 경험(97.0%)보다 소폭 높았음

표 4-1-2 TV방송프로그램 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	TV수상기 시청 경험 있음	TV수상기 시청 경험 없음
전체	41,926	97.6	2.4
남성	20,947	97.0	3.0
여성	20,979	98.2	1.8

*최근 1개월 내 시청 경험 기준

*가구 보유 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험을 TV시청 경험으로 간주하여 계산함

- 연령별로는 최근 1개월 내 가구 보유 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 비율은 20대 연령층에서 가장 낮았으며, 이후 연령대가 높아질수록 TV수상기 이용 시청 유경험자 비율이 높아지는 경향을 보임
 - 20대 연령층의 TV수상기를 통한 TV방송프로그램 시청 비율은 93.2%로 모든 연령대 가운데 가장 낮았으며, 13-19세 연령층의 TV수상기 시청 비율도 94.8%로 상대적으로 낮은 편이었음
 - 30대 연령층부터는 연령대가 높아질수록 최근 1개월 내 TV수상기 시청 경험 비율이 상승하여 50대에서는 99.2%, 60대에서는 99.3%, 70대 이상에서는 99.6%가 시청 경험이 있는 것으로 나타남
- 연령별로 TV수상기를 이용한 방송 시청 경험률에 차이를 보이는 것은 젊은 층의 채택율이 상대적으로 고연령층에 비해 낮은 것과도 관련이 있으며, 또한 연령대가 낮을수록 고정형 TV수상기 이외의 다른 미디어 기기 이용과 시청 경험 비율이 높은 것과도 연관성이 있는 것으로 보임

표 4-1-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	TV수상기 시청 경험 있음	TV수상기 시청 경험 없음
전체	41,926	97.6	2.4
13-19세	3,605	94.8	5.2
20대	6,340	93.2	6.8
30대	6,946	97.8	2.2
40대	7,902	98.7	1.3
50대	7,722	99.2	0.8
60대	5,389	99.3	0.7
70대 이상	4,021	99.6	0.4

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

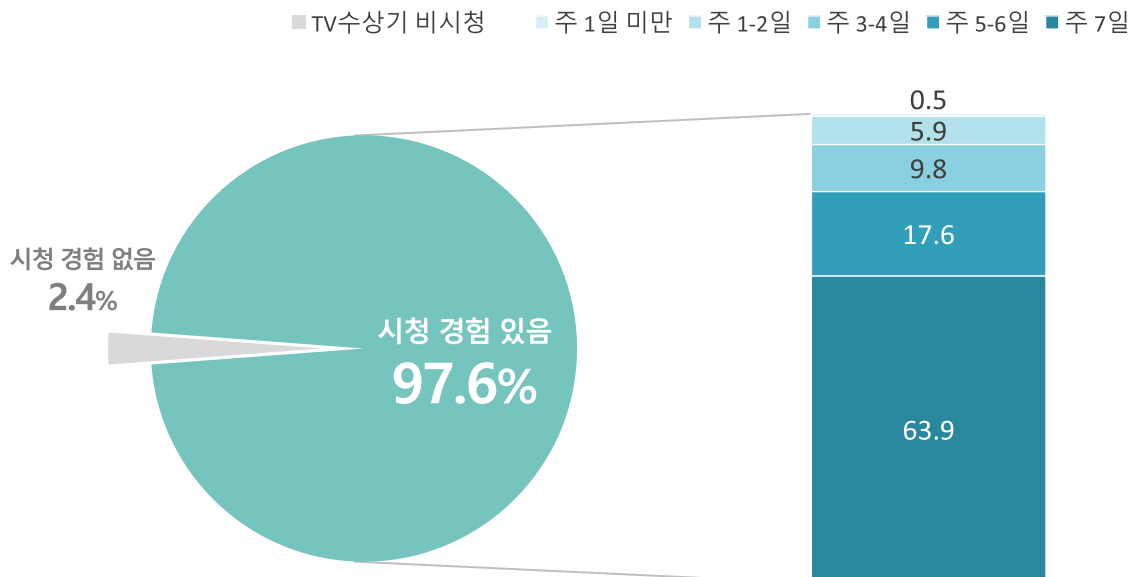
* 가구 보유 TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험을 TV시청 경험으로 간주하여 계산함

나 TV방송프로그램 시청 빈도

- 전체 응답자 100명 중 약 98명(97.6%)이 최근 1개월 내 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답한 가운데, 전체 응답자 10명 중 8명(81.5%)이 주 5일 이상 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청하고 있는 것으로 나타남
 - 전체 응답자 중 63.9%는 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 매일(주 7일) 시청한다고 응답함
 - 그 다음으로 주 5-6일 시청한다는 응답자는 17.6%, 주 3-4일 시청하는 응답자는 9.8%, 주 1-2일 시청한다는 응답자는 5.9%, 주 1일 미만 시청한다는 응답자는 0.5%로 나타남

그림 4-1-5 TV방송프로그램 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 이용 빈도'를 TV 시청 빈도로 간주하여 계산함

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 최근 1개월 내 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 매일 시청한 경험이 있는 응답자의 비율은 63.9%로 나타난 가운데, 지역별로는 경남(77.7%), 광주(75.3%), 울산(74.8%), 전북(74.7%) 순으로 그 비율이 특히 높았음
- 반면, 경기(52.6%), 서울(57.8%), 인천(60.4%) 등의 수도권 지역은 비수도권 지역 대비 가구 보유 TV수상기를 이용해 매일 TV방송프로그램을 시청한 비율이 특히 낮았음

그림 4-1-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

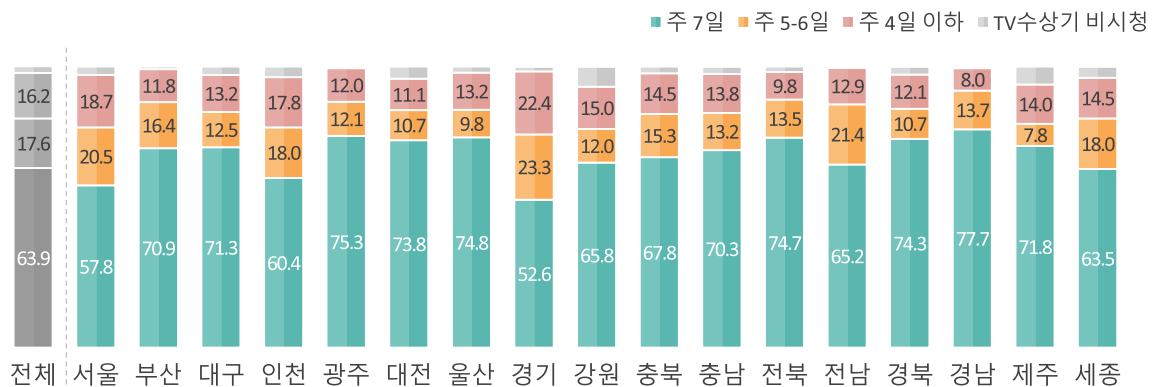


표 4-1-4 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	TV수상기 비시청		조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	TV수상기 비시청
전체	41,926	63.9	17.6	16.2	2.4	강원	1,254	65.8	12.0	15.0	7.1
서울	8,106	57.8	20.5	18.7	3.0	충북	1,308	67.8	15.3	14.5	2.4
부산	2,843	70.9	16.4	11.8	0.9	충남	1,739	70.3	13.2	13.8	2.6
대구	2,020	71.3	12.5	13.2	3.0	전북	1,497	74.7	13.5	9.8	2.0
인천	2,372	60.4	18.0	17.8	3.8	전남	1,472	65.2	21.4	12.9	0.6
광주	1,210	75.3	12.1	12.0	0.5	경북	2,205	74.3	10.7	12.1	2.8
대전	1,240	73.8	10.7	11.1	4.4	경남	2,713	77.7	13.7	8.0	0.6
울산	936	74.8	9.8	13.2	2.2	제주	506	71.8	7.8	14.0	6.4
경기	10,297	52.6	23.3	22.4	1.6	세종	208	63.5	18.0	14.5	3.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 이용 빈도'를 TV 시청 빈도로 간주하여 계산함

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 빈도는 성별, 연령대별로 다소 차이를 보였으며, 남성에 비해 여성이, 연령대가 높아질수록 매일 TV방송프로그램을 시청하는 비율이 높게 나타남
 - 성별로는 남성(57.9%)에 비해 여성(69.8%)이 매일 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 비율이 높았음
 - 연령별로 살펴보면 70대 이상은 10명 중 9명 가량(92.2%)이 매일 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다고 응답하였으나, 연령이 낮을수록 매일 TV방송프로그램을 시청한다는 응답은 감소해 13-19세 연령층에서는 10명 중 3명 가량(29.0%)만이 매일 시청한 것으로 나타남

그림 4-1-7 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

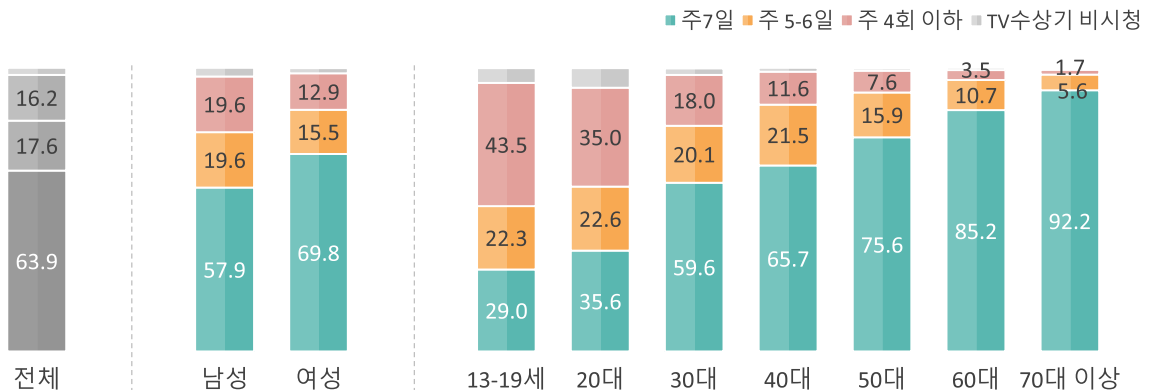


표 4-1-5 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	TV수상기 비시청
전체	41,926	63.9	17.6	16.2	2.4
남성	20,947	57.9	19.6	19.6	3.0
여성	20,979	69.8	15.5	12.9	1.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 가구 내 TV 이용 빈도를 TV 시청 빈도로 간주하여 계산함

- 가구 보유 고정형 TV수상기를 이용해 매일 TV방송프로그램을 시청한다는 응답자 비율은 연령대가 높아질수록 증가하는 경향을 보임
 - 매일 TV방송프로그램을 시청한다는 응답자 비율은 70대 이상 연령층에서 92.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 60대(85.2%), 50대(75.6%), 40대(65.7%) 순이었음
 - 한편, 13-19세 중 가구 내 고정형 TV수상기를 이용해 매일 TV방송프로그램을 시청한다는 응답자는 29.0%로 모든 연령대에서 가장 낮았으며, 20대 역시 35.6%로 20대 전체 응답자의 절반 미만이었음

표 4-1-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	TV수상기 비시청
전체	41,926	63.9	17.6	16.2	2.4
13-19세	3,605	29.0	22.3	43.5	5.2
20대	6,340	35.6	22.6	35.0	6.8
30대	6,946	59.6	20.1	18.0	2.2
40대	7,902	65.7	21.5	11.6	1.3
50대	7,722	75.6	15.9	7.6	0.8
60대	5,389	85.2	10.7	3.5	0.7
70대 이상	4,021	92.2	5.6	1.7	0.4

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 이용 빈도'를 TV 시청 빈도로 간주하여 계산함

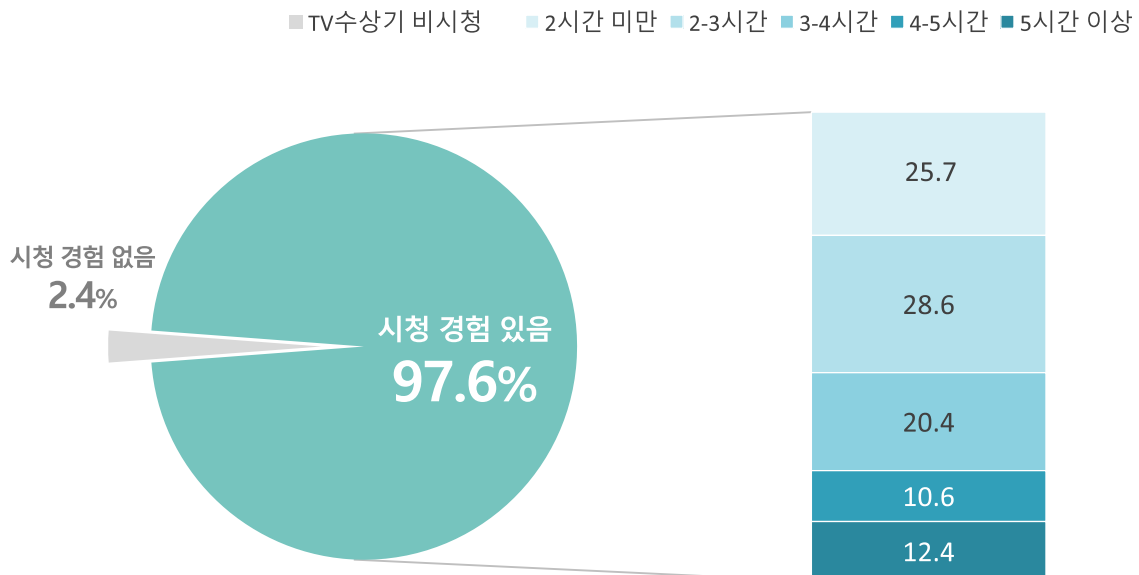
다 TV방송프로그램 시청 시간

1) TV방송프로그램 시청 시간(주중)

- 가구 보유 TV수상기를 통한 TV방송프로그램 시청 경험이 있는 97.6% 응답자의 주중 하루 평균 TV방송프로그램 시청 시간을 조사함
 - 전체 응답자 중 28.6%는 주중 하루 평균 2-3시간을 TV방송프로그램 시청에 소요한다고 응답했는데 이는 주중 TV프로그램 시청 시간 중 가장 높은 응답 비율임
 - 그 다음으로 하루 평균 2시간 미만이 25.7%, 3-4시간이 20.4%, 5시간 이상이 12.4%였으며, 4-5시간 시청한다는 응답 비율은 10.6%로 가장 적었음

그림 4-1-8 TV방송프로그램 시청 시간(주중)

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 시청 시간'을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 시간(주중)

- TV수상기를 이용한 주중 TV방송프로그램 하루 평균 시청 시간이 2-3시간이라는 응답 비율이 가장 높은 가운데 지역별로는 부산(33.7%), 경남(31.0%), 인천(30.5%), 서울(30.0%) 순으로 높았음
- 한편, 제주(21.5%), 세종(22.6%), 강원(23.4%) 지역은 주중 하루 평균 2-3시간 동안 TV방송프로그램을 시청한다는 응답이 타지역 대비 크게 낮았음

그림 4-1-9 TV방송프로그램 시청 시간(주중) : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

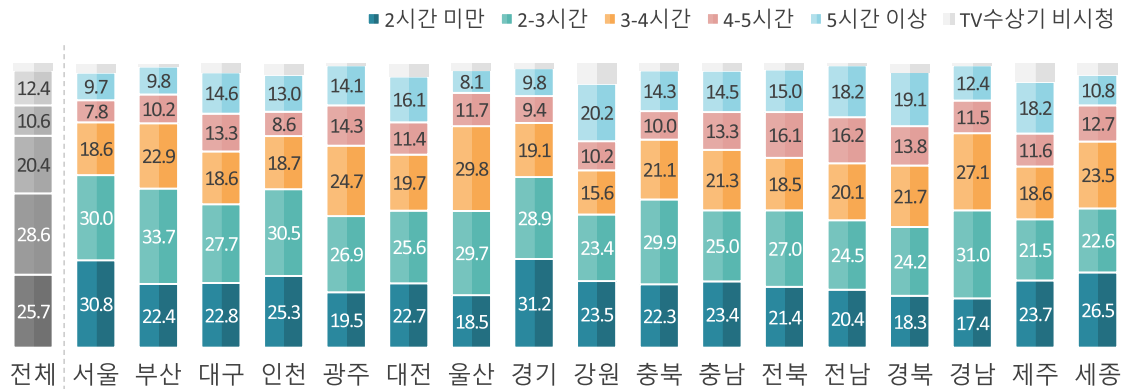


표 4-1-7 TV방송프로그램 시청 시간(주중) : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상		조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상
전체	41,926	25.7	28.6	20.4	10.6	12.4	강원	1,254	23.5	23.4	15.6	10.2	20.2
서울	8,106	30.8	30.0	18.6	7.8	9.7	충북	1,308	22.3	29.9	21.1	10.0	14.3
부산	2,843	22.4	33.7	22.9	10.2	9.8	충남	1,739	23.4	25.0	21.3	13.3	14.5
대구	2,020	22.8	27.7	18.6	13.3	14.6	전북	1,497	21.4	27.0	18.5	16.1	15.0
인천	2,372	25.3	30.5	18.7	8.6	13	전남	1,472	20.4	24.5	20.1	16.2	18.2
광주	1,210	19.5	26.9	24.7	14.3	14.1	경북	2,205	18.3	24.2	21.7	13.8	19.1
대전	1,240	22.7	25.6	19.7	11.4	16.1	경남	2,713	17.4	31.0	27.1	11.5	12.4
울산	936	18.5	29.7	29.8	11.7	8.1	제주	506	23.7	21.5	18.6	11.6	18.2
경기	10,297	31.2	28.9	19.1	9.4	9.8	세종	208	26.5	22.6	23.5	12.7	10.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 가구 내 TV 시청 시간을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 시간(주중)

- TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 하루 평균 시청하는 시간은 성별, 연령 대별로 다소 차이를 보였으며, 남성에 비해 여성이, 연령대가 높아질수록 TV방송프로그램 일 평균 시청 시간이 길어지는 것으로 나타남
 - 성별로는 남성은 여성보다 2시간 미만, 2-3시간 시청한다는 응답 비율은 높았으나 시청 시간이 길어질수록 여성의 응답 비율 대비 남성의 응답 비율은 감소하는 경향을 보임
 - 연령대가 높아질수록 TV프로그램 하루 평균 시청 시간이 높아지는 가운데 젊은층에서는 2시간 미만 또는 2-3시간 TV를 시청한다는 응답이 높았으나 70대 이상에서는 주중 5시간 이상 TV를 시청한다는 응답(47.9%)이 타 연령층에 비해 특히 높았음

그림 4-1-10 TV방송프로그램 시청 시간(주중) : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

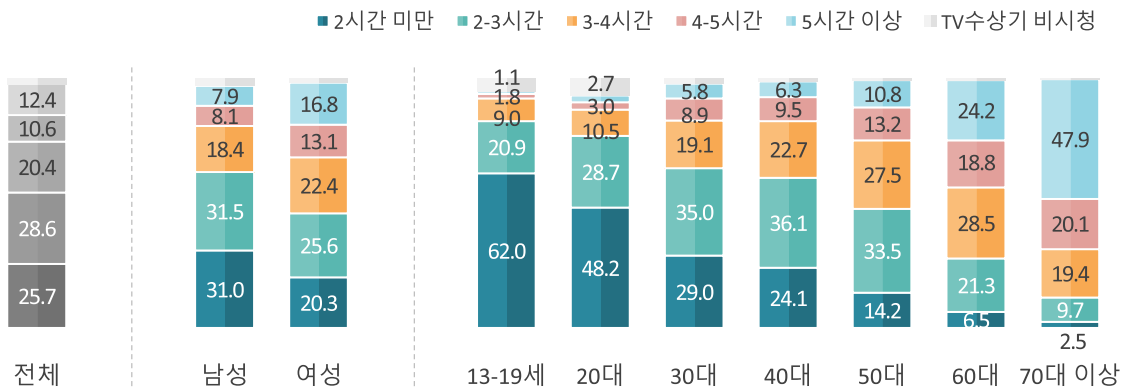


표 4-1-8 TV방송프로그램 시청 시간(주중) : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상
전체	41,926	25.7	28.6	20.4	10.6	12.4
남성	20,947	31.0	31.5	18.4	8.1	7.9
여성	20,979	20.3	25.6	22.4	13.1	16.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 가구 내 TV 시청 시간을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

- TV수상기를 이용한 주중 TV방송프로그램 하루 평균 시청 시간은 연령대가 높아질수록 증가하는 경향을 보임
 - 70대 연령층에서는 주중 하루 평균 2시간 미만 TV를 시청한다는 응답이 2.5%로 매우 적었으나, 주중 하루 평균 5시간 이상 TV를 시청한다는 응답 비율은 47.9%로 70대 이상 응답자의 절반 수준을 차지했음
 - 한편, 13-19세와 20대에서는 주중 하루 평균 TV 시청 시간이 2시간 미만이라는 응답이 타 연령 대비 높았으며 30대, 40대, 50대에서는 주중 2-3시간 TV를 시청한다는 응답이 타 연령층 비해 비교적 높았음

표 4-1-9 TV방송프로그램 시청 시간(주중): 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간이상
전체	41,926	25.7	28.6	20.4	10.6	12.4
13-19세	3,605	62.0	20.9	9.0	1.8	1.1
20대	6,340	48.2	28.7	10.5	3.0	2.7
30대	6,946	29.0	35.0	19.1	8.9	5.8
40대	7,902	24.1	36.1	22.7	9.5	6.3
50대	7,722	14.2	33.5	27.5	13.2	10.8
60대	5,389	6.5	21.3	28.5	18.8	24.2
70대 이상	4,021	2.5	9.7	19.4	20.1	47.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 가구 내 TV 시청 시간을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

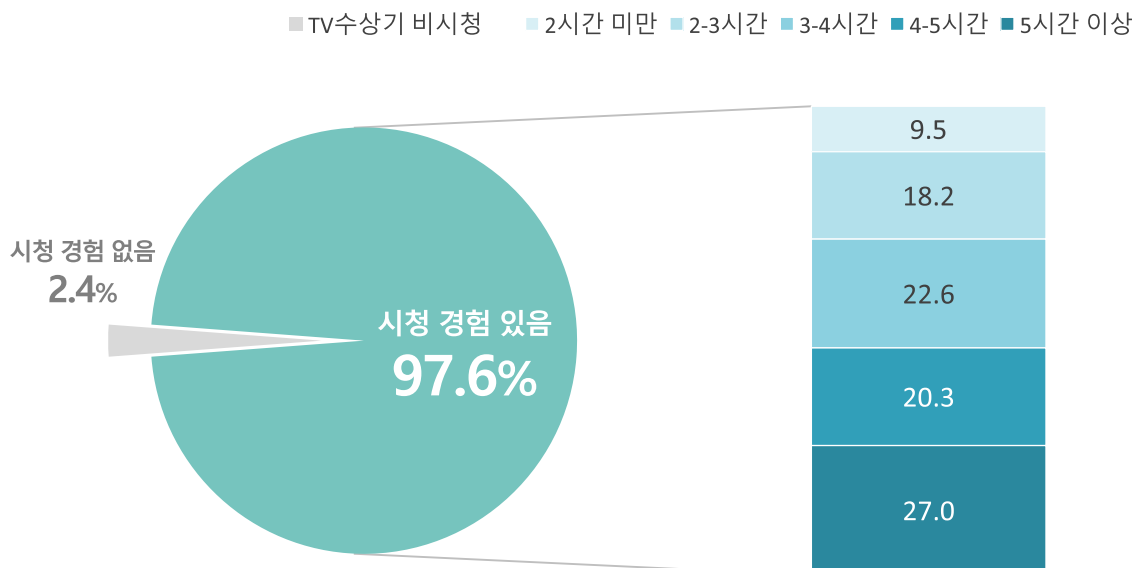
다 TV방송프로그램 시청 시간

2) TV방송프로그램 시청 시간(주말)

- 주중 하루 평균 TV방송프로그램 시청 시간(전체 평균 161.2분)과 비교할 때 주말 하루 평균 TV방송프로그램 시청 시간(전체 평균 221.3분)은 크게 증가한 것으로 조사됨
 - 주중 TV방송프로그램 일 평균 시청 시간에 대한 응답으로는 2-3시간이 전체의 28.6%로 가장 높았으나, 주말의 경우 5시간 이상이 27.0%로 가장 높았음
 - 그 다음으로 주말 하루 평균 시청 시간은 3-4시간이 22.6%, 4-5시간이 20.3%, 2-3시간이 18.2%였으며, 주중과 달리 2-3시간 시청은 9.5%로 가장 적었음
 - 응답자들은 주중에 비해 주말에 TV 시청을 오래 하는 경향이 있는 것으로 나타남

그림 4-1-11 TV방송프로그램 시청 시간(주말)

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 시청 시간'을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 시간(주말)

- 주말 하루 평균 TV방송프로그램 시청 시간이 5시간 이상이라는 응답 비율이 가장 높은 가운데 지역별로는 광주(37.3%), 대전(33.7%), 울산(33.4%), 전남(31.0%) 순으로 응답 비율이 높았음
- 한편, 서울(22.6%), 대구(23.4%), 세종(23.6%), 부산(24.4%)과 같은 특·광역시에서는 타 지역 대비 주말 하루 평균 5시간 이상 시청한다는 응답 비율이 낮았음

그림 4-1-12 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

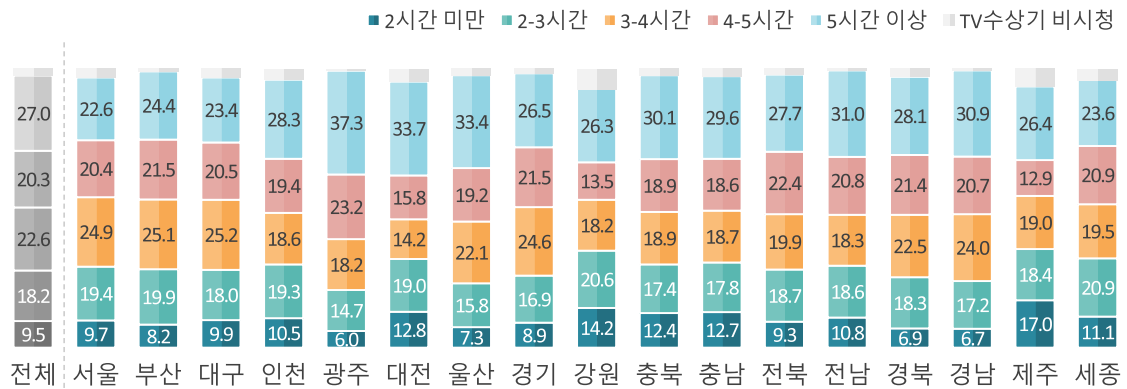


표 4-1-10 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상		조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상
전체	41,926	9.5	18.2	22.6	20.3	27.0	강원	1,254	14.2	20.6	18.2	13.5	26.3
서울	8,106	9.7	19.4	24.9	20.4	22.6	충북	1,308	12.4	17.4	18.9	18.9	30.1
부산	2,843	8.2	19.9	25.1	21.5	24.4	충남	1,739	12.7	17.8	18.7	18.6	29.6
대구	2,020	9.9	18.0	25.2	20.5	23.4	전북	1,497	9.3	18.7	19.9	22.4	27.7
인천	2,372	10.5	19.3	18.6	19.4	28.3	전남	1,472	10.8	18.6	18.3	20.8	31.0
광주	1,210	6.0	14.7	18.2	23.2	37.3	경북	2,205	6.9	18.3	22.5	21.4	28.1
대전	1,240	12.8	19.0	14.2	15.8	33.7	경남	2,713	6.7	17.2	24.0	20.7	30.9
울산	936	7.3	15.8	22.1	19.2	33.4	제주	506	17.0	18.4	19.0	12.9	26.4
경기	10,297	8.9	16.9	24.6	21.5	26.5	세종	208	11.1	20.9	19.5	20.9	23.6

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 가구 내 TV 시청 시간을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 시간(주말)

- 주말 하루 평균 TV방송프로그램을 시청하는 시간은 성별, 연령대별 서로 다른 경향을 보임
 - 주말 동안 남성은 여성보다 비교적 적은 시간 TV를 보는 경향을 보이는데, 특히 주말 하루 평균 2시간 미만 TV를 시청한다는 응답은 남성(11.2%)이 여성(7.8%)보다 3.4%p 높았던 반면, 주말 하루 평균 5시간 이상 TV를 시청한다는 응답은 여성(31.2%)이 남성(22.8%)보다 9.3%p 높았음
 - 전반적으로 주중 대비 주말 하루 평균 TV프로그램 시청 경험 시간이 길어진 가운데 연령대가 높아질수록 5시간 이상 TV를 시청한다는 응답 비율도 증가함

그림 4-1-13 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

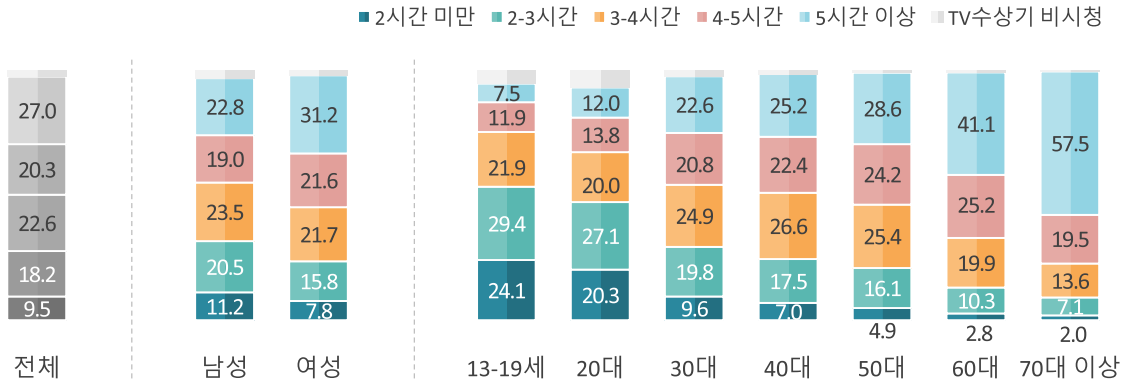


표 4-1-11 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간 미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간 이상
전체	41,926	9.5	18.2	22.6	20.3	27.0
남성	20,947	11.2	20.5	23.5	19.0	22.8
여성	20,979	7.8	15.8	21.7	21.6	31.2

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 시청 시간'을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

- 연령대가 낮을수록 주말 동안 TV프로그램 시청 시간이 적으며, 연령대가 높을수록 주말 동안 TV프로그램 시청 시간이 길었음
 - 특히 20대와 30대 연령층에서는 주말 동안 하루 평균 2시간 미만 TV를 시청한다는 응답 비율이 매우 높았는데, 이는 해당 연령층이 TV 시청이 아닌 다른 활동을 즐기며 주말을 보내는 것이라 할 수 있음
 - 한편, 70대 이상에서 주말 동안 하루 평균 5시간 이상 TV프로그램을 시청한다는 응답 비율은 57.5%로 전체 응답자의 5시간 이상 시청 비율(27.0%)의 두 배를 상회함

표 4-1-12 TV방송프로그램 시청 시간(주말): 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	2시간미만	2-3시간	3-4시간	4-5시간	5시간이상
전체	41,926	9.5	18.2	22.6	20.3	27.0
13-19세	3,605	24.1	29.4	21.9	11.9	7.5
20대	6,340	20.3	27.1	20.0	13.8	12.0
30대	6,946	9.6	19.8	24.9	20.8	22.6
40대	7,902	7.0	17.5	26.6	22.4	25.2
50대	7,722	4.9	16.1	25.4	24.2	28.6
60대	5,389	2.8	10.3	19.9	25.2	41.1
70대 이상	4,021	2.0	7.1	13.6	19.5	57.5

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자의 '가구 내 TV 시청 시간'을 TV 시청 시간으로 간주하여 계산함

라 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

1) TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 전체 조사대상 개인 중 18.6%가 TV수상기를 통해 최근 1개월 간 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험이 있다고 응답함
- 17개 시도별로 보면 경기 (25.8%), 서울 (21.8%), 인천 (21.4%)의 TV방송프로그램 다시보기 시청 비율이 비수도권 지역보다 높게 나타나는 경향이 있었음
- 충청 지역의(충북 9.0%, 충남 8.9%)의 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율은 10% 미만으로, 타 지역 대비 상대적으로 낮은 수준을 보임

그림 4-1-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 가구, %)

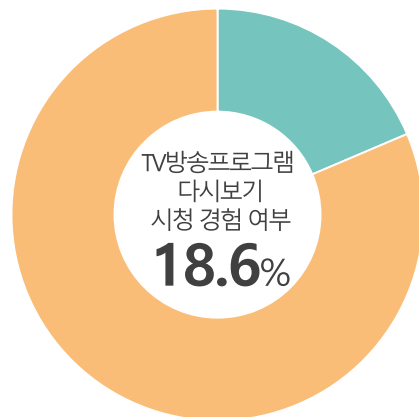
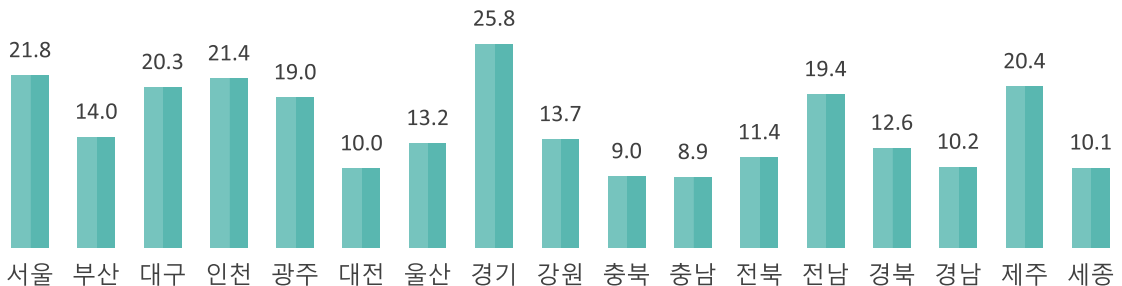


그림 4-1-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- TV방송프로그램 다시보기 시청 경험은 성별에 따라 다소 차이를 보였음

- 성별로는 여성의 최근 1개월 내 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율은 21.1%로 남성(16.0%)에 비해 5.1%p 높은 것으로 나타남

표 4-1-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성별

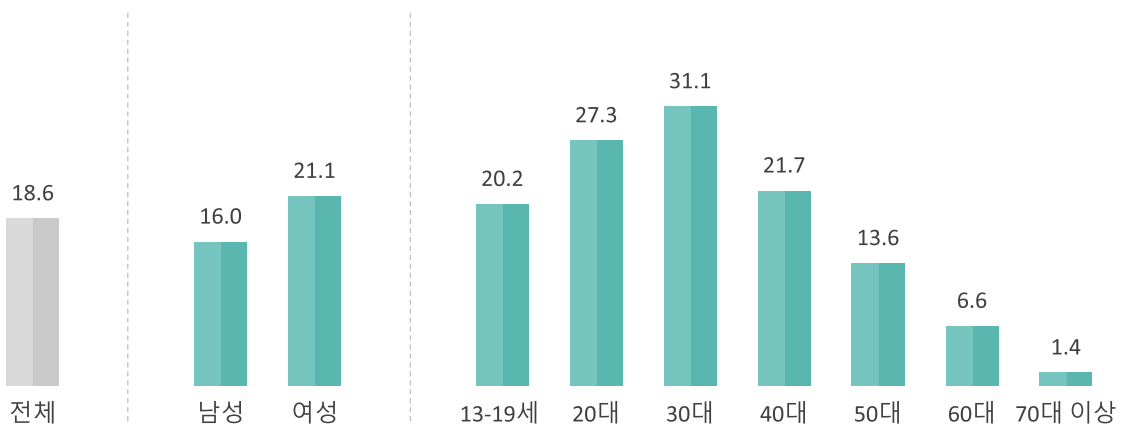
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4
남성	20,947	16.0	84.0
여성	20,979	21.1	78.9

- 최근 1개월 내 TV수상기를 통해 TV방송프로그램 다시보기 시청을 경험한 비율은 연령별로 그 차이가 비교적 뚜렷했음
 - 전 연령층 중 30대의 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율은 31.1%로 전체 응답 18.6%를 상회함
 - 13-19세부터 30대까지 TV방송프로그램 다시보기 시청 응답 비율은 점차 증가하다가 40대 이후부터는 그 비율이 크게 낮아지는 경향을 보임

그림 4-1-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

표 4-1-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4
13-19세	3,605	20.2	79.8
20대	6,340	27.3	72.7
30대	6,946	31.1	68.9
40대	7,902	21.7	78.3
50대	7,722	13.6	86.4
60대	5,389	6.6	93.4
70대 이상	4,021	1.4	98.6

* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

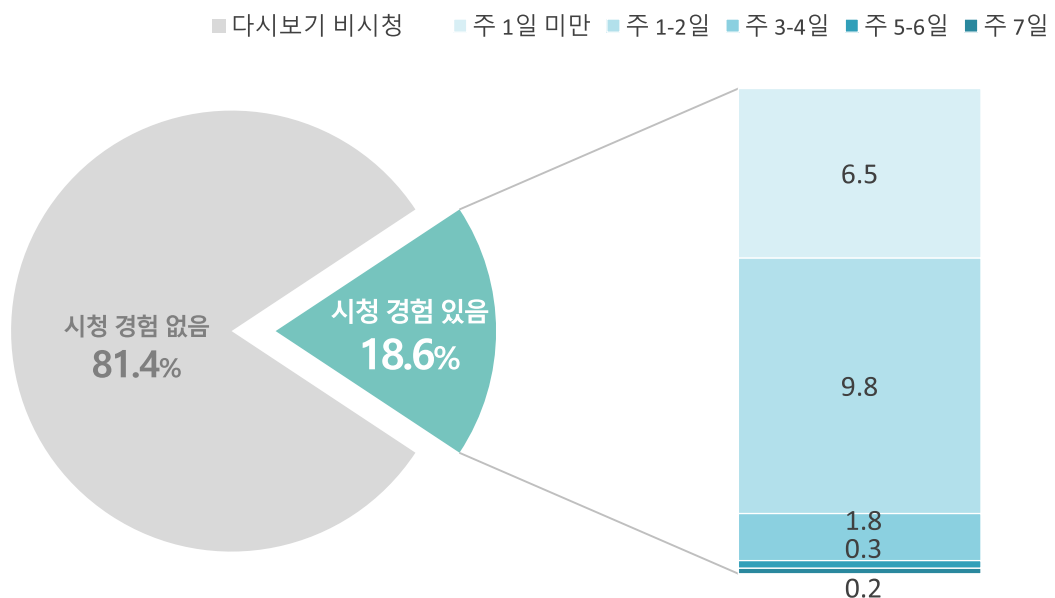
- 50대 이상 연령층의 최근 1개월 내 TV방송프로그램 다시보기 시청 비율은 전체 응답자의 TV프로그램 다시보기 시청 비율 18.6%에 하회하는 가운데, 특히 60대와 70대 이상의 시청 경험 비율은 각각 6.6%, 1.4%로 매우 낮았음

2) TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 전체 응답자 100명 중 약 19명(18.6%)은 최근 1개월 내 TV수상기를 이용해 TV 방송프로그램 다시보기를 시청한 적이 있는 것으로 나타난 가운데, 전체 응답자 10명 중 약 1명(9.8%)의 응답자는 주 1-2일 정도 가구 TV수상기를 통해 TV 방송프로그램 다시보기를 시청하고 있는 것으로 나타남
- TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도는 주 1-2일이 9.8%로 가장 높았고, 그 다음으로는 주 1일 미만(6.5%), 주 3-4일(1.8%), 주 5-6일(0.3%), 주 7일(0.2%) 순으로 나타남
- TV수상기를 이용해 매일(주7일) TV방송프로그램을 시청한다는 비율이 63.9%로 가장 높았던 반면, TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도는 주 1-2일이 9.8%로 가장 높음

그림 4-1-17 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 최근 1개월 내 가구 보유 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 응답자의 비율은 주 7일 0.2%, 주 5-6일 0.3%, 주 4일 이하 18.1%였음
- 매일 시청한다는 응답자의 비율은 제주가 1.4%로 가장 높았으며, 주 4일 이하 시청한다는 응답자는 경기(25.4%), 서울(21.3%), 인천(20.3%)에서 높았음

그림 4-1-18 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

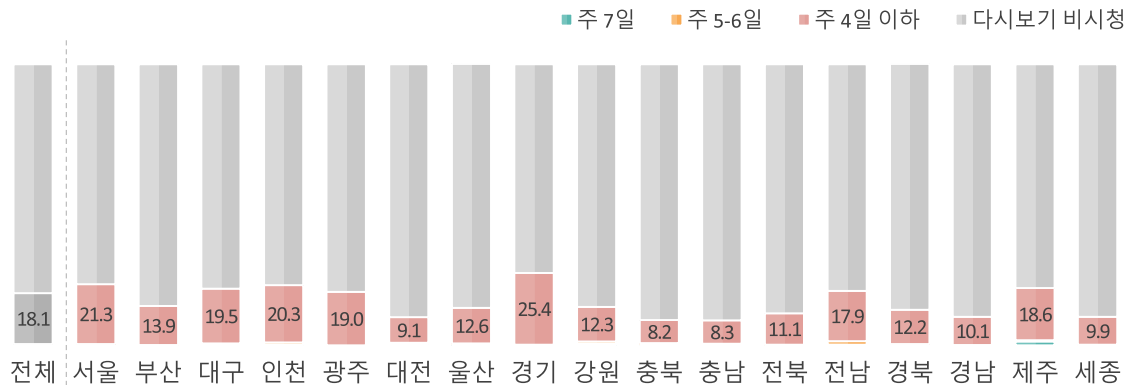


표 4-1-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	다시보기 비시청		조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	다시보기 비시청
전체	41,926	0.2	0.3	18.1	81.4	강원	1,254	0.6	0.8	12.3	86.3
서울	8,106	0.3	0.2	21.3	78.2	충북	1,308	0.5	0.3	8.2	91.0
부산	2,843	0.0	0.1	13.9	86.0	충남	1,739	0.3	0.3	8.3	91.1
대구	2,020	0.4	0.3	19.5	79.7	전북	1,497	0.0	0.3	11.1	88.6
인천	2,372	0.3	0.8	20.3	78.6	전남	1,472	0.2	1.3	17.9	80.6
광주	1,210	0.0	0.0	19.0	81.0	경북	2,205	0.3	0.2	12.2	87.4
대전	1,240	0.4	0.5	9.1	90.0	경남	2,713	0.0	0.1	10.1	89.8
울산	936	0.4	0.3	12.6	86.8	제주	506	1.4	0.4	18.6	79.6
경기	10,297	0.0	0.3	25.4	74.2	세종	208	0.1	0.1	9.9	89.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 빈도

- TV수상기를 이용해 최근 1개월 간 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 빈도는 성별, 연령대별로 다소 차이를 보였는데 성별로는 남성에 비해 여성이, 연령별로는 30대의 시청 빈도가 가장 높았음
 - 주 4일 이하 TV수상기를 이용해 TV프로그램 다시보기를 시청한 응답 비율은 남성(15.6%)에 비해 여성(20.5%)이 4.9%p 높게 나타남
 - 연령별로는 30대에서 주 4일 이하 TV프로그램 다시보기를 시청한다는 응답 비율이 30.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 20대(26.2%), 40대(21.4%), 13-19세(19.8%) 순이었음

그림 4-1-19 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

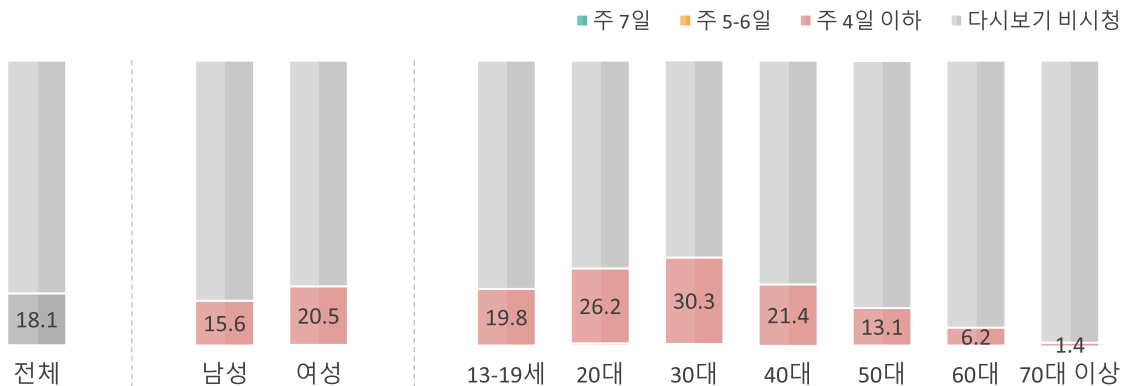


표 4-1-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	다시보기 비시청
전체	41,926	0.2	0.3	18.1	81.4
남성	20,947	0.2	0.2	15.6	84.0
여성	20,979	0.2	0.4	20.5	78.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- TV수상기를 이용해 주 4일 이하 TV방송프로그램 다시보기를 시청한다는 응답자 비율은 30대를 기점으로 13-19세부터 30대까지는 증가하다가 40대부터는 감소하는 경향을 보임
 - 13-19세(19.8%), 20대(26.2%), 30대(30.3%), 40대(21.4%)의 주 4일 이하 TV방송 프로그램 다시보기 시청 응답 비율은 전체 평균 18.1%를 상회하지만 50대(13.1%), 60대(6.2%), 70대 이상(1.4%)은 전체 평균에 미치지 못함

표 4-1-17 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 7일	주 5-6일	주 4일 이하	다시보기 비시청
전체	41,926	0.2	0.3	18.1	81.4
13-19세	3,605	0.2	0.2	19.8	79.8
20대	6,340	0.4	0.7	26.2	72.7
30대	6,946	0.4	0.5	30.3	68.9
40대	7,902	0.1	0.2	21.4	78.3
50대	7,722	0.1	0.3	13.1	86.4
60대	5,389	0.2	0.2	6.2	93.4
70대 이상	4,021	0.0	0.0	1.4	98.6

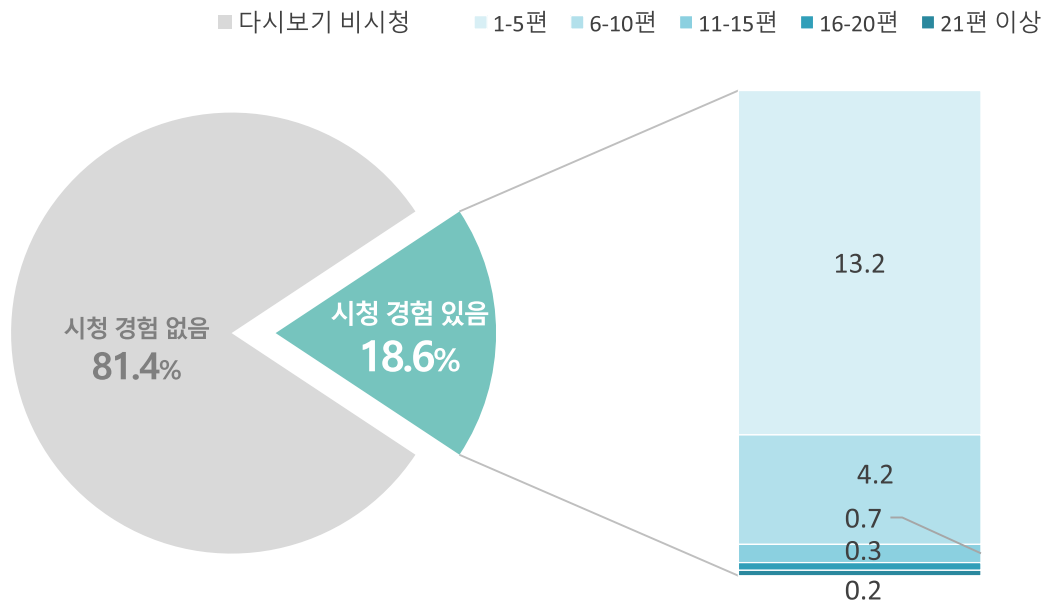
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

3) TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 전체 응답자 기준 최근 1개월 내 TV수상기를 통해 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수를 묻은 결과, 1-5편의 TV방송프로그램 다시보기를 시청했다는 응답이 13.2%로 가장 높았음
- 그 다음으로는 TV수상기를 이용해 시청한 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수는 6-10편(4.2%), 11-15편(0.7%), 16-20편(0.3%), 21편 이상(0.2%) 순으로 나타남

그림 4-1-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 최근 1개월 내 가구 보유 TV수상기를 이용해 시청한 TV방송프로그램 다시보기 편수는 1-5편이 전체 응답의 13.2%로 가장 높게 나타난 가운데, 지역별로는 경기(19.0%), 인천(17.4%), 서울(17.0%) 등의 수도권 지역에서 최근 1개월 내 1-5편의 TV프로그램 다시보기를 시청했다고 응답한 비율이 비수도권 지역에 비해 높게 나타남
- 반면, 전북(4.4%), 충북(4.5%), 충남(5.5%), 세종(5.5%) 지역은 최근 1개월 내 1-5편의 TV프로그램 다시보기를 시청했다고 답한 비율이 특히 낮았음

그림 4-1-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

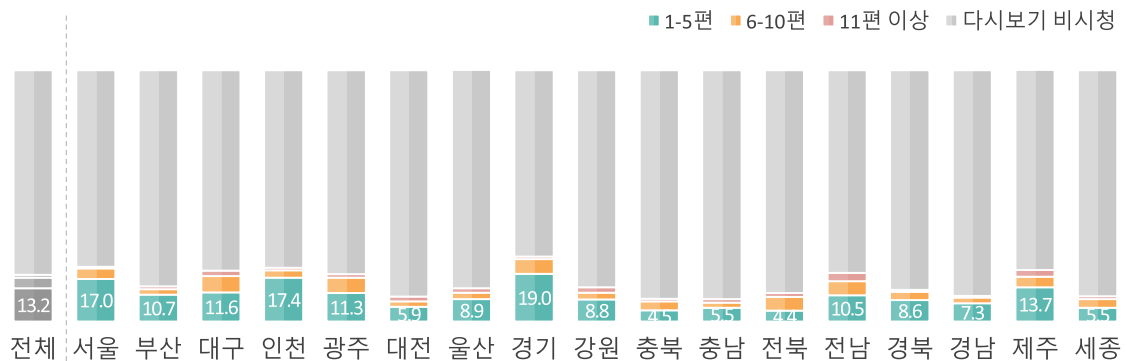


표 4-1-18 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, % 편)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청		조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	13.2	4.2	1.2	81.4	강원	1,254	8.8	2.7	2.2	86.3
서울	8,106	17.0	4.1	0.7	78.2	충북	1,308	4.5	3.5	1.0	91.0
부산	2,843	10.7	2.2	1.1	86.0	충남	1,739	5.5	2.0	1.4	91.1
대구	2,020	11.6	6.5	2.2	79.7	전북	1,497	4.4	5.4	1.5	88.6
인천	2,372	17.4	3.0	1.0	78.6	전남	1,472	10.5	5.6	3.3	80.6
광주	1,210	11.3	6.2	1.4	81.0	경북	2,205	8.6	3.2	0.8	87.4
대전	1,240	5.9	2.2	1.9	90.0	경남	2,713	7.3	2.3	0.6	89.8
울산	936	8.9	2.6	1.8	86.8	제주	506	13.7	4.1	2.7	79.6
경기	10,297	19.0	5.8	1.0	74.2	세종	208	5.5	3.4	1.2	89.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 편수

- 최근 1개월 간 TV수상기를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 편수는 성별, 연령별로 다소 차이가 있었음
 - 최근 1개월 간 TV수상기를 통해 1-5편의 TV방송프로그램을 다시보기로 시청한 남성은 12.0%, 여성은 14.4%였고, 6-10편을 시청한 남성은 3.1%, 여성은 5.3%로, 전반적으로 남성에 비해 여성의 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수가 많았음
 - 연령별로 보면, 최근 1개월 간 시청한 TV방송프로그램 다시보기 경험률과 편수 모두 30대가 가장 높거나 많았으며, 타 연령층에 비해 60대와 70대 이상에서 낮았음

그림 4-1-22 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

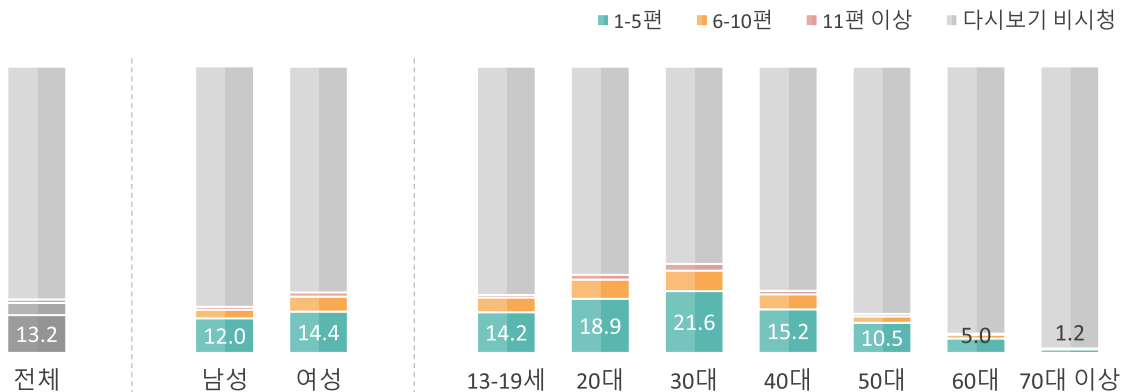


표 4-1-19 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, % 편)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	13.2	4.2	1.2	81.4
남성	20,947	12.0	3.1	1.0	84.0
여성	20,979	14.4	5.3	1.4	78.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- TV수상기를 이용해 시청한 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수는 6편 이상부터는 연령별로 뚜렷한 차이가 나지 않았으나 1-5편 시청했다고 답한 응답층에서는 연령별 차이가 비교적 뚜렷했음
 - 최근 1개월 내 1-5편의 TV프로그램 다시보기를 시청했다는 응답은 30대 (21.6%), 20대 (18.9%), 40대 (15.2%), 13-19세 (14.2%) 순으로 높았지만, 60대 (5.0%), 70대 이상 (1.2%)의 응답은 타 연령층에 비해 크게 낮았음

표 4-1-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	13.2	4.2	1.2	81.4
13-19세	3,605	14.2	5.1	0.9	79.8
20대	6,340	18.9	6.7	1.7	72.7
30대	6,946	21.6	7.1	2.4	68.9
40대	7,902	15.2	5.2	1.3	78.3
50대	7,722	10.5	2.2	0.9	86.4
60대	5,389	5.0	1.3	0.4	93.4
70대 이상	4,021	1.2	0.2	0.1	98.6

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

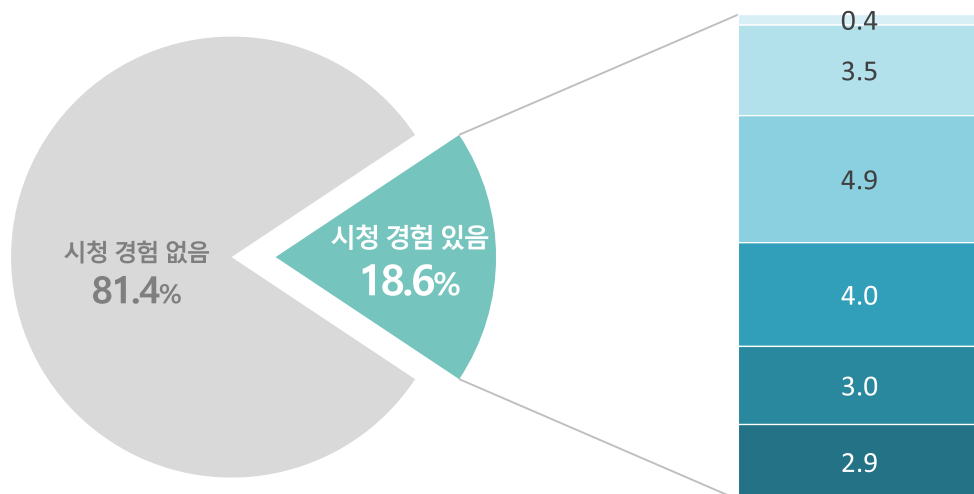
4) TV방송프로그램 다시보기 시청 시점

- TV방송프로그램 다시보기 시청 경험이 있는 18.6%의 응답자들 중 TV방송프로그램이 최초 방송된 시점으로부터 1주-2주일 이내에 다시보기를 시청한다는 응답이 4.9%로 가장 높게 나타남
 - 그 다음으로는 2주-3주일 이내(4.0%), 2-7일 이내(3.5%), 3주-4주일 이내(3.0%), 4주일 이후(2.9%), 1일 이내(0.4%) 순이었음
 - 최근 1개월 이내 평균 다시보기 편수는 5.17편으로, 다시보기를 하는 경우 여러 편을 몰아서 보는 경향이 있을 것으로 보이며, 따라서 본방송 이후 1일 이내 TV방송프로그램 다시보기를 시청한다는 응답 비율이 적은 것으로 볼 수 있음

그림 4-1-23 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

■ 다시보기비시청 ■ 1일 이내 ■ 2일-7일 이내 ■ 1주-2주일 이내 ■ 2주-3주일 이내 ■ 3주-4주일 이내 ■ 4주일 이후



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점

- 최근 1개월 내 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 응답자들 중 1주일 이내 다시보기 시청 경험을 했다는 응답은 울산(7.9%)에서 가장 높게 나타났으며, 1주-2주일 이내 다시보기 시청 경험을 했다는 응답은 대구(7.7%), 서울(7.3%), 제주(6.4%) 순으로 높게 나타남
- 한편, 충남 지역 응답자들의 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 비율은 1주일 이내가 1.1%, 1주-2주일 이내는 2.1%로 타 지역에 비해 다시보기 시청 시점이 다소 느린 것을 알 수 있음

그림 4-1-24 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

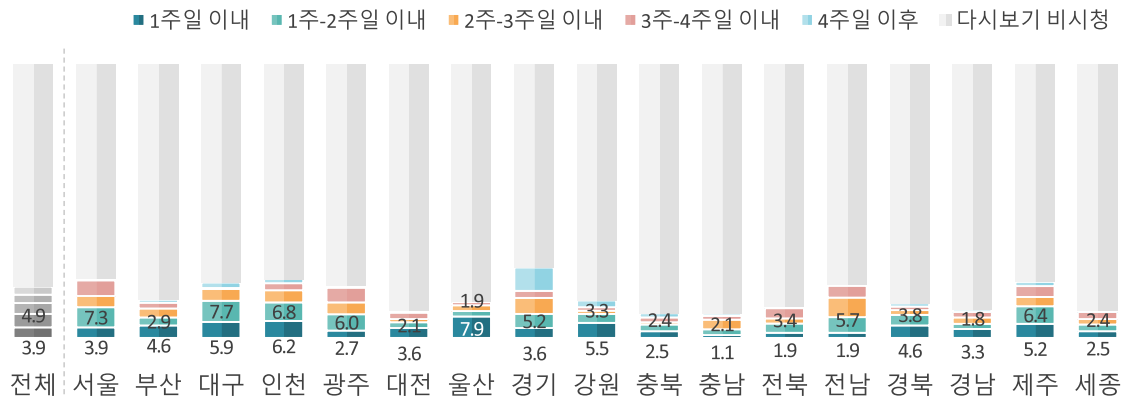


표 4-1-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1주일 이내	1주- 2주일 이내	2주- 3주일 이내	3주- 4주일 이내	4주일 이후		조사 사례수	1주일 이내	1주- 2주일 이내	2주- 3주일 이내	3주- 4주일 이내	4주일 이후
전체	41,926	3.9	4.9	4.0	3.0	2.9	강원	1,254	5.5	3.3	1.1	1.3	2.5
서울	8,106	3.9	7.3	4.2	5.7	0.7	충북	1,308	2.5	2.4	0.8	1.8	1.5
부산	2,843	4.6	2.9	3.3	2.1	1.0	충남	1,739	1.1	2.1	3.5	1.4	0.8
대구	2,020	5.9	7.7	4.3	0.4	2.0	전북	1,497	1.9	3.4	1.9	3.7	0.5
인천	2,372	6.2	6.8	4.4	2.6	1.5	전남	1,472	1.9	5.7	7.2	4.3	0.4
광주	1,210	2.7	6.0	4.3	5.4	0.7	경북	2,205	4.6	3.8	1.8	1.3	1.2
대전	1,240	3.6	2.1	1.2	2.4	0.7	경남	2,713	3.3	1.8	2.4	2.0	0.8
울산	936	7.9	1.9	2.1	1.2	0.1	제주	506	5.2	6.4	3.4	4.0	1.5
경기	10,297	3.6	5.2	5.8	2.6	8.6	세종	208	2.5	2.4	2.0	2.6	0.6

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 시점

- TV수상기를 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점에 관한 응답 비율은 그 시점에 상관없이 여성이 남성보다 높았고, 30대 연령층의 응답 비율이 타 연령층에 비해 다소 높았음
 - 성별에 관계없이 남성과 여성 모두 TV방송프로그램 다시보기 시청은 본방송 이후 1주-2주일 이내에 가장 많이 하는 것으로 조사됨
 - 40대, 60대, 70대 이상을 제외한 모든 연령층에서 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점에 대한 응답으로 2주일 이내를 가장 많이 선택함

그림 4-1-25 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

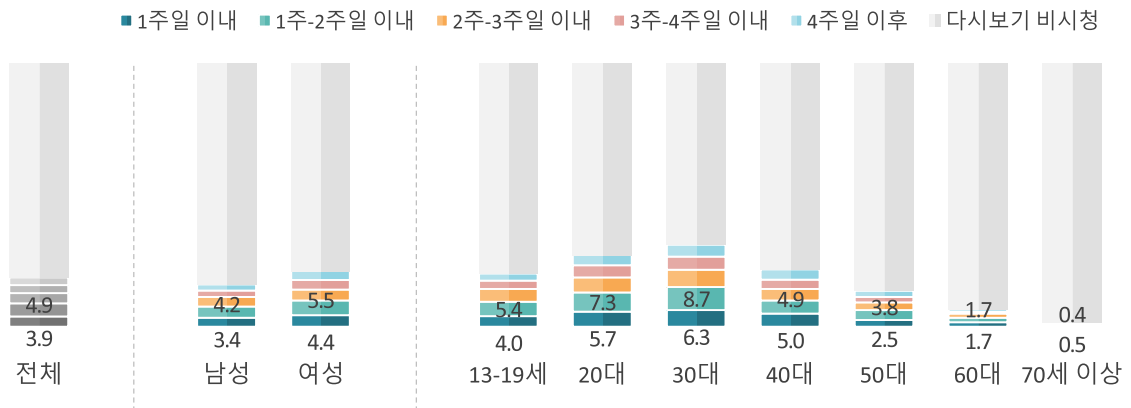


표 4-1-22 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1주일 이내	1주-2주일 이내	2주-3주일 이내	3주-4주일 이내	4주일 이후
전체	41,926	3.9	4.9	4.0	3.0	2.9
남성	20,947	3.4	4.2	3.7	2.4	2.3
여성	20,979	4.4	5.5	4.2	3.6	3.4

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- TV수상기를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청하지 않는 비율이 전체 응답자 중 81.4%로 높은 가운데 다시보기 시청 시점은 연령에 따라 다소 차이를 보였음
 - 전체적으로 1주-2주일 이내 TV방송프로그램 다시보기를 시청한다는 응답 비율이 가장 높았으나 40대, 60대, 70대 이상의 연령층에서는 다시보기 시청 시점이 1주일 이내 또는 1주-2주일 이내라고 응답한 비율 차이가 크지 않았음
 - 40대, 50대, 60대, 70대 이상의 연령층에서는 본 방송 이후 4주일이 지난 시점에서도 다시보기를 시청한다는 응답이 타 연령층 대비 높은 편이었음

표 4-1-23 TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1주일 이내	1주-2주일 이내	2주-3주일 이내	3주-4주일 이내	4주일 이후
전체	41,926	3.9	4.9	4.0	3.0	2.9
13-19세	3,605	4.0	5.4	4.9	3.2	2.7
20대	6,340	5.7	7.3	5.7	4.6	3.9
30대	6,946	6.3	8.7	6.6	5.0	4.5
40대	7,902	5.0	4.9	4.4	3.6	3.8
50대	7,722	2.5	3.8	2.9	2.1	2.3
60대	5,389	1.7	1.7	1.5	0.8	1.0
70대 이상	4,021	0.5	0.4	0.1	0.1	0.3

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

5) TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험

- 전체 조사대상 개인 중 TV방송프로그램 다시보기를 위해 편당 추가요금을 지불했던 응답자는 전체의 5.6%였음
- 17개 시도별로 보면, 모든 지역에서 다시보기 시청을 위해 편당 추가요금 지불 경험 비율이 전반적으로 낮게 나타난 가운데 경기(9.7%), 인천(8.1%), 제주(6.2%)의 응답 비율이 전체 평균보다 높게 나타났음
- 반면, 충남(1.3%), 전북(1.8%)의 다시보기 편당 추가요금 지불 경험에 대한 응답 비율은 특히 낮았음

그림 4-1-26

TV방송프로그램
다시보기 편당 추가요금 지불 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

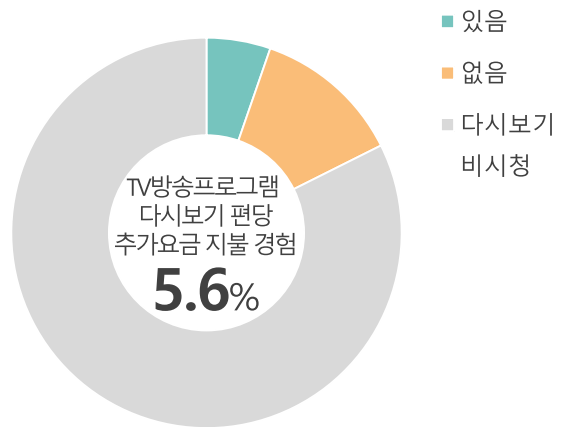
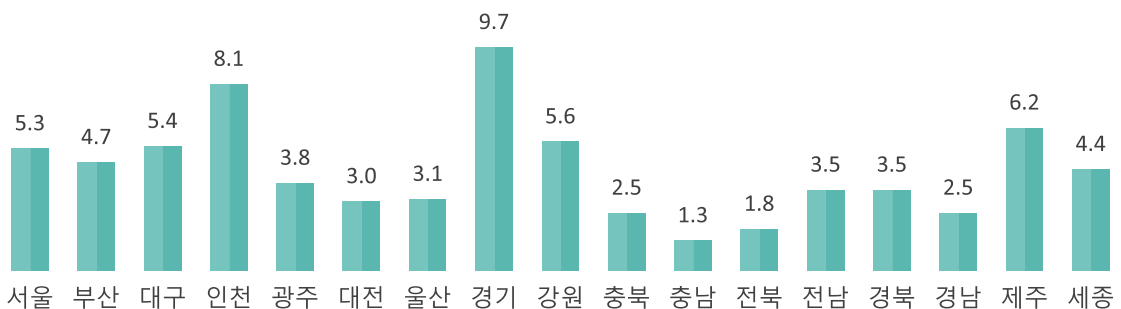


그림 4-1-27

TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험: 17개 시도별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험

- TV방송프로그램 다시보기 시청 시, 편당 추가요금 지불 경험이 있는 경우는 여성 응답자의 비율이 남성에 비해 다소 높았음
- 다시보기 편당 추가요금 지불 경험은 연령별로 뚜렷한 차이가 있었는데 그 중 30대의 응답 비율이 10.5%로 가장 높았음
- 연령별 응답비율은 30대 (10.5%), 20대(8.3%), 40대 (7.1%) 순으로 높게 나타났으며, 60대(1.2%), 70대 이상(0.1%)과 같은 고연령층에서는 특히 낮게 나타남

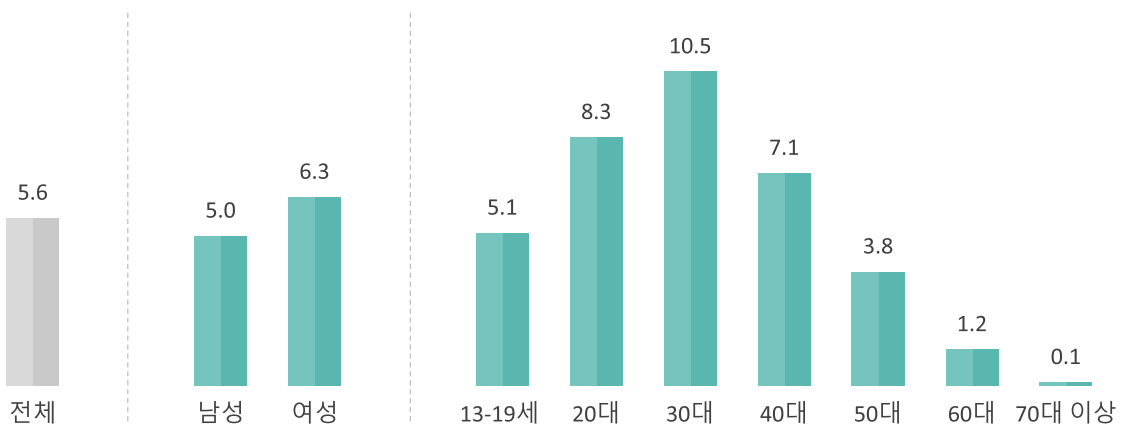
표 4-1-24

TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험: 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	지불경험 있음	지불경험 없음	다시보기 비시청
전체	41,926	5.6	13.0	81.4
남성	20,947	5.0	11.1	84.0
여성	20,979	6.3	14.8	78.9

그림 4-1-28 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험: 성·연령별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

표 4-1-25 TV방송프로그램 다시보기 편당 추가요금 지불 경험 : 연령별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	지불경험 있음	지불경험 없음	다시보기 비시청
전체	41,926	5.6	13.0	81.4
13-19세	3,605	5.1	15.0	79.8
20대	6,340	8.3	19.0	72.7
30대	6,946	10.5	20.6	68.9
40대	7,902	7.1	14.6	78.3
50대	7,722	3.8	9.8	86.4
60대	5,389	1.2	5.4	93.4
70대 이상	4,021	0.1	1.3	98.6

* 최근 1개월내 이용 경험 기준

- TV방송프로그램 다시보기를 시청하는 30대와 40대에서는 다시보기 편당 추가요금 지불 경험이 있는 응답자가 지불 경험이 없는 응답자의 2배 가량 많아 타 연령층 대비 추가요금 지불 경험 비율이 높음을 알 수 있음

02 PART

TV방송프로그램 시청 장르

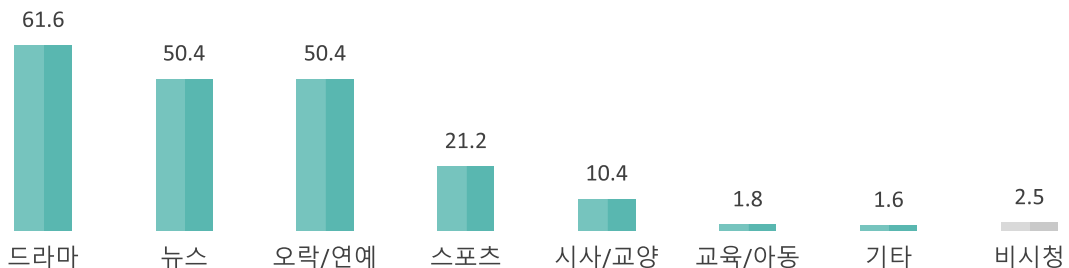
가 실시간/다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 [중복응답]

1) 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

- 전체 응답자 97.6%가 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청한다고 응답한 가운데, 응답자들이 많이 보는 실시간 TV방송프로그램 장르는 드라마, 뉴스, 오락/연예, 스포츠 순으로 나타남
- TV수상기를 이용해 시청하는 실시간 TV방송프로그램 장르로는 드라마 (61.6%가 가장 높았으며, 그 다음으로는 뉴스와 오락/연예가 각각 50.4%, 스포츠가 21.2% 순으로 나타남

그림 4-1-29 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간비시청'은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

- TV방송프로그램을 실시간으로 시청 시, 주로 시청하는 프로그램 장르는 남녀 간 뚜렷한 차이를 나타냄
- 남성은 뉴스(61.2%) 장르를 가장 많이 시청하고 있으며, 그 다음으로 오락/연예(43.3%), 드라마(39.1%), 스포츠(37.7%) 순으로 시청함

- 여성의 드라마(84.1%) 시청 비율은 남성(39.1%)보다 두 배 이상 높으며, 그 다음으로는 오락/연예(57.6%), 뉴스(39.6%), 시사/교양(8.6%) 순으로 많았음
- 오락/연예 장르를 성별을 가리지 않고 비교적 많이 실시간 시청하는 장르이지만, 성별에 따라 남성은 뉴스를, 여성은 드라마를 시청하는 뚜렷한 경향을 보임

그림 4-1-30 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

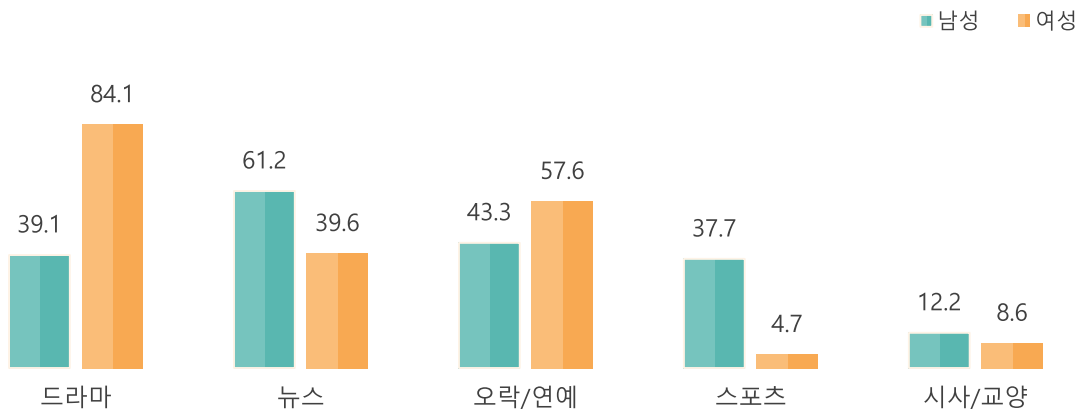


표 4-1-26 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	드라마	뉴스	오락/연예	스포츠	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	61.6	50.4	50.4	21.2	10.4	1.8	1.6	2.5
남성	20,947	39.1	61.2	43.3	37.7	12.2	1.3	1.7	3.0
여성	20,979	84.1	39.6	57.6	4.7	8.6	2.3	1.4	1.9

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

- 실시간 TV방송프로그램 장르별 연령대별로 다소 차이를 보였음

- 13-19세와 20대 연령층에서는 오락/연예 장르 시청 비율이 가장 높았으며, 30대와 40대에서는 드라마 장르 시청 비율이 가장 높게 나타남. 50대 이상 연령층에서는 뉴스 시청 비율이 타 연령층 대비 높음

그림 4-1-31 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

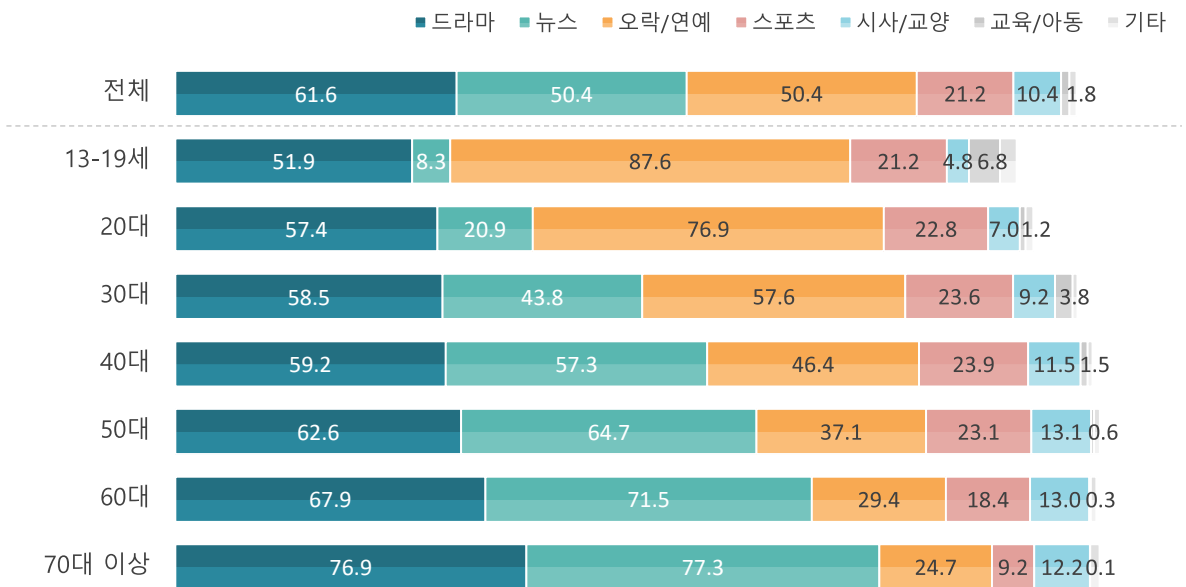


표 4-1-27 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

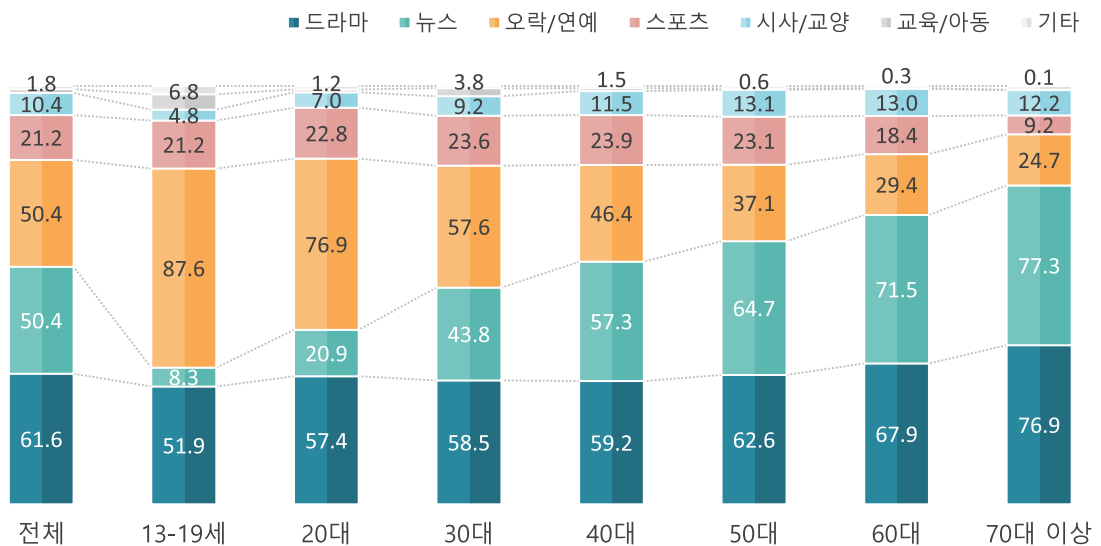
	조사 사례수	드라마	뉴스	오락/연예	스포츠	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	61.6	50.4	50.4	21.2	10.4	1.8	1.6	2.5
13-19세	3,605	51.9	8.3	87.6	21.2	4.8	6.8	3.7	5.4
20대	6,340	57.4	20.9	76.9	22.8	7.0	1.2	1.7	7.0
30대	6,946	58.5	43.8	57.6	23.6	9.2	3.8	1.1	2.3
40대	7,902	59.2	57.3	46.4	23.9	11.5	1.5	1.1	1.3
50대	7,722	62.6	64.7	37.1	23.1	13.1	0.6	1.3	0.9
60대	5,389	67.9	71.5	29.4	18.4	13.0	0.3	1.2	0.8
70대 이상	4,021	76.9	77.3	24.7	9.2	12.2	0.1	2.0	0.4

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 실시간 TV방송프로그램의 장르 구성 비율을 살펴 보면, 연령대가 높아질수록 오락/연예 장르 시청 비율은 줄어드는 반면, 뉴스 시청 비율은 확연하게 증가하는 경향을 보임
 - 드라마 장르의 상대적 시청 비율은 모든 연령대에서 비교적 고르게 나타남

그림 4-1-32 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



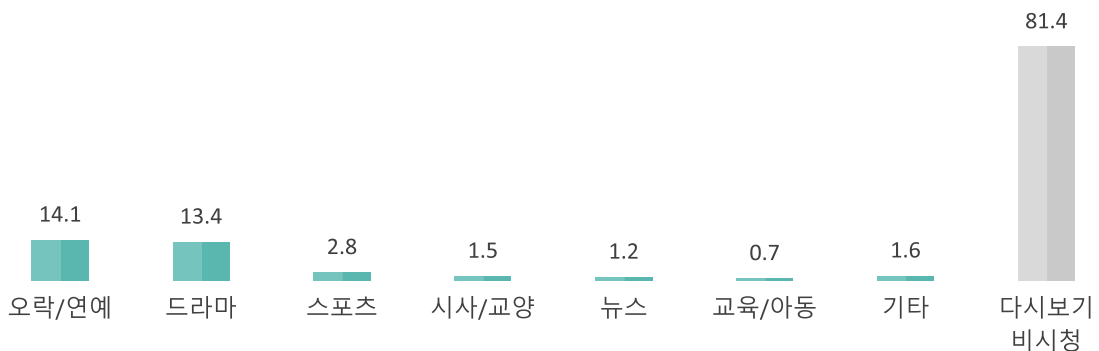
* 위 그래프는 각 연령대의 전체 TV수상기 실시간 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

2) 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

- 전체 응답자의 18.6%가 TV수상기를 통한 다시보기 TV방송프로그램 시청 경험이 있는 가운데 응답자들이 많이 보는 비실시간 TV방송프로그램 장르는 오락/연예, 드라마, 스포츠, 시사/교양, 뉴스 순이었음
- 다시보기 TV방송프로그램을 시청하는 응답자 중에서는 오락/연예 프로그램을 시청한다는 응답자가 14.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 드라마가 13.4%, 스포츠가 2.8% 순으로 나타남

그림 4-1-33 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

- TV수상기를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청할 경우, 남녀 응답자가 주로 시청하는 방송프로그램 시청 장르는 차이를 보임
 - 남성은 오락/연예(11.7%) 장르를 가장 많이 시청하며, 그 다음으로 드라마(9.0%), 스포츠(4.8%), 시사/교양(1.7%) 순으로 시청함

- 여성은 다시보기 TV방송프로그램 시청 시, 드라마(17.9%) 장르를 가장 많이 본다고 응답했으며, 그 다음으로는 오락/연예(16.6%), 시사/교양(1.4%) 순으로 나타남
- 다시보기 TV방송프로그램에서도 오락/연예 시청에 대한 성별 응답 차이는 상대적으로 작았으나 남성은 오락/연예를, 여성은 드라마를 상대적으로 더 선호하는 것으로 조사됨

그림 4-1-34 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

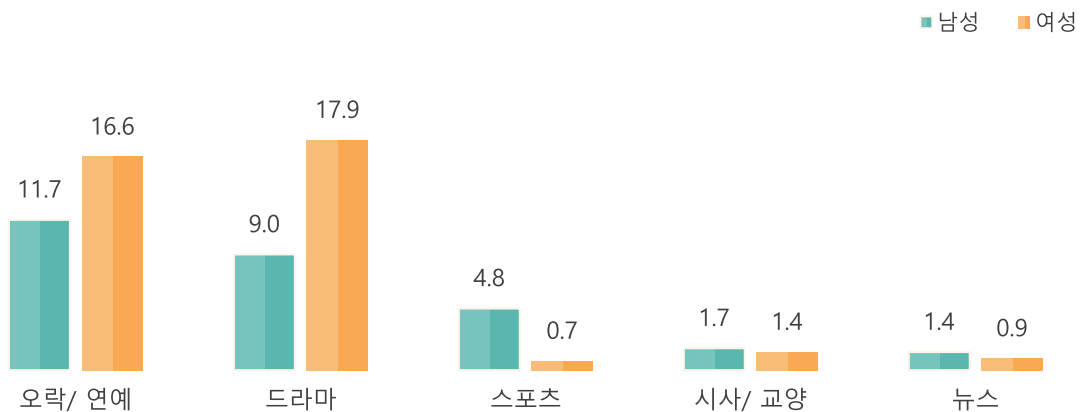


표 4-1-28 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	시사/교양	뉴스	교육/아동	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	14.1	13.4	2.8	1.5	1.2	0.7	1.0	81.4
남성	20,947	11.7	9.0	4.8	1.7	1.4	0.4	1.0	84.0
여성	20,979	16.6	17.9	0.7	1.4	0.9	1.1	0.9	78.9

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

- 최근 1개월 내 다시보기를 시청한 비율 자체가 연령대에 따라 큰 차이가 있었기 때문에, 다시보기 선호 장르에서 뚜렷한 차이를 구분하기 어려웠음

- 타 연령층 대비 다시보기 TV방송프로그램 시청 비율이 높은 20대와 30대에서는 오락/연예 장르가 드라마 장르보다 다소 높게 선호되는 경향이 있음
- 40대 이상의 연령층에서 오락/연예 장르보다 드라마 장르의 시청 비율이 높은 것으로 조사됨(단, 70대 이상의 경우 유효표본이 적으므로 해석에 주의가 필요함)

그림 4-1-35 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

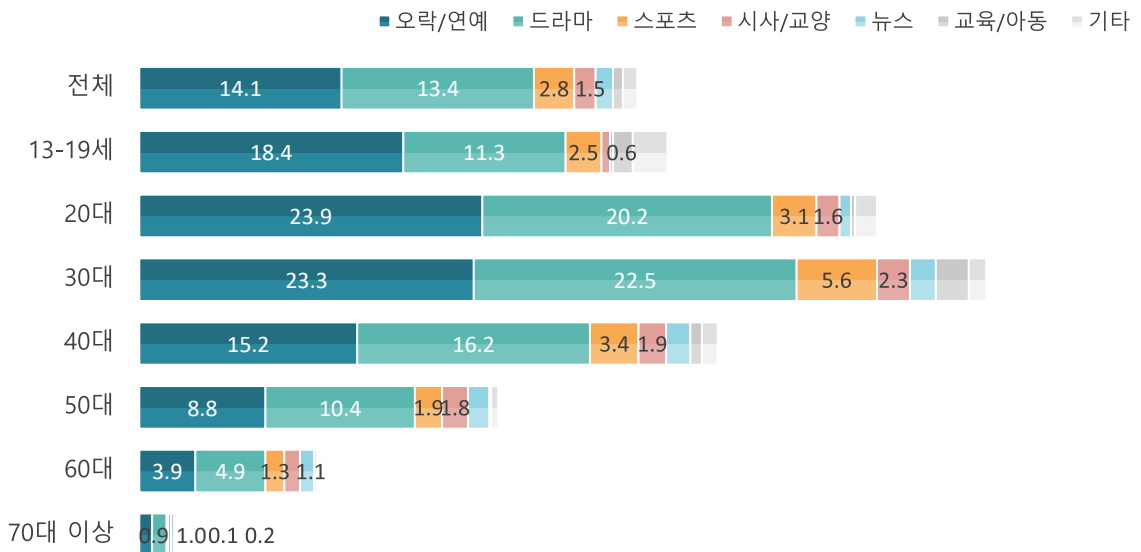


표 4-1-29 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

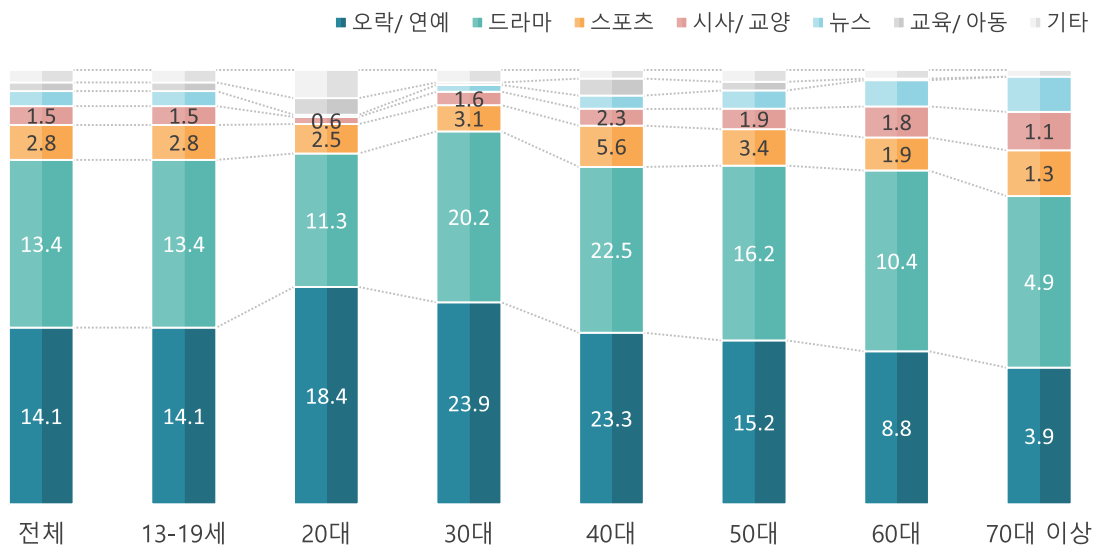
	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	시사/교양	뉴스	교육/아동	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	14.1	13.4	2.8	1.5	1.2	0.7	1.0	81.4
13-19세	3,605	18.4	11.3	2.5	0.6	0.2	1.4	2.4	79.8
20대	6,340	23.9	20.2	3.1	1.6	0.8	0.3	1.5	72.7
30대	6,946	23.3	22.5	5.6	2.3	1.8	2.3	1.2	68.9
40대	7,902	15.2	16.2	3.4	1.9	1.7	0.8	1.1	78.3
50대	7,722	8.8	10.4	1.9	1.8	1.5	0.1	0.5	86.4
60대	5,389	3.9	4.9	1.3	1.1	1.0	0.0	0.2	93.4
70대 이상	4,021	0.9	1.0	0.1	0.2	0.2	0.0	0.1	98.6

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 다시보기 비시청은 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 연령별 다시보기 TV방송프로그램의 장르 구성 비율을 살펴보면, 연령대별 주로 시청하는 장르가 뚜렷하게 구분되지는 않지만 젊은층에서는 고연령층에 비해 오락/연예를 시청하는 비율이 비교적 높으며, 고연령층일수록 뉴스를 시청하는 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타남

그림 4-1-36 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 TV수상기 다시보기 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

IV

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

TV방송프로그램 시청 행태

1장 TV수상기를 이용한
TV방송프로그램 시청

2장 스마트폰을 이용한
TV방송프로그램 시청

3장 컴퓨터를 이용한
TV방송프로그램 시청

01 PART

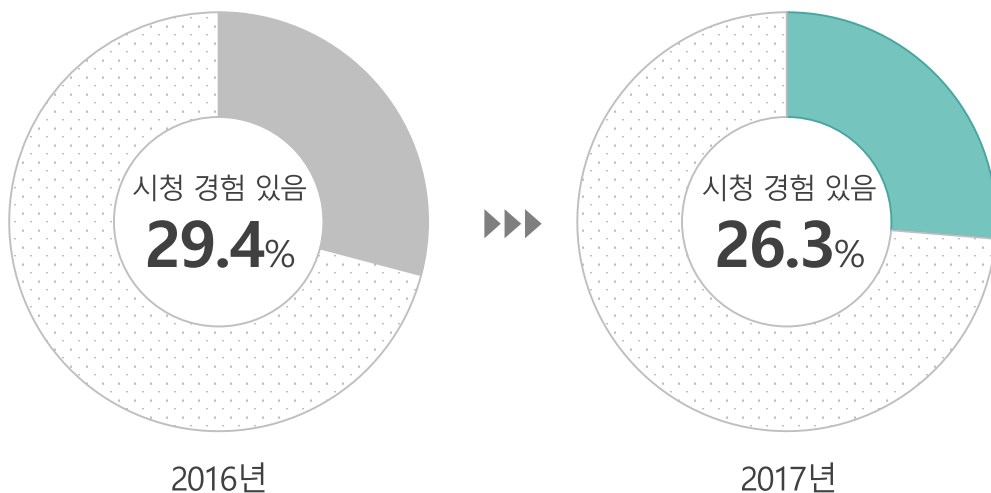
TV방송프로그램 시청 경험

가 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 전체 응답자 중 26.3%는 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 응답함
 - 전체 응답자의 73.7%는 스마트폰을 이용하지 않거나, 이용하더라도 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하지 않은 것으로 조사됨
- 최근 1개월 내 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램을 시청한 적이 있는 사람의 비율은 전년 대비 소폭 하락했음(3.1%p)
 - 최근 1개월 내 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 경험률은 2016년에는 29.4%였으나, 2017년 기초조사에서는 26.3%로 감소함
- 한편, 스마트폰을 이용한 방송 프로그램 시청 경험은 전년 대비 3.1%p 감소한 가운데 스마트폰 이용 경험은 전년 대비 2.9%p 상승함

그림 4-2-1 TV방송프로그램 시청 경험 : 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

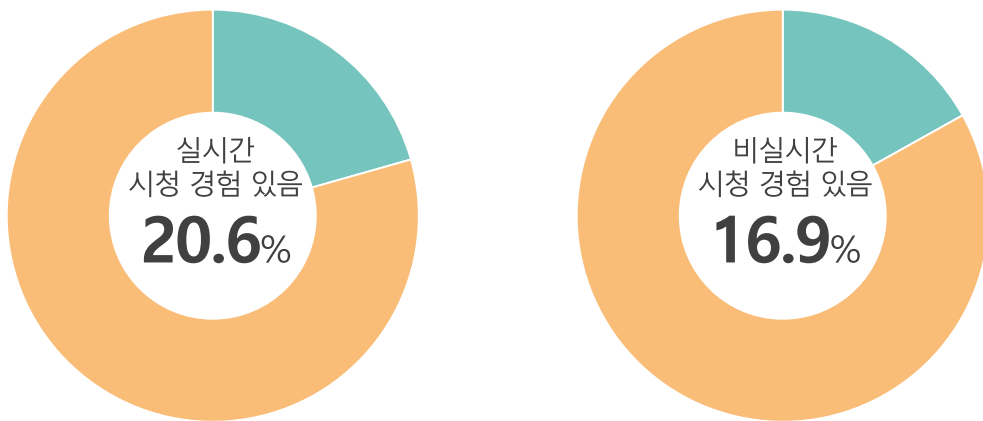


*최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 한편, 전체 응답자의 26.3%가 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답한 가운데, 전체 응답자 중 20.6%는 실시간으로 시청한 적이 있다고 응답하였으며, 16.9%는 다시보기 등 비실시간으로 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답함

그림 4-2-2 TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 전체 응답자의 4분의 1 정도(26.3%)가 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 것으로 나타난 가운데, 지역별로는 대구(45.1%), 경북(41.6%), 충북(31.7%), 대전(30.6%), 광주(29.5%), 전북(29.2%), 세종(29.0%), 울산(28.2%), 전남(27.0%)에서 스마트폰을 이용한 시청 경험 비율이 전국 평균을 상회하였음
- 반면, 제주(14.1%), 강원(19.8%)은 타 지역 대비 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 비율이 특히 낮았음

그림 4-2-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

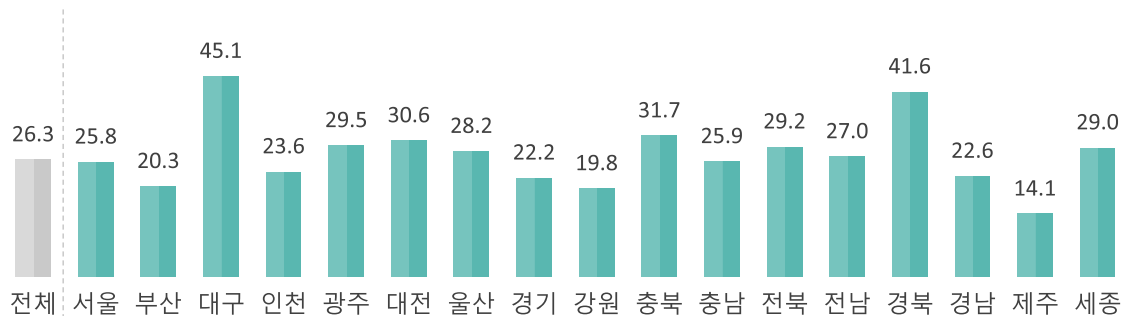


표 4-2-1 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트폰 시청 경험 있음	스마트폰 시청 경험 없음		조사 사례수	스마트폰 시청 경험 있음	스마트폰 시청 경험 없음
전체	41,926	26.3	73.7	강원	1,254	19.8	80.2
서울	8,106	25.8	74.2	충북	1,308	31.7	68.3
부산	2,843	20.3	79.7	충남	1,739	25.9	74.1
대구	2,020	45.1	54.9	전북	1,497	29.2	70.8
인천	2,372	23.6	76.4	전남	1,472	27.0	73.0
광주	1,210	29.5	70.5	경북	2,205	41.6	58.4
대전	1,240	30.6	69.4	경남	2,713	22.6	77.4
울산	936	28.2	71.8	제주	506	14.1	85.9
경기	10,297	22.2	77.8	세종	208	29.0	71.0

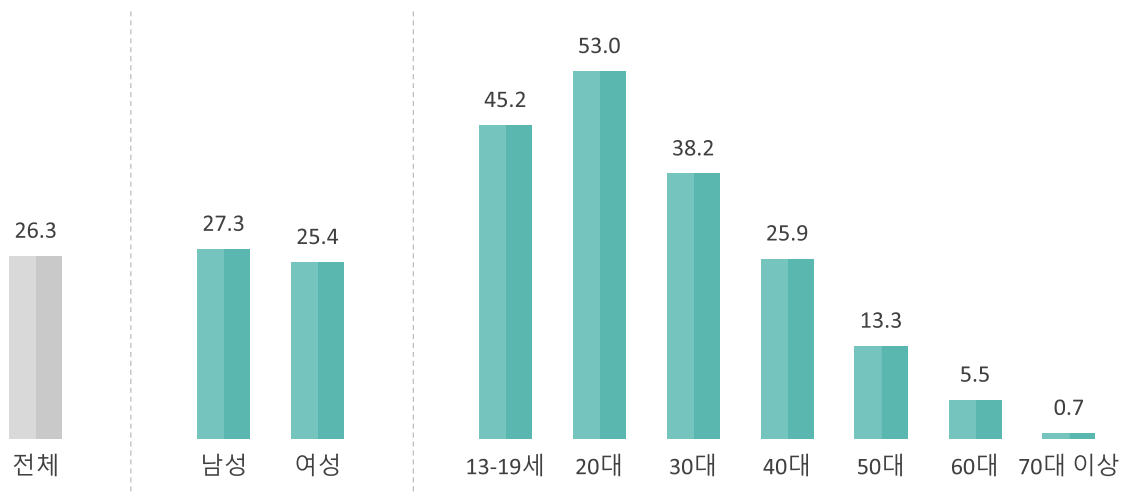
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 경험은 남녀 간에는 뚜렷한 차이가 없었으나 연령대 간의 차이가 상대적으로 크게 나타났음
 - 성별로는 여성보다는 남성이, 연령별로는 20대에서 스마트폰으로 TV방송프로그램을 시청한 비율이 높게 나타났음

그림 4-2-4 TV방송프로그램 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



- 성별로는 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 시청한 경험이 있는 남성 응답자 비율이 27.3%로 여성(25.4%)에 비해 1.9%p 높은 것으로 나타남

표 4-2-2 TV방송프로그램 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트폰 시청 경험 있음	스마트폰 시청 경험 없음
전체	41,926	26.3	73.7
남성	20,947	27.3	72.7
여성	20,979	25.4	74.6

*최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 연령별로 보면 최근 1개월 내 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 비율은 20대에서 가장 높았으며, 이후 연령대가 높아질수록 응답 비율이 낮아지는 경향을 보임
- 20대 응답자 중 53.0%가, 13-19세 응답자 중 45.2%가 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있는 것으로 나타남
 - 20대의 스마트폰 이용 TV방송프로그램 시청 경험 비율은 53.0%로 모든 연령대 가운데 가장 높았으며, 13-19세 연령층은 45.2%로 그 뒤를 이었음
 - 30대의 스마트폰 이용 TV방송프로그램 시청 경험률은 38.2%였으며, 이후 연령대가 높아질수록 스마트폰 이용 TV 시청 경험 비율은 감소하여, 40대는 25.9%, 50대는 13.3%, 60대는 5.5%로 나타났으며, 70대 이상에서는 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 답한 응답자가 10명 중 1명에도 못 미쳤음(0.7%)

표 4-2-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트폰 시청 경험 있음	스마트폰 시청 경험 없음
전체	41,926	26.3	73.7
13-19세	3,605	45.2	54.8
20대	6,340	53.0	47.0
30대	6,946	38.2	61.8
40대	7,902	25.9	74.1
50대	7,722	13.3	86.7
60대	5,389	5.5	94.5
70대 이상	4,021	0.7	99.3

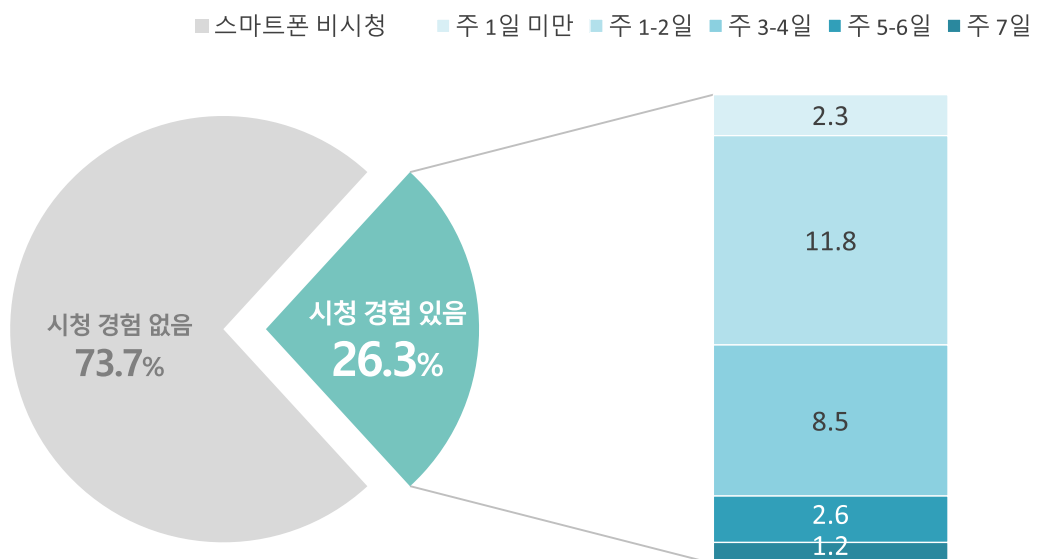
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

나 TV방송프로그램 시청 빈도

- 전체 응답자의 73.7%는 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 없음
- 전체 응답자 10명 중 3명 가량(26.3%)은 최근 1개월 내 스마트폰을 이용하여 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답함
 - 최근 1개월 내 주 1-2일 정도 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청했다는 응답자가 전체 응답자의 11.8%로 가장 많은 응답 비중을 차지하였음
 - 그 다음으로 주 3-4일(8.5%), 주 5-6일(2.6%), 주 1일 미만(2.3%) 순이었음
 - 주 7일 내내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 본다고 답한 응답 비율은 1.2%였음

그림 4-2-5 TV방송프로그램 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 주 3일 이상 시청한 경험이 있는 응답자의 비율은 12.3%로 나타난 가운데, 지역별 응답 비율은 경북(24.0%), 대구(23.8%), 충북(20.6%)이 비교적 높았음
- 한편, 지역별로 주 3일 이상 시청한 빈도와 주 1-2일 시청한 빈도는 최대 5.0%p 이내의 차이를 보였으나, 충북의 경우 주 3일 이상 시청 빈도가 주 1-2일 시청 빈도보다 두배 정도 더 높은 것으로 나타남

그림 4-2-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

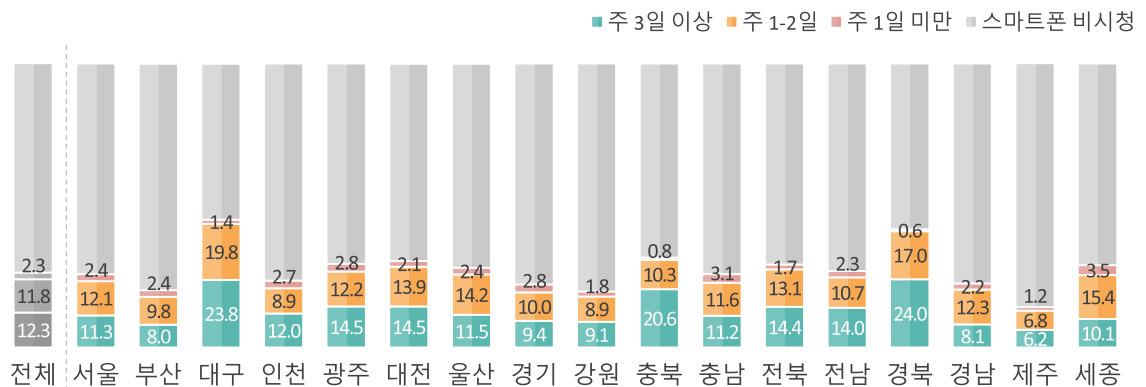


표 4-2-4 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 3일 이상	주 1-2일	주 1일 미만	스마트폰 비시청		조사 사례수	주 3일 이상	주 1-2일	주 1일 미만	스마트폰 비시청
전체	41,926	12.3	11.8	2.3	73.7	강원	1,254	9.1	8.9	1.8	80.2
서울	8,106	11.3	12.1	2.4	74.2	충북	1,308	20.6	10.3	0.8	68.3
부산	2,843	8.0	9.8	2.4	79.7	충남	1,739	11.2	11.6	3.1	74.1
대구	2,020	23.8	19.8	1.4	54.9	전북	1,497	14.4	13.1	1.7	70.8
인천	2,372	12.0	8.9	2.7	76.4	전남	1,472	14.0	10.7	2.3	73.0
광주	1,210	14.5	12.2	2.8	70.5	경북	2,205	24.0	17.0	0.6	58.4
대전	1,240	14.5	13.9	2.1	69.4	경남	2,713	8.1	12.3	2.2	77.4
울산	936	11.5	14.2	2.4	71.8	제주	506	6.2	6.8	1.2	85.9
경기	10,297	9.4	10.0	2.8	77.8	세종	208	10.1	15.4	3.5	71.0

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 빈도는 남녀 간에는 비교적 유사한 형태를 보였으나, 연령별로는 뚜렷한 차이를 보였음
- 성별로는 여성(11.4%)에 비해 남성(13.2%)이 주 3일 이상 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 비율이 소폭 높았으나, 주 1일 미만, 주 1-2일 등의 구성 비율은 대체적으로 유사한 형태를 보였음

그림 4-2-7 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

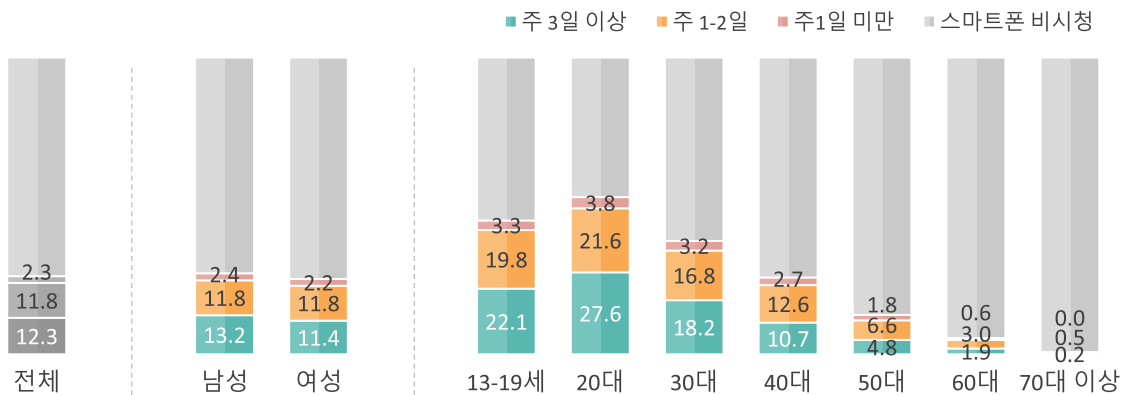


표 4-2-5 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 3일 이상	주 1-2일	주 1일 미만	스마트폰 비시청
전체	41,926	12.3	11.8	2.3	73.7
남성	20,947	13.2	11.8	2.4	72.7
여성	20,979	11.4	11.8	2.2	74.6

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 연령별로 보면, 20대 응답층 10명 중 3명 가량(27.6%)은 스마트폰을 이용해 주 3일 이상 TV방송프로그램을 시청하고 있는 것으로 나타남
- 13-19세 응답자와 30대 응답자 역시 10명 중 2명 정도가 주 3일 이상 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 것으로 나타남
 - 스마트폰을 통해 주 3일 이상 TV방송프로그램을 시청하는 비율은 20대가 27.6%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 13-19세(22.1%), 30대(18.2%) 순으로 높았음
 - 주 1-2일 정도 시청하는 비율도 20대(21.6%)와 13-19세(19.8%)가 타 연령대에 비해 상대적으로 높았음

표 4-2-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 3일 이상	주 1-2일	주 1일 미만	스마트폰 비시청
전체	41,926	12.3	11.8	2.3	73.7
13-19세	3,605	22.1	19.8	3.3	54.8
20대	6,340	27.6	21.6	3.8	47.0
30대	6,946	18.2	16.8	3.2	61.8
40대	7,902	10.7	12.6	2.7	74.1
50대	7,722	4.8	6.6	1.8	86.7
60대	5,389	1.9	3.0	0.6	94.5
70대 이상	4,021	0.2	0.5	0.0	99.3

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

다 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

1) TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 전체 응답자의 16.9%는 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기 서비스를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남

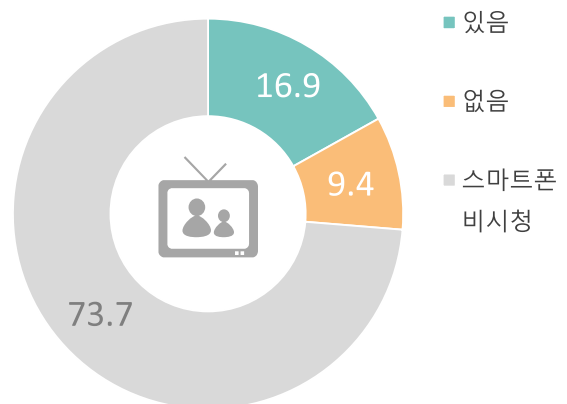
□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 17개 시도별로 보면, 대구에서 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기 서비스를 이용하는 응답자 비율이 40.6%로 가장 높았음
- 다음으로 경북(34.8%), 전북(26.3%), 세종(25.1%), 충북(24.1%) 등의 순으로 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 이용률이 높았음
- 반면, TV프로그램 스마트폰 다시보기 이용률이 가장 낮은 지역은 제주(7.8%)로 평균(16.9%)의 절반 수준이었음
- 수도권은 최근 1개월 간의 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 시청 비율이 상대적으로 낮게 나타났음(경기 10.1%, 인천 12.4%, 서울 12.6%)

그림 4-2-8

TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월내 시청 경험 기준

그림 4-2-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

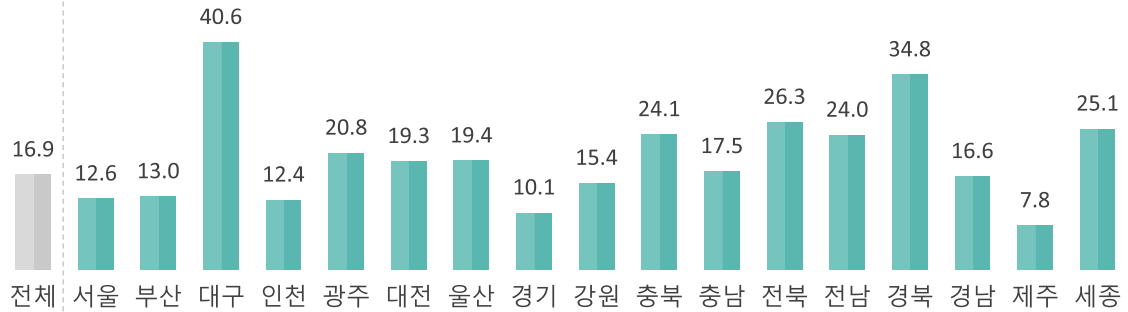


표 4-2-7 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	스마트폰 비시청		조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	스마트폰 비시청
전체	42,216	16.9	9.4	73.7	강원	1,254	15.4	4.5	80.2
서울	8,106	12.6	13.2	74.2	충북	1,308	24.1	7.6	68.3
부산	2,843	13.0	7.3	79.7	충남	1,739	17.5	8.4	74.1
대구	2,020	40.6	4.5	54.9	전북	1,497	26.3	2.8	70.8
인천	2,372	12.4	11.2	76.4	전남	1,472	24.0	3.0	73.0
광주	1,210	20.8	8.7	70.5	경북	2,205	34.8	6.8	58.4
대전	1,240	19.3	11.3	69.4	경남	2,713	16.6	6.0	77.4
울산	936	19.4	8.8	71.8	제주	506	7.8	6.3	85.9
경기	10,297	10.1	12.1	77.8	세종	208	25.1	4.0	71.0

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 최근 1개월 내 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험은 남녀 간 유의미한 차이는 없었으나, 연령대 간의 차이는 상대적으로 크게 나타났음
 - 성별로는 여성보다는 남성이, 연령별로는 30대 이하가 40대 이상에 비해 TV 방송프로그램 스마트폰 다시보기 시청 경험자의 비율이 상대적으로 높았음
- 연령별로는 최근 1개월 내 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율은 20대가 가장 높았으며, 이후 연령대가 높아질수록 응답 비율이 낮아지는 경향을 보임
- 20대의 TV프로그램 스마트폰 다시보기 이용 경험 비율은 37.4%로 모든 연령대 가운데 가장 높았고, 13-19세 연령층이 33.1%로 뒤를 이었음

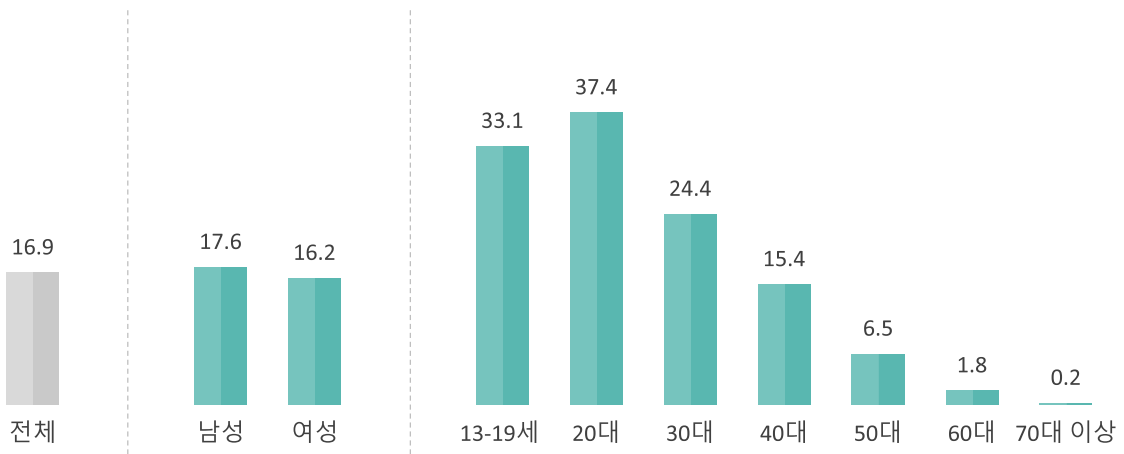
표 4-2-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	스마트폰 비시청
전체	42,216	16.9	9.4	73.7
남성	20,947	17.6	9.7	72.7
여성	20,979	16.2	9.1	74.6

그림 4-2-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-2-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	스마트폰 비시청
전체	42,216	16.9	9.4	73.7
13-19세	3,605	33.1	12.1	54.8
20대	6,340	37.4	15.6	47.0
30대	6,946	24.4	13.8	61.8
40대	7,902	15.4	10.5	74.1
50대	7,722	6.5	6.8	86.7
60대	5,389	1.8	3.7	94.5
70대 이상	4,021	0.2	0.5	99.3

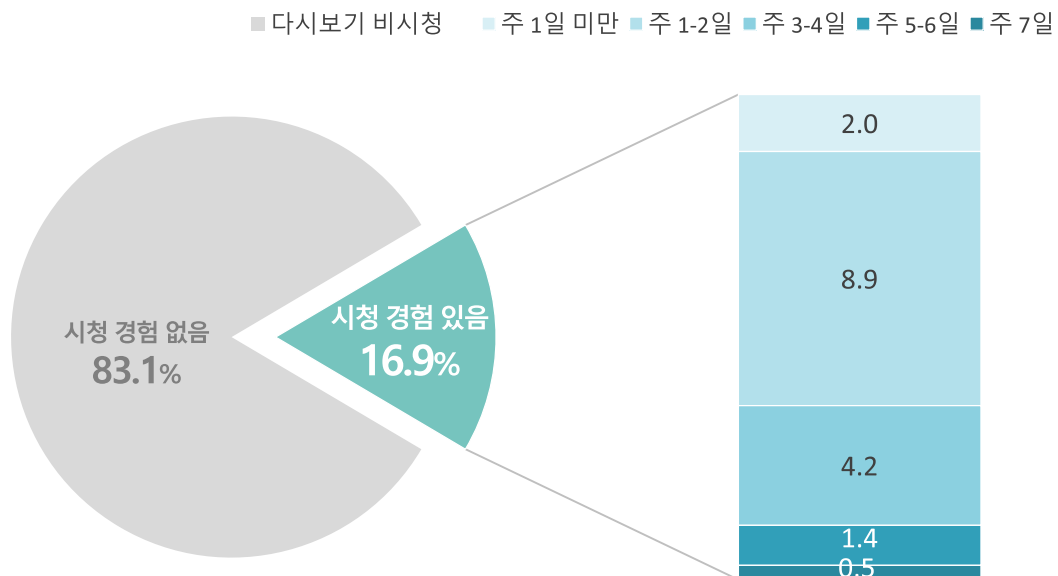
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

2) TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 전체 응답자 10명 중 2명 가량(16.9%)이 최근 1개월 내 스마트폰을 이용하여 TV방송프로그램 다시보기 시청한 경험이 있었음
 - 주 1-2일 정도 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청했다는 응답자가 전체 응답자의 8.9%로 시청 경험자 중 가장 많은 비중을 차지하였음
 - 그 다음으로 주 3-4일(4.2%), 주 1일 미만(2.0%) 순이었음
- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 경험이 없는 응답자 83.1%에는 최근 1개월간 스마트폰을 통해 어떠한 TV방송프로그램도 시청하지 않은 응답자와 스마트폰으로 실시간 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있으나 다시보기를 시청하지 않은 응답자가 모두 포함되어 있으므로 해석에 주의가 필요함

그림 4-2-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 주 1-2일 미만 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 조사대상자의 8.9%로 나타났다
- 지역별로는 대구(24.0%), 경북(19.5), 세종(15.5%) 순으로 주 1-2일 미만 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율이 높았음
- 반면, 제주(3.6%) 지역은 주 1-2일 미만 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 시청 경험 비율이 타 지역에 비해 특히 낮았음

그림 4-2-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

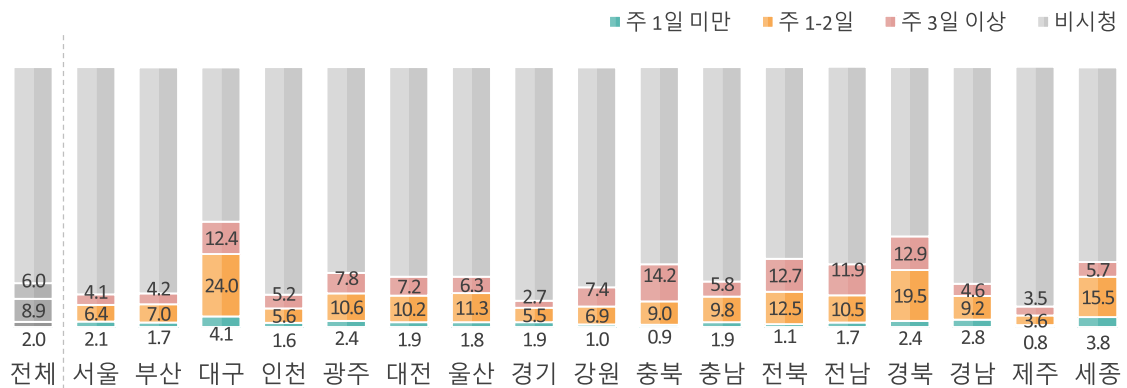


표 4-2-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청		조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	2.0	8.9	6.0	83.1	강원	1,254	1.0	6.9	7.4	84.6
서울	8,106	2.1	6.4	4.1	87.4	충북	1,308	0.9	9.0	14.2	75.9
부산	2,843	1.7	7.0	4.2	87.0	충남	1,739	1.9	9.8	5.8	82.5
대구	2,020	4.1	24.0	12.4	59.4	전북	1,497	1.1	12.5	12.7	73.7
인천	2,372	1.6	5.6	5.2	87.6	전남	1,472	1.7	10.5	11.9	76.0
광주	1,210	2.4	10.6	7.8	79.2	경북	2,205	2.4	19.5	12.9	65.2
대전	1,240	1.9	10.2	7.2	80.7	경남	2,713	2.8	9.2	4.6	83.4
울산	936	1.8	11.3	6.3	80.6	제주	506	0.8	3.6	3.5	92.2
경기	10,297	1.9	5.5	2.7	89.9	세종	208	3.8	15.5	5.7	74.9

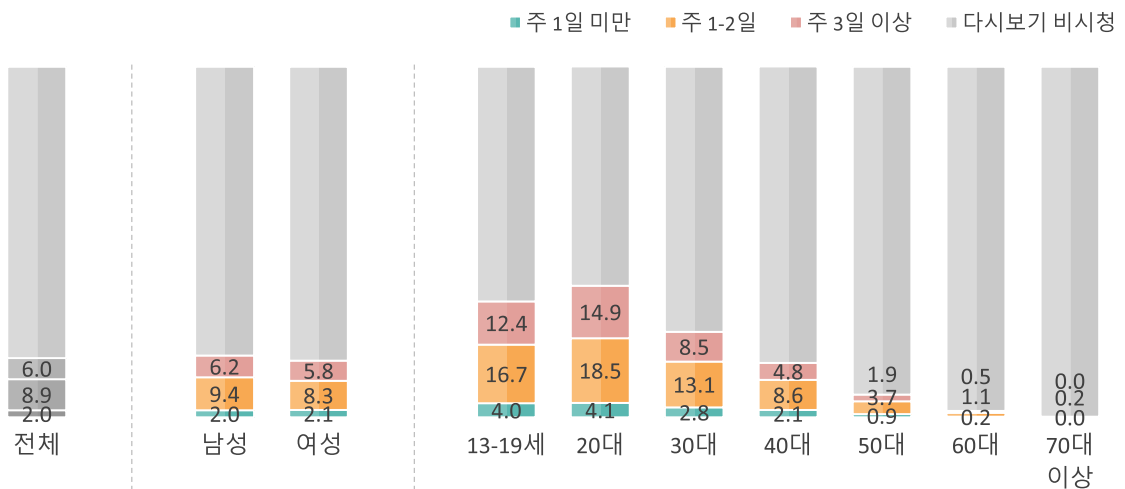
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청하는 빈도는 남녀 간에는 비교적 유사한 형태를 보였으나, 연령별로는 뚜렷한 차이를 보였음
- 연령별로 살펴보면, 스마트폰을 이용해 주 1-2일 가량 TV방송프로그램 다시보기를 시청하는 응답자의 비율은 20대(18.5%)에서 가장 높았고, 30대부터 그 비율이 급격히 감소하는 것으로 조사됨
 - 20대 다음으로는 13-19세(16.7%), 30대(13.1%)에서 주 1-2회 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 시청 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높았음
 - 주 3일 이상 시청하는 비율도 20대(14.9%)와 13-19세(12.4%)가 타 연령대에 비해 상대적으로 높았음
- 50대 이상의 연령층에서 스마트폰을 이용해 실시간과 다시보기를 포함한 모든 TV방송프로그램 시청을 하지 않는 비율이 90%이상인 가운데, 주 1-2일 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 이용자의 비율은 5% 미만으로 나타남

그림 4-2-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-2-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	2.0	8.9	6.0	83.1
남성	20,947	2.0	9.4	6.2	82.4
여성	20,979	2.1	8.3	5.8	83.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-2-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	2.0	8.9	6.0	83.1
13-19세	3,605	4.0	16.7	12.4	66.9
20대	6,340	4.1	18.5	14.9	62.6
30대	6,946	2.8	13.1	8.5	75.6
40대	7,902	2.1	8.6	4.8	84.6
50대	7,722	0.9	3.7	1.9	93.5
60대	5,389	0.2	1.1	0.5	98.2
70대 이상	4,021	0.0	0.2	0.0	99.8

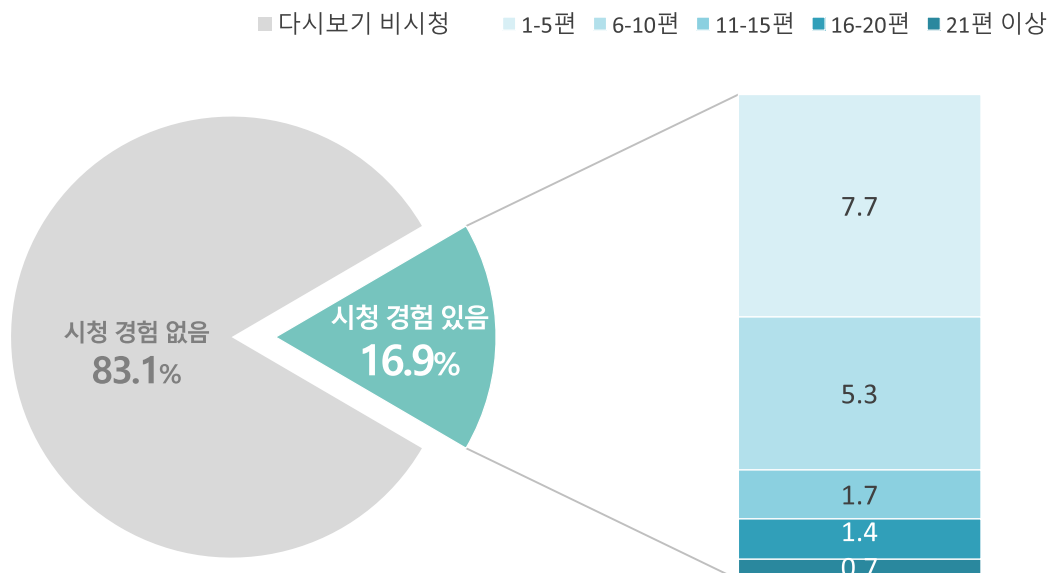
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

3) TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 전체 응답자의 10명 중 8명 가량이 최근 1개월 내 스마트폰 다시보기로 TV방송프로그램을 시청한 경험이 없는 가운데, 시청 경험자 중에서는 최근 1개월 내 1-5편의 TV방송프로그램을 다시보기로 시청했다는 응답이 가장 높았음
 - 최근 1개월 내 스마트폰으로 다시보기 TV방송프로그램을 1-5편 시청한 비율은 전체 응답자의 7.7%로 시청 경험자 중 가장 높았음
 - 다음으로 6-10편 시청한 응답자가 전체 응답자의 5.3%로 그 뒤를 이었음
 - 11편 이상 시청했다고 응답한 비율은 전체의 3.9%(11-15편 1.7%, 16-20편 1.4%, 21편 이상 0.7%)로 10편 이하 시청 비율에 비해 상대적으로 낮은 수준을 보임
- 시청 경험이 없는 83.1%의 응답자에는 스마트폰을 통해 어떠한 TV방송프로그램도 시청하지 않은 경우와 실시간만 시청한 경우가 모두 포함되어 있음

그림 4-2-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 최근 1개월 동안 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 1-5편 시청한 응답자 비율은 세종(14.7%)이 가장 높았고, 이어 대구(14.0%), 경북(11.5%), 충남(9.4%) 순으로 나타남
- 반면, 전북 지역의 최근 1개월 내 TV방송프로그램 스마트폰 다시보기 1-5편 시청 경험자는 2.9%로 특히 낮은 수준이었음

그림 4-2-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

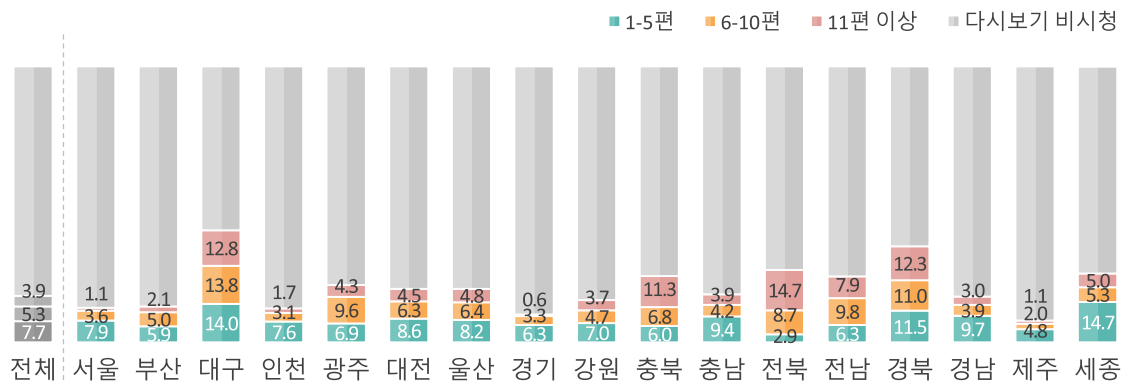


표 4-2-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청		조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	7.7	5.3	3.9	83.1	강원	1,254	7.0	4.7	3.7	84.6
서울	8,106	7.9	3.6	1.1	87.4	충북	1,308	6.0	6.8	11.3	75.9
부산	2,843	5.9	5.0	2.1	87.0	충남	1,739	9.4	4.2	3.9	82.5
대구	2,020	14.0	13.8	12.8	59.4	전북	1,497	2.9	8.7	14.7	73.7
인천	2,372	7.6	3.1	1.7	87.6	전남	1,472	6.3	9.8	7.9	76.0
광주	1,210	6.9	9.6	4.3	79.2	경북	2,205	11.5	11.0	12.3	65.2
대전	1,240	8.6	6.3	4.5	80.7	경남	2,713	9.7	3.9	3.0	83.4
울산	936	8.2	6.4	4.8	80.6	제주	506	4.8	2.0	1.1	92.2
경기	10,297	6.3	3.3	0.6	89.9	세종	208	14.7	5.3	5.0	74.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 다시보기로 시청한 편수는 성별간 유의미한 차이는 나타나지 않았으나, 연령대에 따라 다소 차이가 나타남
- 성별로 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 1-5편의 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 비율이 남성 7.9%, 여성 7.5%로 유사한 수준이었음
 - 최근 1개월 내 스마트폰을 통해 다시보기를 한 TV방송프로그램 편수가 6-10편, 11편 이상인 경우도 남녀간 시청 비율의 차는 0.5%p 이내였음

그림 4-2-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

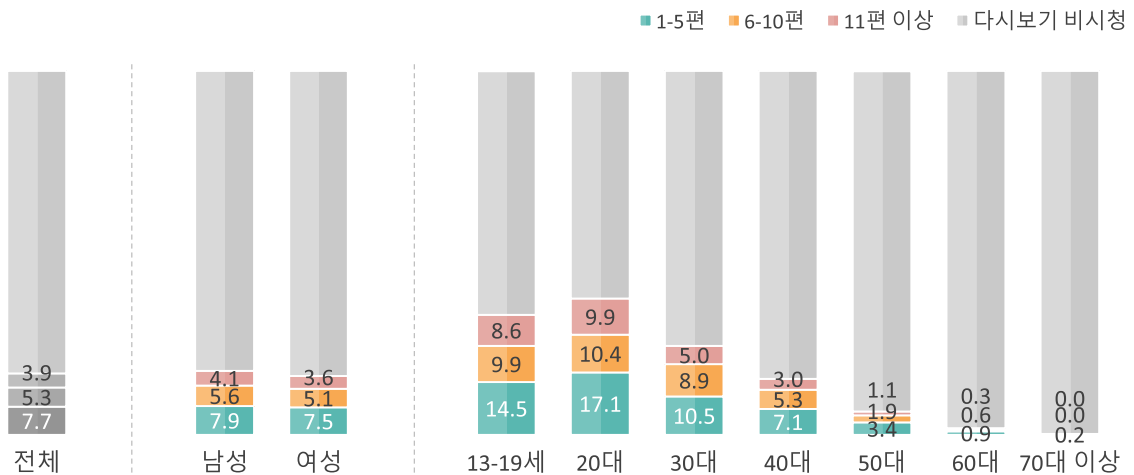


표 4-2-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	7.7	5.3	3.9	83.1
남성	20,947	7.9	5.6	4.1	82.4
여성	20,979	7.5	5.1	3.6	83.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 연령별로는 20대 10명 중 2명 가량(17.1%)은 스마트폰을 이용해 최근 1개월 내 1-5편의 TV방송프로그램을 다시보기로 시청한 것으로 나타남
- 30대 이하의 연령층에서 최근 1개월 내에 스마트폰을 이용해 1-5편의 TV방송 프로그램 다시보기를 시청했다는 응답 비율이 중년층 이상 연령층에 비해 특히 높았음
- 반면, 40대부터는 최근 1개월 내 스마트폰을 이용해 1-5편의 TV방송프로그램을 다시보기로 시청했다는 응답 비율이 급감해 60대 이상부터는 그 비율이 1% 미만으로 매우 작았음

표 4-2-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	2.0	8.9	6.0	83.1
13-19세	3,605	14.5	9.9	8.6	66.9
20대	6,340	17.1	10.4	9.9	62.6
30대	6,946	10.5	8.9	5.0	75.6
40대	7,902	7.1	5.3	3.0	84.6
50대	7,722	3.4	1.9	1.1	93.5
60대	5,389	0.9	0.6	0.3	98.2
70대 이상	4,021	0.2	0.0	0.0	99.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

02 PART

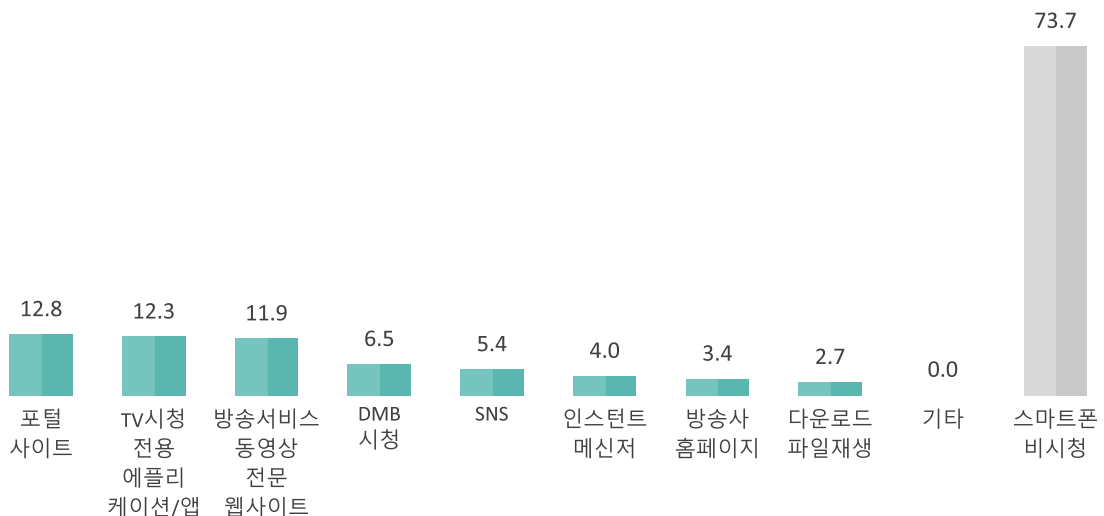
TV방송프로그램 시청 경로 및 장르

가 TV방송프로그램 시청 방법 [중복응답]

- 전반적으로 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하지 않는다는 응답자가 73.7%로 많은 가운데, 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 방법으로 포털사이트를 이용한다는 응답이 가장 많았음
- 전체 응답자의 12.8%는 스마트폰에서 포털사이트를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다고 응답했으며, TV 시청 전용 애플리케이션(12.3%), 방송서비스/동영상 전문웹사이트(11.9%)가 그 뒤를 이음
- 방송사 홈페이지 방문(3.4%), 다운로드 파일재생(2.7%)과 같이 응답자가 적극적으로 시청 경로를 찾는 방법에 대한 응답 비중은 낮았음

그림 4-2-17 TV방송프로그램 시청 방법

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 방법

- 성별로는 남성의 경우, 포털사이트를 이용해 스마트폰에서 TV방송프로그램을 시청했다는 응답 비중이 13.7%로 가장 높았음
- 여성의 경우에는 TV 시청 전용 애플리케이션을 이용해 TV방송프로그램을 시청했다는 응답 비중이 12.2%로 가장 높았음
- DMB를 통해 스마트폰에서 TV방송프로그램을 시청하는 응답 비율은 전체 응답자 중 6.5%에 그쳤음

그림 4-2-18 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : %)

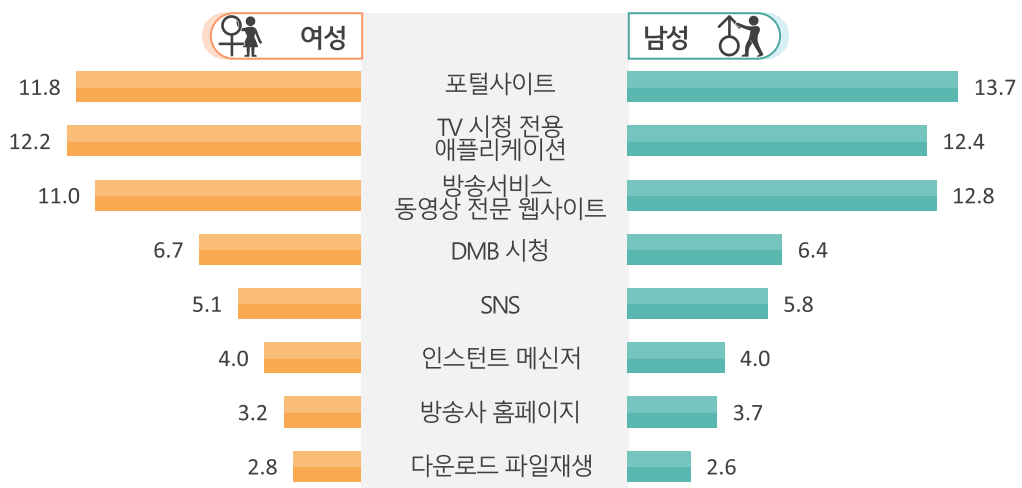


표 4-2-16 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	포털사이트	TV 시청 전용 애플리케이션	방송서비스 동영상 전문 웹사이트	DMB 시청	SNS	인스턴트 메신저	방송사 홈페이지	다운로드 파일재생	스마트폰 비시청
전체	41,926	12.8	12.3	11.9	6.5	5.4	4.0	3.4	2.7	73.7
남성	20,947	13.7	12.4	12.8	6.4	5.8	4.0	3.7	2.6	72.7
여성	20,979	11.8	12.2	11.0	6.7	5.1	4.0	3.2	2.8	74.6

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 연령대에 따라 스마트폰에서 TV방송프로그램을 시청하는 방법에는 다소 차이를 보였음
 - 13-19세, 20대에서는 방송서비스/동영상 전문 웹사이트를 가장 많이 이용한다고 응답한 반면, 30대는 TV 시청 전용 애플리케이션, 40대와 50대 연령층에서는 포털사이트, 60대 연령층에서는 DMB 시청을 주로 이용하는 방법으로 꼽음
 - 포털사이트는 모든 연령대에서 3위 내에 위치해 연령을 불문하고 스마트폰을 이용한 TV방송프로그램 시청에 있어 많이 이용되고 있는 것으로 나타남

그림 4-2-19 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별 상위 5개

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
13-19세	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 24.4%	 포털사이트 23.7%	 TV 시청 전용 애플리케이션 23.0%	 SNS 12.5%	 인스턴트 메신저 9.0%
20대	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 28.3%	 TV 시청 전용 애플리케이션 27.8%	 포털사이트 26.1%	 SNS 15.1%	 인스턴트 메신저 10.0%
30대	 TV 시청 전용 애플리케이션 19.2%	 포털사이트 18.4%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 16.0%	 DMB 시청 10.2%	 SNS 7.3%
40대	 포털사이트 12.5%	 TV 시청 전용 애플리케이션 10.8%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 10.1%	 DMB 시청 8.1%	 방송사 홈페이지 3.4%
50대	 포털사이트 6.0%	 DMB 시청 5.3%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 4.2%	 TV 시청 전용 애플리케이션 4.1%	 방송사 홈페이지 1.8%
60대	 DMB 시청 2.6%	 포털사이트 2.2%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 1.4%	 방송사 홈페이지 1.0%	 TV 시청 전용 애플리케이션 0.9%

*스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 70대 이상 응답자는 유효표본이 적어 별도로 표기하지 않음

표 4-2-17 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	포털사이트	TV 시청 전용 애플리케이션	방송서비스 동영상 전문 웹사이트	DMB 시청	SNS	인스턴트 메신저	방송사 홈페이지	다운로드 파일재생	스마트폰 비시청
전체	41,926	12.8	12.3	11.9	6.5	5.4	4.0	3.4	2.7	73.7
13-19세	3,605	23.7	23.0	24.4	6.5	12.5	9.0	5.4	5.0	54.8
20대	6,340	26.1	27.8	28.3	9.2	15.1	10.0	6.4	6.6	47.0
30대	6,946	18.4	19.2	16.0	10.2	7.3	5.6	5.4	4.3	61.8
40대	7,902	12.5	10.8	10.1	8.1	3.3	3.3	3.4	2.3	74.1
50대	7,722	6.0	4.1	4.2	5.3	1.2	0.9	1.8	0.6	86.7
60대	5,389	2.2	0.9	1.4	2.6	0.1	0.1	1.0	0.1	94.5
70대 이상	4,021	0.2	0.1	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	99.3

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

나 TV방송프로그램 시청에 이용한 애플리케이션/SNS/인스턴트 메신저

1) TV방송프로그램 시청에 이용한 애플리케이션 [중복응답]

- 전체 응답자의 73.7%는 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하지 않는다고 응답한 가운데, 애플리케이션을 통해 TV방송프로그램을 시청하는 경우에는 네이버TV(3.5%)와 SK브로드밴드의 옥수수(3.2%)를 가장 많이 이용 하는 것으로 나타남
- 다음으로 폭(pooq)(1.8%), 올레TV 모바일(1.7%), 아프리카TV(1.6%), 티빙(tving)(1.4%), U+ 비디오포털(1.3%) 등이 뒤를 이었음

그림 4-2-20 TV방송프로그램 시청 애플리케이션

(n=전체 조사대상 개인 단위:%)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

2) TV방송프로그램 시청에 이용한 SNS [중복응답]

- 전체 응답자의 10명 중 7명은 최근 1달 간 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 시청하지 않는다고 응답한 가운데, SNS를 TV방송프로그램 시청에 이용하는 경우에는 페이스북(4.1%)을 가장 많이 이용 하는 것으로 나타남

그림 4-2-21 TV방송프로그램 시청 SNS

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



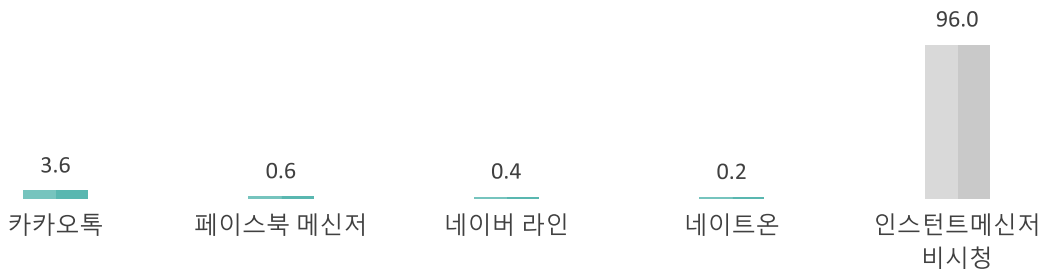
* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

3) TV방송프로그램 시청에 이용한 인스턴트 메신저 [중복응답]

- 최근 1달 간 스마트폰으로 TV방송프로그램을 시청한 응답자는 전체 조사대상의 26.3%였으나, 시청 유경험자 중 인스턴트메시저를 통해 TV방송프로그램을 시청한 경우 카카오톡(3.6%)을 주로 활용하는 것으로 나타남

그림 4-2-22 TV방송프로그램 시청 인스턴트 메신저

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



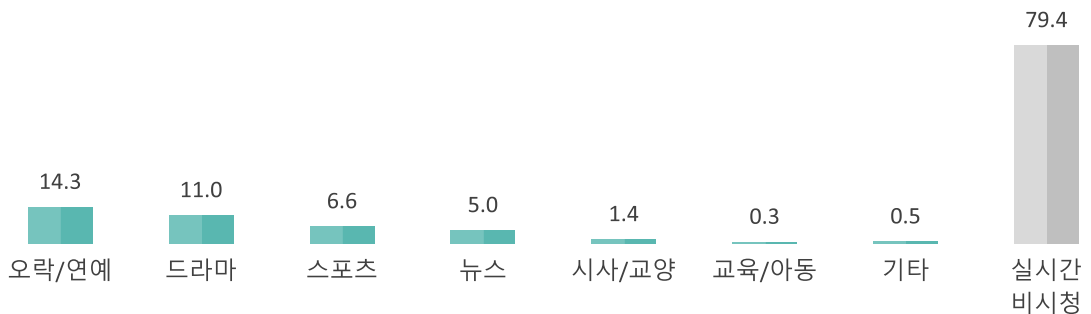
* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

다 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 [중복응답]

- 전체 응답자 10명 중 8명 가량(79.4%)은 스마트폰을 이용해 실시간 TV방송프로그램을 시청하지 않는다고 응답한 가운데, TV방송프로그램을 실시간으로 시청하는 경우에는 오락/연예, 드라마 장르를 주로 시청하는 것으로 나타남
 - 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 실시간 시청하는 응답자 중에서는 오락/연예 프로그램을 시청한다는 응답자가 14.3%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 드라마가 11.0%, 스포츠가 6.6%로 뒤를 이었음
- 스마트폰 실시간 비시청 비율 79.4%는 TV 시청에 스마트폰을 이용하지 않거나 스마트폰을 다시보기 시청에만 이용하는 응답자를 모두 포함한 수치임

그림 4-2-23 TV방송프로그램 실시간 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 실시간 비시청은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 TV방송프로그램 실시간 시청 장르

- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 실시간 시청할 때에 주로 시청하는 프로그램 장르에는 남녀 간에 다소 차이를 보였음
 - 남성은 오락/연예(13.5%) 장르를 가장 많이 시청하고 있으며, 그 다음으로 스포츠(11.7%), 뉴스(7.0%), 드라마(6.7%) 순으로 스마트폰에서 실시간 시청하는 경우가 많았음

- 여성은 실시간 시청 시 드라마(15.3%)를 가장 많이 시청하고 있었으며, 그 다음으로 오락/연예(15.2%), 뉴스(3.0%) 순이었음
- 오락/연예 장르를 시청하는 성별을 가리지 않고 스마트폰을 이용해 실시간으로 비교적 많이 시청하는 반면, 남성은 스포츠를, 여성은 드라마를 상대적으로 더 시청하는 경향을 보임

그림 4-2-24 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

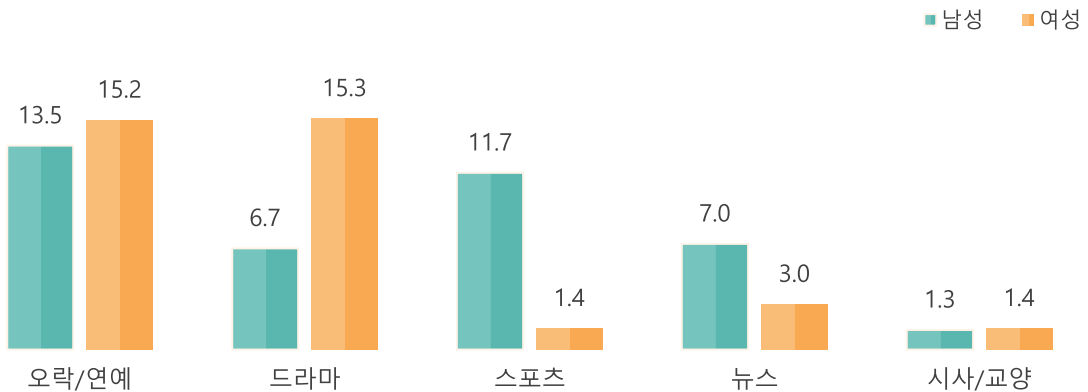


표 4-2-18 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	14.3	11.0	6.6	5.0	1.4	0.3	0.5	79.4
남성	20,947	13.5	6.7	11.7	7.0	1.3	0.2	0.5	78.3
여성	20,979	15.2	15.3	1.4	3.0	1.4	0.5	0.4	80.6

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 TV방송프로그램 실시간 시청 장르

- 스마트폰을 이용하여 실시간으로 시청하는 TV방송프로그램 장르는 연령대별로 다소 차이를 보였음

- 40대 이하의 연령층에서는 오락/연예 장르의 실시간 시청 비율이 가장 높았으나, 50대 이상에서는 드라마와 뉴스 시청 비율이 상대적으로 높은 경향을 보임
- 20대의 33.5%와 13-19세의 31.5%는 스마트폰을 이용해 실시간으로 오락/연예 장르를 시청하지만, 50대는 4.5%, 60대는 1.8%, 70대 이상에서는 0.1%만이 스마트폰을 통해 오락/연예 장르를 실시간 시청한다고 응답함

그림 4-2-25 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

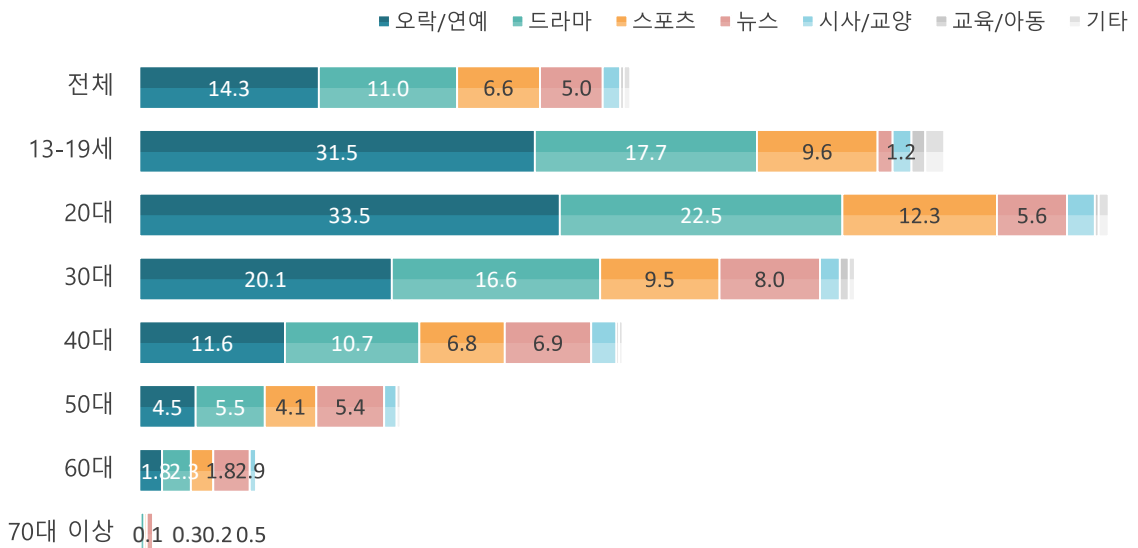


표 4-2-19 TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

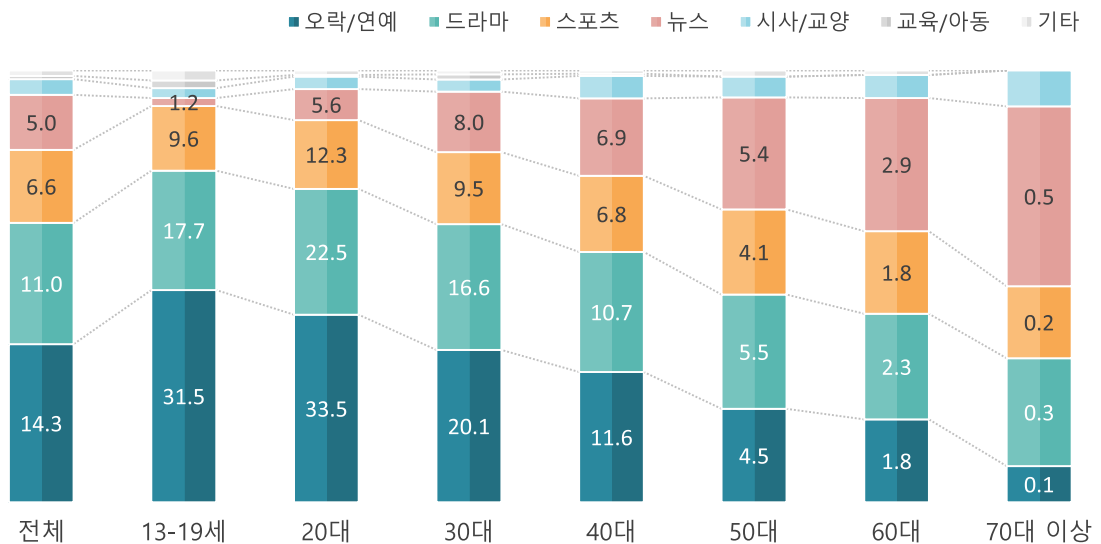
	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	14.3	11.0	6.6	5.0	1.4	0.3	0.5	79.4
13-19세	3,605	31.5	17.7	9.6	1.2	1.5	1.1	1.5	66.0
20대	6,340	33.5	22.5	12.3	5.6	2.2	0.3	0.8	59.1
30대	6,946	20.1	16.6	9.5	8.0	1.6	0.7	0.5	70.3
40대	7,902	11.6	10.7	6.8	6.9	2.0	0.2	0.3	79.7
50대	7,722	4.5	5.5	4.1	5.4	1.0	0.0	0.3	89.0
60대	5,389	1.8	2.3	1.8	2.9	0.5	0.0	0.1	95.1
70대 이상	4,021	0.1	0.3	0.2	0.5	0.1	0.0	0.0	99.4

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 각 연령대 내에서 스마트폰을 이용해 시청하는 TV방송프로그램 장르 구성 비율을 살펴 보면, 연령대가 높아질수록 오락/연예 장르 시청 비율은 줄어드는 반면, 뉴스 시청 비율은 증가하는 경향을 보임
 - 드라마 장르의 상대적 시청 비율은 모든 연령대에서 비교적 고르게 나타남

그림 4-2-26 TV방송프로그램 실시간 시청 장르: 연령대 내 시청 장르 구성



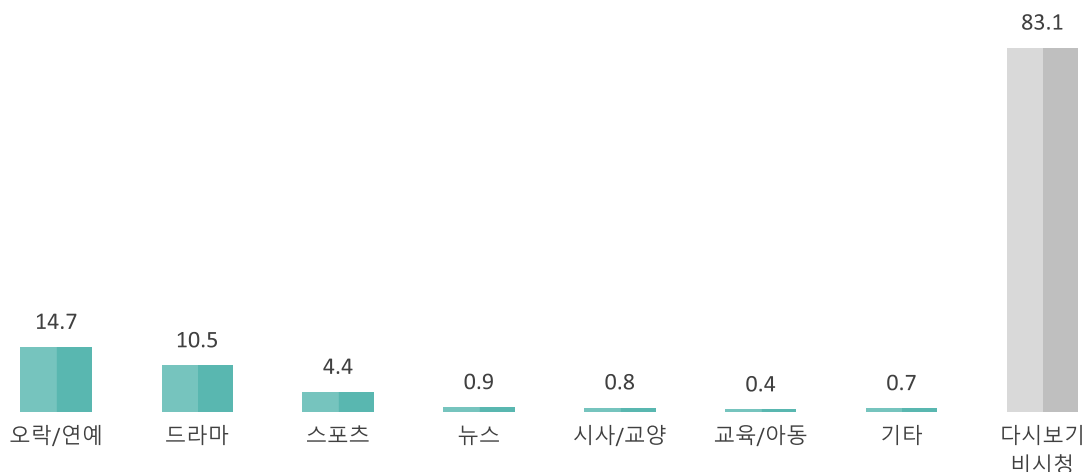
* 위 그래프는 각 연령대의 전체 스마트폰 실시간 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

라 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 [중복응답]

- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 다시보기로 시청하는 경우의 선호 장르와 실시간으로 시청하는 경우의 선호 장르는 유사한 분포를 보임
 - 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 다시보기로 시청하는 경우, 실시간 시청과 마찬가지로 오락/연예, 드라마 장르를 주로 시청하는 것으로 나타남
 - 스마트폰으로 TV방송프로그램을 다시보기 시청하는 응답자 중에서는 오락/연예 프로그램(14.7%)을 시청한다는 비율이 가장 높았으며, 그 다음으로는 드라마가 10.5%, 스포츠가 4.4%로 뒤를 이었음
 - 그러나 스마트폰을 통한 TV방송프로그램 실시간 시청의 경우 전체 응답자 중 뉴스를 시청했다는 응답이 5.0%였던 반면, 다시보기는 0.9%에 그쳤음

그림 4-2-27 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르

- 스마트폰을 이용해 TV방송프로그램을 다시보기로 시청할 때에 주로 시청하는 장르는 성별에 따른 차이가 발견됨
 - 남성은 오락/연예(14.7%) 장르를 가장 많이 시청했으며, 그 다음으로 스포츠(7.9%), 드라마(7.5%) 장르가 뒤를 이었음
 - 여성은 스마트폰으로 다시보기 시청 시 오락/연예 장르(14.6%)를 가장 많이 시청하고 있었으며, 그 다음으로 드라마(13.4%) 순이었음

그림 4-2-28 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

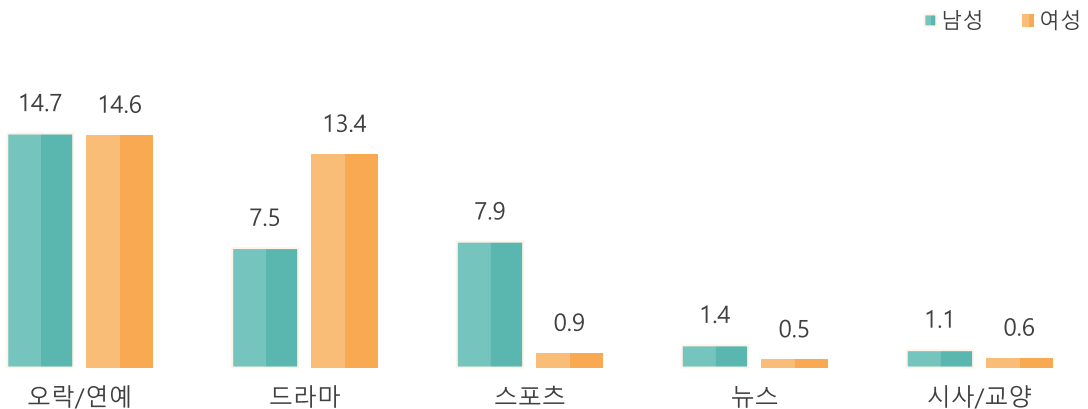


표 4-2-20 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	14.7	10.5	4.4	0.9	0.8	0.4	0.7	83.1
남성	20,947	14.7	7.5	7.9	1.4	1.1	0.2	0.8	82.4
여성	20,979	14.6	13.4	0.9	0.5	0.6	0.5	0.5	83.8

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르

- 최근 1개월 동안 스마트폰을 이용해 주로 시청하는 TV방송프로그램 다시보기 장르에는 연령대에 따라 유의미한 차이는 나타나지 않았음
 - 전 연령에서 오락/연예 장르를 다시보기로 가장 많이 시청했고, 다음으로 드라마, 스포츠가 뒤를 이었음

그림 4-2-29 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

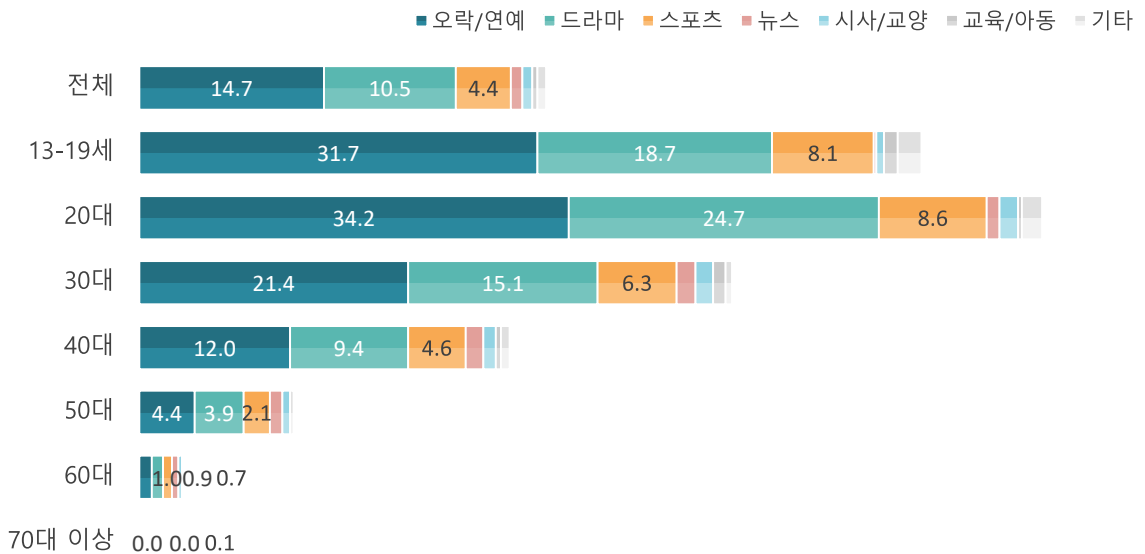


표 4-2-21 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

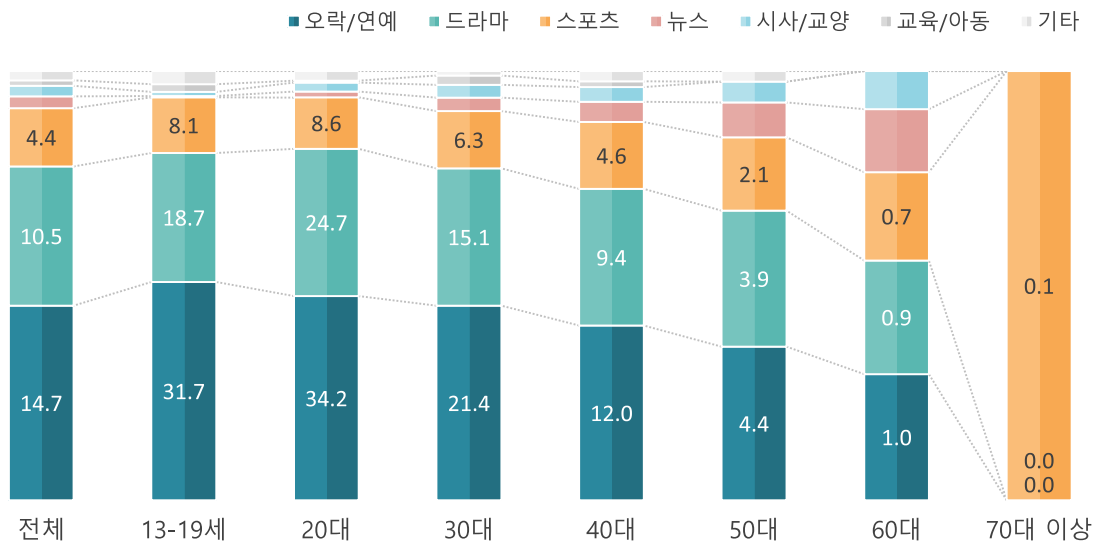
	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	14.7	10.5	4.4	0.9	0.8	0.4	0.7	83.1
13-19세	3,605	31.7	18.7	8.1	0.2	0.6	1.1	1.9	66.9
20대	6,340	34.2	24.7	8.6	1.0	1.5	0.3	1.6	62.6
30대	6,946	21.4	15.1	6.3	1.5	1.4	1.0	0.5	75.6
40대	7,902	12.0	9.4	4.6	1.4	1.0	0.4	0.7	84.6
50대	7,722	4.4	3.9	2.1	1.0	0.6	0.0	0.3	93.5
60대	5,389	1.0	0.9	0.7	0.5	0.3	0.0	0.0	98.2
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 다시보기 비시청은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 연령대별로 스마트폰을 이용해 시청한 다시보기 전체 장르를 100으로 하여 세부 시청 장르 비율을 보면, 연령대가 높아질수록 오락/연예 및 드라마 장르의 다시보기 비율이 감소하고 뉴스 및 스포츠 시청 비율은 증가하는 경향을 보임

그림 4-2-30 TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 스마트폰 다시보기 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

03 PART

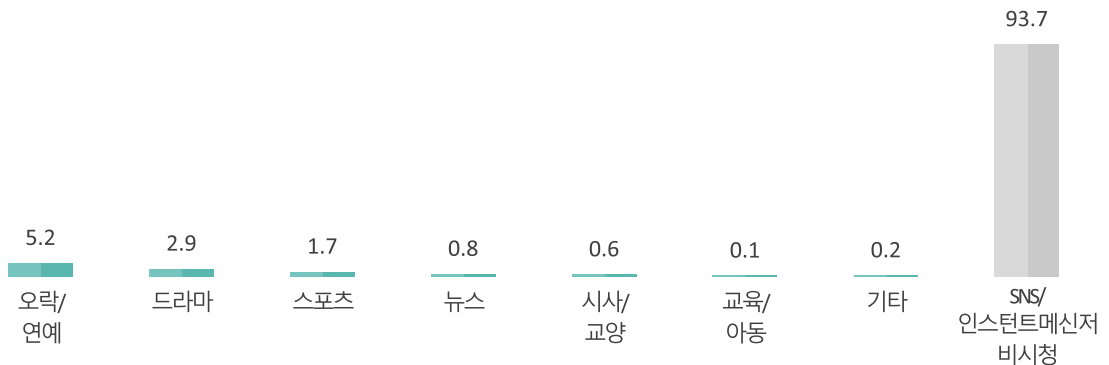
SNS/인스턴트 메신저를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험

가 TV방송프로그램 시청 장르 [중복응답]

- 최근 1개월 동안 스마트폰의 SNS 또는 인스턴트 메신저로 TV방송프로그램을 시청할 때 가장 많이 보는 장르 2가지를 묻은 결과, 오락/연예 장르가 전체 응답자의 5.2%로 가장 높았음
- 다음으로 많이 시청한 장르는 드라마(2.9%), 스포츠(1.7%), 뉴스(0.8%) 순이었음

그림 4-2-31 TV방송프로그램 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 'SNS/인스턴트 메신저비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 TV방송프로그램 시청 장르

- SNS/인스턴트 메신저를 이용해 주로 시청하는 TV방송프로그램 장르는 남녀 모두 오락/연예 장르(남성 5.2%, 여성 5.2%)로 조사됨
- 반면, 두번째로 많이 본 장르는 전체 응답자 기준으로 남성은 스포츠 장르(3.0%), 여성은 드라마 장르(3.8%)로 나타나 성별에 따라 다소 차이가 있었음

그림 4-2-32 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

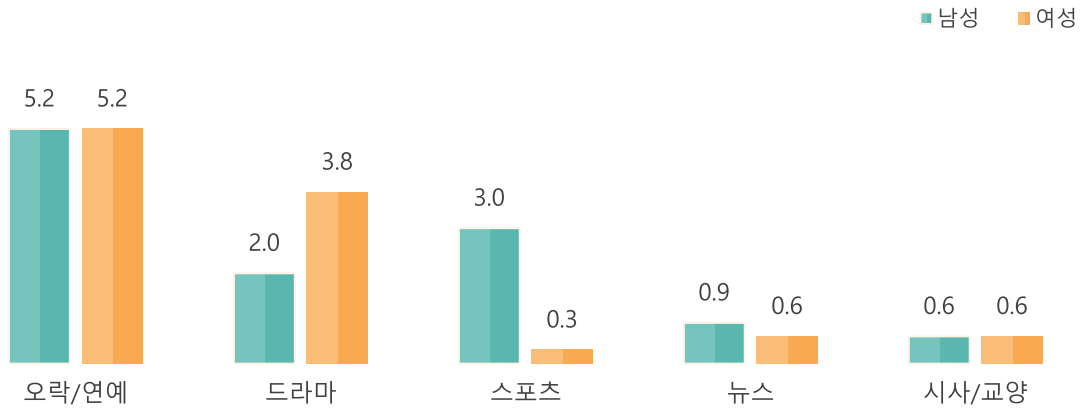


표 4-2-22 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	SNS/ 인스턴트 메신저 비시청
전체	41,926	5.2	2.9	1.7	0.8	0.6	0.1	0.2	93.7
남성	20,947	5.2	2.0	3.0	0.9	0.6	0.0	0.2	93.4
여성	20,979	5.2	3.8	0.3	0.6	0.6	0.2	0.2	94.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 'SNS/인스턴트 메신저 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 TV방송프로그램 시청 장르

- 연령별로 SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 TV방송프로그램을 시청할 때 많이 보는 장르의 순위는 대체로 유사했음
 - 전 연령에서 오락/연예 장르의 시청 비율이 가장 높았고, 다음으로 드라마, 스포츠 순으로 나타났다

- 각 연령대 내에서 SNS 또는 인스턴트 메신저를 이용해 시청하는 TV방송프로그램 장르 구성 비율을 보면, 연령대가 높아질수록 오락/연예 프로그램 시청 비율은 감소하는 반면, 뉴스 시청 비율은 증가하는 경향을 보임

그림 4-2-33 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

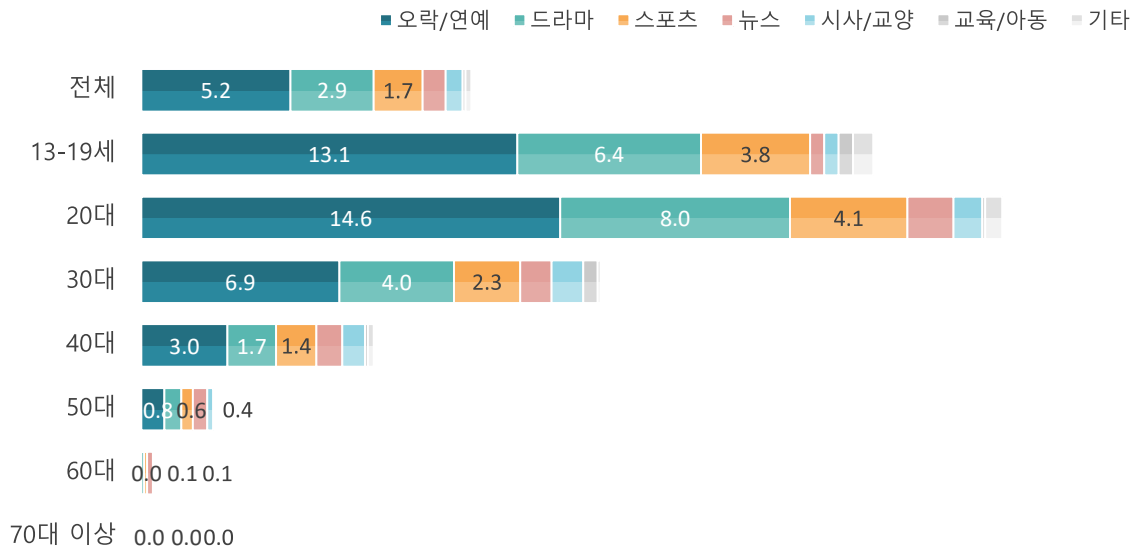


표 4-2-23 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

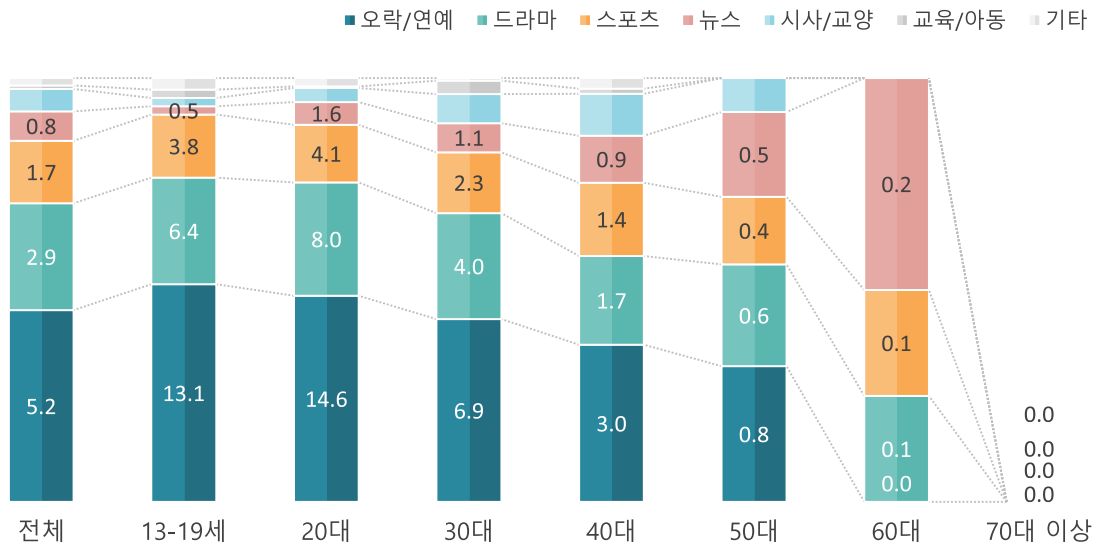
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	SNS/ 인스턴트 메신저 비시청
전체	41,926	5.2	2.9	1.7	0.8	0.6	0.1	0.2	93.7
13-19세	3,605	13.1	6.4	3.8	0.5	0.5	0.5	0.7	85.7
20대	6,340	14.6	8.0	4.1	1.6	1.0	0.1	0.6	83.5
30대	6,946	6.9	4.0	2.3	1.1	1.1	0.5	0.1	91.4
40대	7,902	3.0	1.7	1.4	0.9	0.8	0.1	0.2	95.6
50대	7,722	0.8	0.6	0.4	0.5	0.2	0.0	0.0	98.5
60대	5,389	0.0	0.1	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	99.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 'SNS/인스턴트 메신저 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

그림 4-2-34 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 SNS/인스턴트 메신저 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

* 70대 이상은 SNS/인스턴트 메신저를 통한 TV방송프로그램 전체 시청 비율이 0%임

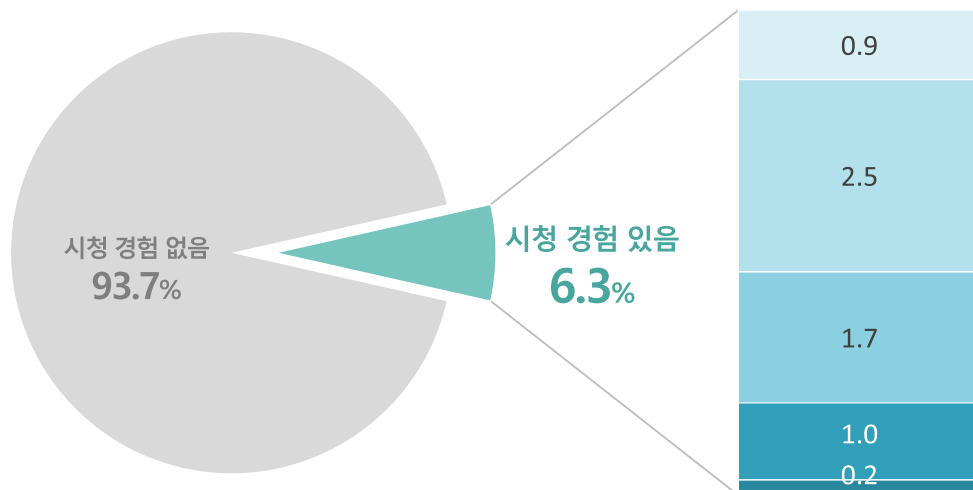
나 TV방송프로그램 시청 편당 길이

- 전체 응답자의 10명 중 9명 가량(93.7%)이 SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 TV 방송프로그램을 시청한 경험이 없는 가운데, 시청 경험자 중 다수가 3분-10분 이내의 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답함
 - 3분-10분 이내 TV방송프로그램을 시청한 응답 비율은 전체 응답자의 2.5%였고, 다음으로는 10분-30분 이내(1.7%), 30분-1시간 이내(1.0%), 3분 이내(0.9%) 순이었음
 - 1시간 이상으로 비교적 길이가 긴 TV방송프로그램 영상을 시청한 비율은 전체 응답자의 0.2%로 매우 낮은 수준이었음
 - SNS 또는 인스턴트 메신저를 이용할 경우 상대적으로 짧은 길이의 TV방송 프로그램을 시청하는 것으로 나타남

그림 4-2-35 TV방송프로그램 시청 편당 길이

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)

■ SNS/인스턴트메신저 비시청 ■ 3분 이내 ■ 3분-10분 이내 ■ 10분-30분 이내 ■ 30분-1시간 이내 ■ 1시간 이상



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 'SNS/인스턴트 메신저 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

다 TV방송프로그램 시청 행태

- SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 응답자는 전체의 6.3%인 가운데, 이들의 시청 행태를 살펴보면,
 - TV방송프로그램 시청을 위해 SNS나 인스턴트 메신저의 게시물을 찾아본 적이 있다고 응답한 비율은 전체 응답자의 3.6%였음
 - TV방송프로그램의 한 편 전체가 아닌 일부만을 시청하는 응답자(4.7%)가 그렇지 않은 응답자(1.6%)보다 약 세 배 가량 많았음
 - 시청 후 가족 및 친구 등에게 SNS나 인스턴트 메신저를 통해 프로그램을 전달·공유·추천 한 적이 있다고 응답한 비율(3.2%)은 그렇지 않은 비율(3.1%)과 비슷한 수준이었음
- SNS나 인스턴트 메신저를 활용해 TV방송프로그램 게시물을 검색하거나 주변 사람들에게 TV방송프로그램을 전달·공유·추천하는 적극적인 행태를 취하는 응답자의 비율과 그렇지 않은 응답자의 비율 간 유의미한 차이는 발견되지 않았음

표 4-2-24 TV방송프로그램 시청 행태

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	그렇다	아니다	SNS/ 인스턴트 메신저 비시청
TV방송프로그램을 시청할 목적으로 SNS나 인스턴트 메신저의 게시물을 찾아본 적이 있다	3.6	2.7	93.7
SNS나 인스턴트 메신저로 TV방송프로그램을 시청할 때에는, 한 편 전체를 끝까지 시청하기보다 일부분만 시청하는 편이다	4.7	1.6	93.7
시청 후, SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 주변 사람들에게 전달/공유하거나, 추천을 한 적이 있다	3.2	3.1	93.7

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 'SNS/인스턴트 메신저 비시청'은 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 TV방송프로그램 시청 행태

- 연령별 SNS 또는 인스턴트 메신저 이용 TV방송프로그램 시청 행태를 살펴보면, 게시물 검색, 프로그램 일부분 시청, 주변 사람들에게 전달·공유·추천 모든 부분에서 20대 응답자의 비율이 가장 높았음
 - 20대가 TV방송프로그램 시청에 있어 SNS와 인스턴트 메신저를 가장 적극적이고 활발하게 이용하고 있는 것으로 보임

표 4-2-25 TV방송프로그램 시청 행태 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	TV방송프로그램을 시청할 목적으로 SNS나 인스턴트 메신저의 게시물을 찾아본 적이 있다			SNS나 인스턴트 메신저로 TV방송프로그램을 시청할 때에는, 한 편 전체를 끝까지 시청하기 보다 일부분만 시청하는 편이다			시청 후, SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 주변 사람들에게 전달/공유하거나, 추천을 한 적이 있다 비시청		
		그렇다	아니다	비시청	그렇다	아니다	비시청	그렇다	아니다	비시청
전체	41,926	3.6	2.7	93.7	4.7	1.6	93.7	3.2	3.1	93.7
13-19세	3,605	9.1	5.2	85.7	10.8	3.5	85.7	8.2	6.1	85.7
20대	6,340	9.9	6.6	83.5	12.3	4.2	83.5	8.4	8.1	83.5
30대	6,946	5.0	3.7	91.4	6.7	1.9	91.4	4.5	4.1	91.4
40대	7,902	2.0	2.4	95.6	3.1	1.3	95.6	2.0	2.4	95.6
50대	7,722	0.7	0.7	98.5	0.9	0.6	98.5	0.5	1.0	98.5
60대	5,389	0.1	0.1	99.8	0.1	0.1	99.8	0.0	0.2	99.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* '비시청'은 스마트폰을 통해 TV를 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 SNS/인스턴트 메신저를 TV 시청에 이용하지 않는 경우를 모두 포함함

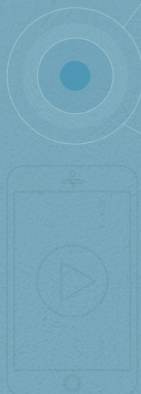
IV

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

TV방송프로그램 시청 행태

MEDIA



Internet

1장 TV수상기를 이용한
TV방송프로그램 시청

Download

2장 스마트폰을 이용한
TV방송프로그램 시청

Television

3장 컴퓨터를 이용한
TV방송프로그램 시청

01 PART

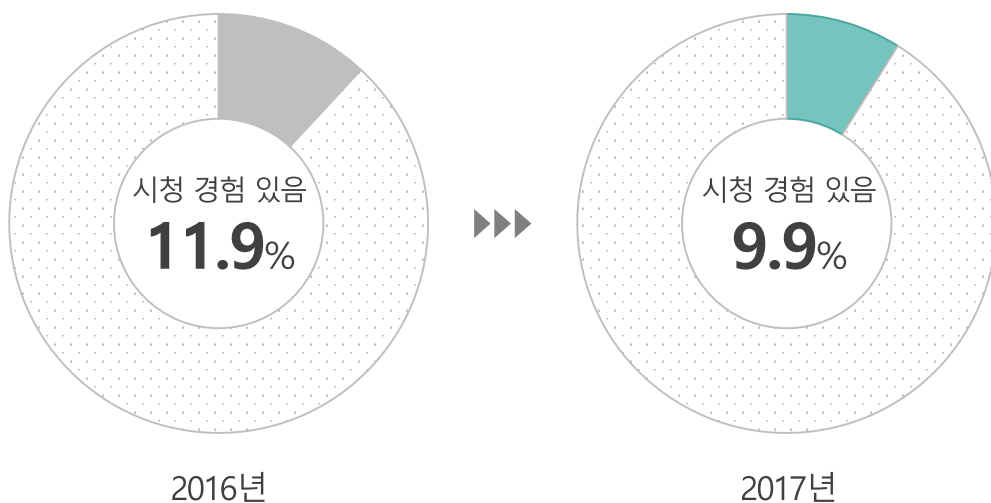
TV방송프로그램 시청 경험

가 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 전체 응답자의 10명 중 약 1명(9.9%)은 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송 프로그램을 시청한 경험이 있다고 응답하였음
 - 전체 응답자의 91.1%는 가구 또는 본인이 보유하고 있는 컴퓨터가 없거나, 컴퓨터가 있어도 최근 1개월 내 TV방송프로그램을 시청하는 데에 사용한 적이 없는 것으로 나타남
- 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있는 응답자의 비율은 전년 대비 2.0%p 감소함
 - 2016년 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험률은 11.9%였으나, 2017년 기초조사에서는 9.9%로 2.0%p 하락함

그림 4-3-1 TV방송프로그램 시청 경험: 전년 대비 변화

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)

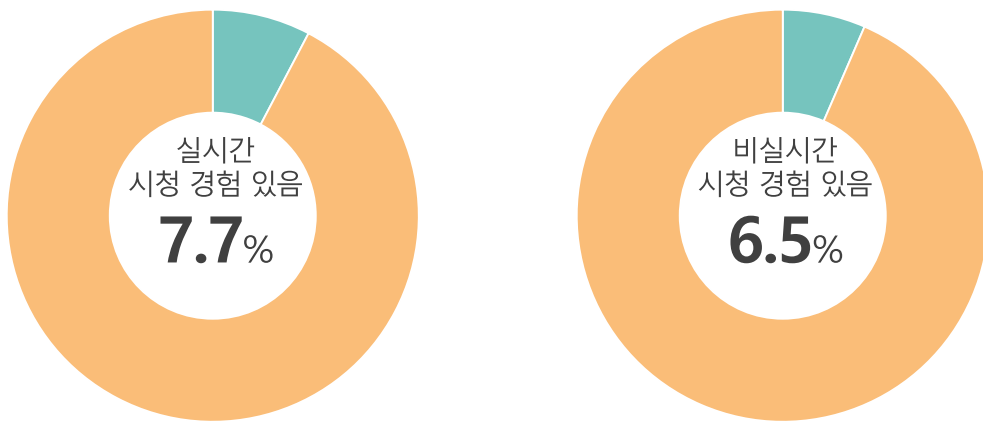


*최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 한편, 전체 응답자의 9.9%가 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답한 가운데, 전체 응답자 중 7.7%는 실시간으로 시청한 적이 있다고 응답하였으며, 6.5%는 다시보기 등 비실시간으로 TV방송프로그램을 시청한 적이 있다고 응답함

그림 4-3-2 TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있는 비율은 지역에 따라 차이를 보였음
- 전반적으로 광역도에 비해 특·광역시에서의 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험률이 높게 나타났으며, 광역도 중에서는 경북(12.4%)과 충남(11.2%)이 비교적 높게 나타남

그림 4-3-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

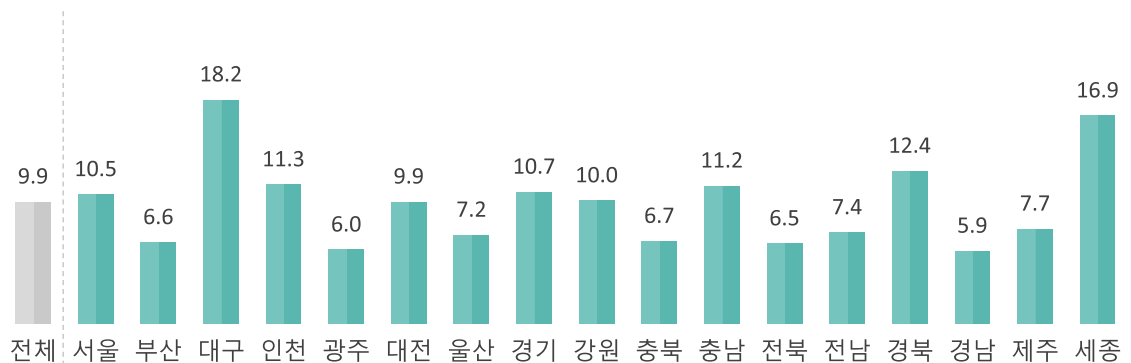


표 4-3-1 TV방송프로그램 시청 경험 여부 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터 시청 경험 있음	컴퓨터 시청 경험 없음		조사 사례수	컴퓨터 시청 경험 있음	컴퓨터 시청 경험 없음
전체	41,926	9.9	91.1	강원	1,254	10.0	90.0
서울	8,106	10.5	89.5	충북	1,308	6.7	93.3
부산	2,843	6.6	93.4	충남	1,739	11.2	88.8
대구	2,020	18.2	81.8	전북	1,497	6.5	93.5
인천	2,372	11.3	88.7	전남	1,472	7.4	92.6
광주	1,210	6.0	94.0	경북	2,205	12.4	87.6
대전	1,240	9.9	90.1	경남	2,713	5.9	94.1
울산	936	7.2	92.8	제주	506	7.7	92.3
경기	10,297	10.7	89.3	세종	208	16.9	83.1

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

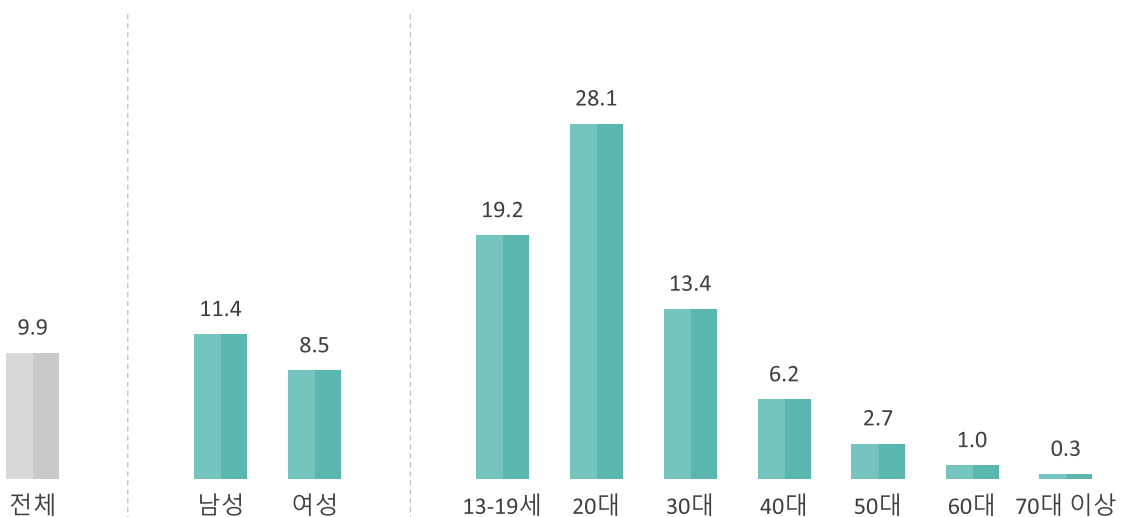
- 17개 시도별로는 대구(18.2%), 세종(16.9%), 경북(12.4%), 인천(11.3%), 충남(11.2%)에서 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 비율이 전체 응답자의 TV방송프로그램 시청 유경험 비율(9.9%)을 상회하였음
- 반면, 경남(5.9%), 광주(6.0%), 전북(6.5%), 부산(6.6%), 충북(6.7%)은 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 비율이 17개 시도 전체 응답자의 TV방송프로그램 시청 경험 비율 대비 상대적으로 낮았음

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 경험 여부

- 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험은 남녀 간에, 연령대 간에 다소 차이를 보였음
 - 여성보다는 남성이, 고연령층보다는 20대 이하의 젊은층에서 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 비율이 높았음

그림 4-3-4 TV방송프로그램 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 성별로는 남성의 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 비율 8.5%보다 2.9%p

표 4-3-2 TV방송프로그램 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터 시청 경험 있음	컴퓨터 시청 경험 없음
전체	41,926	9.9	91.1
남성	20,947	11.4	88.6
여성	20,979	8.5	91.5

- 연령대별로 보면, 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 비율은 20대가 가장 높았으며 이후 연령대가 높아질수록 낮아지는 경향을 보임
 - 20대의 컴퓨터 이용 경험 비율은 28.1%로 모든 연령대 가운데 가장 높았음
 - 13-19세 연령층의 응답 비율은 19.2%로 20대 다음으로 높은 시청 비율을 보였음
 - 30대의 컴퓨터 이용 TV방송프로그램 시청 비율은 13.4%였으며, 이후 연령대가 높아질수록 컴퓨터 이용 TV방송프로그램 시청 비율은 크게 감소하여, 40대는 6.2%, 50대는 2.7%, 60대는 1.0%, 70대 이상은 0.3%로 조사됨.

표 4-3-3 TV방송프로그램 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터 시청 경험 있음	컴퓨터 시청 경험 없음
전체	41,926	9.9	91.1
13-19세	3,605	19.2	80.8
20대	6,340	28.1	71.9
30대	6,946	13.4	86.6
40대	7,902	6.2	93.8
50대	7,722	2.7	97.3
60대	5,389	1.0	99.0
70대 이상	4,021	0.3	99.7

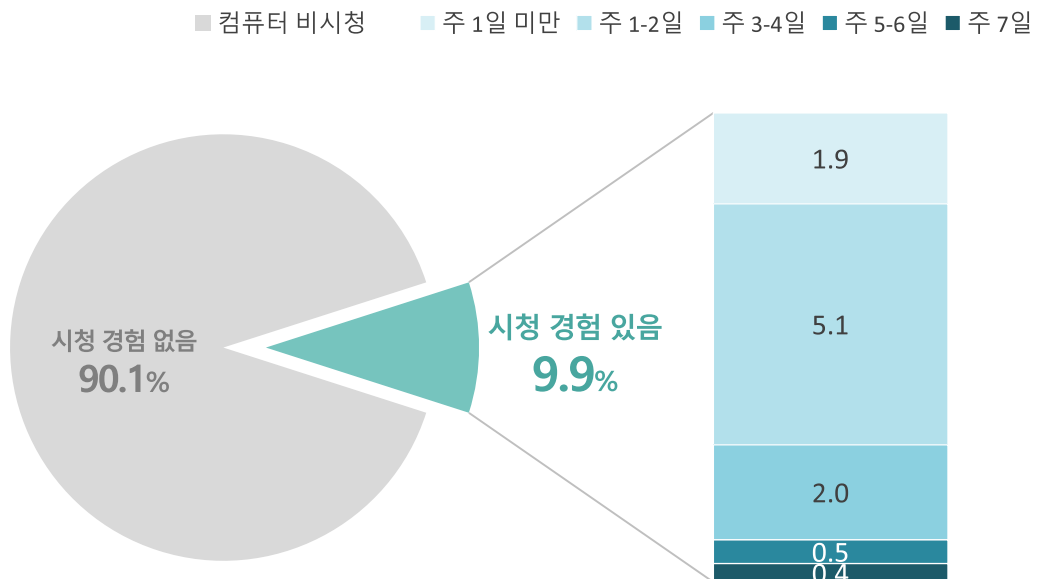
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

나 TV방송프로그램 시청 빈도

- 전체 응답자 10명 중 약 1명(9.9%) 만이 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용하여 TV 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 가운데, 전체 응답자 10명 중 약 9명은 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 없는 것으로 나타남(90.1%)
 - 주 1-2일 정도 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다는 응답자가 전체 응답자의 5.1%로 가장 많았으며, 그 다음으로 주 3-4일(2.0%), 주 1일 미만(1.9%) 순으로 높았음
- 전체 응답자 100명 중 약 3명 가량(2.9%)만이 컴퓨터를 이용해 주 3일 이상 TV 방송프로그램을 시청하고 있는 것으로 조사됨

그림 4-3-5 TV방송프로그램 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 주 3일 이상 시청 경험이 있는 응답자의 비율은 2.9%로 나타난 가운데, 지역별로는 인천(4.9%), 대구(4.3%), 경북(4.1%) 순으로 높았음
- 반면, 광주(1.6%), 부산(1.7%)은 주 3일 이상 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 경험 비율이 타 지역에 비해 특히 낮았음

그림 4-3-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

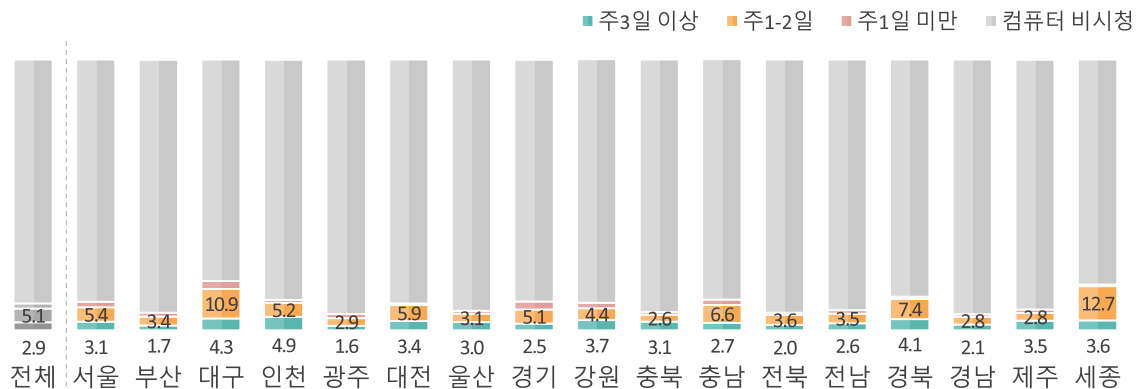


표 4-3-4 TV방송프로그램 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주3일 이상	주 1-2일	주1일 미만	컴퓨터 비시청		조사 사례수	주3일 이상	주 1-2일	주1일 미만	컴퓨터 비시청
전체	41,926	2.9	5.1	1.9	90.1	강원	1,254	3.7	4.4	2.0	90.0
서울	8,106	3.1	5.4	2.0	89.5	충북	1,308	3.1	2.6	1.0	93.3
부산	2,843	1.7	3.4	1.4	93.4	충남	1,739	2.7	6.6	2.0	88.8
대구	2,020	4.3	10.9	3.0	81.8	전북	1,497	2.0	3.6	0.9	93.5
인천	2,372	4.9	5.2	1.1	88.7	전남	1,472	2.6	3.5	1.3	92.6
광주	1,210	1.6	2.9	1.5	94.0	경북	2,205	4.1	7.4	0.9	87.6
대전	1,240	3.4	5.9	0.6	90.1	경남	2,713	2.1	2.8	1.0	94.1
울산	936	3.0	3.1	1.1	92.8	제주	506	3.5	2.8	1.3	92.3
경기	10,297	2.5	5.1	3.0	89.3	세종	208	3.6	12.7	0.6	83.1

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 시청 빈도

- 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 빈도는 성별보다는 연령대에서 뚜렷한 차이를 보였음
- 20대 이하의 젊은 연령층에서 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 비율이 상대적으로 높게 나타나지만, 30대부터 연령대가 증가할수록 감소하는 경향을 보임

그림 4-3-7 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

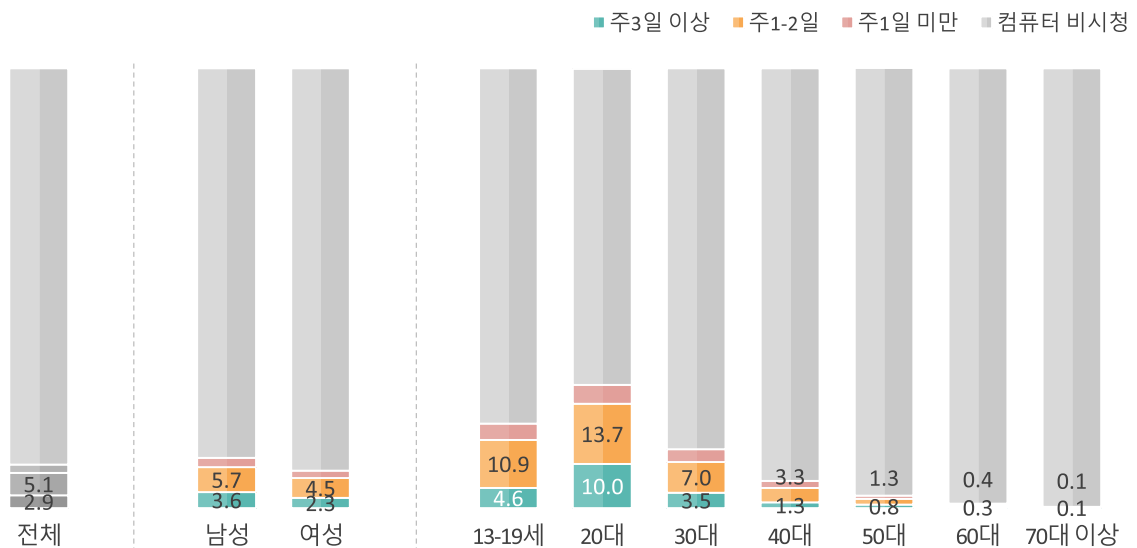


표 4-3-5 TV방송프로그램 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주3일 이상	주1-2일	주1일 미만	컴퓨터 비시청
전체	41,926	2.9	5.1	1.9	90.1
남성	20,947	3.6	5.7	2.1	88.6
여성	20,979	2.3	4.5	1.7	91.5

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 성별로는 여성(2.3%)에 비해 남성(3.6%)이 주 3일 이상 컴퓨터를 이용해 TV방송 프로그램을 시청하는 비율이 상대적으로 높았음
- 연령별로는 20대 응답자 100명 중 10명(10.0%)은 컴퓨터를 이용해 주 3일 이상 TV방송프로그램을 시청하는 것으로 나타남
 - 주 3일 이상 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 비율은 20대가 10.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 13-19세(4.6%), 30대(3.5%), 40대(1.3%) 순으로 높았음
 - 한편, 50대 연령층부터는 주 3일 이상 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 빈도가 크게 줄어 50대는 0.8%, 60대는 0.3%, 70대 이상의 연령층에서는 0.1%만이 주 3일 이상 컴퓨터를 이용해 TV프로그램을 시청하는 것으로 조사 됨

표 4-3-6 TV방송프로그램 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	주 3일 이상	주 1-2일	주 1일 미만	컴퓨터 비시청
전체	41,926	2.9	5.1	1.9	90.1
13-19세	3,605	4.6	10.9	3.7	80.8
20대	6,340	10.0	13.7	4.3	71.9
30대	6,946	3.5	7.0	2.9	86.6
40대	7,902	1.3	3.3	1.6	93.8
50대	7,722	0.8	1.3	0.7	97.3
60대	5,389	0.3	0.4	0.3	99.0
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.1	99.7

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

다 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

1) TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

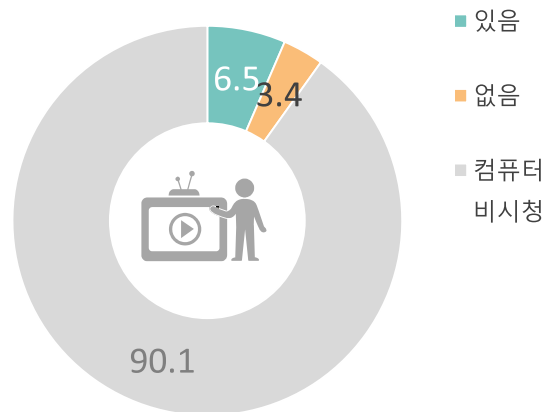
- 전체 응답자의 6.5%는 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 경험이 있는 것으로 나타남

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 17개 시도별로 보면, 스마트폰의 경우와 마찬가지로 대구(16.0%)에서 컴퓨터 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 응답자 비율이 가장 높았음
- 이어서 세종(13.1%), 경북(9.5%) 등의 순으로 TV방송프로그램 컴퓨터 다시보기 이용률이 높았음
- 반면, TV프로그램 컴퓨터 다시보기 이용률이 가장 낮은 지역은 제주(3.4%)로 평균(6.5%)의 절반 수준이었음

그림 4-3-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험

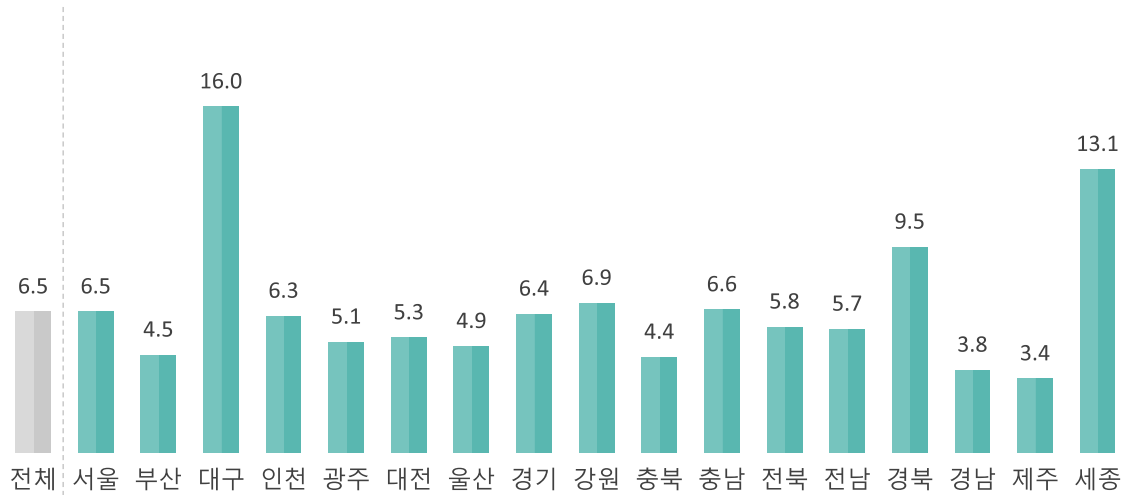
(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월내 시청 경험 기준

그림 4-3-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-3-7 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	컴퓨터 비시청		조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	컴퓨터 비시청
전체	41,926	6.5	3.4	90.1	강원	1,254	6.9	3.1	90.0
서울	8,106	6.5	4.0	74.2	충북	1,308	4.4	2.3	93.3
부산	2,843	4.5	2.1	79.7	충남	1,739	6.6	4.6	88.8
대구	2,020	16.0	2.3	54.9	전북	1,497	5.8	0.7	93.5
인천	2,372	6.3	5.0	76.4	전남	1,472	5.7	1.8	92.6
광주	1,210	5.1	0.8	70.5	경북	2,205	9.5	2.9	87.6
대전	1,240	5.3	4.6	69.4	경남	2,713	3.8	2.1	94.1
울산	936	4.9	2.3	71.8	제주	506	3.4	4.3	92.3
경기	10,297	6.4	4.3	77.8	세종	208	13.1	3.8	83.1

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부

- 전체 응답자 기준, 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 비율은 성별 간, 연령 간 다소 차이가 있었음
- 성별로 보면 여성(5.7%)보다는 남성(7.4%)의 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 비율이 1.7%p 차이로 다소 높았음
- 연령별로는 TV방송프로그램 컴퓨터 다시보기 시청 비율이 20대에서 19.6%로 가장 높게 나타남
- 20대 이하에서는 컴퓨터를 이용한 TV프로그램 다시보기 시청 경험이 전 연령층 가운데 가장 높으나 30대 이후부터 시청 비율이 급격히 감소세를 보였음

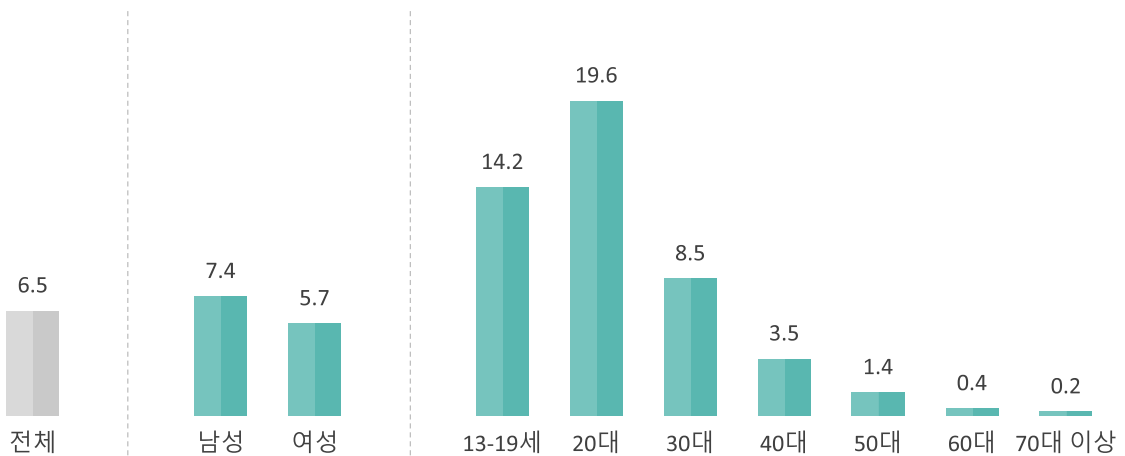
표 4-3-8 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	컴퓨터 비시청
전체	41,926	6.5	3.4	90.1
남성	20,947	7.4	4.0	88.6
여성	20,979	5.7	2.8	91.5

그림 4-3-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-3-9 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	컴퓨터 비시청
전체	41,926	6.5	3.4	90.1
13-19세	3,605	14.2	5.0	80.8
20대	6,340	19.6	8.5	71.9
30대	6,946	8.5	4.9	86.6
40대	7,902	3.5	2.7	93.8
50대	7,722	1.4	1.3	97.3
60대	5,389	0.4	0.6	99.0
70대 이상	4,021	0.2	0.1	99.7

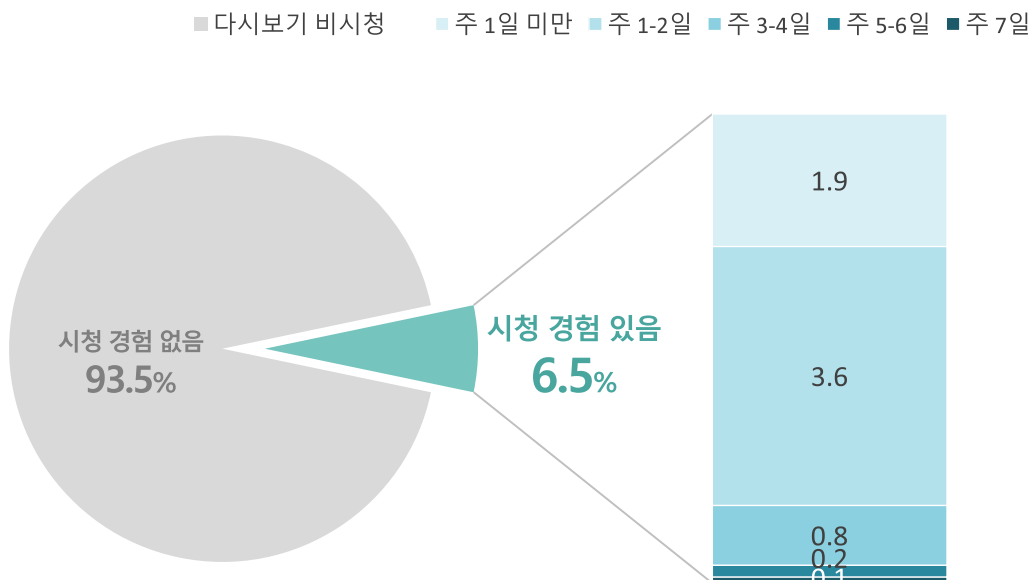
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

2) TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 최근 1개월 내 전체 응답자의 6.5%가 컴퓨터를 이용하여 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 가운데 컴퓨터로 주 1-2일 TV방송프로그램 다시보기를 시청한다는 응답자는 전체의 3.6%로 가장 많은 비중을 차지했음
 - 다음으로 주 1일 미만(1.9%)이 두 번째로 많은 비중을 차지했음
 - 주 3-4일, 주 5-6일, 주 7일의 경우 각각 1% 미만으로 낮은 수치를 보였음
- 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 경험이 없는 응답자 93.5%에는 최근 1개월 간 컴퓨터를 통해 어떠한 TV방송프로그램도 시청하지 않았다는 응답자와 컴퓨터로 실시간 TV방송프로그램을 시청한 경험이 있으나 다시보기는 시청하지 않은 응답자가 모두 포함되어 있으므로 해석에 주의가 필요함

그림 4-3-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 주 1-2일 TV방송프로그램 다시보기를 시청한 경험이 있다고 응답한 비율이 가장 높은 지역은 대구(8.2%)였음
- 그 다음으로 세종(7.5%), 경북(6.0%) 순으로 주 1-2일 컴퓨터를 이용한 TV방송 프로그램 다시보기 시청 비율이 높았음
- 반면, 제주(1.3%), 경남(2.2%), 부산(2.2%) 지역은 주 1-2일 시청 비율이 타 지역에 비해 특히 낮았음

그림 4-3-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

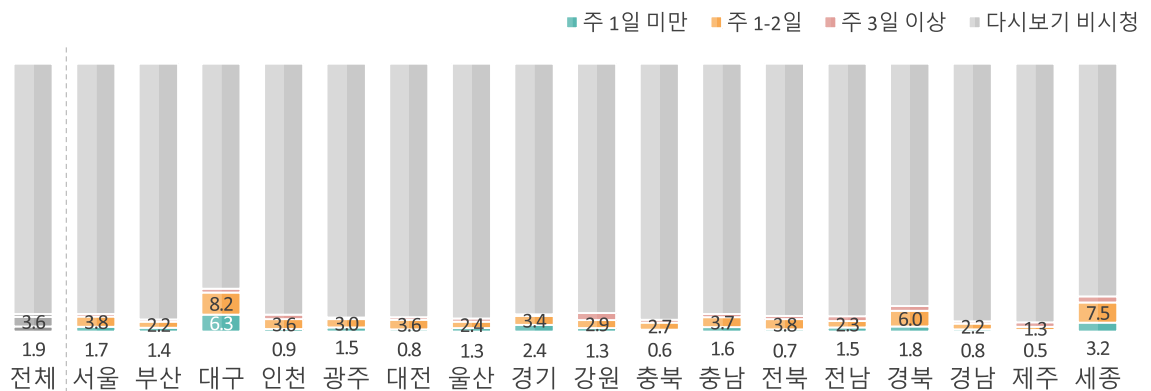


표 4-3-10 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청		조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	1.9	3.6	1.1	93.5	강원	1,254	1.3	2.9	2.7	93.1
서울	8,106	1.7	3.8	1.0	93.5	충북	1,308	0.6	2.7	1.1	95.6
부산	2,843	1.4	2.2	0.9	95.5	충남	1,739	1.6	3.7	1.3	93.4
대구	2,020	6.3	8.2	1.5	84.0	전북	1,497	0.7	3.8	1.3	94.2
인천	2,372	0.9	3.6	1.7	93.7	전남	1,472	1.5	2.3	1.8	94.3
광주	1,210	1.5	3.0	0.6	94.9	경북	2,205	1.8	6.0	1.7	90.5
대전	1,240	0.8	3.6	0.9	94.7	경남	2,713	0.8	2.2	0.8	96.2
울산	936	1.3	2.4	1.2	95.1	제주	506	0.5	1.3	1.6	96.6
경기	10,297	2.4	3.4	0.6	93.6	세종	208	3.2	7.5	2.3	86.9

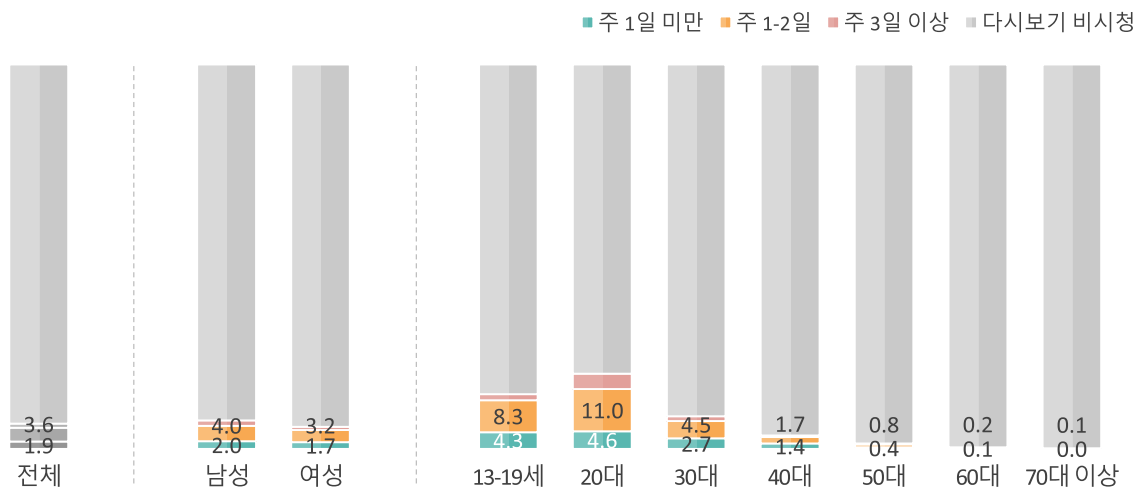
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도

- TV방송프로그램 컴퓨터 다시보기를 시청한 빈도는 남녀 간에는 비교적 유사한 형태를 보였으나, 연령별로는 다소 차이가 있었음
- 연령별로는 컴퓨터를 이용해 주 1-2일 가량 TV방송프로그램 다시보기를 시청하는 응답자의 비율은 20대(11.0%)에서 가장 높았고, 30대부터 그 비율이 급격히 감소하는 것으로 조사됨
 - 20대 다음으로는 13-19세(8.3%), 30대(4.5%)에서 컴퓨터를 이용해 주 1-2일 TV방송프로그램 다시보기를 시청하는 비율이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높았음
- 30대 이상의 연령층에서 컴퓨터를 이용해 실시간과 다시보기를 포함한 모든 TV방송프로그램 시청을 하지 않는 비율이 90% 이상인 가운데, 주 1-2일 다시보기 시청자의 비율은 4.5% 수준이었음
 - 특히 50대 이상의 컴퓨터 이용 주 1-2일 다시보기 시청자 1% 미만으로 낮은 비율을 보임(50대 0.8%, 60대 0.2%, 70대 이상 0.1%)

그림 4-3-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-3-11 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	1.9	3.6	1.1	93.5
남성	20,947	2.0	4.0	1.4	92.6
여성	20,979	1.7	3.2	0.8	94.3

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 4-3-12 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	주 1일 미만	주 1-2일	주 3일 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	1.9	3.6	1.1	93.5
13-19세	3,605	4.3	8.3	1.5	85.8
20대	6,340	4.6	11.0	4.0	80.4
30대	6,946	2.7	4.5	1.3	91.5
40대	7,902	1.4	1.7	0.4	96.5
50대	7,722	0.4	0.8	0.2	98.6
60대	5,389	0.1	0.2	0.1	99.6
70대 이상	4,021	0.0	0.1	0.0	99.8

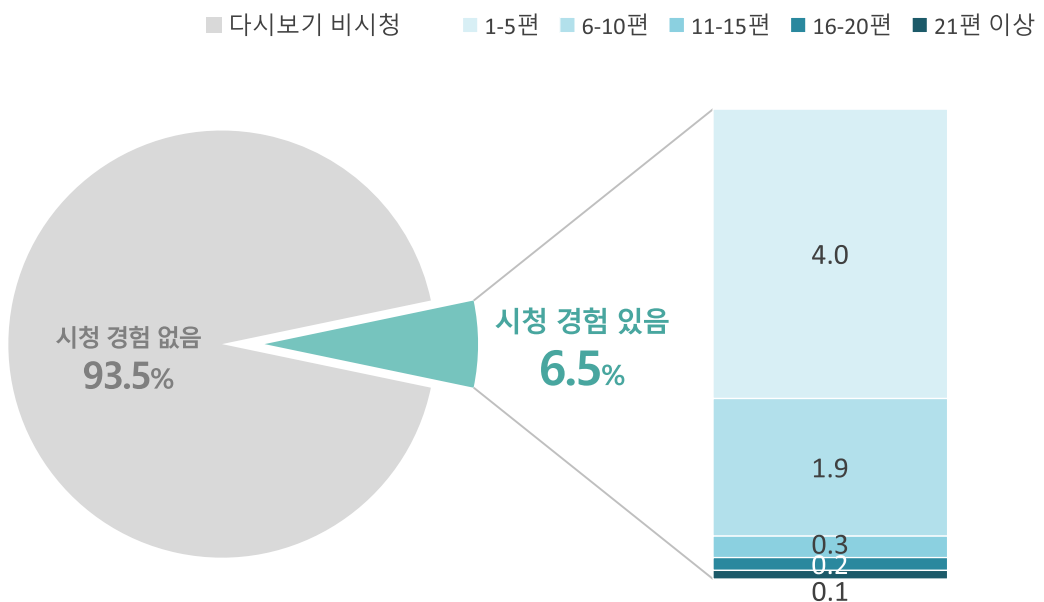
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

3) TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 최근 1개월 동안 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 시청했다는 응답자 6.5% 중 상당수가 1-10편의 프로그램을 본 것으로 나타남
 - 구체적으로는 1-5편 4.0%, 6-10편 1.9% 등의 순이었음
- 11편 이상 시청한 응답자는 전체의 1% 미만이었음(11-15편 0.3%, 16-20편 0.2%, 21편 이상 0.1%)
- 시청 경험 없는 93.5%의 응답자에는 컴퓨터를 통해 어떠한 TV방송프로그램도 시청하지 않은 경우와 다시보기를 제외한 실시간 TV방송프로그램만 시청한 경우가 모두 포함되어 있음

그림 4-3-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수

- 최근 1개월 동안 데스크탑, 노트북, 넷북을 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 1-5편 시청한 응답자 비율은 대구(11.1%)와 세종(9.5%)이 가장 높음
- 그 다음으로 경북(4.9%), 충남(4.9%)이 다른 지역에 비해 1-5편의 TV방송프로그램 다시보기를 컴퓨터로 시청한 비율이 상대적으로 높은 것으로 조사됨
- 반면, 전북(1.2%)의 경우 컴퓨터로 TV방송프로그램 다시보기를 1-5편 시청한 비율이 타 지역에 비해 특히 낮은 수준이었음

그림 4-3-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

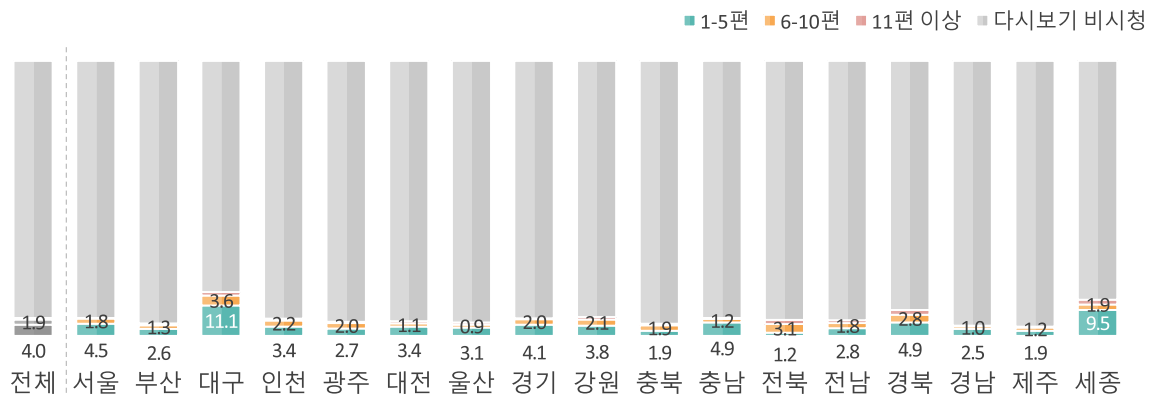


표 4-3-13 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청		조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	4.0	1.9	0.6	93.5	강원	1,254	3.8	2.1	1.0	93.1
서울	8,106	4.5	1.8	0.2	93.5	충북	1,308	1.9	1.9	0.6	95.6
부산	2,843	2.6	1.3	0.7	95.5	충남	1,739	4.9	1.2	0.4	93.4
대구	2,020	11.1	3.6	1.4	84.0	전북	1,497	1.2	3.1	1.5	94.2
인천	2,372	3.4	2.2	0.6	93.7	전남	1,472	2.8	1.8	1.0	94.3
광주	1,210	2.7	2.0	0.4	94.9	경북	2,205	4.9	2.8	1.8	90.5
대전	1,240	3.4	1.1	0.8	94.7	경남	2,713	2.5	1.0	0.2	96.2
울산	936	3.1	0.9	0.9	95.1	제주	506	1.9	1.2	0.3	96.6
경기	10,297	4.1	2.0	0.3	93.6	세종	208	9.5	1.9	1.8	86.9

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 편수

- 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도는 성별 간, 연령대 간 유의미한 차이는 없었으며 대체로 유사한 형태를 보였음
- 남성과 여성 모두 최근 1개월 내 컴퓨터로 시청한 TV방송프로그램 다시보기 편수는 1-5편이 가장 많았고, 다음으로 6-10편, 11편 이상 순이었음
 - 단, 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 다시보기를 1-5편 시청한 비율은 남성이 여성에 비해 0.9%p 높았음

그림 4-3-16 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : %)

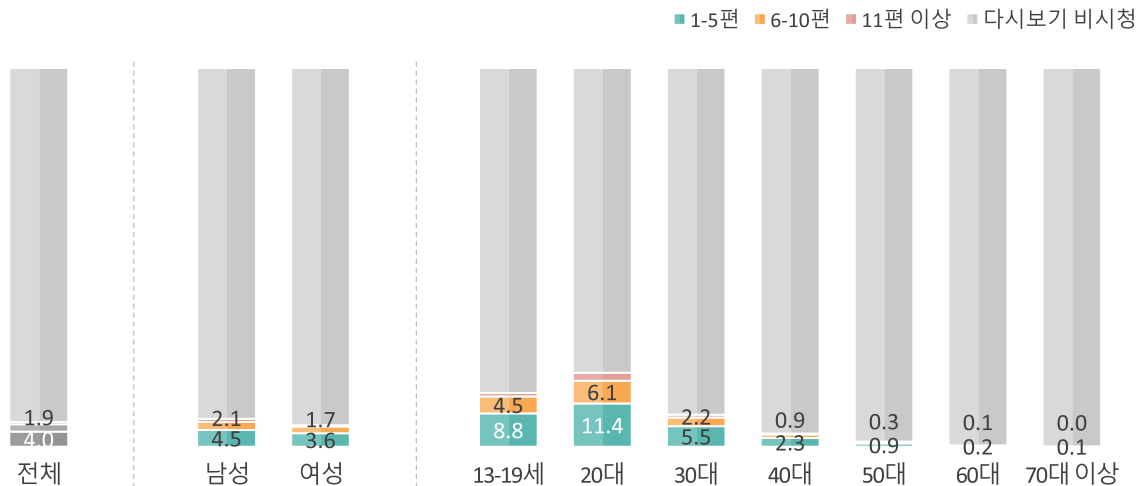


표 4-3-14 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	4.0	1.9	0.6	93.5
남성	20,947	4.5	2.1	0.8	92.6
여성	20,979	3.6	1.7	0.4	94.3

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 연령별로는 성별과 마찬가지로 모든 연령층에서 컴퓨터로 TV방송프로그램 다시보기를 1-5편 시청했다는 응답이 가장 많았고, 다음으로 6-10편, 11편 이상 순이었음

표 4-3-15 TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	1-5편	6-10편	11편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	4.0	1.9	0.6	93.5
13-19세	3,605	8.8	4.5	0.9	85.8
20대	6,340	11.4	6.1	2.1	80.4
30대	6,946	5.5	2.2	0.8	91.5
40대	7,902	2.3	0.9	0.2	96.5
50대	7,722	0.9	0.3	0.1	98.6
60대	5,389	0.2	0.1	0.1	99.6
70대 이상	4,021	0.1	0.0	0.0	99.8

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

02 PART

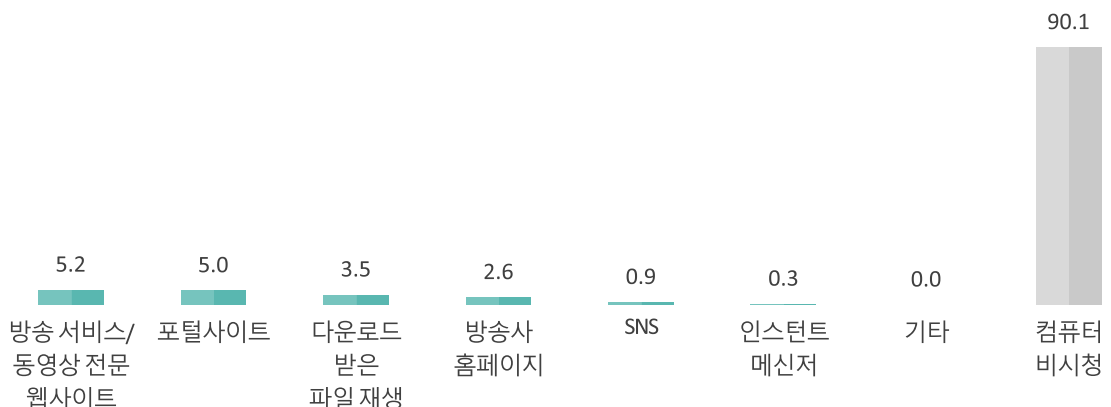
TV방송프로그램 시청 경로 및 장르

가 TV방송프로그램 시청 방법 [중복응답]

- 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하지 않는다는 응답자가 90.1%로 가장 많은 가운데, 컴퓨터에서 TV방송프로그램을 시청하는 방법으로는 방송서비스/동영상 전문 웹사이트를 이용한다는 응답이 가장 많았음
 - 전체 응답자의 5.2%는 컴퓨터에서 방송서비스/동영상 전문 웹사이트(유튜브 등)를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다고 응답함
 - 그 다음으로는 포털사이트를 꼽은 응답자가 5.0%로 많았으며, 다운로드 받은 파일재생(3.5%), 방송사 홈페이지(2.6%), SNS(0.9%), 인스턴트 메신저(0.3%) 순으로 높았음
- 컴퓨터를 통해 전통적인 방식인 다운로드 받은 파일을 재생(3.5%)하기보다는 방송서비스/동영상 전문사이트(유튜브 등)(5.2%)와 포털사이트(5.0%)를 이용해 스트리밍 방식으로 TV방송프로그램을 시청하는 경우가 더 많은 것으로 나타남

그림 4-3-17 TV방송프로그램 시청 방법

(n=전체 조사대상 개인 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 성·연령별 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 방법

- 남녀 간에 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 방법에는 큰 차이를 보이지 않았음
- 남녀 모두 컴퓨터에서는 방송서비스/동영상전문 사이트를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다는 응답이 각각 5.9%, 4.6%로 가장 많았으며, 그 다음으로 포털사이트(남성 5.9%, 여성 4.1%), 다운로드 파일 재생(남성 3.7%, 여성 3.3%) 순으로 높은 응답 빈도를 보였음

그림 4-3-18 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

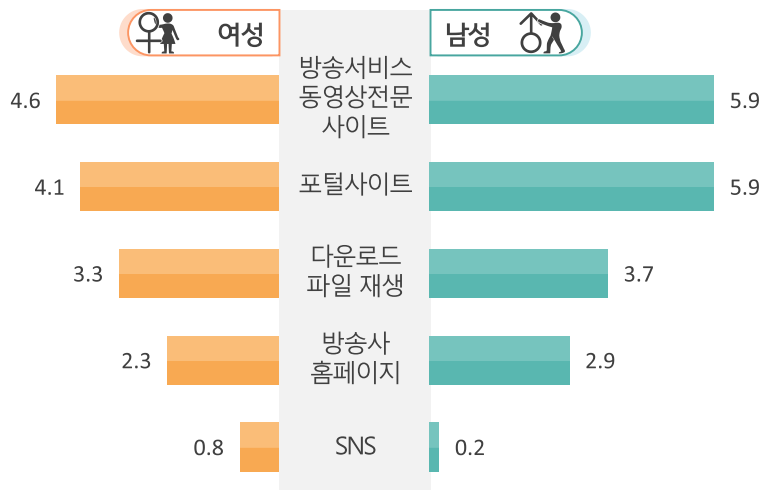


표 4-3-16 TV방송프로그램 시청 방법 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	방송서비스 동영상전문 웹사이트	포털사이트	다운로드 파일재생	방송사 홈페이지	SNS	인스턴트 메신저	기타	컴퓨터 비시청
전체	41,926	5.2	5.0	3.5	2.6	0.9	0.3	0.0	90.1
남성	20,947	5.9	5.9	3.7	2.9	0.9	0.2	0.0	88.6
여성	20,979	4.6	4.1	3.3	2.3	0.8	0.3	0.0	91.5

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 연령별로 컴퓨터를 이용하여 TV방송프로그램을 시청하는 방법에 다소 차이가 있었음
 - 13-19세, 20대, 30대 연령층에서는 방송서비스/동영상전문 웹사이트(유튜브 등)를 이용해 TV방송프로그램을 시청한다는 응답이 가장 많았으나, 30대 이상 연령층에서는 포털사이트라는 응답이 많았음
 - 60대 이상의 연령층에서는 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 시청 방법에 있어 다운로드 파일 재생이나 SNS를 이용하지 않는 경향이 있는 것으로 나타남

그림 4-3-19 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별 상위 5개

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : %)

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
13-19세 	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 11.6%	 포털사이트 9.6%	 다운로드 파일 재생 6.9%	 방송사 홈페이지 4.8%	 SNS 2.2%
20대 	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 15.5%	 포털사이트 13.8%	 다운로드 파일 재생 11.7%	 방송사 홈페이지 6.0%	 SNS 3.4%
30대 	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 6.9%	 포털사이트 6.5%	 다운로드 파일 재생 4.8%	 방송사 홈페이지 4.1%	 SNS 0.6%
40대 	 포털사이트 3.1%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 2.8%	 방송사 홈페이지 2.2%	 다운로드 파일 재생 1.3%	 SNS 0.2%
50대 	 포털사이트 1.7%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 0.9%	 방송사 홈페이지 0.7%	 다운로드 파일 재생 0.6%	 SNS 0.1%
60대 	 포털사이트 0.7%	 방송서비스/동영상 전문 웹사이트 0.4%	 방송사 홈페이지 0.4%	-	-

* 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청하는 70대 이상 응답자는 유효표본이 적어 별도로 표기하지 않음

표 4-3-17 TV방송프로그램 시청 방법 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	방송서비스 동영상전문 웹사이트	포털사이트	다운로드 파일재생	방송사 홈페이지	SNS	인스턴트 메신저	기타	컴퓨터 비시청
전체	41,926	5.2	5.0	3.5	2.6	0.9	0.3	0.0	90.1
13-19세	3,605	11.6	9.6	6.9	4.8	2.2	1.0	0.0	80.8
20대	6,340	15.5	13.8	11.7	6.0	3.4	0.6	0.2	71.9
30대	6,946	6.9	6.5	4.8	4.1	0.6	0.2	0.0	86.6
40대	7,902	2.8	3.1	1.3	2.2	0.2	0.2	0.0	93.8
50대	7,722	0.9	1.7	0.6	0.7	0.1	0.1	0.0	97.3
60대	5,389	0.4	0.7	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	99.0
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	99.7

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

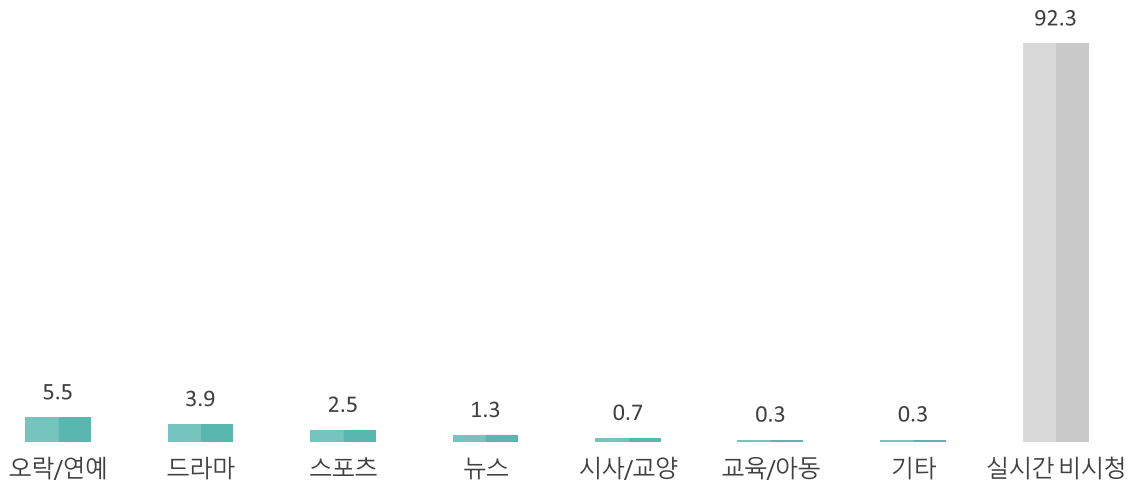
- 상대적으로 컴퓨터 이용에 익숙하지 않은 고연령층일수록 다운로드 파일을 재생하거나 SNS를 통해 공유하기보다는 방송사 홈페이지나 포털사이트에 보다 의존하는 경향을 보임

나 컴퓨터를 이용한 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 [중복응답]

- 전체 응답자의 92.3%는 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 시청한 적이 없다고 응답한 가운데, 컴퓨터를 이용해 실시간으로 TV방송프로그램을 보는 경우에는 오락/연예, 드라마 장르를 주로 시청하는 것으로 나타남
 - 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 실시간으로 시청하는 응답자 중에서는 오락/연예 프로그램을 시청한다는 응답자가 5.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 드라마가 3.9%, 스포츠가 2.5%, 뉴스 1.3% 순으로 나타남
 - 컴퓨터를 이용해 실시간 시청하는 TV방송프로그램 장르는 스마트폰을 이용하는 경우와 큰 차이를 보이지 않았음

그림 4-3-20 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 컴퓨터를 이용한 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

- 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램을 실시간 시청할 때에 주로 시청하는 프로그램 장르에는 남녀 간에 다소 차이를 보였음
 - 남성은 컴퓨터를 이용해 오락/연예(5.9%), 스포츠(4.5%), 드라마(3.1%), 뉴스(2.0%) 순으로 시청하는 경우가 많았는데, 이는 남성의 스마트폰을 이용한 실시간 시청 장르와 유사한 순위였음
 - 여성 역시 오락/연예(5.1%)를 가장 많이 시청하고 있었으며, 그 다음으로 드라마(4.7%), 뉴스(0.7%) 순이었음
- 오락/연예 장르는 성별을 가리지 않고 가장 많이 시청하는 반면, 남성은 스포츠를, 여성은 드라마를 상대적으로 더 시청하는 경향이 보임

그림 4-3-21 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

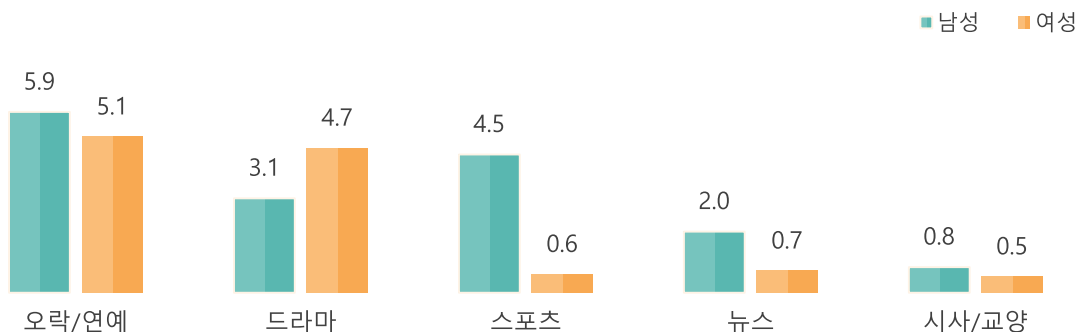


표 4-3-18 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	5.5	3.9	2.5	1.3	0.7	0.3	0.3	92.3
남성	20,947	5.9	3.1	4.5	2.0	0.8	0.2	0.4	91.1
여성	20,979	5.1	4.7	0.6	0.7	0.5	0.3	0.2	93.5

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* 실시간 비시청은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 컴퓨터를 이용한 실시간 TV방송프로그램 시청 장르

- 60대와 70대 이상을 제외한 모든 연령대에서 컴퓨터를 통해 오락/연예 장르를 가장 많이 실시간으로 시청하는 것으로 나타남
 - 20대의 17.1%는 컴퓨터를 통해 오락/연예 장르를 시청하는 반면, 40대는 2.6%, 50대는 0.8%만이 시청하는 것으로 나타남

그림 4-3-22 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

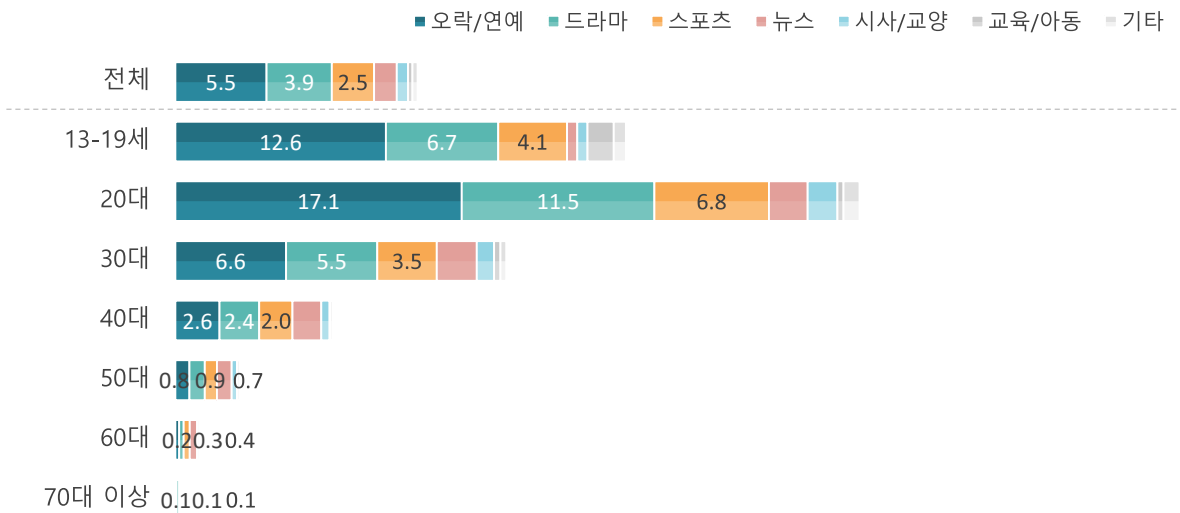


표 4-3-19 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

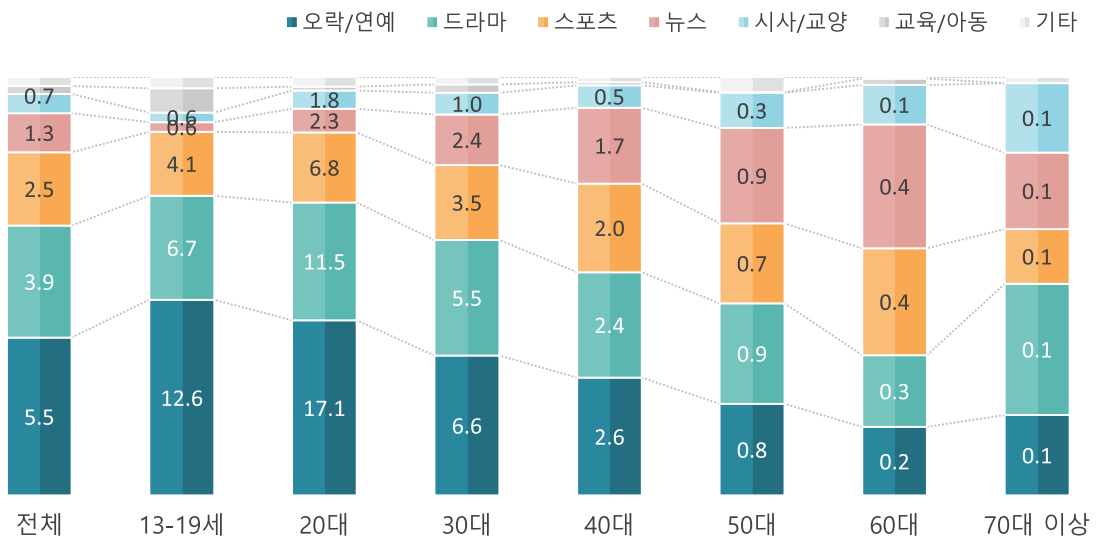
	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/교양	교육/아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	5.5	3.9	2.5	1.3	0.7	0.3	0.3	92.3
13-19세	3,605	12.6	6.7	4.1	0.6	0.6	1.6	0.7	85.4
20대	6,340	17.1	11.5	6.8	2.3	1.8	0.4	0.9	78.2
30대	6,946	6.6	5.5	3.5	2.4	1.0	0.4	0.3	89.7
40대	7,902	2.6	2.4	2.0	1.7	0.5	0.1	0.1	95.0
50대	7,722	0.8	0.9	0.7	0.9	0.3	0.0	0.1	97.8
60대	5,389	0.2	0.3	0.4	0.4	0.1	0.0	0.0	99.2
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	99.7

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '실시간 비시청'은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 실시간 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 한편, 각 연령대 내에서 컴퓨터를 이용해 시청하는 실시간 TV방송프로그램의 장르 구성 비율을 살펴 보면, 스마트폰 시청 장르와 마찬가지로 연령대가 높아질수록 오락/연예 장르 시청 비율은 줄어드는 반면, 뉴스 시청 비율은 증가하는 경향을 보임
 - 드라마 장르의 상대적 시청 비율은 모든 연령대에서 비교적 고르게 나타난 반면, 오락/연예 장르는 연령대가 증가할수록 각 연령대 내에서의 시청 비율이 감소하는 경향을 보임
 - 반면, 연령대가 높아질수록 스포츠, 뉴스, 시사/교양 장르의 상대적 시청 비율이 증가하는 경향을 보임

그림 4-3-23 실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



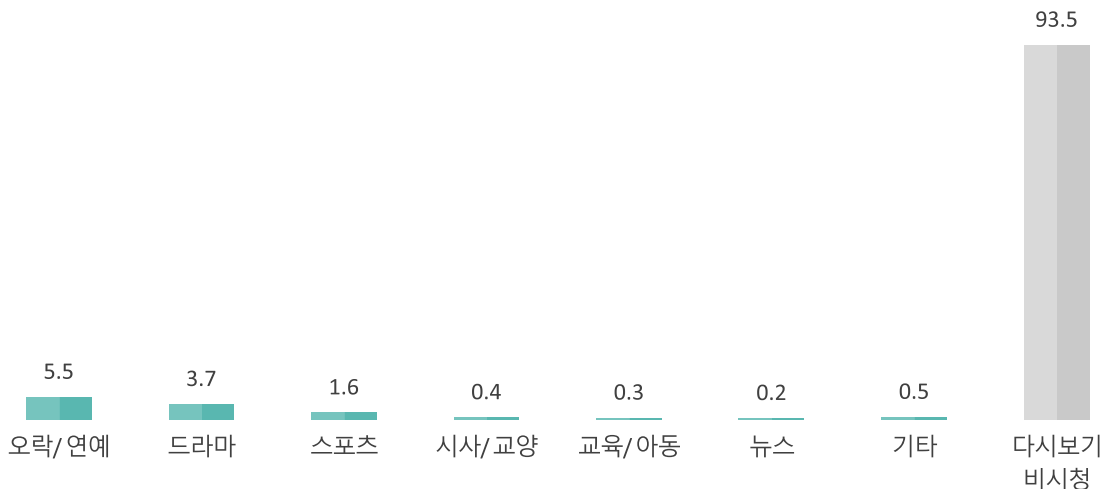
*위 그래프는 각 연령대의 전체 컴퓨터 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

다 컴퓨터를 이용한 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 [중복응답]

- 전체 응답자 중 6.5%만이 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청하는 가운데, 컴퓨터를 이용해 많이 보는 다시보기 TV방송프로그램 장르는 오락/연예, 드라마, 스포츠, 시사/교양 순으로 나타남
 - 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청하는 응답자 중에서는 오락/연예 프로그램을 시청한다는 응답 비율은 5.5%로 타 장르 대비 가장 높으며, 그 다음으로는 드라마가 3.7%, 스포츠가 1.6%, 시사/교양 0.4% 순으로 나타남
 - 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청 시 뉴스에 대한 시청 비율은 0.2%로, 타 채널(TV수상기 및 스마트폰) 또는 컴퓨터 이용 실시간 TV방송프로그램 시청 경우와 비교했을 때 다소 떨어지는 것으로 조사됨

그림 4-3-24 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 성별 컴퓨터를 이용한 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

- 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청할 경우, 성별에 따른 시청 프로그램 장르의 차이가 나타남
 - 남성은 컴퓨터를 이용해 다시보기로 오락/연예(6.0%), 드라마(3.1%), 스포츠(2.8%) 순으로 시청함
 - 여성의 응답 비율이 많은 순서는 남성의 응답 순서와 같지만 드라마 장르에 대한 시청 비율은 4.3%로 남성(3.1%)보다 1.2%p 높음. 또한 스포츠 장르에 대한 응답 비율은 남성(2.8%)보다 2.5%p 낮은 0.3%로 조사됨

그림 4-3-25 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

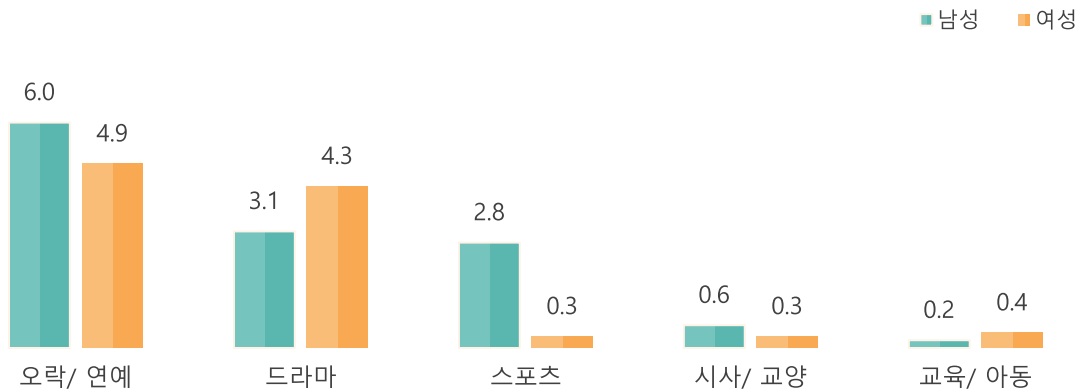


표 4-3-20 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	시사/교양	교육/아동	뉴스	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	5.5	3.7	1.6	0.4	0.3	0.2	0.5	93.5
남성	20,947	6.0	3.1	2.8	0.6	0.2	0.3	0.7	92.6
여성	20,979	4.9	4.3	0.3	0.3	0.4	0.1	0.4	94.3

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

□ 연령별 컴퓨터를 이용한 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르

- 고연령층 일수록 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청하는 경우가 적어 연령대별 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르에 대한 차이를 구분하기가 어려운 경향이 있음
- 다만 13-19세, 20대, 30대의 경우를 살펴보면 오락/연예에 대한 응답 비율이 가장 높고 드라마와 스포츠가 그 뒤를 이음

그림 4-3-26 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

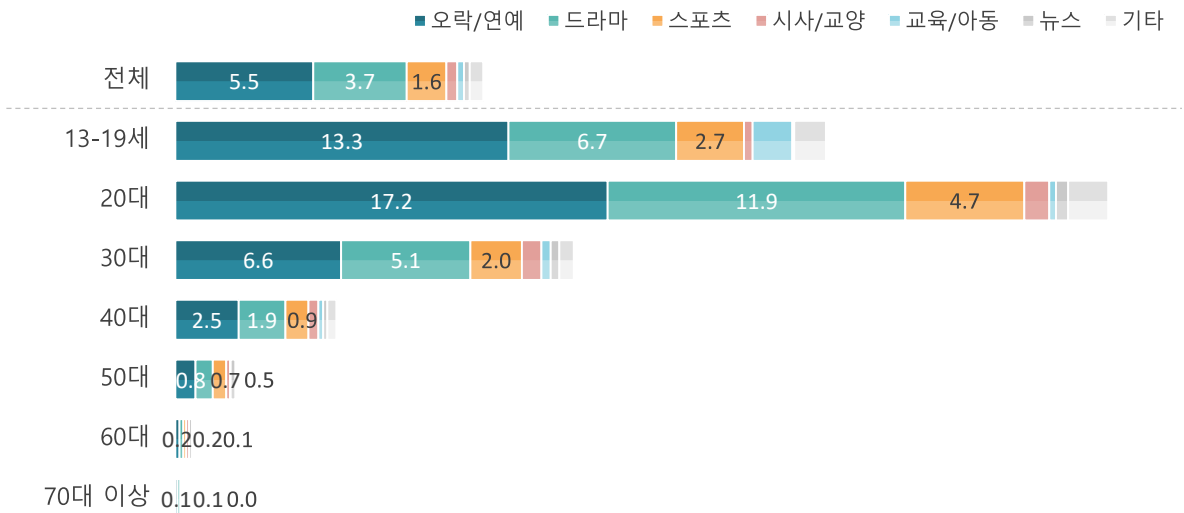


표 4-3-21 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

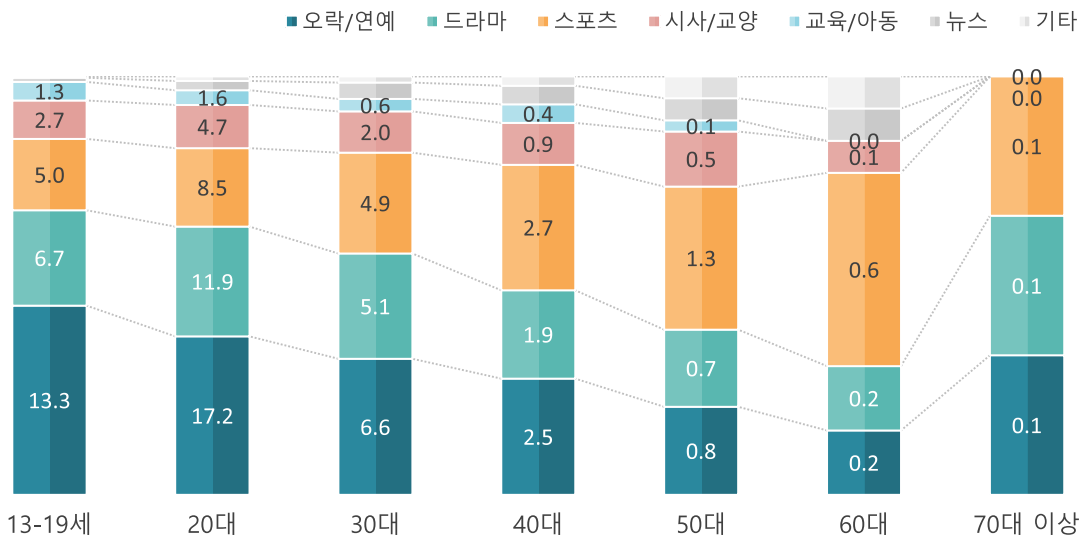
	조사 사례수	오락/연예	드라마	스포츠	시사/교양	교육/아동	뉴스	기타	다시보기 비시청
전체	41,926	5.5	3.7	1.6	0.4	0.3	0.2	0.5	93.5
13-19세	3,605	13.3	6.7	2.7	0.3	1.6	0.1	1.3	85.8
20대	6,340	17.2	11.9	4.7	1.0	0.3	0.5	1.6	80.4
30대	6,946	6.6	5.1	2.0	0.8	0.4	0.3	0.6	91.5
40대	7,902	2.5	1.9	0.9	0.4	0.2	0.2	0.4	96.5
50대	7,722	0.8	0.7	0.5	0.2	0.0	0.2	0.1	98.6
60대	5,389	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	99.6
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

* '다시보기 비시청'은 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램을 시청하지 않는 경우와, 시청하지만 다시보기 방송을 시청하지 않는 경우를 모두 포함함

- 한편, 각 연령대 내에서 컴퓨터를 이용한 다시보기 TV방송프로그램의 시청 장르 구성 비율을 살펴 보면, 연령대가 높아질수록 오락/연예 장르 시청 비율은 줄어드는 반면, 스포츠 시청 비율은 증가하는 경향을 보임
 - 타 채널을 이용한 다시보기 TV방송프로그램 시청, 또는 실시간 TV방송프로그램 시청과 비교해볼 때 컴퓨터를 이용해 다시보기 TV방송프로그램을 시청한 응답자들 사이에서는 뉴스에 대한 시청 응답 비율이 적은 편이었음
 - 70대 연령층의 다시보기 TV방송프로그램 장르 구성 비율은 오락/연예, 드라마, 스포츠의 응답 비율이 같지만 사례수가 매우 적어 해석에 주의해야 함

그림 4-3-27 다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 컴퓨터 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

V

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

TV방송프로그램 외 동영상 시청 및 라디오 청취 행태

1장 TV방송프로그램
이외의 동영상
시청 행태

2장 라디오 청취 행태

01 PART

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 및 시청시간

가 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 여부

- 전체 응답자 46.1%는 최근 1개월 내 영화나 개인방송 등 TV방송프로그램 이외의 각종 동영상을 시청한 경험이 있다고 응답함
- 반면, 응답자의 과반인 53.9%는 최근 1개월 내에 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청한 경험이 없는 것으로 조사됨

그림 5-1-1 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

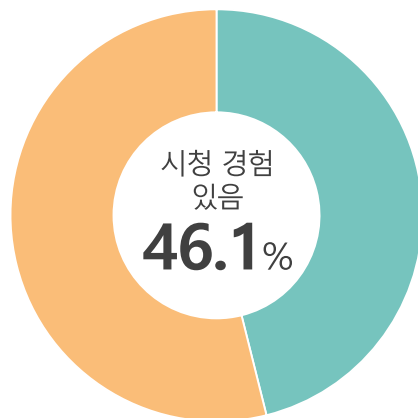
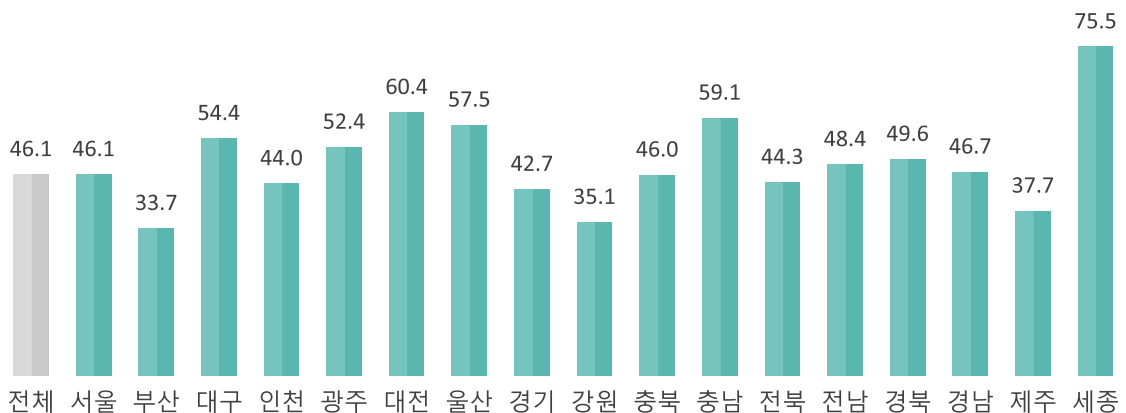


그림 5-1-2 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부

- 지역별로는 세종이 75.5%로 다른 시도 지역에 비해 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청한 비율이 특히 높았음
- 다음으로, 대전(60.4%), 충남(59.1%), 울산(57.5%), 대구(54.4%)에서 최근 1개월 내 TV프로그램 이외의 동영상을 시청 했다는 응답의 비율은 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 반면, 부산(33.7%), 강원(35.1%), 제주(37.7%)에서는 최근 1개월 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청 했다고 응답한 비율이 40% 이하로 다른 지역에 비해 상대적으로 낮았음

□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부

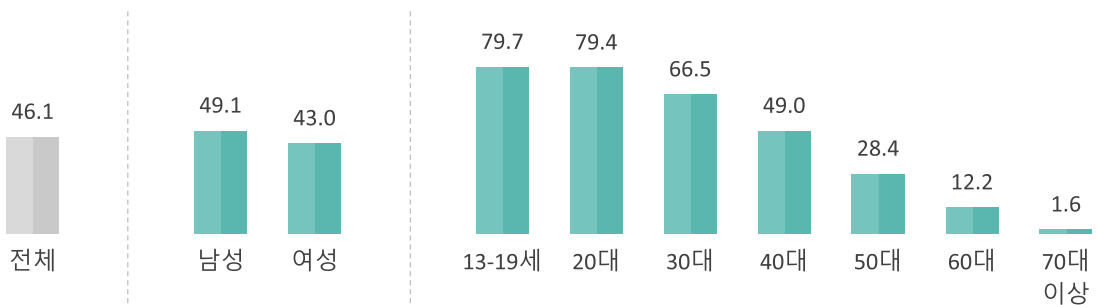
- 최근 1개월 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청 했다는 응답자의 비율은 성별·연령별로 다소 차이가 있는 것으로 조사됨

표 5-1-1 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 성별
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	시청 경험 있음	시청 경험 없음
전체	41,926	46.1	53.9
남성	20,947	49.1	50.9
여성	20,979	43.0	57.0

그림 5-1-3 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 성별로는 남성의 TV방송프로그램 이외 동영상 시청 비율이 49.1%로 여성(43.0%)에 비해 6.1%p 높은 것으로 나타남
- 연령별로는 연령대가 높아질수록 최근 1개월 내 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 비율이 낮아지는 경향을 보임
 - 20대 이하 연령층의 최근 1개월 내 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 비율이 모든 연령대 가운데 가장 높았음(13-19세 79.7%, 20대 79.4%)
 - 이후 연령대가 높아질수록 TV방송프로그램 시청률은 감소하여, 30대는 66.5%, 40대는 49.0%, 50대는 28.4%, 60대는 12.2%로 나타났으며, 70대 이상에서는 1.6%만이 최근 1개월 내 TV방송프로그램이 아닌 기타 동영상을 시청한 경험이 있다고 응답함

표 5-1-2 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 여부 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	시청 경험 있음	시청 경험 없음
전체	41,926	46.1	53.9
13-19세	3,605	79.7	20.3
20대	6,340	79.4	20.6
30대	6,946	66.5	33.5
40대	7,902	49.0	51.0
50대	7,722	28.4	71.6
60대	5,389	12.2	87.8
70대 이상	4,021	1.6	98.4

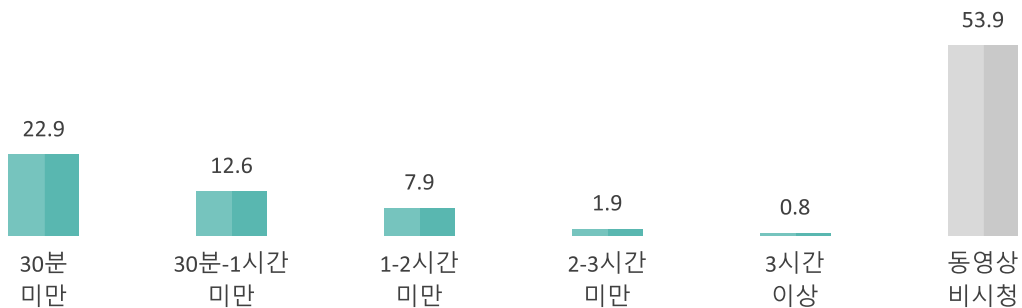
* 최근 1개월 내 이용 경험 기준

나 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 시간

- 최근 1주일 간 컴퓨터 및 스마트기기로 TV방송프로그램 이외의 영상을 하루 평균 몇 분 정도 시청했는지 묻은 결과, 가장 많은 응답자가 30분 미만(22.9%)이라고 답했음
- 전체 응답자 기준으로 TV프로그램 이외 동영상의 시청 시간은 30분-1시간 미만이 12.6%, 1-2시간 미만이 7.9%, 2-3시간 미만이 1.9% 순으로 나타났음

그림 5-1-4 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 지역별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 시간

- TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 시간을 지역별로 살펴보면 30분 미만 시청하는 응답자의 비율은 대구(39.3%)와 세종(38.3%)에서 가장 높았음
 - 뒤를 이어 울산(35.2%), 경북(33.5%), 광주(31.7%) 순으로 지난 1주간 TV방송 프로그램 외 동영상을 시청한 시간은 30분 미만이 가장 높은 것으로 조사됨
- 반면, 제주(11.0%), 강원(13.8%), 충북(17.0%)에서의 TV방송프로그램 이외의 동영상 30분 미만 시청 비율은 타 지역에 비해 특히 낮았음

그림 5-1-5 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간: 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

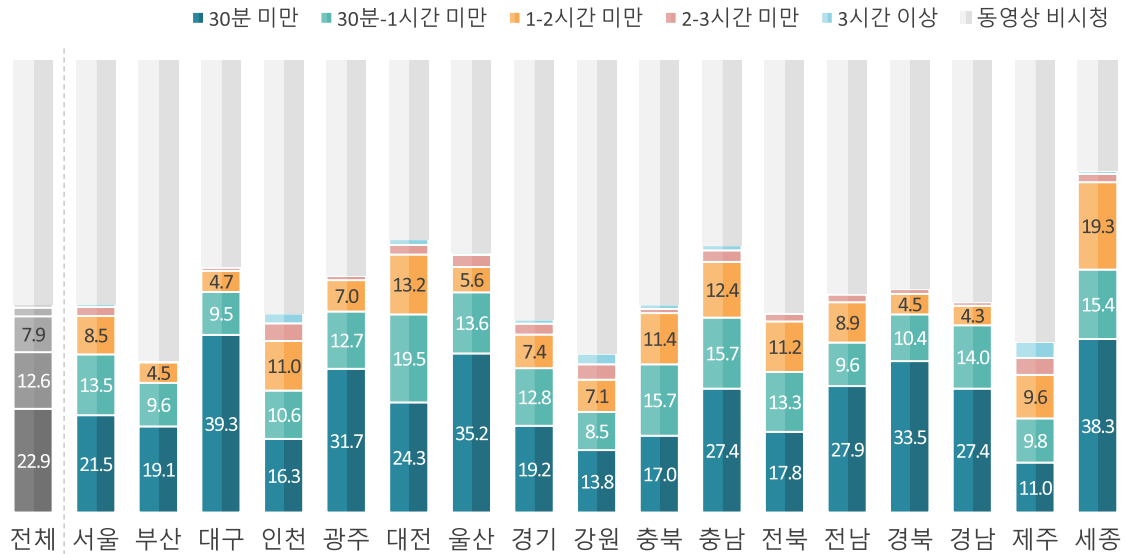


표 5-1-3 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간: 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	30분 미만	30분- 1시간 미만	1- 2시간 미만	2- 3시간 미만	3시간 이상	동영상 비시청		조사 사례수	30분 미만	30분- 1시간 미만	1- 2시간 미만	2- 3시간 미만	3시간 이상	동영상 비시청
전체	41,926	22.9	12.6	7.9	1.9	0.8	53.9	강원	8,106	13.8	8.5	7.1	3.4	2.4	64.9
서울	8,106	21.5	13.5	8.5	2.0	0.6	53.9	충북	2,843	17.0	15.7	11.4	0.9	1.0	54.0
부산	2,843	19.1	9.6	4.5	0.4	0.0	66.3	충남	2,020	27.4	15.7	12.4	2.5	1.1	40.9
대구	2,020	39.3	9.5	4.7	0.7	0.3	45.6	전북	2,372	17.8	13.3	11.2	1.7	0.3	55.7
인천	2,372	16.3	10.6	11.0	3.9	2.1	56.0	전남	1,210	27.9	9.6	8.9	1.7	0.3	51.6
광주	1,210	31.7	12.7	7.0	0.9	0.1	47.6	경북	1,240	33.5	10.4	4.5	1.0	0.2	50.4
대전	1,240	24.3	19.5	13.2	2.1	1.2	39.6	경남	936	27.4	14.0	4.3	0.7	0.3	53.3
울산	936	35.2	13.6	5.6	2.7	0.5	42.5	제주	10,297	11.0	9.8	9.6	3.7	3.6	62.3
경기	10,297	19.2	12.8	7.4	2.4	0.9	57.3	세종	208	38.3	15.4	19.3	1.9	0.6	24.5

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 시간

- 컴퓨터 및 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외 동영상 시청 시간의 성별 차이는 비교적 낮은 수준에서 나타났으나, 연령대에 따른 시청 시간의 차이는 다소 있었음
- 모든 연령대에서 하루 평균 30분 미만 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청한 비율이 가장 높았으나, 하루 평균 1시간 이상 시청부터는 연령에 따른 응답 비율 차이가 뚜렷했음
 - 40대 이상 연령층에서는 하루 1시간 이상의 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 시간 연령 구간별 감소가 30대 이하에 비해 상대적으로 큰 폭으로 나타났다

그림 5-1-6 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 성·연령별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

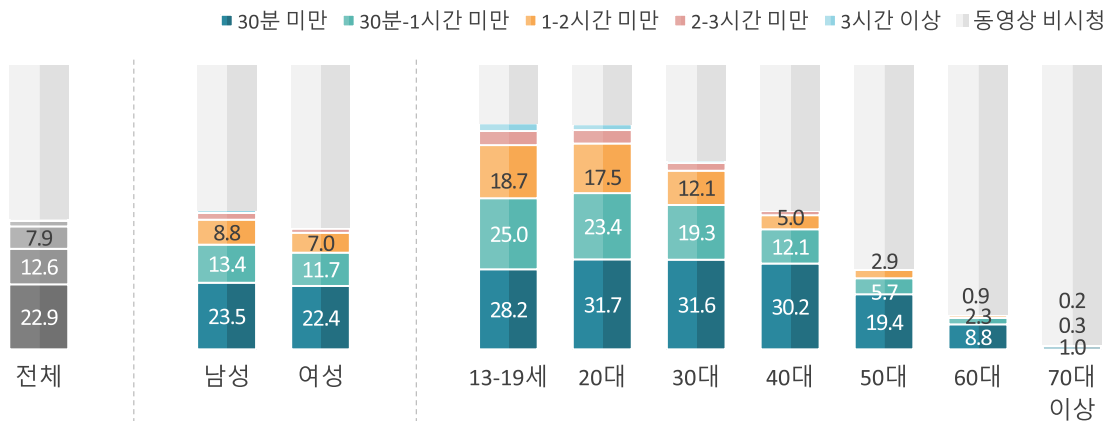


표 5-1-4 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간 : 성별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	30분 미만	30분- 1시간 미만	1-2시간 미만	2-3시간 미만	3시간 이상	동영상 비시청
전체	41,926	22.9	12.6	7.9	1.9	0.8	53.9
남성	20,947	23.5	13.4	8.8	2.4	1.0	50.9
여성	20,979	22.4	11.7	7.0	1.5	0.5	57.0

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 5-1-5 TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간: 연령별 (n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	30분 미만	30분- 1시간 미만	1-2시간 미만	2-3시간 미만	3시간 이상	동영상 비시청
전체	41,926	22.9	12.6	7.9	1.9	0.8	53.9
13-19세	3,605	28.2	25.0	18.7	5.0	2.7	20.3
20대	6,340	31.7	23.4	17.5	4.7	2.1	20.6
30대	6,946	31.6	19.3	12.1	2.7	0.8	33.5
40대	7,902	30.2	12.1	5.0	1.4	0.3	51.0
50대	7,722	19.4	5.7	2.9	0.3	0.1	71.6
60대	5,389	8.8	2.3	0.9	0.1	0.1	87.8
70대 이상	4,021	1.0	0.3	0.2	0.0	0.1	98.4

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

02 PART

컴퓨터 및 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 행태

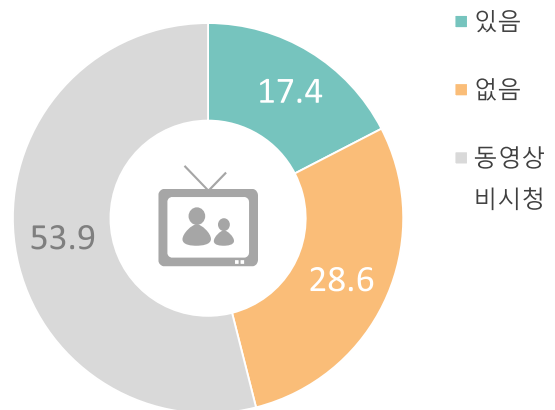
가 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 행태

1) 시청 경험 여부

- 전체 응답자 10명 중 2명 가량(17.4%)은 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 다른 동영상을 시청한 경험이 있는 것으로 나타남

- 최근 1개월 동안 컴퓨터 및 스마트기기로 TV방송프로그램 이외의 동영상을 전혀 본 경험이 없는 응답자는 53.9%였음
- TV방송프로그램이 아닌 기타 동영상을 시청한 경험이 있으나, 컴퓨터를 이용하지 않은 응답자는 28.6%를 차지했음

그림 5-1-7 컴퓨터 이용 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 여부 (n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험

- 성별로는 남성(20.4%)이 여성(14.5%)에 비해 컴퓨터를 사용하여 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청하는 비율이 다소 높았음
- 연령별로는 13-19세 연령대가 41.0%로 가장 높았고, 20대가 40.8%로 두 번째로 높았음
 - 30대 이후로는 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 비율이 급격히 감소하는 것으로 나타남

그림 5-1-8 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

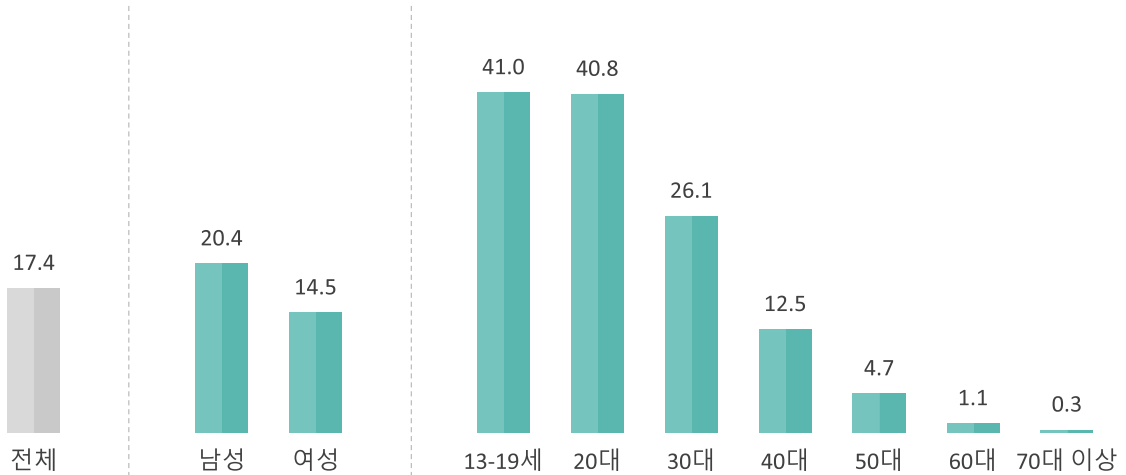


표 5-1-6 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 있음	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	17.4	28.6	53.9
남성	20,947	20.4	28.7	50.9
여성	20,979	14.5	28.6	57.0

표 5-1-7 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 있음	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	17.4	28.6	53.9
13-19세	3,605	41.0	38.7	20.3
20대	6,340	40.8	38.6	20.6
30대	6,946	26.1	40.4	33.5
40대	7,902	12.5	36.5	51.0
50대	7,722	4.7	23.7	71.6
60대	5,389	1.1	11.1	87.8
70대 이상	4,021	0.3	1.3	98.4

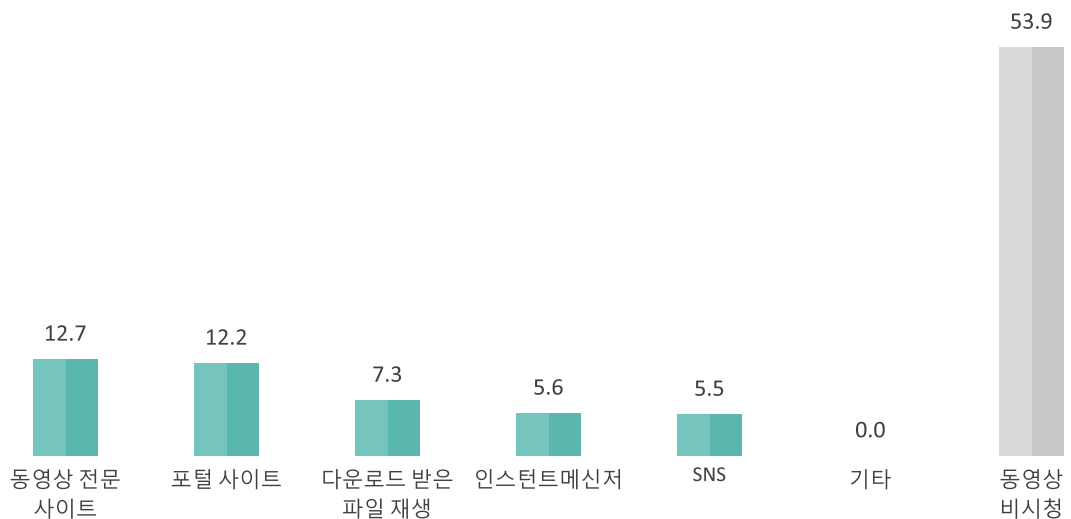
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

2) 시청 경로

- 컴퓨터로 TV방송프로그램 이외의 영화나 개인방송 등 각종 동영상 시청 경로를 묻은 결과, 전체 응답자 기준으로 유튜브, 아프리카TV, 폭과 같은 동영상 전문 사이트(12.7%)를 가장 높은 비율로 사용한 것으로 나타남
 - 그 다음으로는 포털 사이트(네이버, 다음 등)를 이용했다는 응답이 12.2%, 다운로드 받은 파일을 재생했다는 응답이 7.3% 순이었음
 - 한편, 인스턴트 메신저(카카오톡, 라인, 텔레그램 등)나 SNS(페이스북, 카카오톡 스토리, 인스타그램 등)로 동영상을 시청한 경우는 각각 5.6%와 5.5%로 유사한 수준이었음
- TV방송프로그램 이외의 동영상 비시청 비율은 지난 1개월 간 컴퓨터와 스마트 기기 모두를 동영상 시청에 이용하지 않은 응답으로 해석에 주의가 필요함

그림 5-1-9 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로

(n=전체 조사대상 개인, 단위:%)



□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로

- 남녀 간 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 이외 동영상을 시청하는 방법에는 큰 차이를 보이지 않았음
 - 남성과 여성 모두 컴퓨터를 통해 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청시 포털 사이트(14.1%)를 가장 많이 이용한 것으로 나타났음

그림 5-1-10 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

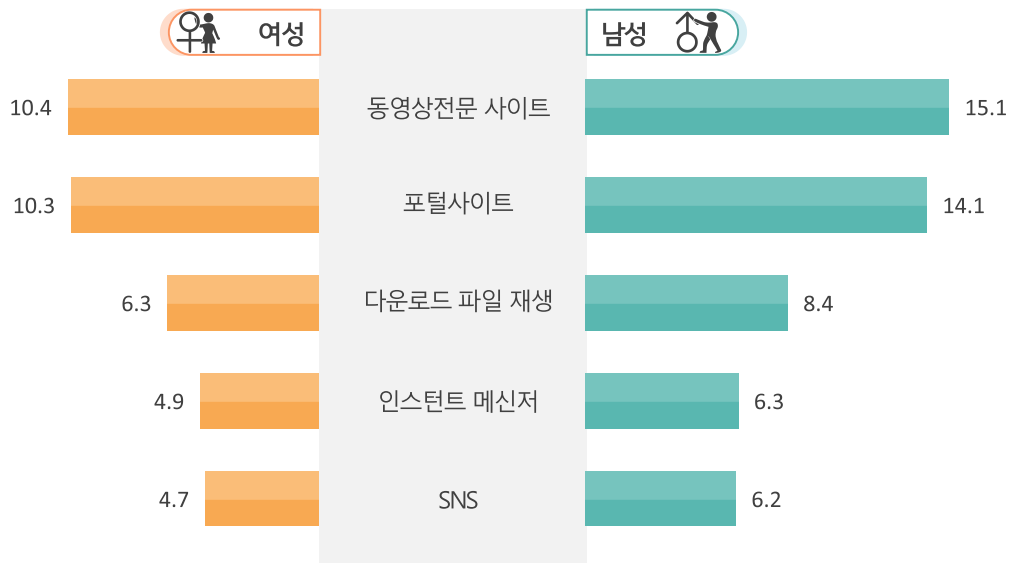


표 5-1-8 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	동영상 전문 사이트	포털사이트	다운로드 파일 재생	인스턴트 메신저	SNS	기타	동영상 비시청
전체	41,926	12.7	12.2	7.3	5.6	5.5	0.0	53.9
남성	20,947	15.1	14.1	8.4	6.3	6.2	0.0	50.9
여성	20,979	10.4	10.3	6.3	4.9	4.7	0.0	57.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 연령대별로 컴퓨터를 이용하여 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청하는 방법에는 다소 차이가 있었음
 - 20대 이하의 연령층에서는 동영상 전문 사이트를 이용해 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청한다는 응답이 가장 많았으며, 그 다음으로 포털 사이트, 다운로드 파일 재생, SNS, 인스턴트 메신저 순이었음
 - 30대 이상의 연령층에서는 TV방송프로그램 외의 동영상 시청 경로에 있어 포털 사이트를 가장 많이 이용한 것으로 나타남

그림 5-1-11 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별 상위 5개

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : %)

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
13-19세	 동영상 전문 사이트 32.0%	 포털 사이트 30.3%	 다운로드 파일 재생 16.2%	 SNS 14.8%	 인스턴트 메신저 12.9%
20대	 동영상 전문 사이트 32.5%	 포털 사이트 27.3%	 다운로드 파일 재생 18.2%	 SNS 14.9%	 인스턴트 메신저 14.1%
30대	 포털 사이트 18.0%	 동영상 전문 사이트 17.9%	 다운로드 파일 재생 11.6%	 인스턴트 메신저 8.8%	 SNS 7.3%
40대	 포털 사이트 8.4%	 동영상 전문 사이트 7.8%	 다운로드 파일 재생 5.0%	 인스턴트 메신저 3.2%	 SNS 2.7%
50대	 포털 사이트 3.3%	 동영상 전문 사이트 2.8%	 인스턴트 메신저 1.6%	 다운로드 파일 재생 1.5%	 SNS 0.9%
60대	 포털 사이트 0.8%	 동영상 전문 사이트 0.7%	 인스턴트 메신저 0.3%	 다운로드 파일 재생 0.2%	 SNS 0.2%
70대 이상	 포털 사이트 0.3%	 동영상 전문 사이트 0.3%	 인스턴트 메신저 0.1%	 다운로드 파일 재생 0.1%	 SNS 0.1%

표 5-1-9 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	동영상 전문 사이트	포털사이트	다운로드 파일 재생	인스턴트 메신저	SNS	기타	동영상 비시청
전체	41,926	12.7	12.2	7.3	5.6	5.5	0.0	53.9
13-19세	3,605	32.0	30.3	16.2	12.9	14.8	0.2	20.3
20대	6,340	32.5	28.4	18.2	14.1	14.9	0.0	20.6
30대	6,946	17.9	18.0	11.6	8.8	7.3	0.0	33.5
40대	7,902	7.8	8.4	5.0	3.2	2.7	0.1	51.0
50대	7,722	2.8	3.3	1.5	1.6	0.9	0.0	71.6
60대	5,389	0.7	0.8	0.2	0.3	0.2	0.0	87.8
70대 이상	4,021	0.3	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	98.4

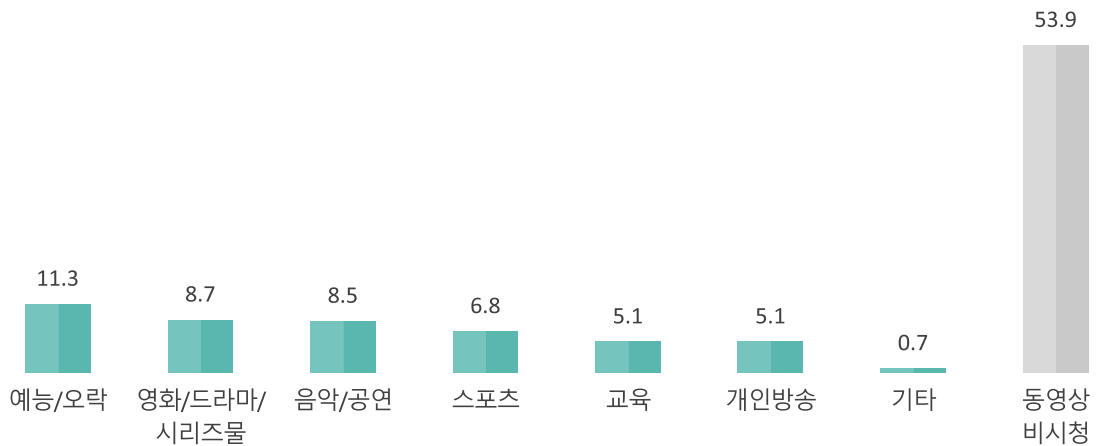
* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

3) 시청 장르

- 전체 응답자의 53.9%는 최근 1개월 내 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 이외의 영상을 시청한 적이 없다고 응답한 가운데, 시청 유경험자의 경우 예능/오락 장르를 주로 시청하는 것으로 나타남
 - 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청하는 응답자 중에서는 예능/오락 프로그램을 시청한다는 응답자가 전체 조사대상자의 11.3%로 가장 많았음
 - 그 다음으로 영화/드라마/시리즈물이 8.7%, 음악/공연이 8.5%로 뒤를 이었음

그림 5-1-12 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 성별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

- 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램 외 다른 동영상을 시청할 때에 주로 시청하는 장르에는 성별간 다소 차이가 있었음
 - 남성이 주로 시청하는 장르는 예능/오락(12.9%), 스포츠(10.6%), 영화/드라마/시리즈물(10.0%), 음악/공연(9.1%), 개인방송(6.3%), 교육(5.6%) 순이었음
 - 여성이 주로 시청하는 장르는 예능/오락(9.7%), 음악/공연(7.9%), 영화/드라마/시리즈물(7.5%), 교육(4.7%), 개인방송(3.9%), 스포츠(3.0%) 순이었음
- 예능/오락 장르는 성별을 가리지 않고 가장 많이 시청하는 분야였음

그림 5-1-13 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

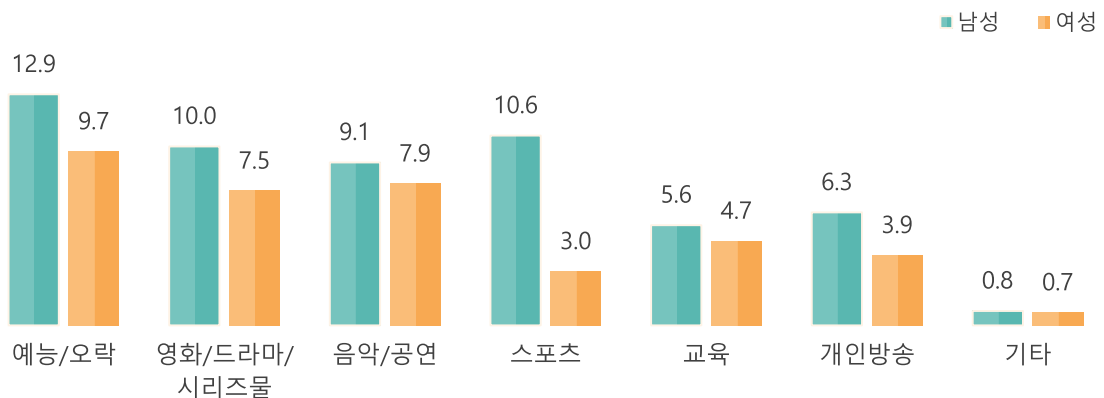


표 5-1-10 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	예능/오락	영화/ 드라마/ 시리즈물	음악/공연	스포츠	교육	개인방송	기타	동영상 비시청
전체	41,926	11.3	8.7	8.5	6.8	5.1	5.1	0.7	53.9
남성	20,947	12.9	10.0	9.1	10.6	5.6	6.3	0.8	50.9
여성	20,979	9.7	7.5	7.9	3.0	4.7	3.9	0.7	57.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

- 50대 이하 연령대에서는 컴퓨터를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 동영상을 시청하는 장르로 예능/오락을 가장 많이 꼽았음
 - 40대 이상은 각 장르별 응답 비율 0.5% 미만으로 매우 낮은 수준이었음

그림 5-1-14 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

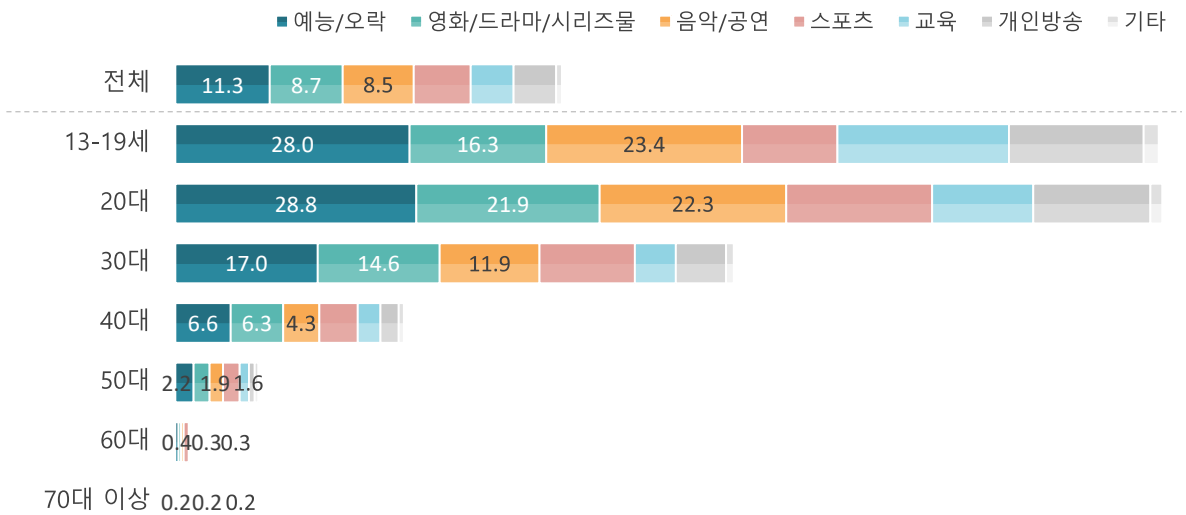


표 5-1-11 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령별

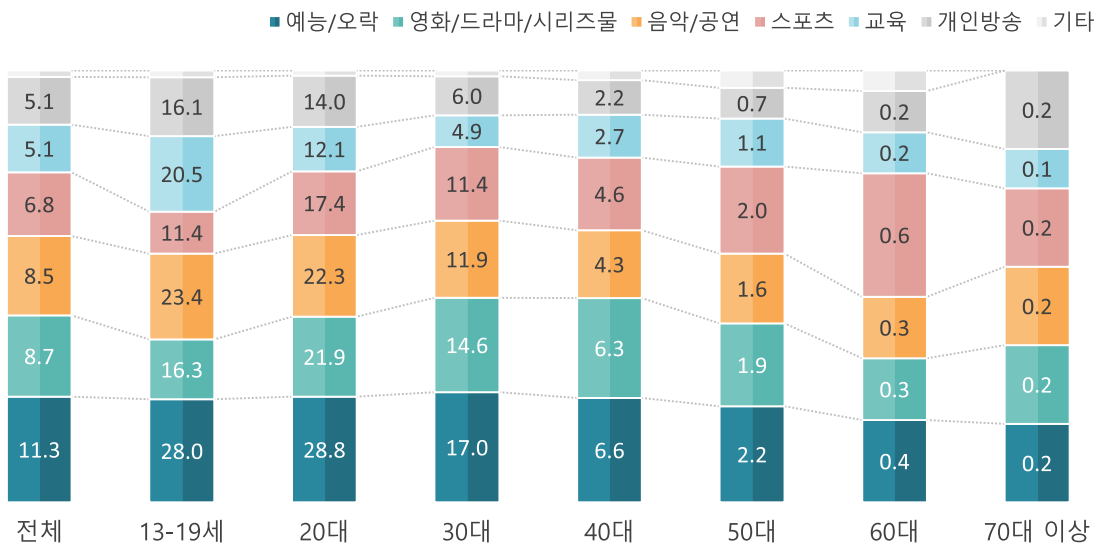
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	예능/오락	영화/ 드라마/ 시리즈물	음악/공연	스포츠	교육	개인방송	기타	동영상 비시청
전체	41,926	11.3	8.7	8.5	6.8	5.1	5.1	0.7	53.9
13-19세	3,605	28.0	16.3	23.4	11.4	20.5	16.1	1.8	20.3
20대	6,340	28.8	21.9	22.3	17.4	12.1	14.0	1.4	20.6
30대	6,946	17.0	14.6	11.9	11.4	4.9	6.0	0.9	33.5
40대	7,902	6.6	6.3	4.3	4.6	2.7	2.2	0.6	51.0
50대	7,722	2.2	1.9	1.6	2.0	1.1	0.7	0.4	71.6
60대	5,389	0.4	0.3	0.3	0.6	0.2	0.2	0.1	87.8
70대 이상	4,021	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.0	98.4

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 한편, 각 연령대 내에서 컴퓨터를 이용해 시청한 TV방송프로그램 이외의 동영상 장르 구성 비율을 살펴 보면, 40대부터 60대까지는 연령대가 높아질수록 영화/드라마/시리즈물 시청 비율은 줄어드는 반면, 스포츠 시청 비율은 증가하는 경향을 보임
- 13-19세 연령층의 컴퓨터를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르를 보면, 다른 연령대와 달리 교육과 개인방송 장르에 대한 시청 비율이 특히 높았음
- 70대 이상 연령층의 TV방송프로그램 이외의 동영상 컴퓨터 시청 비율은 0.3% 이므로 장르 구성비 해석에 주의가 필요함

그림 5-1-15 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

나 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 행태

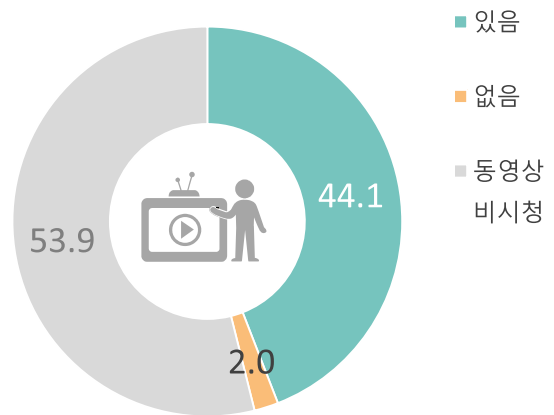
1) 시청 경험 여부

- 전체 응답자 중 44.1%는 최근 1개월 내에 스마트폰, 스마트패드와 같은 스마트 기기를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 다른 동영상을 시청한 것으로 조사됨
- 컴퓨터로 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 비율이 17.4% 가량이었던 것과 비교했을 때, 전체 조사대상자는 스마트기기를 TV방송프로그램 외 동영상 시청에 더 많이 이용하는 것으로 나타남
- TV방송프로그램이 아닌 기타 동영상을 시청했으나 스마트기기를 사용하지 않은 응답자도 존재했음(2.0%)

그림 5-1-16

스마트기기 이용 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 여부

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험

- 성별로는 남성(46.5%)이 스마트기기로 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청하는 비율이 여성(41.7%)에 비해 다소 높았음
- 연령별로는 20대가 76.1%로 가장 높은 비율을 차지했고, 다음으로 13-19세 연령층이 75.8%, 30대는 63.7%, 40대는 46.4% 등의 순이었음
 - 30대 이상에서는 연령대가 높아질 수록 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 비율이 감소하는 경향을 보임

그림 5-1-17 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인 단위: %)

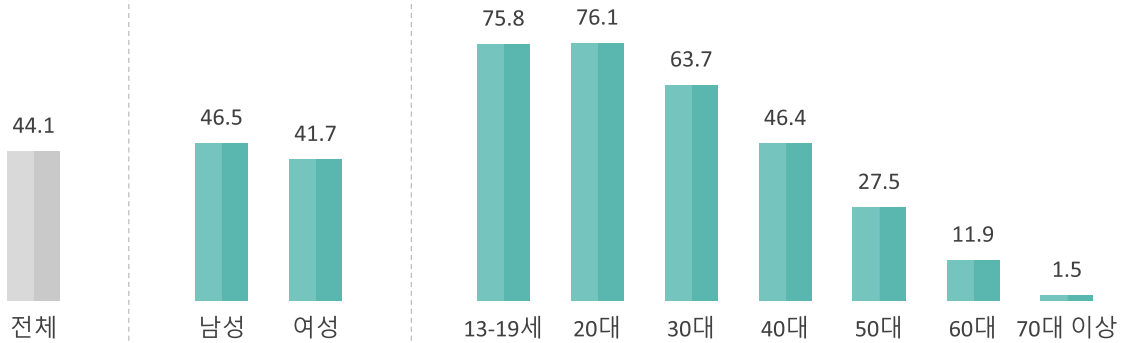


표 5-1-12 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트기기를 이용한 시청 경험 있음	스마트기기를 이용한 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	44.1	2.0	53.9
남성	20,947	46.5	2.6	50.9
여성	20,979	41.7	1.4	57.0

표 5-1-13 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	스마트기기를 이용한 시청 경험 있음	스마트기기를 이용한 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	44.1	2.0	53.9
13-19세	3,605	75.8	3.9	20.3
20대	6,340	76.1	3.2	20.6
30대	6,946	63.7	2.8	33.5
40대	7,902	46.4	2.6	51.0
50대	7,722	27.5	0.9	71.6
60대	5,389	11.9	0.2	87.8
70대 이상	4,021	1.5	0.1	98.4

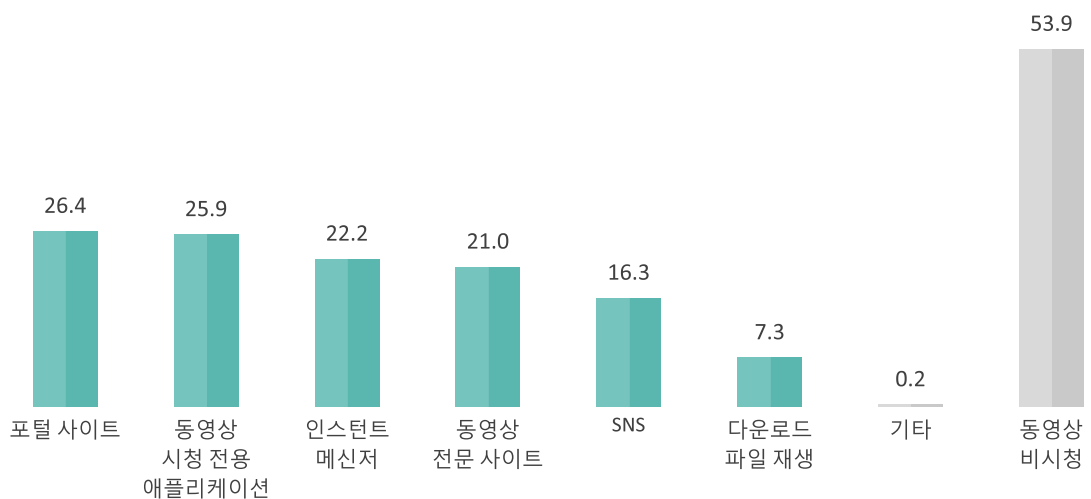
* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

2) 시청 경로

- 스마트기기로 TV방송프로그램 이외의 영화나 개인방송 등 각종 동영상을 시청한 경로를 묻은 결과, 전체 응답자 기준으로 가장 높은 비율로 네이버, 다음 등의 포털 사이트(26.4%)를 이용한 것으로 나타남
 - 그 다음으로는 동영상 시청 전용 애플리케이션 25.9%, 인스턴트 메신저 22.2%, 동영상 전문 사이트 21.0% 순이었음
- 하나의 동영상 배포 플랫폼이 웹사이트와 애플리케이션의 두 가지 시청 경로를 제공하는 경우가 있으므로, 동영상 전문 사이트와 동영상 전용 애플리케이션의 구분에 유의해야 함
 - 예: 스마트폰 브라우저를 통한 유튜브 웹사이트 내에서의 시청과 별도의 유튜브 애플리케이션을 통한 시청을 구분

그림 5-1-18 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 성·연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로

- 스마트폰, 스마트패드와 같은 스마트기기로 TV방송프로그램 외의 동영상을 시청하는 방법에는 성별간 큰 차이를 보이지 않았음
- 남녀 모두 스마트기기로 TV방송프로그램 외의 동영상 시청할 경우 포털 사이트를 가장 많이 이용한 것으로 나타남

그림 5-1-19 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

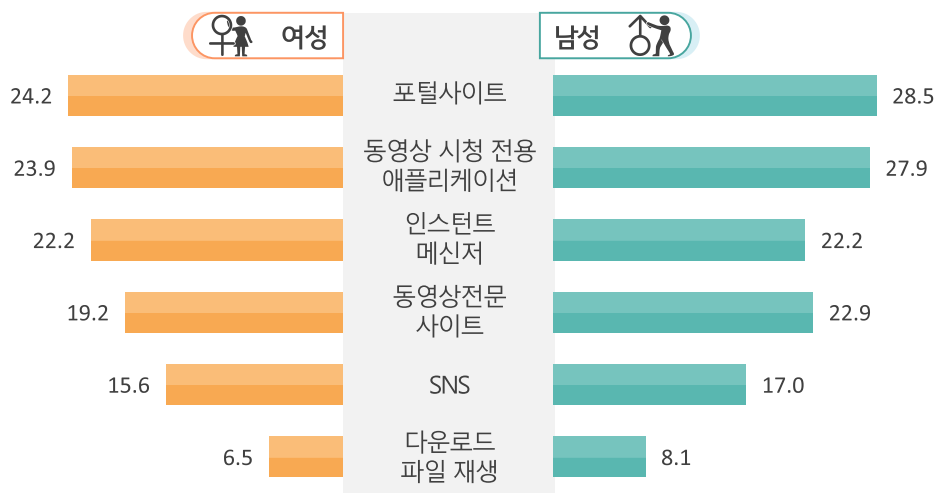


표 5-1-14 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	포털사이트	동영상 시청 전용 애플리케이션	인스턴트 메신저	동영상 전문 사이트	SNS	다운로드 파일 재생	기타	동영상 비시청
전체	41,926	26.4	25.9	22.2	21.0	16.3	7.3	0.2	53.9
남성	20,947	28.5	27.9	22.2	22.9	17.0	8.1	0.2	50.9
여성	20,979	24.2	23.9	22.2	19.2	15.6	6.5	0.2	57.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 연령별로 스마트기기를 이용하여 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청하는 경로에는 다소 차이가 있었음
 - 20대 이하의 연령층에서는 유튜브, 올레TV, 아프리카TV 등 동영상 시청 전용 애플리케이션을 이용해 TV방송프로그램 이외의 동영상을 시청한다는 응답 비율이 가장 많았음
 - 반면 50대 이상의 연령층에서는 TV방송프로그램 외 동영상 시청에 카카오톡, 라인 등의 인스턴트 메신저를 아용한다는 비율이 가장 많았음

그림 5-1-20 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별 상위 6개

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위
13-19세	 동영상 시청 전용 애플리케이션 51.6%	 포털 사이트 47.8%	 동영상 전문 사이트 41.4%	 인스턴트 메신저 39.2%	 SNS 38.9%	 다운로드 받은 파일 재생 15.2%
20대	 동영상 시청 전용 애플리케이션 50.2%	 포털 사이트 47.8%	 동영상 전문 사이트 45.5%	 SNS 38.5%	 인스턴트 메신저 38.3%	 다운로드 받은 파일 재생 17.0%
30대	 동영상 시청 전용 애플리케이션 39.4%	 포털 사이트 39.2%	 동영상 전문 사이트 30.5%	 인스턴트 메신저 29.4%	 SNS 22.7%	 다운로드 받은 파일 재생 11.8%
40대	 포털 사이트 27.4%	 동영상 시청 전용 애플리케이션 23.8%	 인스턴트 메신저 22.2%	 동영상 전문 사이트 19.3%	 SNS 11.4%	 다운로드 받은 파일 재생 5.5%
50대	 인스턴트 메신저 15.7%	 포털 사이트 14.2%	 동영상 시청 전용 애플리케이션 12.2%	 동영상 전문 사이트 8.2%	 SNS 5.6%	 다운로드 받은 파일 재생 1.9%
60대	 인스턴트 메신저 7.7%	 포털 사이트 5.1%	 동영상 시청 전용 애플리케이션 4.3%	 동영상 전문 사이트 2.6%	 SNS 1.5%	 다운로드 받은 파일 재생 0.7%
70대 이상	 인스턴트 메신저 0.9%	 동영상 시청 전용 애플리케이션 0.6%	 포털 사이트 0.5%	 동영상 전문 사이트 0.4%	 SNS 0.1%	 다운로드 받은 파일 재생 0.1%

표 5-1-15 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

	조사 사례수	포털사이트	동영상 시청 전용 애플리 케이션	인스턴트 메신저	동영상 전문 사이트	SNS	다운로드 파일 재생	기타	동영상 비시청
전체	41,926	26.4	25.9	22.2	21.0	16.3	7.3	0.2	53.9
13-19세	3,605	47.8	51.6	39.2	41.4	38.9	15.2	0.2	20.3
20대	6,340	47.8	50.2	38.3	45.5	38.5	17.0	0.3	20.6
30대	6,946	39.2	39.4	29.4	30.5	22.7	11.8	0.3	33.5
40대	7,902	27.4	23.8	22.2	19.3	11.4	5.5	0.2	51.0
50대	7,722	14.2	12.2	15.7	8.2	5.6	1.9	0.2	71.6
60대	5,389	5.1	4.3	7.7	2.6	1.5	0.7	0.1	87.8
70대 이상	4,021	0.5	0.6	0.9	0.4	0.1	0.1	0.0	98.4

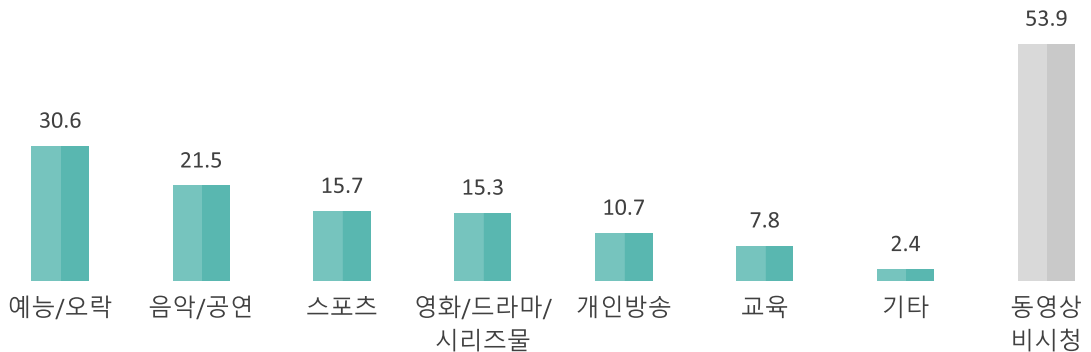
* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

3) 시청 장르

- 최근 1개월 내 스마트기기를 이용해 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청한 응답자의 경우 예능/오락 장르를 주로 시청하는 것으로 나타남
 - 전체 응답자의 30.6%가 지난 1개월 간 스마트기기로 TV방송프로그램이 아닌 동영상을 시청할 때, 예능/오락 장르의 동영상을 시청했다고 응답함
 - 다음으로 음악/공연이 21.5%, 스포츠가 15.7%, 영화/드라마/시리즈물이 15.3%로 그 뒤를 이었음

그림 5-1-21 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 성별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

- 스마트기기를 이용한 TV방송프로그램 외 다른 동영상 시청 장르에는 성별간 다소 차이가 나타남
 - 남성이 주로 시청하는 장르는 예능/오락(31.2%), 스포츠(25.5%), 음악/공연(20.3%), 영화/드라마/시리즈물(15.2%), 개인방송(12.2%), 교육(7.5%) 순이었음
 - 여성이 주로 시청하는 장르는 예능/오락(30.0%), 음악/공연(22.7%), 영화/드라마/시리즈물(15.4%), 교육(8.1%), 개인방송(9.1%), 스포츠(5.8%) 순이었음
- 예능/오락 장르는 성별을 가리지 않고 가장 많이 시청하는 분야였고, 스포츠 장르는 남성이 여성에 비해 특히 높은 시청 비율을 보임

그림 5-1-22 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

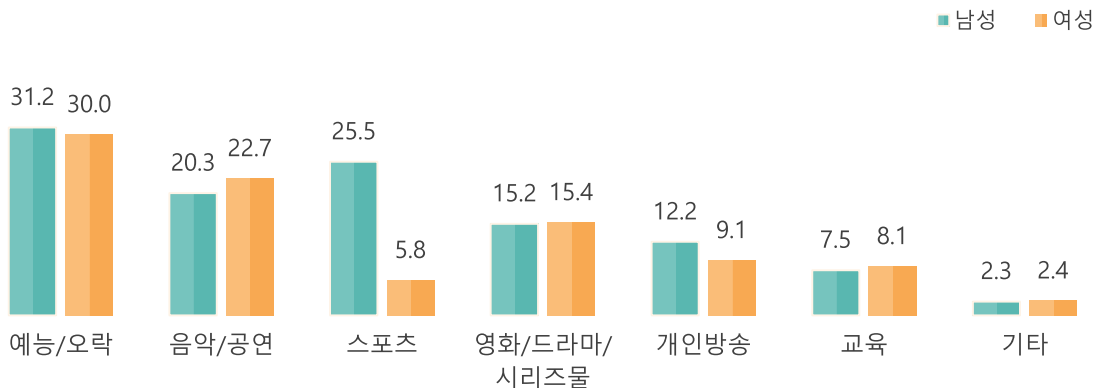


표 5-1-16 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 성별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	예능/오락	영화/ 드라마/ 시리즈물	음악/공연	스포츠	교육	개인방송	기타	동영상 비시청
전체	41,926	11.3	8.7	8.5	6.8	5.1	5.1	0.7	53.9
남성	20,947	12.9	10.0	9.1	10.6	5.6	6.3	0.8	50.9
여성	20,979	9.7	7.5	7.9	3.0	4.7	3.9	0.7	57.0

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

□ 연령별 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르

- 스마트기기를 이용해 TV방송프로그램이 아닌 동영상을 시청한 경우, 전 연령대에서 가장 많이 시청한 장르는 예능/오락으로 나타남
- 70대 이상은 각 장르별 응답 비율이 1% 미만의 매우 낮은 수준으로 해석에 주의가 필요함

그림 5-1-23 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

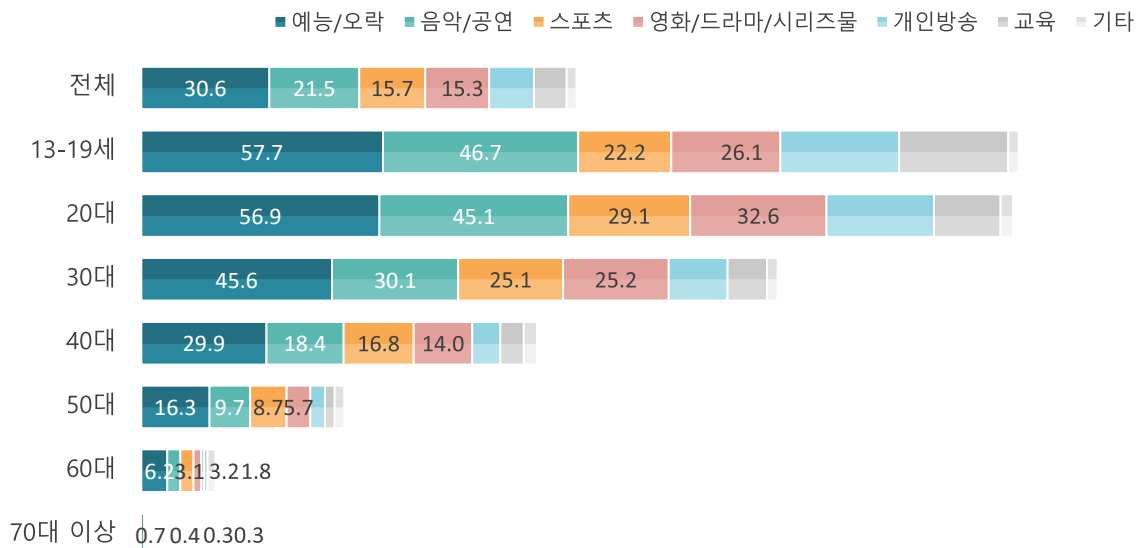


표 5-1-17 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령별

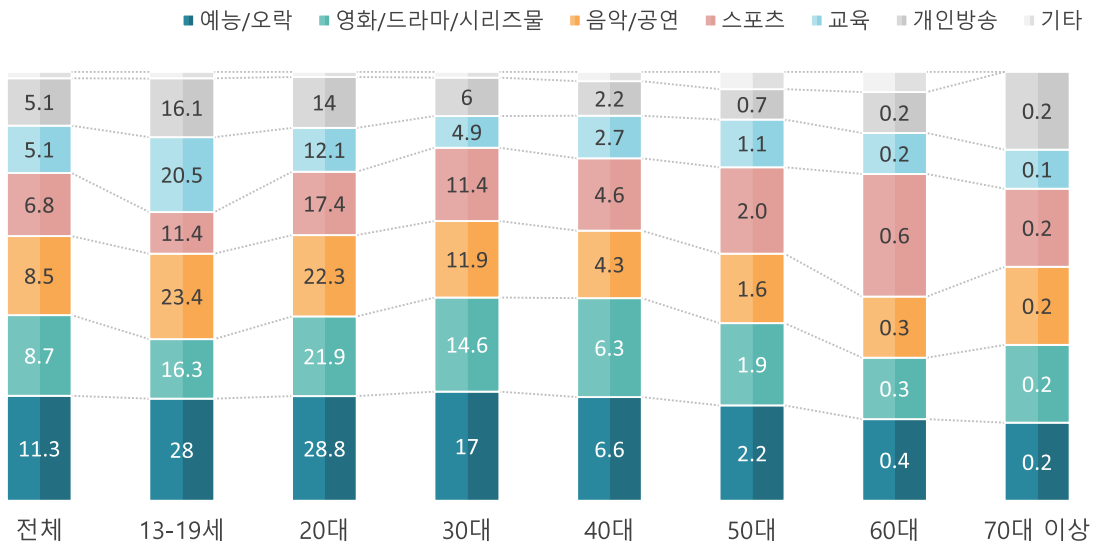
(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	예능/오락	음악/공연	스포츠	영화/ 드라마/ 시리즈물	개인방송	교육	기타	동영상 비시청
전체	41,926	30.6	21.5	15.7	15.3	10.7	7.8	2.4	53.9
13-19세	3,605	57.7	46.7	22.2	26.1	28.4	26.0	2.5	20.3
20대	6,340	56.9	45.1	29.1	32.6	25.7	15.9	3.0	20.6
30대	6,946	45.6	30.1	25.1	25.2	14.1	9.4	2.5	33.5
40대	7,902	29.9	18.4	16.8	14.0	6.7	5.6	3.1	51.0
50대	7,722	16.3	9.7	8.7	5.7	3.5	2.3	2.3	71.6
60대	5,389	6.2	3.1	3.2	1.8	0.7	0.8	1.9	87.8
70대 이상	4,021	0.7	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	98.4

* 본 항목은 중복응답 항목으로 합계가 100을 넘을 수 있음

- 각 연령대 내에서 스마트기기를 이용해 시청한 TV방송프로그램 이외의 동영상 장르 구성 비율을 살펴 보면, 영화/드라마/시리즈물의 상대적 시청 비율은 13-19세 연령층부터 40대까지 점차 증가하다가 50대부터 다시 감소하는 경향을 보임
- 13-19세 연령층은 컴퓨터 이용시와 마찬가지로 스마트기기를 사용했을 때도 교육, 개인방송 장르의 상대적 시청 비율이 타 연령대에 비해 특히 높았음
- 70대 이상 연령층의 TV방송프로그램 이외의 동영상 스마트기기 시청 비율은 1.5%이므로 장르 구성비 해석에 주의가 필요함

그림 5-1-24 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 연령대 내 시청 장르 구성



* 위 그래프는 각 연령대의 전체 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르를 100으로 두고 연령대 내에서의 각 장르 시청 비율을 상대적으로 표현한 것임

V

CHAPTER

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

TV방송프로그램 외 동영상 시청 및 라디오 청취 행태

1장 TV방송프로그램 이외의
동영상 시청 행태

2장 라디오 청취 행태

01 PART

어제 하루 라디오 청취 경험

□ 지역별 어제 하루 라디오 청취 경험

- 전체 응답자의 18.6%는 어제 하루 라디오를 청취한 경험이 있다고 응답하였음
- 지역별로는 전남의 어제 하루 라디오 청취 경험률이 26.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로 경기(25.0%), 광주(21.2%), 전북(20.8%) 순으로 높았음
- 반면, 세종(10.6%), 대전(10.9%), 충남(11.1%)은 타 시도에 비해 어제 하루 라디오 청취 경험자의 비율이 상대적으로 낮은 것으로 조사됨

그림 5-2-1 어제 하루 라디오 청취 경험

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)

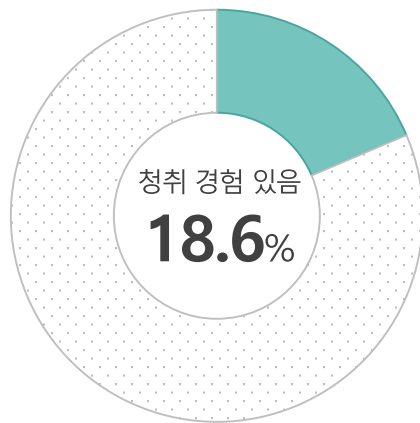
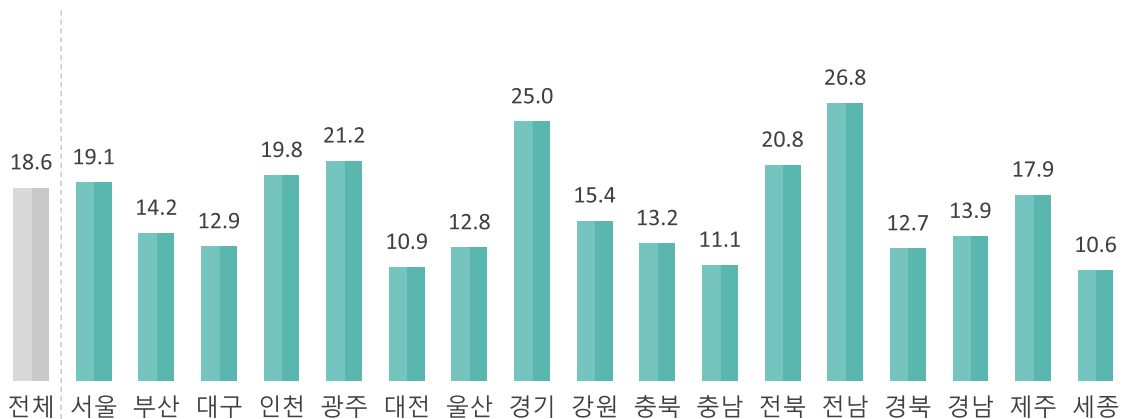


그림 5-2-2 어제 하루 라디오 청취 경험: 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: %)



*최근 1개월 내 시청 경험 기준

표 5-2-1 어제 하루 라디오 청취 경험 : 17개 시도별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : 명, %)

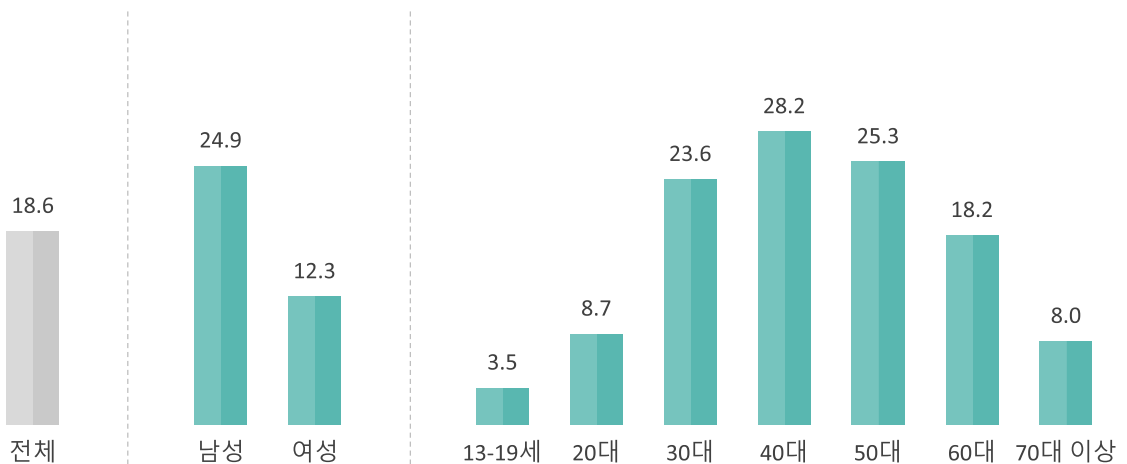
	조사 사례수	라디오 청취 경험 있음	라디오 청취 경험 없음		조사 사례수	라디오 청취 경험 있음	라디오 청취 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4	강원	1,254	15.4	84.6
서울	8,106	19.1	80.9	충북	1,308	13.2	86.8
부산	2,843	14.2	85.8	충남	1,739	11.1	88.9
대구	2,020	12.9	87.1	전북	1,497	20.8	79.2
인천	2,372	19.8	80.2	전남	1,472	26.8	73.2
광주	1,210	21.2	78.8	경북	2,205	12.7	87.3
대전	1,240	10.9	89.1	경남	2,713	13.9	86.1
울산	936	12.8	87.2	제주	506	17.9	82.1
경기	10,297	25.0	75.0	세종	208	10.6	89.4

□ 성·연령별 어제 하루 라디오 청취 경험

- 어제 하루 라디오 청취 경험자의 비율은 성별, 연령대에 따라 다소 차이를 보였는데, 남성이 여성에 비해 높게 나타났으며, 연령대별로는 40대가 타 연령대에 비해 상대적으로 라디오 청취 경험 비율이 높았음

그림 5-2-3 어제 하루 라디오 청취 경험 : 성·연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위 : %)



* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

- 어제 하루 라디오를 청취한 경험이 있는 사람의 비율은 13-19세부터 40대까지 점차 높아졌다가 50대부터 다시 감소하는 추세를 보임
 - 어제 하루 라디오를 청취한 비율이 가장 높은 연령층은 40대(28.2%) 였음
 - 다음으로 50대는 25.3%, 30대는 23.6%, 60대는 18.2%로 뒤를 이었음
 - 13-19세(3.5%), 20대(8.7%), 70대 이상(8.0%) 연령층에서의 라디오 청취 경험 비율은 10% 미만으로 나타남
 - 특히, 13-19세 연령층에서는 100명 중 4명(3.5%) 정도만 어제 하루 라디오를 청취한 경험이 있다고 응답함

표 5-2-2 어제 하루 라디오 청취 경험 : 연령별

(n=전체 조사대상 개인, 단위: 명, %)

	조사 사례수	라디오 청취 경험 있음	라디오 청취 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4
13-19세	3,605	3.5	96.5
20대	6,340	8.7	91.3
30대	6,946	23.6	76.4
40대	7,902	28.2	71.8
50대	7,722	25.3	74.7
60대	5,389	18.2	81.8
70대 이상	4,021	8.0	92.0

* 최근 1개월 내 시청 경험 기준

부록

APPENDIX

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

1 설문지

MEDIA



Internet

TV



Download



Television

가구 컨택 기록

시도명	시군구명	읍면동명	시도	집계구 번호	가구 번호
집계구 유형		도시 규모	면접원 성명	면접원 ID	
☐ ① 아파트집계구 ☐ ② 비아파트집계구 ☐ ① 동 ☐ ② 읍 ☐ ③ 면					

♣ 동일 집계구 내에서 등간에 따라 최초 선정된 15가구 중 하나입니다. 이 원표본 가구에 대해 먼저 기록

원표본 가구 세부 정보

세부 주소				
주택형태	☐ ① 단독주택 ☐ ② 아파트 ☐ ③ 연립/빌라/다세대 ☐ ④ 기타	1~2인 가구 여부	☐	
최초 방문 일시	2017년 ____ 월 ____ 일			

가구 방문 기록

번호	가구 상세주소 (번지/동·호수 등)	주중			주말			총컨택 횟수	최종 결과
		오전	오후	저녁	오전	오후	저녁		
원 가구									
대체1									
대체2									
대체3									
대체4									
대체5									
대체6									
대체7									
대체8									
대체9									
특이사항 기 록									

조사현황 코드	최종결과 코드	가구원 완료 부수
1 가구 대표 조사 성공	1 조사완료	____명 중 ____명
2 가구원 전원 부재	2 거절 가구	
3 응답 대상자 부재(성인 부재)	3 부재 가구	
4 거절(재방문 대상)	4 비적격 가구	
5 조사 불가능(외국인 등)	5 빈집(장기부재)	

S/V 확인		에디팅 일시	____월 ____일	에디팅 결과	
검증원 이름		검증 일시	____월 ____일	검증 결과	

가구용 설문

응답 대상자: 가구 대표

미디어 보유 등 가구 상황을 가장 잘 알고 있는 성인 가구원
연장자, 세대주와는 다를 수 있으며, 다른 가구원의 참여도 독려할 수 있는 가구원

1순위	▪ 가구의 일상생활용품 등을 주로 구입하는 사람 ▪ 가구의 주요 지출을 담당하고 있는 사람(예: 가구주의 배우자)
2순위	▪ 가구의 가구주

1순위 및 2순위 대상자(가구대표) 부재 시에는 가구 재방문

[통계법 제33조(비밀의 보호)]

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
 ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

KANTAR PUBLIC=

2017년 시청점유율 기초조사

안녕하십니까?

방송통신위원회와 한국방송광고진흥공사는 우리나라 일반 가정의 TV 시청 환경을 비롯한 방송매체 이용환경과 이용현황을 파악하기 위한 조사를 실시하고 있습니다.

본 조사는 시청점유율 제한(방송법 제69조의2) 규제 근거인 방송사업자의 시청점유율을 조사하기 위해 필요한 기초 통계조사로 방송의 여론 다양성 보장을 위한 중요한 기초자료로 활용됩니다. 과학적인 통계 절차를 통해 우리나라를 대표하는 가구로 선정되신 귀댁에서 본 조사에 꼭 참여해주셔야 대표성 있고 정확한 결과 산출이 가능합니다. 설문작성에는 약 15-20분 정도가 소요되며 참여하신 분께는 소정의 상품권을 감사의 의미로 드리니, 잠시만 시간을 내셔서 조사에 참여해주실 것을 부탁드립니다.

귀하께서 작성해주신 응답 내용은 통계처리 과정을 거쳐 집합적인 형태로만 활용되며, 조사과정에서 수집된 가구와 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보호됩니다.

2017년 7월

주관기관:



방송통신위원회

전담기관:

한국방송광고진흥공사
Korea Broadcasting Advertising Council조사
기관

(주)칸타코리아 칸타퍼블릭

서울특별시 영등포구 국제금융로 52

[연구담당] 정진우 부장(02-3779-0541) / 장호원 차장(02-3415-5212)

[실사담당] 김훈미 부장(02-3415-5033) / 황유미 차장(02-3415-5036)

응답자(가구대표) 성명	응답자 전화번호		검증
	집전화	() -	
	휴대전화	() -	

가구대표 조사일시	2017년 월 일 요일 시 분부터 분간				
가구원수	☐ ① 1인	☐ ② 2인	☐ ③ 3인 이상	주택유형	☐ ① 단독주택 ☐ ② 아파트 ☐ ③ 연립/빌라/다세대 ☐ ④ 기타

♣ 먼저, 댁에서 사용하고 계신 **TV수상기(텔레비전)**를 포함한 **미디어 기기**에 대해 여쭙겠습니다.

※ TV 수상기는 일반적으로 가정에서 사용하시는 LCD/PDP/LED/브라운관 TV, 3D TV/스마트TV/UHD TV 등의 고정형 텔레비전을 말합니다. 아울러 컴퓨터 모니터 겸용TV(TV일체형 모니터)도 TV에 포함됩니다. 단, 빌트인(주방, 욕조 등에 설치/매립)된 보조 TV는 제외하고 응답해주세요.

1 다음 미디어 기기 중 귀댁(귀하나 가족)에서 보유하고 계신 총 대수를 말씀해주세요.

☞ ‘없다’는 0대. 스마트패드는 DMB 기능 유무를 구분하여 응답
☞ 사용하지 않고 창고 등에 넣어둔 TV는 제외. TV 수상기가 없을 경우는 0대로 표기

TV 수상기	데스크탑 컴퓨터	노트북/넷북	스마트패드 (갤럭시탭, 아이패드 등)		스마트형 TV수신장치 (티빙스틱, 에브리온TV캐스트, 애플TV, 크롬캐스트 등)
			DMB 있음	DMB 없음	
□□대	□□대	□□대	□□대	□□대	□□대

※ 귀댁에서 사용하시는 각 TV의 **방송 수신방법**에 대해 여쭙겠습니다.

TV 방송 수신방법은 크게 지상파 직접 수신과 유료방송으로 구분됩니다. 유료방송에는 케이블 방송, 위성방송 스카이라이프, IPTV가 있습니다. 귀댁의 수신방법을 잘 모르시면, 영수증이나 리모콘/셋톱박스의 로고 등을 통해 알 수 있으며, 제가 확인을 도와드리겠습니다.

수신 방법(가입서비스)	
(1) 케이블TV(유선방송)	※ 중계유선방송이나 종합유선방송(아날로그/디지털)을 말함 - 딜라이브(씨앤에스), 티브로드, 현대HCN, 씨제이헬로비전, 씨엔비 등 케이블방송사에 가입 - 아파트 등 공동주택에서 공동 가입해 케이블 채널이 나오는 경우 포함 ※ 디지털 케이블 - 디지털 방식의 종합 유선 방송으로, HD급 이상의 고화질과 CD 수준의 고음질을 제공하고, TV방송프로그램 다시보기(VOD) 등 실시간 주문형 비디오 서비스 제공 ※ 아날로그 케이블 - 기존 아날로그 방식의 종합 유선 방송으로, TV방송프로그램 다시보기(VOD) 서비스 불가능함. 일부 지역에서는 아날로그 케이블의 경우에도 HD급 화질의 영상을 제공
(2) 스카이라이프(위성방송)	※ skylife 위성 접시안테나가 설치되어 있으나, 요즘은 없는 경우도 있음 - 리모콘과 셋톱박스의 skylife 로고 등으로 확인. skylife HD/UHD - IPTV인 올레TV와 결합한 올레TV스카이라이프도 있음. 대개 스카이라이프로 실시간 방송을 보고, 다시보기(VOD)는 올레TV로 시청
(3) IPTV	※ 인터넷이 연결되어 있음 - KT 올레TV, SK브로드밴드 BTV, LG U+tv 중 하나에 가입/연결된 경우 - 대개 셋톱박스가 있고, 리모콘과 셋톱박스에 로고가 적혀 있음
(4) 지상파만 나온다 (유료방송 미가입)	※ 어떤 유료방송에도 가입하지 않고, 연결 안 된 TV(수신료만 납부) - KBS1/2, MBC, SBS, EBS1/2 등 지상파채널(6-1, 7-1, 9-1, 10-1, 10-2, 11-1)만 시청 - 공시청 설비의 경우, 지상파 이외의 채널이 몇 개 나오는 경우도 있음 - 셋톱박스가 없음. 단, 아날로그TV는 셋톱박스가 아닌 디지털컨버터가 있으니 주의 ① 실외 안테나, 실내 안테나 ② 공시청 설비가 되어 있는 아파트 등 공동주택에서 벽면의 TV단자에 연결 ③ 난시청지역 등에 설치된 마을 공시청설비로 수신

2 귀댁에서 사용하시는 TV수상기의 방송 수신 방법을 응답해주세요.

☞ 먼저, 많이 보는 TV 순서대로 TV수상기 설치 장소 및 유형에 체크하고, 그 TV의 수신 방법을 1개 체크 [중복 아님]

사용 TV	1) 설치 장소	2) 수상기 종류	3) 수신 방법 확인 프로세스	4) 세부 수신 방법 판정
TV 1 (가장 많이 사용하는 TV)	☐ 거실 ☐ 방 ☐ 기타	☐ TV수상기 ☐ 모니터 겸용 TV	케이블(유선) 방송	
			☐ ① VOD, 다시보기 서비스 이용 가능 → ☐ ① 디지털케이블	
			☐ ② VOD, 다시보기 서비스 이용 불가능 → ☐ ② 일반/아날로그/중계유선	
			위성방송 스카이라이프	
			☐ ③ 리모컨, 셋톱박스 등 KT 올레 로고 있음 → ☐ ③ 올레TV스카이라이프	
			☐ ④ 리모컨, 셋톱박스 등 스카이라이프 로고만 있음 → ☐ ④ 스카이라이프	
			IPTV (KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv)	
			☐ ⑤ KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv 로고 있음 → ☐ ⑤ IPTV	
			☐ ⑥ 그 외 로고 및 인터넷 미접속 TV인 경우 → ⇒ 수신방법 재확인	
			보기 중 해당 없음 (KBS, MBC, SBS(지역민방), EBS)	
☐ ⑦ 지상파 채널 외 수신 불가능 → ☐ ⑥ 지상파만 수신				
☐ ⑧ 지상파 채널 외 수신 가능 → ⇒ 수신방법 재확인				
TV 2	☐ 거실 ☐ 방 ☐ 기타	☐ TV수상기 ☐ 모니터 겸용 TV	케이블(유선) 방송	
			☐ ① VOD, 다시보기 서비스 이용 가능 → ☐ ① 디지털케이블	
			☐ ② VOD, 다시보기 서비스 이용 불가능 → ☐ ② 일반/아날로그/중계유선	
			위성방송 스카이라이프	
			☐ ③ 리모컨, 셋톱박스 등 KT 올레 로고 있음 → ☐ ③ 올레TV스카이라이프	
			☐ ④ 리모컨, 셋톱박스 등 스카이라이프 로고만 있음 → ☐ ④ 스카이라이프	
			IPTV (KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv)	
			☐ ⑤ KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv 로고 있음 → ☐ ⑤ IPTV	
			☐ ⑥ 그 외 로고 및 인터넷 미접속 TV인 경우 → ⇒ 수신방법 재확인	
			보기 중 해당 없음 (KBS, MBC, SBS(지역민방), EBS)	
☐ ⑦ 지상파 채널 외 수신 불가능 → ☐ ⑥ 지상파만 수신				
☐ ⑧ 지상파 채널 외 수신 가능 → ⇒ 수신방법 재확인				

사용 TV	1) 설치 장소	2) 수상기 종류	3) 수신 방법 확인 프로세스	4) 세부 수신 방법 판정
TV 3	☐ 거실 ☐ 방 ☐ 기타	☐ TV수상기 ☐ 모니터 겸용 TV	케이블(유선) 방송	
			☐ ① VOD, 다시보기 서비스 이용 가능 → ☐ ① 디지털케이블	
			☐ ② VOD, 다시보기 서비스 이용 불가능 → ☐ ② 일반/아날로그/중계유선	
			위성방송 스카이라이프	
			☐ ③ 리모컨, 셋톱박스 등 KT 올레 로고 있음 → ☐ ③ 올레TV스카이라이프	
			☐ ④ 리모컨, 셋톱박스 등 스카이라이프 로고만 있음 → ☐ ④ 스카이라이프	
			IPTV (KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv)	
			☐ ⑤ KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv 로고 있음 → ☐ ⑤ IPTV	
			☐ ⑥ 그 외 로고 및 인터넷 미접속 TV인 경우 → ⇒ 수신방법 재확인	
			보기 중 해당 없음 (KBS, MBC, SBS(지역민방), EBS)	
☐ ⑦ 지상파 채널 외 수신 불가능 → ☐ ④ 지상파만 수신				
☐ ⑧ 지상파 채널 외 수신 가능 → ⇒ 수신방법 재확인				
TV 4	☐ 거실 ☐ 방 ☐ 기타	☐ TV수상기 ☐ 모니터 겸용 TV	케이블(유선) 방송	
			☐ ① VOD, 다시보기 서비스 이용 가능 → ☐ ① 디지털케이블	
			☐ ② VOD, 다시보기 서비스 이용 불가능 → ☐ ② 일반/아날로그/중계유선	
			위성방송 스카이라이프	
			☐ ③ 리모컨, 셋톱박스 등 KT 올레 로고 있음 → ☐ ③ 올레TV스카이라이프	
			☐ ④ 리모컨, 셋톱박스 등 스카이라이프 로고만 있음 → ☐ ④ 스카이라이프	
			IPTV (KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv)	
			☐ ⑤ KT 올레TV, SK Btv, LG U+tv 로고 있음 → ☐ ⑤ IPTV	
			☐ ⑥ 그 외 로고 및 인터넷 미접속 TV인 경우 → ⇒ 수신방법 재확인	
			보기 중 해당 없음 (KBS, MBC, SBS(지역민방), EBS)	
☐ ⑦ 지상파 채널 외 수신 불가능 → ☐ ④ 지상파만 수신				
☐ ⑧ 지상파 채널 외 수신 가능 → ⇒ 수신방법 재확인				

문3: 문2에서 VOD/다시보기가 가능한 디지털케이블, 유선TV스카이라이프, IPTV 가입자만 응답

3 요즘은 방송시간을 놓치더라도 VOD서비스를 통해 언제든지 다시 볼 수 있습니다.
 귀댁에서는 집안에 있는 TV수상기를 통해 국내 방송사에서 방영한 TV방송프로그램
 방송이 나간 후에도 무제한으로 다시 볼 수 있는 VOD/다시보기 월 정액제에 가입하십니까?

지상파, CJ E&M, JTBC 무제한 다시보기 등 국내 방송사 방영 TV방송프로그램을 볼 수 있는 정액제만 해당
 (국내 방송사에서 방영하지 않은 영화, 외국 드라마 등 그 외 동영상만 무제한으로 볼 수 있는 정액제는 제외)

☐ ① 가입했다

☐ ② 안했다

- ♣ 다음은 귀댁의 가구 특성을 알아보기 위한 질문입니다. 정확한 조사를 위해 꼭 필요한 질문이며, 귀댁의 개인정보는 관련법으로 비밀이 철저히 보장되오니 안심하시고 정확한 응답을 부탁드립니다.

- **가 구** : 1인 또는 2인 이상 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위
- **가구주** : 주민등록상 세대주와는 관계없이 가구의 생계를 책임지고 있는 그 가구의 실질적으로 대표자
- **가구원** : 한 가구에 함께 사는 모든 구성원
- 먼 친척이나 혈연관계가 없는 친구, 가사도우미, 종업원 등 가족 아닌 사람도 함께 살면 가구원에 포함
 - 주민등록상 '세대원'과 달리 함께 살고 있지 않으면 가구원에서 제외
 - 결혼 등으로 분가하여 따로 살고 있는 자녀와 그 가족은 제외
 - 학교나 직장의 기숙사 등 타지에서 생활하고 있는 가족 및 군에 입대한 경우도 제외

4 귀하를 포함하여 귀댁에서 함께 생활하는 가구원은 모두 몇 명입니까?

총 명

5 귀댁의 특성을 알기 위해 함께 생활하는 가구원들의 성별, 연령 등에 대해 여쭙겠습니다.

☞ 아래 표의 가구원 번호를 가구원 응답자의 개인 ID로 입력합니다.

가구원 번호	가구주와의 관계 (아래 보기에서 찾아 적음)	성 별	생년월(양력)	직업 (아래 보기에서 찾아 적음)	개인조사 대상(0) 2004년 6월 1일 이전 출생
01		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		가구질문 응답자 (0)
02		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
03		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
04		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
05		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
06		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
07		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
08		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
09		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
10		☐ ①남 ☐ ②여	년 월		
총 가구원 수 ☞ 문8과 동일하지 확인		명	조사대상 가구원수 ☞ 만13세 이상(2004년 6월 1일 이전 출생)		명
[보기] 가구주와의 관계				[보기] 직 업	
① 가구주		② 가구주의 배우자		① 농임어업 종사자	
③ 가구주의 자녀		④ 자녀의 배우자		② 자영업	
⑤ 손자녀/그 배우자		⑥ 부모/조부모		③ 임금근로자(직장인 등)	
⑦ 형제자매/그 배우자		⑧ 기타 친인척		④ 미취학 아동	
⑨ 동거인(친구, 가사도우미 등 비혈연)				⑤ 초등학교생	
				⑥ 중학생	
				⑦ 고등학생	
				⑧ 대학생 이상	
				⑨ 전업주부	
				⑩ 무직/기타	

6 귀댁의 월평균 가구소득(세전)은 얼마입니까? '월평균 가구소득'이란 가구원 모두의 연봉, 보너스, 부수입 등 연간 소득을 모두 합쳐 12개월로 나눈 세전 금액입니다.

- ☐① 200만 원 미만
☐② 200만 원 이상 - 300만 원 미만
☐③ 300만 원 이상 - 500만 원 미만
☐④ 500만 원 이상

7 우리나라 전체 가구의 생활수준(경제)을 상, 중상, 중, 중하, 하 다섯 단계로 구분한다면, 귀댁의 생활수준은 어디에 해당한다고 생각하십니까?

- ☐① 상 ☐② 중상 ☐③ 중 ☐④ 중하 ☐⑤ 하

■ 응답해주셔서 감사드립니다. 그럼, 이어서 가구원 설문에도 응답해주시면 감사하겠습니다.
 가구원용 설문은 개인의 미디어 이용에 대한 질문이므로 가구 대표님도 꼭 응답해주시기 바랍니다.

개인정보 수집·이용·제3자 제공 동의서

(가구대표용)

2017년 시청점유율 기초조사를 실시하는 조사기관(주칸타코리아)에서는 본 조사에 응답해주신 분들을 대상으로 **조사검증 및 시청점유율 조사에 대한 안내와 시청률조사 패널 참여 안내**를 위해 귀하의 개인정보를 아래와 같이 수집·이용 및 제3자 제공을 하고자 합니다.

시청점유율 조사는 방송법 제69조에 따라 **방송통신위원회**가 주관하는 것으로, 지금 하시는 제3자 제공 동의는 추후 '시청점유율 조사와 패널 참여 안내'를 위해 거주지 및 전화번호 등 귀 가구의 정보 일부를 시청점유율 조사기관(닐슨이나 TNmS)에 제공해도 될지에 대한 동의 여부만을 여쭙는 것입니다. 동의하신다고 모두 연락을 드리는 것은 아니며, 동의 여부도 의무사항은 아닙니다.

다음의 사항에 대해 충분히 읽어보신 후 동의 여부를 체크, 서명해주시기 바랍니다.

<관련 법령 개인정보 보호법 제 15조, 제 17조>

▶ 개인정보 수집 및 이용 동의

수집·이용하려는 개인정보의 항목	개인정보의 수집·이용 목적	개인정보 이용기간 및 보유기간
가구의 거주지역(읍면동 단위), 가구전화번호, 가구원 수 및 가구주 연령대, 가구 보유 TV 대수 및 수신환경	조사 검증 및 추후 시청점유율 조사 관련 안내	조사 완료 후 1년

※ 귀하께서는 개인정보 제공 및 활용에 거부할 권리가 있으며, 거부에 따른 별도의 불이익은 없음을 알려드립니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

▶ 제3자 제공 동의

개인정보를 제공하는 자	제공하는 개인정보 항목	개인정보를 제공하는 자의 개인정보 이용목적	제공받은 개인정보 이용기간 및 보유기간
시청점유율 조사 선정 조사기관	가구의 거주지역(읍면동 단위), 가구전화번호, 가구원 수 및 가구주 연령대, 가구 보유 TV 대수 및 수신환경	시청점유율 조사 및 패널 참여 안내 전화	조사 완료 후 1년

※ 거주지역은 읍면동 단위로만 수집하며, 세부 주소는 제3자에게 제공하지 않습니다.

※ 귀하께서는 개인정보 제공 및 활용에 거부할 권리가 있으며, 거부에 따른 별도의 불이익은 없음을 알려드립니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

본인은 본 『개인정보의 수집·이용·제3자 제공 동의서』 내용을 읽고 명확히 이해하였으며, 이에 동의합니다.

2017년 월 일

성 명 :

(서명)

2017년 시청점유율 기초조사

- 만13세 이상 가구원 개인 설문 -

가구대표용

가구 전체가 아닌, 귀하 개인에 대해 여쭙는 질문입니다.

♣ 먼저 **귀하** 혹은 **귀하의** **댁에서** 보유하고 계신 미디어 기기에 대해 여쭙겠습니다.

1 귀하 혹은 귀댁에는 다음의 각 미디어를 가지고 계신가요?

1) 귀하 혹은 귀댁에서 **가지고 있는** 미디어 기기를 **모두** 표시한 후, 2) 그 기기가 귀하만 사용하는 개인용인지 다른 가구원도 사용하는 공용인지 체크하고, 3) 그 기기의 OS/운영체제도 응답해주세요.

☞ 두 대 이상의 미디어 기기를 보유하신 경우, **가장 많이 쓰는 미디어 기기**를 기준으로 하나만 응답

미디어 기기	1) 가구 또는 본인 보유여부	2) 개인용/공용 구분	3) 운영체제(OS)
TV (텔레비전, 고정형 수상기)	☐		
컴퓨터 (PC/노트북/넷북 등)	☐	☐ ① 개인용 ☐ ② 가구 공용	☐ ① MS 윈도우 ☐ ② 애플(MAC OS) ☐ ③ 기타
스마트패드 (갤럭시탭, 아이패드 등)	☐	☐ ① 개인용 ☐ ② 가구 공용	☐ ① 안드로이드 ☐ ② iOS(애플) ☐ ③ 기타

2 귀하께서 최근 **1개월** 동안 귀댁에 있는 다음 미디어를 얼마나 자주 이용하셨습니까?

집에 가지고 있지만 이용하지 않은 경우는 '이용 안 함'에 표시해주세요.

1) 본인 이용 여부		2) 본인 이용 빈도	
가구 내 TV(고정형 수상기)	☐ ① 이용	(주 1일 이상 이용 시)	주 일
		(주 1일 미만 이용 시)	월 일
	☐ ② 이용 안 함		
가구/본인의 컴퓨터 (PC/노트북/넷북 등)	☐ ① 이용	(주 1일 이상 이용 시)	주 일
		(주 1일 미만 이용 시)	월 일
	☐ ② 이용 안 함		
가구/본인의 스마트패드 (갤럭시탭, 아이패드 등)	☐ ① 이용	(주 1일 이상 이용 시)	주 일
		(주 1일 미만 이용 시)	월 일
	☐ ② 이용 안 함		

♣ 다음은 귀하가 사용 중인 **휴대전화(핸드폰)**에 대해 여쭙겠습니다.

3 귀하께서 휴대전화(핸드폰)을 이용하고 계십니까? 이용하신다면, 몇 대나 이용하고 계십니까?

☞ 명義와 무관하게 **평소 본인이 사용하는 휴대전화(핸드폰) 기기 대수**를 기준으로 응답

☐ ① 이용한다	일반 휴대전화	☐ 대	→ 3-1 번으로
	스마트폰 기기	☐ 대	→ 3-1 번으로
☐ ② 이용하지 않는다		→ 5 번으로	

3-1 그렇다면, 귀하께서 주로 이용하고 계시는 휴대전화기의 종류는 다음 중 무엇입니까?

☞ 두 대 이상의 휴대전화를 이용하실 경우, **개인 용도로 가장 많이 쓰는 폰**을 기준으로 하나만 응답

일반 휴대전화	☐ ① DMB 있는 일반폰	→ 5 번으로
	☐ ② DMB 없는 일반폰	
스마트폰 기기	☐ ③ DMB 있는 스마트폰	→ 4 번으로
	☐ ④ DMB 없는 스마트폰	

4 [스마트폰 기기 이용자만 응답] 귀하가 이용하시는 스마트폰 기기에 대해 좀 더 자세히 여쭙겠습니다.

4-1 귀하가 현재 사용 중인 스마트폰 기기의 운영체제(OS)가 무엇입니까?

☐ ① 안드로이드(삼성 갤럭시, LG G 시리즈 등) ☐ ② iOS(애플 아이폰) ☐ ③ 기타

4-2 현재 사용 중인 스마트폰 기기는 얼마나 동안 사용하셨습니다?

☐ ① 6개월 미만 ☐ ② 6개월~1년 미만 ☐ ③ 1년~1년 6개월 미만
☐ ④ 1년 6개월~2년 미만 ☐ ⑤ 2년~3년 미만 ☐ ⑥ 3년 이상

4-3 귀하께서는 향후 언제쯤 스마트폰 기기를 교체하실 것 같으십니까?

☐ ① 6개월 이내 ☐ ② 6개월~1년 이내 ☐ ③ 1년~1년 6개월 이내
☐ ④ 1년 6개월~2년 이내 ☐ ⑤ 2년~3년 이내 ☐ ⑥ 3년 이상

4-4 현재 요금제는 데이터를 무제한으로 이용할 수 있는 요금제입니까?

☐ ① 예(무제한 요금제 가입함) ☐ ② 아니오(무제한 요금제 가입하지 않음)

TV방송프로그램

TV방송프로그램이란, 지상파(공중파), 케이블, 위성TV, IPTV 등을 통해 **국내 방송사**가 제공하는 각종 프로그램을 의미합니다. 요즘은 TV방송프로그램을 컴퓨터나 스마트폰에서도 시청할 수 있습니다.

국내 TV채널에서 방송하지 않았던 콘텐츠(동영상)는 내용이 같더라도 TV방송프로그램이 **아닙니다**.

- 국내 TV채널에서 방영되지 않은 외국드라마, TV채널에 방송 안 되는 인터넷 강의는 TV방송프로그램 아님
- TV채널에 방송 안 된 개인이 직접 제작한 동영상은 TV방송프로그램 아님
- TV채널에서 방송된 영화는 TV방송프로그램에 포함되지만, 기타 다른 방법으로 본 영화는 TV방송프로그램 아님

실시간 시청과 비실시간 시청

요즘은 다양한 기기로 정규 방송 편성표에 따라 정해진 시간에 TV방송프로그램을 볼 수 있을 뿐만 아니라, 내가 원하는 시간에 원하는 프로그램만 골라 볼 수도 있습니다.

즉, TV방송프로그램 시청은 **실시간 시청과 비실시간 시청**으로 구분됩니다.

실시간 시청

방송국에서 편성해주는 정해진 시간에 보는 일반적인 TV시청 방법

- 시청자가 특정 프로그램 시청 시간을 결정할 수 없고, 방송해 주는 대로 보는 방법입니다.
- 본방송은 물론, 정해진 시간에 재방송되는 TV방송프로그램을 시청하는 경우
- TV수상기뿐만 아니라, 컴퓨터나 휴대폰 등 다른 기기로도 실시간 시청 가능
- DMB 시청은 모두 실시간 시청

VOD/다시보기 비실시간 시청

방송사가 방송하는 시간에 상관없이, 이미 방영된 TV방송프로그램을 내가 편한 시간에 혹은 원하는 시간에 보는 방법. 다시보기/VOD

- 바빠서 시청하지 못한 TV방송프로그램을 나중에 보는 경우
- TV채널에서 방송된 영상을 편집한 하이라이트 동영상(예: 스포츠 경기 주요 장면) 보기
- 이미 방송된 TV방송프로그램의 특정장면만 모아 편집한 동영상 보기

<기기별 주요 비실시간 시청 방법>

- ▶ **TV수상기**: IPTV, 디지털케이블 등에서 유료 혹은 무료로 다시보기(VOD 등)
- ▶ **컴퓨터/스마트폰**
 - 방송사 홈페이지/포털사이트/동영상전문사이트 등 인터넷 사이트에서 다시보기(VOD 등)
 - SNS/블로그 등에 올린/링크된 TV방송프로그램 클립(편집영상/부분영상 등) 보기
 - 다운로드 받은 방송프로그램 파일 재생
 - (스마트폰/스마트패드 등) TV시청용 모바일 애플리케이션(my K, 티빙, 폭, 올레TV모바일 등)을 통한 다시보기

[확인 문제] 꼭 챙겨보는 수목 드라마 ○○○가 있다면, 다음 중 실시간 시청과 비실시간 시청은 무엇일까요?

- | | |
|--|--------------|
| 1) 수요일(9회)과 목요일(10회) 밤 10시 본방송 시간에 시청 | (정답) 실시간 시청 |
| 2) 수/목에 방송했던 9회와 10회를 일요일 오후에 재방송해주는 것을 시청 | (정답) 실시간 시청 |
| 3) 목요일 오전에 어제 바빠서 못 봤던 9회를 다시보기 서비스(VOD)로 시청 | (정답) 비실시간 시청 |
| 4) 친구가 준 1회부터 10회까지의 드라마 방송 파일을 동영상 플레이어로 시청 | (정답) 비실시간 시청 |

♣ 지금부터는 국내 방송사가 방영한 TV방송프로그램에 대해서만 여쭙겠습니다.

TV수상기(고정형) 시청



5 귀하께서는 최근 **1개월** 동안 가구 내 TV수상기(집에 있는 TV)를 통해 TV방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예(있다)

☐ ② 아니오(없다) → **10** 번으로

5-1 그럼, TV수상기를 통한 TV방송프로그램 시청시간은 하루 평균 대략 얼마나 됩니까?
월요일에서 금요일까지와 토요일/일요일을 구분해서 말씀해주세요.

1) 주중: 월요일 ~ 금요일		2) 주말: 토요일 / 일요일	
하루 평균 시청시간	시간 분	하루 평균 시청시간	시간 분

♣ 다음은 지난 한달 간 집에 있는 TV수상기를 통해 비실시간, 즉 VOD/다시보기로 TV방송프로그램을 시청하신 것에 대해 여쭙겠습니다.

6 최근 **1개월** 동안 가구 내 TV수상기를 통해 이미 방송된 TV방송프로그램을 VOD/다시보기로 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예(있다)

☐ ② 아니오(없다) → **9** 번으로

6-1 그럼, 가구 내 TV수상기에서 VOD/다시보기로 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

6-2 그럼, 가구 내 TV수상기에서 VOD/다시보기로 총 몇 편의 프로그램을 시청하셨습니다?

※ TV에서 방영한 프로그램의 1회분을 1편으로 응답 (예: 무한도전 501회, 502회를 시청한 경우는 2편 시청)
※ 방영된 프로그램의 하이라이트, 동영상 모음 제외 (예: 복면가왕 김연우 영상 모음은 응답 대상에서 제외됨)

6-1 VOD/다시보기 시청 빈도		6-2 VOD/다시보기로 시청한 프로그램 편수
(주 1일 이상 이용 시)	주 일	최근 한 달 동안 편 시청
(주 1일 미만 이용 시)	월 일	

7 귀하께서는 대체로 최초 방송된 시점(본방)으로부터 얼마나 지난 TV방송프로그램을 VOD/다시보기로 시청하는 편입니까?



8 귀하께서는 최근 1개월 동안 이미 방송된 프로그램을 VOD/다시보기로 시청하기 위해 **편당 추가요금을 내고** 시청하신 적이 있습니까?

☞ 포인트 등을 이용해 유료 콘텐츠를 무료로 시청한 경우는 편당 유료 구매에 해당합니다.

☐ ① 예 (있다)

☐ ② 아니오 (없다)

9 귀하께서 **가구 내 TV수상기**에서 주로 시청하신 TV 프로그램의 장르는 무엇입니까? 실시간과 비실시간 시청을 구분하여 가장 많이 보신 장르를 **2가지**만 골라주세요.

실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☒ ⑧ 시청 안함
VOD/다시보기 비실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☒ ⑧ 시청 안함

♣ TV는 집에서도 보지만 집 밖에 있는 TV수상기를 통해서도 볼 수 있습니다.

10 귀하께서는 최근 1개월 동안 **집이 아닌 다른 곳(회사, 식당, 공공장소 등)**에서 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예

☐ ② 아니오 → **11** 번으로

10-1 그럼, 최근 1개월 동안 집이 아닌 곳의 TV수상기를 통해 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

(주 1일 이상 이용 시)

주 일

(주 1일 미만 이용 시)

월 일

컴퓨터(데스크탑/노트북) 시청



11 귀하께서는 최근 **1개월** 동안 데스크탑PC나 노트북 같은 **컴퓨터**를 통해 TV방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

139 컴퓨터에서도 인터넷이나 동영상 소프트웨어를 이용해 TV방송프로그램을 볼 수 있습니다

☐ ① 예

☐ ② 아니오 → **15**번으로

11-1 그럼, 최근 **1개월** 동안 **컴퓨터**를 통해 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

(주 1일 이상 이용 시)

주 일

(주 1일 미만 이용 시)

월 일

12 그럼, 귀하께서 **컴퓨터**에서 TV방송프로그램을 시청하실 때 이용하신 방법을 **모두** 말씀해주세요.

- ☐ ① 방송사 홈페이지 (KBS, MBC, SBS 등 방송사 공식 홈페이지)
- ☐ ② 포털사이트 (네이버, 다음, 구글 등)
- ☐ ③ 방송서비스 웹사이트/동영상 전문 사이트 (유튜브, 올레TV, 팍(pooq), 아프리카TV 등)
- ☐ ④ 다운로드 받은 파일 재생 (곰플레이어, KM플레이어, 1그램 플레이어 등)
- ☐ ⑤ SNS (페이스북, 카카오톡스토리, 인스타그램 등)
- ☐ ⑥ 인스턴트 메신저 (카카오톡, 라인, 텔레그램 등)
- ☐ ⑦ 기타 _____

13 최근 **1개월** 동안 이미 방송된 TV방송프로그램을 **컴퓨터**에서 **VOD/다시보기**로 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예(있다)

☐ ② 아니오(없다) → **14**번으로

13-1 그럼, 컴퓨터에서 VOD/다시보기로 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

13-2 그럼, 컴퓨터에서 VOD/다시보기로 총 몇 편의 프로그램을 시청하셨습니다?

13-1 VOD/다시보기 시청 빈도

(주 1일 이상 이용 시)

주 일

(주 1일 미만 이용 시)

월 일

13-2 VOD/다시보기 시청 프로그램 편수

최근 한 달 동안 편 시청

- 14** 귀하께서 최근 **1개월** 동안 **컴퓨터**에서 주로 시청하신 TV 프로그램의 장르는 무엇입니까?
실시간과 비실시간 시청을 구분하여 가장 많이 보신 장르를 **2가지**만 골라주세요.

실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☒ ⑩ 시청 안함
VOD/다시보기 비실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☒ ⑩ 시청 안함

※ 실시간 시청을 전혀 안했거나, 비실시간 시청을 전혀 안한 경우는 '□⑩ 시청 안함'에 체크

스마트폰 시청



15 귀하께서는 최근 **1개월** 동안 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예

☐ ② 아니오 → **19**번으로

15-1 그럼, 최근 **1개월** 동안 스마트폰을 통해 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

(주 1일 이상 이용 시)

주 일

(주 1일 미만 이용 시)

월 일

16 최근 **1개월** 동안 이미 방송된 TV방송프로그램을 스마트폰에서 VOD/다시보기로 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예(있다)

☐ ② 아니오(없다) → **17**번으로

16-1 그럼, 스마트폰에서 VOD/다시보기로 TV방송프로그램을 시청한 날은 얼마나 됩니까?

16-2 그럼, 스마트폰에서 VOD/다시보기로 총 몇 편의 프로그램을 시청하셨습니다?

16-1 VOD/다시보기 시청 빈도

(주 1일 이상 이용 시)

주 일

(주 1일 미만 이용 시)

월 일

16-2 VOD/다시보기 시청 프로그램 편수

최근 한 달 동안 편 시청

17 귀하께서 최근 **1개월** 동안 스마트폰에서 주로 시청하신 TV 프로그램의 장르는 무엇입니까?
실시간과 비실시간 시청을 구분하여 가장 많이 보신 장르를 **2가지**만 골라주세요.

실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☐ ⑧ 시청 안함
VOD/다시보기 비실시간 시청	☐ ① 뉴스	☐ ② 드라마	☐ ③ 스포츠	☐ ④ 시사/교양
	☐ ⑤ 오락/연예	☐ ⑥ 교육/아동	☐ ⑦ 기타	☐ ⑧ 시청 안함

※ 실시간 시청을 전혀 안했거나, 비실시간 시청을 전혀 안한 경우는 '□ ⑧ 시청 안함'에 체크

18 그럼, 귀하께서 스마트폰에서 TV프로그램을 시청하실 때 이용하신 방법을 모두 응답해주세요.

☞ 유튜브, 아프리카TV 등은 웹사이트 이용 시에는 ③을, 해당 서비스의 애플리케이션/앱 이용 시에는 ⑤를 선택합니다.
☞ 카카오톡(⑧)의 링크를 클릭해 유튜브 앱(⑤)으로 시청한 경우에는 ⑧과 ⑤를 모두 선택합니다.

- ☐① 방송사 홈페이지 (KBS, MBC, SBS 등 방송사 공식 홈페이지)
☐② 포털사이트 (네이버, 다음, 구글 등)
☐③ 방송서비스 웹사이트/동영상 전문 사이트 (유튜브, 올레TV, 폭(pooq), 아프리카TV 등의 웹사이트)
☐④ 다운로드 받은 파일 재생 (다이스 플레이어, MX플레이어, 곰 플레이어 등)
☐⑤ TV프로그램 시청 전용 애플리케이션/앱 → **18-1** 번으로
☐⑥ DMB 시청
☐⑦ SNS (페이스북, 카카오톡스토리, 인스타그램 등) → **18-2** 번으로
☐⑧ 인스턴트 메신저 (카카오톡, 라인, 텔레그램 등) → **18-3** 번으로
☐⑨ 기타 _____

18-1 TV방송프로그램을 시청할 때 이용한 전용 애플리케이션/앱을 모두 응답해주세요.

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ ① (KT) 올레 tv 모바일 | ☐ ② (LGU+) U+비디오포털 | ☐ ③ (SK브로드밴드)옥수수 |
| ☐ ④ 티빙(tving) | ☐ ⑤ 폭(pooq) | ☐ ⑥ my K |
| ☐ ⑦ 카카오톡 Live | ☐ ⑧ 곰TV | ☐ ⑨ 에브리온TV |
| ☐ ⑩ 아프리카TV | ☐ ⑪ 네이버TV | ☐ ⑫ 넷플릭스 |
| ☐ 기타1 : _____ | ☐ 기타2 : _____ | ☐ 기타3 : _____ |

☞ 방송사 앱 등 보기에 없는 앱은 직접 적어주세요.

18-2 TV방송프로그램을 시청할 때 이용한 SNS를 모두 응답해주세요.

- | | | |
|---|---------------------------------------|--|
| ☐ ① 페이스북 | ☐ ② 카카오톡스토리 | ☐ ③ 인스타그램 |
| ☐ ④ 네이버 밴드 | ☐ ⑤ 빕글(Vingle) | ☐ ⑥ 트위터 |
| ☐ ⑦ 텀블러 | ☐ ⑧ 구글플러스 | ☐ ⑨ 링크드인(Linked In) |
| ☐ ⑩ 핀터레스트(Pinterest) | ☐ ⑪ 싸이월드 | |
| ☐ 기타1 : _____ | ☐ 기타2 : _____ | ☐ 기타3 : _____ |

☞ 보기에 없는 앱은 직접 적어주세요.

18-3 TV방송프로그램을 시청할 때 이용한 인스턴트 메신저를 모두 응답해주세요.

- | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ ① 카카오톡 | ☐ ② 네이버 라인 | ☐ ③ 위챗 |
| ☐ ④ 왓츠앱(WhatsApp) | ☐ ⑤ 네이트온 | ☐ ⑥ 텔레그램 |
| ☐ ⑦ 스카이프 | ☐ ⑧ 구글 행아웃 | ☐ ⑨ 페이스북 메신저 |
| ☐ 기타1 : _____ | ☐ 기타2 : _____ | ☐ ⑩ 비트윈 |
| ☐ 기타3 : _____ | | |

☞ 보기에 없는 앱은 직접 적어주세요.

18-4 귀하께서는 스마트폰의 SNS나 인스턴트 메신저 서비스를 통해 TV방송프로그램을 시청할 때, 주로 어떤 장르의 TV방송프로그램을 주로 시청하십니까? 가장 많이 보신 장르를 2가지만 골라주세요.

- ☐① 뉴스 ☐② 드라마 ☐③ 스포츠 ☐④ 시사/교양
☐⑤ 오락/연예 ☐⑥ 교육/아동 ☐⑦ 기타

18-5 그렇다면, 귀하께서는 스마트폰의 SNS나 인스턴트 메신저 서비스를 통해서 한 편당 어느 정도 분량의 영상을 주로 시청하는 편이십니까?

- ☐① 3분 이내 ☐② 3분 이상 ~ 10분 이내
☐③ 10분 이상 ~ 30분 이내 ☐④ 30분 이상 ~ 1시간 이내
☐⑤ 1시간 이상

18-6 귀하께서는 다음과 같은 방법으로 스마트폰의 SNS나 인스턴트 메신저 서비스를 통해 TV 방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

18-6-1	TV방송프로그램을 시청할 목적으로 SNS나 인스턴트 메신저의 게시물을 찾아본 적이 있다	☐ ① 그렇다 ☐ ② 아니다
18-6-2	SNS나 인스턴트 메신저로 TV방송프로그램을 시청할 때에는, 한 편 전체를 끝까지 시청하기보다 일부분만 시청하는 편이다	☐ ① 그렇다 ☐ ② 아니다
18-6-3	시청 후, SNS나 인스턴트 메신저를 이용해 주변 사람들에게 전달/공유하거나, 추천을 한 적이 있다	☐ ① 그렇다 ☐ ② 아니다

지상파 DMB

19 귀하께서는 최근 **1개월** 동안 지상파 DMB를 통해 TV방송프로그램을 시청하신 적이 있습니까?

☐ ① 예(있다)

☐ ② 아니오(없다) → **21** 번으로

19-1 그럼, 지상파 DMB를 통한 TV방송프로그램 시청시간은 하루 평균 대략 얼마나 됩니까?
월요일에서 금요일까지와 토요일/일요일을 구분해서 말씀해주세요.

1) 월요일 ~ 금요일		2) 토요일 / 일요일	
하루 평균 시청시간	시간 분	하루 평균 시청시간	시간 분

20 그럼, 다음 중 어떤 수신기기로 DMB 서비스를 이용해 시청하셨나요? **모두** 응답해주세요.

☐ ① 일반 휴대폰

☐ ② 스마트폰

☐ ③ 스마트패드(태블릿PC)

☐ ④ 차량 장착형 수신기(내비게이션 포함)

☐ ⑤ PMP 등 기타 디지털 미디어

☐ ⑥ 기타 _____

어제 TV방송프로그램 시청 일기

__월 __일 __요일(작성 기준일 : 어제)

- 21 [주로 머문 장소]** 작성일을 기준으로 어제 하루 24시간 동안(0시~24시)에 주로 머물렀던 장소를 보기에서 골라 번호를 적고, 이동 전까지 화살표를 그어주세요.
- 22 [시청 시간 및 기기]** TV방송프로그램을 시청하셨던 시간대를 찾아 TV방송프로그램 시청 시 사용한 기기에 해당하는 칸에 체크해주세요.
- 23 [주시청 구분]** 주로 시청하신 TV방송프로그램이 실시간으로 방송된 것을 보신 것인지, VOD/다시보기 등 방송시간에 관계없이 비실시간으로 시청하신 것인지 보기에서 골라 번호를 적어주세요.

시간대		21 주로 머문 장소	22 TV방송프로그램 시청 기기(중복응답 가능)					23 주시청 구분
		① 집안(자카) ② 학교/직장/일터 ③ 이동 중 교통수단 ④ 기타장소(식당 등 실내) ⑤ 실외/야외(길, 공원 등)	① TV (고정형 수상기)	② 컴퓨터 (데스크탑 /노트북)	③ 핸드폰 스마트폰	④ 스마트 패드 (갤럭시탭, 아이패드)	⑤ 기타 휴대용 기기	① 실시간 ② 비실시간 (VOD/다시보기)
자정 ~ 새벽	0시 - 1시	1						
	1시 - 2시	2						
	2시 - 3시	3						
	3시 - 4시	4						
	4시 - 5시	5						
	5시 - 6시	6						
오전	6시 - 7시	7						
	7시 - 8시	8						
	8시 - 9시	9						
	9시 - 10시	10						
	10시 - 11시	11						
	11시 - 12시	12						
정오 ~ 오후	12시 - 13시	13						
	13시 - 14시	14						
	14시 - 15시	15						
	15시 - 16시	16						
	16시 - 17시	17						
	17시 - 18시	18						
저녁 ~ 자정	18시 - 19시	19						
	19시 - 20시	20						
	20시 - 21시	21						
	21시 - 22시	22						
	22시 - 23시	23						
	23시 - 24시	24						

TV방송프로그램 외 동영상 시청

♣ 지금부터는 TV방송프로그램 이외의 동영상 시청에 대해 여쭙겠습니다.

24 최근에는 컴퓨터, 스마트폰, 스마트패드로도 TV방송프로그램 이외의 영화나 개인방송 등 각종 동영상을 볼 수 있습니다. 귀하께서는 지난 **1개월** 동안 TV방송프로그램 이외의 동영상을 보신 적이 있습니까?

☐① 예(있다)

☐② 아니오(없다) → **30**번으로

24-1 그럼, 지난 1개월 동안 다음의 미디어 기기를 통해 동영상을 보신 적이 있습니까?

미디어 기기	동영상 시청 경험	
1) 컴퓨터 (PC/노트북 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
2) 스마트 기기 (스마트폰/스마트패드 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)

♣ 지금부터는 컴퓨터를 통해 동영상을 시청하신 경험이 있는 경우에만 응답해 주시기 바랍니다.

25 지난 1개월 간 컴퓨터로 TV방송프로그램 이외의 동영상을 보실 때 아래의 경로를 이용하신 적이 있습니까?

시청 경로	동영상 시청 경험	
1) SNS (페이스북, 카카오톡스토리, 인스타그램 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
2) 인스턴트 메신저 (카카오톡, 라인, 텔레그램 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
3) 포털사이트 (네이버, 다음 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
4) 동영상 전문 사이트 (유튜브, 아프리카TV, 팍(pooq) 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
5) 다운로드 받은 파일 재생 (곰플레이어, KM플레이어 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)

26 지난 1개월 간 아래와 같은 동영상을 컴퓨터로 시청하신 적이 있습니까?

시청 동영상 유형	동영상 시청 경험	
1) 개인방송 (아프리카TV, 트위치TV 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
2) 교육 관련 동영상 (동영상 강의 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
3) 영화/드라마/시리즈물 (미드, 일드, 시리즈 애니메이션 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
4) 예능/오락 프로그램 (해외 예능, 오락 콘텐츠 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
5) 음악/공연 동영상 (뮤직비디오, 콘서트, 오페라, 뮤지컬 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)
6) 스포츠 동영상 (스포츠중계, 스포츠 하이라이트 등)	☐ ① 예(있다)	☐ ② 아니오(없다)

- ♣ 지금부터는 **스마트폰, 스마트패드 등 스마트 기기를 통해 동영상**을 시청하신 경험이 있는 경우에만 응답해 주시기 바랍니다.

27 지난 1개월 간 스마트 기기로 TV방송프로그램 이외의 동영상을 보실 때 아래의 경로를 이용하신 적이 있습니까?

시청 경로	동영상 시청 경험
1) SNS (페이스북, 카카오톡, 인스타그램 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
2) 인스턴트 메신저 (카카오톡, 라인, 텔레그램 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
3) 포털사이트 (네이버, 다음 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
4) 동영상 시청 전용 애플리케이션/앱 (유튜브, 올레TV, 폭(pooq), 아프리카TV, 넷플릭스 등 서비스의 시청 전용 애플리케이션/앱)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
5) 동영상 전문 사이트 (유튜브, 올레TV, 폭(pooq), 아프리카TV 등의 웹사이트)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
6) 다운로드 받은 파일 재생 (다이브 플레이어, MX플레이어, 곰 플레이어 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)

28 지난 1개월 간 아래와 같은 동영상을 스마트 기기로 시청하신 적이 있습니까?

시청 동영상 유형	동영상 시청 경험
1) 개인방송 (아프리카TV, 트위치TV 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
2) 교육 관련 동영상 (동영상 강의 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
3) 영화/드라마/시리즈물 (미드, 일드, 시리즈 애니메이션 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
4) 예능/오락 프로그램 (해외 예능, 오락 콘텐츠 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
5) 음악/공연 동영상 (뮤직비디오, 콘서트, 오페라, 뮤지컬 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)
6) 스포츠 동영상 (스포츠중계, 스포츠 하이라이트 등)	☐ ① 예(있다) ☐ ② 아니오(없다)

29 귀하께서 최근 1주일 동안 컴퓨터나 스마트 기기(스마트폰, 스마트패드)로 아래 각각의 동영상을 시청하신 시간은 하루 평균 대략 얼마나 됩니까?

1) TV방송프로그램		2) TV방송프로그램 이외의 동영상	
하루 평균 시청시간	시간 분	하루 평균 시청시간	시간 분

어제 라디오 청취

___월 ___일 ___요일(작성 기준일 : 어제)

30 귀하께서는 어제 하루 동안 라디오를 청취하신 적이 있습니까?

☐ ① 있다(예)

☐ ② 없다(아니오) → DQ1 번으로

31 귀하께서는 어제 하루 동안 청취하신 라디오 채널은 무엇인가요? 모두 응답해주세요.

방송사	채널명	방송지역	35 청취 채널
KBS	1) KBS 1라디오(표준FM)	전국 (뉴스/시사 중심)	☐
	2) KBS 2라디오(표준FM) -해피FM	전국 (뉴스, 오락, 대중가요)	☐
	3) KBS 3라디오(AM) -사랑의 소리FM	전국 AM(서울 인근만 FM)	☐
	4) KBS 1FM (클래식FM) (비수도권은 그냥 KBS FM이라고도 함)	전국 (클래식/국악 등 음악 전문) 비수도권에서 2FM 굿모닝팝스 방송	☐
	5) KBS 2FM / Cool(쿨) FM	수도권 *지방은 방송 안함	☐
	6) KBS한민족방송 (옛 사회교육방송)	한반도/인근국가	☐
MBC	7) MBC 표준FM / AM	전국 (뉴스, 시사, 교양, 스포츠 등)	☐
	8) MBC FM4U (음악FM)	전국 (음악 전문)	☐
SBS	9) SBS 러브FM (AM)	수도권 (뉴스, 시사, 교양, 스포츠 등)	☐
	10) SBS 파워FM (음악 전문)	수도권	☐
	-1) CJB Joy FM (청주방송)	충청북도	☐
	-2) G1 Fresh FM (강원민방)	강원도	☐
	-3) TJB Power FM (대전방송)	대전/충남	☐
	-4) JTV Magic FM (전주방송)	전라북도	☐
	-5) kbc My FM (광주방송)	광주/전남	☐
	-6) TBC Dream FM (대구방송)	대구/경북	☐
	-7) KNN 라디오 (부산방송)	부산/경남	☐
	-8) ubc Green FM (울산방송)	울산	☐
지역 민방	-9) JBS New Power FM (제주방송)	제주도	☐
	11) tbs 교통방송 (서울시 교통방송)	수도권, 충남과 충북 일부	☐
	12) TBN (한국) 교통방송	전국 / 지역	☐
EBS	13) EBS FM	전국	☐
YTN	14) YTN FM (YTN NEWS FM)	수도권, 충남 북부 일부	☐
종교 방송	15) CBS 표준FM / CBS AM	전국	☐
	16) CBS 음악FM	수도권, 부산권	☐
	17) 극동방송 (FEBC FM/AM)		☐
	18) 평화방송 (PBC FM)		☐
	19) 불교방송 (BBS FM)		☐
	20) 원음방송 (WBS FM)		☐
기타	21) 영어 방송 : tbs e-FM, 부산영어방송(Busan e-FM), 광주영어방송(GFN-FM) 아리랑라디오(아리랑 영어FM), AFN Korea(Thunder AM/Eagle FM) 등		☐
	22) 기타 : iTV FM(경인방송), KFM 경기방송, 국악FM방송, KFN 국군방송 등		☐
99. 듣긴 들었으나 채널명을 모른다			☐

※ 끝으로 통계분석을 위해 귀하에 대해 몇 가지 여쭙겠습니다. 응답해주신 내용은 통계적 자료로만 사용되며 철저히 비밀이 보장되니 안심하시고 응답해주시면 감사하겠습니다.

DQ1 실례지만, 귀하의 최종 학력은 어떻게 되시나요?

- | | | |
|---|--------------------------------------|--------------------------------|
| ☐ ① 초등 졸 이하(무학 포함) | ☐ ② 중학생 | ☐ ③ 중졸 |
| ☐ ④ 고등학생 | ☐ ⑤ 고졸 | ☐ ⑥ 대학생 |
| ☐ ⑦ 대졸 | ☐ ⑧ 대학원 재학 이상 | |

DQ2 현재 귀하께서 하시고 계신 일/직업은 다음 보기 중 어디에 해당되십니까?

- | | |
|--|--|
| ☐ ① 농업/임업/어업 | ☐ ② 자영업(상업, 소규모 장사, 개인택시 운전사 등) |
| ☐ ③ 판매/서비스직(상점점원, 세일즈맨 등) | ☐ ④ 기능/숙련공(운전사, 선반, 목공 등) |
| ☐ ⑤ 일반 작업직(현장직업, 청소관리, 경비원 등) | ☐ ⑥ 사무기술직(차장 이하 사무직, 기술직, 교사) |
| ☐ ⑦ 경영/관리직(고위 공무원, 기업체 임원 등) | ☐ ⑧ 전문/자유직(변호사, 의사, 건축사, 대학교수) |
| ☐ ⑨ 가정주부(전업주부) | ☐ ⑩ 학생 |
| ☐ ⑪ 무직(실업, 은퇴 등) | ☐ ⑫ 기타 |

긴 시간 동안 설문에 응답해 주셔서 깊이 감사드립니다.

귀하께서 응답해주신 내용은 다른 가구의 응답과 함께 분석하여 우리나라 방송정책 발전을 위해 소중한 자료로 사용하겠습니다.

- ◆ 정확한 조사와 분석을 위해 추후에 귀하께 전화를 드릴 수도 있습니다.
- ◆ 감사의 뜻으로 약소하지만 가구 대표님께 감사의 선물을 드립니다.
- ◆ 정확한 조사를 위해 만 13세 이상인 귀댁의 가구원도 개인설문에 응답해주셔야 합니다.
귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다.
- ◆ 개인 설문에 응답해주시는 다른 가구원분들께는 5천원 상품권을 드립니다.

개인정보 수집·이용·제3자 제공 동의서

(개인응답자용)

2017년 시청점유율 기초조사를 실시하는 조사기관(주한타코리아)에서는 본 조사에 응답해주신 분들을 대상으로 **조사검증 및 시청점유율 조사에 대한 안내와 시청률조사 패널 참여 안내**를 위해 귀하의 개인정보를 아래와 같이 수집·이용 및 제3자 제공을 하고자 합니다.

시청점유율 조사는 방송법 제69조에 따라 **방송통신위원회**가 주관하는 것으로, 지금 하시는 제3자 제공 동의는 추후 '시청점유율 조사와 패널 참여 안내'를 위해 **거주지 및 전화번호 등 귀하의 정보 일부를 시청점유율 조사기관(닐슨이나 TNmS)에 제공해도 될지에 대한 동의 여부**만을 여쭙는 것입니다. 동의하신다고 모두 연락을 드리는 것은 아니며, 동의 여부도 의무사항은 아닙니다.

다음의 사항에 대해 충분히 읽어보신 후 동의 여부를 체크, 서명해주시기 바랍니다.

<관련 법령 개인정보 보호법 제 15조, 제 17조>

▶ 개인정보 수집 및 이용 동의

수집·이용하려는 개인정보의 항목	개인정보의 수집·이용 목적	개인정보 이용기간 및 보유기간
거주지역(읍면동 단위), 전화번호, 성, 연령대, 스마트폰 및 PC 이용여부	조사 검증 및 추후 시청점유율 조사 관련 안내	조사 완료 후 1년

※ 귀하께서는 개인정보 제공 및 활용에 거부할 권리가 있으며, 거부에 따른 별도의 불이익은 없음을 알려드립니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

▶ 제3자 제공 동의

개인정보를 제공하는 자	제공하는 개인정보 항목	개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용목적	제공받은 개인정보 이용기간 및 보유기간
시청점유율 조사 선정 조사기관	거주지역(읍면동 단위), 전화번호, 성, 연령대, 스마트폰 및 PC 이용여부	시청점유율 조사 및 패널 참여 안내 전화	조사 완료 후 1년

※ 거주지역은 읍면동 단위로만 수집하며, 세부 주소는 제3자에게 제공하지 않습니다.

※ 귀하께서는 개인정보 제공 및 활용에 거부할 권리가 있으며, 거부에 따른 별도의 불이익은 없음을 알려드립니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

본인은 본 『개인정보의 수집·이용·제3자 제공 동의서』 내용을 읽고 명확히 이해하였으며, 이에 동의합니다.

2017년 월 일

성 명 :

(서명)

부록

APPENDIX

2017 시청점유율 기초조사 보고서 | 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사

2 통계표

MEDIA



Internet



Download

TV



Television

응답 가구 특성표

	조사 사례수	가중 사례수	오차한계(%p)
전체	20,000	20,000	±0.7%
지역별			
서울	2,370	3,880	±2.0%
부산	1,410	1,384	±2.6%
대구	1,170	962	±2.9%
인천	1,245	1,097	±2.8%
광주	915	587	±3.2%
대전	930	609	±3.2%
울산	795	439	±3.5%
경기	2,555	4,652	±1.9%
강원	945	636	±3.2%
충북	945	637	±3.2%
충남	1,095	844	±3.0%
전북	1,035	749	±3.0%
전남	1,035	751	±3.0%
경북	1,260	1,114	±2.8%
경남	1,365	1,314	±2.7%
제주	585	238	±4.1%
세종	345	105	±5.3%
지역규모별			
동부	15,572	16,176	±0.8%
읍면부	4,428	3,824	±1.5%
주택형태별			
단독주택	6,756	7,052	±1.2%
아파트	10,170	9,633	±1.0%
다세대/연립/기타	3,074	3,315	±1.8%
가구규모별			
1인 가구	4,993	5,698	±1.4%
2인 가구	6,551	5,389	±1.2%
3인 가구	4,172	4,275	±1.5%
4인 이상가구	4,284	4,638	±1.5%

응답 개인 특성표

	조사 사례수	가중 사례수	오차한계(%p)
전체	41,926	41,926	±0.7%
지역별			
서울	5,260	8,106	±1.4%
부산	3,023	2,843	±1.8%
대구	2,613	2,020	±1.9%
인천	2,682	2,372	±1.9%
광주	2,062	1,210	±2.2%
대전	1,861	1,240	±2.3%
울산	1,786	936	±2.3%
경기	5,197	10,297	±1.4%
강원	1,805	1,254	±2.3%
충북	1,890	1,308	±2.3%
충남	2,364	1,739	±2%
전북	1,972	1,497	±2.2%
전남	2,077	1,472	±2.2%
경북	2,547	2,205	±1.9%
경남	2,803	2,713	±1.9%
제주	1,193	506	±2.8%
세종	791	208	±3.5%
성별			
남성	19,671	20,947	±0.7%
여성	22,255	20,979	±0.7%
연령대별			
13-19세	3,036	3,605	±1.8%
20대	4,338	6,340	±1.5%
30대	6,492	6,946	±1.2%
40대	7,275	7,902	±1.1%
50대	7,821	7,722	±1.1%
60대	6,357	5,389	±1.2%
70대 이상	6,607	4,021	±1.2%

가구의 TV수상기 보유율

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	보유	미보유
전체	20,000	98.3	1.7
지역별			
서울	3,880	97.3	2.7
부산	1,384	98.7	1.3
대구	962	97.3	2.7
인천	1,097	98.9	1.1
광주	587	99.6	0.4
대전	609	94.4	5.6
울산	439	99.0	1.0
경기	4,652	99.4	0.6
강원	636	94.4	5.6
충북	637	98.0	2.0
충남	844	99.2	0.8
전북	749	97.9	2.1
전남	751	99.9	0.1
경북	1,114	98.9	1.1
경남	1,314	99.7	0.3
제주	238	96.4	3.6
세종	105	95.8	4.2
지역규모별			
동부	16,176	98.1	1.9
읍면부	3,824	99.3	0.7
주택형태별			
단독주택	7,052	98.5	1.5
아파트	9,633	98.8	1.2
다세대/연립/기타	3,315	96.9	3.1
가구규모별			
1인 가구	5,698	95.2	4.8
2인 가구	5,389	99.5	0.5
3인 가구	4,275	99.7	0.3
4인 이상가구	4,638	99.5	0.5

TV수상기 보유 대수

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	1대	2대	3대	4대	5대 이상	TV 미보유	평균 대수
전체	20,000	73.4	23.3	1.6	0.1	0.0	1.7	1.25
지역별								
서울	3,880	76.2	19.9	1.2	0.1	0.0	2.7	1.20
부산	1,384	69.2	27.8	1.6	0.1	0.0	1.3	1.30
대구	962	68.6	25.5	2.8	0.3	0.0	2.7	1.29
인천	1,097	76.2	21.0	1.5	0.2	0.0	1.1	1.23
광주	587	68.5	29.9	1.1	0.1	0.0	0.4	1.32
대전	609	71.6	19.9	2.7	0.3	0.0	5.6	1.21
울산	439	71.9	25.5	1.5	0.1	0.0	1.0	1.28
경기	4,652	82.0	16.8	0.5	0.0	0.0	0.6	1.17
강원	636	65.7	25.8	2.3	0.4	0.1	5.6	1.27
충북	637	70.6	25.3	2.1	0.0	0.0	2.0	1.28
충남	844	70.4	26.4	2.4	0.0	0.0	0.8	1.31
전북	749	70.2	25.9	1.6	0.2	0.0	2.1	1.27
전남	751	67.5	30.0	2.3	0.0	0.0	0.1	1.35
경북	1,114	67.7	28.8	2.4	0.0	0.0	1.1	1.33
경남	1,314	63.3	33.7	2.3	0.3	0.0	0.3	1.39
제주	238	59.4	33.4	3.2	0.4	0.0	3.6	1.38
세종	105	67.5	26.1	2.3	0.0	0.0	4.2	1.26
지역규모별								
동부	16,176	74.6	22.2	1.2	0.1	0.0	1.9	1.23
읍면부	3,824	68.0	28.2	2.9	0.1	0.0	0.7	1.34
주택형태별								
단독주택	7,052	71.1	24.9	2.3	0.1	0.0	1.5	1.28
아파트	9,633	72.0	25.3	1.3	0.1	0.0	1.2	1.27
다세대/연립/기타	3,315	82.2	14.1	0.5	0.1	0.0	3.1	1.12
가구규모별								
1인 가구	5,698	89.1	5.9	0.2	0.0	0.0	4.8	1.01
2인 가구	5,389	71.4	26.5	1.6	0.1	0.0	0.5	1.29
3인 가구	4,275	66.8	30.4	2.4	0.1	0.0	0.3	1.35
4인 이상가구	4,638	62.2	34.5	2.5	0.3	0.0	0.5	1.40

주사용 TV수상기 설치 장소

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	거실	방	기타	TV 미보유
전체	20,000	83.9	14.3	0.1	1.7
지역별					
서울	3,880	87.3	9.8	0.1	2.7
부산	1,384	86.7	12.0	0.0	1.3
대구	962	70.0	27.2	0.1	2.7
인천	1,097	85.1	13.7	0.0	1.1
광주	587	85.2	14.4	0.0	0.4
대전	609	78.7	15.7	0.0	5.6
울산	439	84.7	14.4	0.0	1.0
경기	4,652	93.8	5.5	0.1	0.6
강원	636	81.9	12.4	0.0	5.6
충북	637	80.8	17.2	0.0	2.0
충남	844	77.7	21.5	0.1	0.8
전북	749	75.8	22.1	0.0	2.1
전남	751	62.4	37.5	0.0	0.1
경북	1,114	73.1	25.7	0.0	1.1
경남	1,314	83.7	15.9	0.0	0.3
제주	238	63.8	32.7	0.0	3.6
세종	105	80.9	14.9	0.0	4.2
지역규모별		0.0	0.0	0.0	0.0
동부	16,176	86.1	12.0	0.1	1.9
읍면부	3,824	75.0	24.2	0.0	0.7
주택형태별		0.0	0.0	0.0	0.0
단독주택	7,052	74.4	24.0	0.0	1.5
아파트	9,633	92.9	5.8	0.0	1.2
다세대/연립/기타	3,315	78.1	18.7	0.1	3.1
가구규모별		0.0	0.0	0.0	0.0
1인 가구	5,698	65.0	30.2	0.1	4.8
2인 가구	5,389	87.1	12.4	0.0	0.5
3인 가구	4,275	93.8	5.8	0.1	0.3
4인 이상가구	4,638	94.5	4.9	0.1	0.5

TV수상기의 유료방송 수신현황

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	케이블 (유선)방송	IPTV	스카이 라이프	지상파만 수신	TV 미보유
전체	20,000	50.5	41.5	5.5	3.0	1.7
지역별						
서울	3,880	38.2	52.3	1.9	5.3	2.7
부산	1,384	58.1	40.3	1.1	0.4	1.3
대구	962	67.9	29.3	0.9	2.1	2.7
인천	1,097	40.9	48.5	6.4	4.2	1.1
광주	587	71.3	29.6	1.9	2.0	0.4
대전	609	59.6	36.4	3.1	1.2	5.6
울산	439	64.7	31.6	3.1	0.7	1.0
경기	4,652	39.7	54.5	3.7	2.4	0.6
강원	636	48.6	35.1	12.0	1.5	5.6
충북	637	54.8	33.6	14.0	2.9	2.0
충남	844	53.2	30.8	18.0	4.4	0.8
전북	749	57.6	24.0	11.0	7.0	2.1
전남	751	61.5	23.0	15.8	2.9	0.1
경북	1,114	67.7	20.9	9.5	2.7	1.1
경남	1,314	66.3	31.8	4.0	0.5	0.3
제주	238	49.3	42.2	5.1	2.4	3.6
세종	105	44.0	34.7	20.3	5.5	4.2
지역규모별						
동부	16,176	41.5	41.5	2.7	0.6	14.2
읍면부	3,824	29.2	64.2	3.0	3.1	2.3
주택형태별						
단독주택	7,052	52.1	42.3	6.1	2.1	0.6
아파트	9,633	68.7	23.8	6.6	2.3	0.2
다세대/연립/기타	3,315	75.8	7.4	10.6	7.1	0.0
가구규모별						
1인 가구	5,698	58.9	26.4	5.4	4.9	4.8
2인 가구	5,389	59.9	31.5	7.3	2.5	0.5
3인 가구	4,275	41.9	54.7	4.8	1.6	0.3
4인이상가구	4,638	37.0	59.6	4.1	2.5	0.5

VOD 시청 가능 가구

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	VOD 시청 가능	VOD 시청 불가능
전체	20,000	76.6	23.4
지역별			
서울	3,880	88.5	11.5
부산	1,384	90.2	9.8
대구	962	66.8	33.2
인천	1,097	88.0	12.0
광주	587	44.4	55.6
대전	609	43.9	56.1
울산	439	85.2	14.8
경기	4,652	91.5	8.5
강원	636	80.9	19.1
충북	637	41.8	58.2
충남	844	48.3	51.7
전북	749	39.1	60.9
전남	751	39.4	60.6
경북	1,114	63.7	36.3
경남	1,314	89.0	11.0
제주	238	69.1	30.9
세종	105	46.1	53.9
지역규모별			
동부	16,176	80.6	19.4
읍면부	3,824	59.5	40.5
주택형태별			
단독주택	7,052	66.9	33.1
아파트	9,633	81.6	18.4
다세대/연립/기타	3,315	82.8	17.2
가구규모별			
1인 가구	5,698	63.4	36.6
2인 가구	5,389	73.3	26.7
3인 가구	4,275	86.5	13.5
4인 이상가구	4,638	87.5	12.5

케이블(유선)방송 세부 수신현황

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수			
		케이블(유선)방송	디지털 케이블	아날로그 케이블
전체	20,000	50.5	32.6	18.9
지역별				
서울	3,880	38.2	34.8	3.9
부산	1,384	58.1	49.5	9.5
대구	962	67.9	36.9	33.4
인천	1,097	40.9	36.0	5.5
광주	587	71.3	13.6	59.0
대전	609	59.6	5.9	55.0
울산	439	64.7	52.7	13.3
경기	4,652	39.7	34.3	5.7
강원	636	48.6	39.6	11.5
충북	637	54.8	5.2	51.3
충남	844	53.2	13.4	41.9
전북	749	57.6	10.9	47.0
전남	751	61.5	12.7	49.3
경북	1,114	67.7	37.8	32.4
경남	1,314	66.3	56.3	11.4
제주	238	49.3	23.1	30.1
세종	105	44.0	2.0	42.2
지역규모별				
동부	16,176	48.7	33.4	16.2
읍면부	3,824	57.7	29.1	30.2
주택형태별				
단독주택	7,052	59.8	35.9	25.2
아파트	9,633	45.2	29.6	16.6
다세대/연립/기타	3,315	45.8	34.3	12.0
가구규모별				
1인 가구	5,698	58.9	35.0	24.3
2인 가구	5,389	59.9	39.0	22.2
3인 가구	4,275	41.9	28.9	14.4
4인 이상가구	4,638	37.0	25.7	12.5

스카이라이프 세부 수신현황

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수			
		스카이라이프	올레티비 스카이라이프	위성 스카이라이프
전체	20,000	5.5	2.7	2.8
지역별				
서울	3,880	1.9	1.6	0.2
부산	1,384	1.1	0.9	0.2
대구	962	0.9	0.7	0.2
인천	1,097	6.4	3.3	3.2
광주	587	1.9	1.1	0.8
대전	609	3.1	1.6	1.9
울산	439	3.1	1.6	1.5
경기	4,652	3.7	2.9	0.8
강원	636	12.0	7.5	4.7
충북	637	14.0	2.9	11.7
충남	844	18.0	4.5	14.1
전북	749	11.0	4.3	6.9
전남	751	15.8	3.2	12.9
경북	1,114	9.5	5.1	4.4
경남	1,314	4.0	2.4	1.6
제주	238	5.1	4.4	0.7
세종	105	20.3	9.7	12.0
지역규모별				
동부	16,176	2.8	2.0	0.8
읍면부	3,824	16.9	5.8	11.6
주택형태별				
단독주택	7,052	10.4	3.9	6.7
아파트	9,633	2.9	2.2	0.7
다세대/연립/기타	3,315	2.5	1.9	0.7
가구규모별				
1인 가구	5,698	5.4	1.9	3.5
2인 가구	5,389	7.3	2.9	4.6
3인 가구	4,275	4.8	3.4	1.5
4인 이상가구	4,638	4.1	3.1	1.1

개인의 스마트폰 이용률

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	스마트폰 이용 경험 있음	스마트폰 이용 경험 없음
전체	41,926	87.0	13.0
지역별			
서울	8,106	91.2	8.8
부산	2,843	86.3	13.7
대구	2,020	86.8	13.2
인천	2,372	90.6	9.4
광주	1,210	88.5	11.5
대전	1,240	88.0	12.0
울산	936	92.0	8.0
경기	10,297	90.1	9.9
강원	1,254	81.3	18.7
충북	1,308	82.6	17.4
충남	1,739	80.7	19.3
전북	1,497	83.2	16.8
전남	1,472	76.2	23.8
경북	2,205	76.7	23.3
경남	2,713	84.5	15.5
제주	506	79.5	20.5
세종	208	87.6	12.4
성별			
남성	20,947	89.9	10.1
여성	20,979	84.2	15.8
연령대별			
13-19세	3,605	95.3	4.7
20대	6,340	99.4	0.6
30대	6,946	99.3	0.7
40대	7,902	98.4	1.6
50대	7,722	94.0	6.0
60대	5,389	71.9	28.1
70대 이상	4,021	23.5	76.5

1인당 평균 스마트폰 이용 대수

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	1대	2대	3대 이상	스마트폰 비이용	평균 이용 대수
전체	41,926	86.9	0.2	0.0	12.8	0.87
지역별						
서울	8,106	90.8	0.4	0.1	8.8	0.92
부산	2,843	86.4	0.1	0.0	13.6	0.86
대구	2,020	86.9	0.0	0.0	13.1	0.87
인천	2,372	90.6	0.3	0.1	9.1	0.91
광주	1,210	88.6	0.1	0.1	11.3	0.89
대전	1,240	88.0	0.3	0.0	11.7	0.89
울산	936	91.9	0.1	0.0	7.9	0.92
경기	10,297	90.0	0.2	0.0	9.7	0.91
강원	1,254	80.9	0.7	0.0	18.4	0.82
충북	1,308	82.7	0.0	0.0	17.3	0.83
충남	1,739	80.7	0.2	0.0	19.1	0.81
전북	1,497	83.5	0.1	0.0	16.4	0.84
전남	1,472	76.0	0.2	0.1	23.6	0.77
경북	2,205	76.7	0.1	0.0	23.2	0.77
경남	2,713	84.5	0.1	0.0	15.4	0.85
제주	506	78.9	0.7	0.0	20.4	0.80
세종	208	87.4	0.3	0.3	12.0	0.89
성별						
남성	20,947	89.7	0.2	0.0	10.0	0.90
여성	20,979	84.1	0.3	0.0	15.6	0.85
연령대별						
13-19세	3,605	95.3	0.0	0.0	4.6	0.96
20대	6,340	99.1	0.3	0.0	0.5	1.00
30대	6,946	98.9	0.4	0.0	0.6	1.00
40대	7,902	98.1	0.2	0.1	1.5	0.99
50대	7,722	93.8	0.2	0.1	5.9	0.94
60대	5,389	72.0	0.2	0.0	27.9	0.72
70대 이상	4,021	24.1	0.1	0.0	75.8	0.24

주이용 스마트폰의 DMB 수신 현황

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	DMB 수신	DMB 비수신	스마트폰 비이용
전체	41,926	74.8	12.2	13.0
지역별				
서울	8,106	75.8	15.4	8.8
부산	2,843	78.1	8.2	13.7
대구	2,020	78.3	8.4	13.2
인천	2,372	75.1	15.5	9.4
광주	1,210	79.3	9.2	11.5
대전	1,240	79.0	9.0	12.0
울산	936	81.1	10.9	8.0
경기	10,297	74.6	15.5	9.9
강원	1,254	62.5	18.8	18.7
충북	1,308	76.9	5.7	17.4
충남	1,739	71.7	9.0	19.3
전북	1,497	76.3	6.9	16.8
전남	1,472	66.9	9.3	23.8
경북	2,205	70.9	5.8	23.3
경남	2,713	76.3	8.2	15.5
제주	506	61.2	18.3	20.5
세종	208	76.0	11.6	12.4
성별				
남성	20,947	77.3	12.6	10.1
여성	20,979	72.4	11.8	15.8
연령대별				
13-19세	3,605	77.7	17.6	4.7
20대	6,340	67.5	31.9	0.6
30대	6,946	82.9	16.4	0.7
40대	7,902	90.6	7.8	1.6
50대	7,722	88.8	5.2	6.0
60대	5,389	68.3	3.6	28.1
70대 이상	4,021	20.9	2.6	76.5

주이용 스마트폰의 운영체제

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	안드로이드	iOS	기타	스마트폰 비이용
전체	41,926	77.5	9.5	0.0	13.0
지역별					
서울	8,106	80.6	10.5	0.0	8.8
부산	2,843	78.5	7.8	0.0	13.7
대구	2,020	78.4	8.4	0.0	13.2
인천	2,372	79.7	10.8	0.2	9.4
광주	1,210	79.5	9.0	0.0	11.5
대전	1,240	80.2	7.8	0.0	12.0
울산	936	81.6	10.5	0.0	8.0
경기	10,297	77.8	12.4	0.0	9.9
강원	1,254	73.9	7.3	0.0	18.7
충북	1,308	78.4	4.2	0.0	17.4
충남	1,739	73.7	7.0	0.0	19.3
전북	1,497	76.4	6.8	0.1	16.8
전남	1,472	67.0	9.2	0.0	23.8
경북	2,205	70.9	5.8	0.0	23.3
경남	2,713	76.6	7.9	0.0	15.5
제주	506	71.7	7.3	0.5	20.5
세종	208	76.0	11.6		12.4
성별					
남성	20,947	80.0	9.8	0.0	10.1
여성	20,979	75.0	9.2	0.0	15.8
연령대별					
13-19세	3,605	80.9	14.4	0.1	4.7
20대	6,340	69.5	29.8	0.1	0.6
30대	6,946	84.9	14.4	0.0	0.7
40대	7,902	93.3	5.1	0.0	1.6
50대	7,722	92.1	1.8	0.0	6.0
60대	5,389	71.3	0.5	0.1	28.1
70대 이상	4,021	23.3	0.2	0.1	76.5

주이용 스마트폰의 사용기간

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	6개월 미만	6개월- 1년 미만	1년- 1년6개월 미만	1년6개월- 2년 미만	2년- 3년 미만	3년 이상	스마트폰 비이용
전체	41,926	7.0	23.0	23.1	21.2	9.8	2.9	13.0
지역별								
서울	8,106	7.0	23.2	24.8	19.9	12.4	3.8	8.8
부산	2,843	4.4	22.2	22.8	28.5	6.6	1.8	13.7
대구	2,020	7.5	23.4	30.7	14.4	8.9	1.9	13.2
인천	2,372	7.1	23.7	26.7	19.7	10.3	3.1	9.4
광주	1,210	4.5	20.3	25.2	26.1	6.3	6.0	11.5
대전	1,240	10.2	25.8	20.4	17.3	11.0	3.3	12.0
울산	936	11.2	39.9	15.6	13.1	5.5	6.6	8.0
경기	10,297	6.7	23.6	24.7	24.6	10.0	0.6	9.9
강원	1,254	8.8	18.7	21.7	13.8	12.2	6.0	18.7
충북	1,308	7.7	16.3	14.1	23.6	16.3	4.7	17.4
충남	1,739	8.0	19.4	25.5	15.7	9.1	3.0	19.3
전북	1,497	6.5	22.5	12.0	30.7	8.5	3.0	16.8
전남	1,472	6.5	11.0	10.0	23.1	14.7	10.9	23.8
경북	2,205	6.1	23.8	23.5	13.8	7.9	1.6	23.3
경남	2,713	7.6	30.0	22.0	20.0	3.1	1.8	15.5
제주	506	9.4	16.2	25.5	9.5	11.0	8.0	20.5
세종	208	8.0	16.9	19.5	26.8	15.0	1.4	12.4
성별								
남성	20,947	7.8	24.1	23.4	21.9	9.8	2.8	10.1
여성	20,979	6.2	21.9	22.7	20.4	9.8	3.1	15.8
연령대별								
13-19세	3,605	8.9	27.4	26.5	22.5	8.3	1.7	4.7
20대	6,340	9.7	33.6	26.5	19.6	8.2	1.8	0.6
30대	6,946	9.7	30.9	24.9	21.9	9.1	2.6	0.7
40대	7,902	7.6	24.0	26.1	25.1	12.2	3.5	1.6
50대	7,722	5.3	20.3	25.7	26.4	12.2	4.2	6.0
60대	5,389	4.4	13.9	19.1	19.5	11.2	3.8	28.1
70대 이상	4,021	1.9	4.4	5.8	5.8	3.8	1.8	76.5

주이용 스마트폰의 예상 교체 시기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	6개월 이내	6개월- 1년 이내	1년- 1년6개월 이내	1년6개월- 2년 이내	2년- 3년 이내	3년 이후	스마트폰 비이용
전체	41,926	3.5	12.7	18.7	23.0	21.0	8.1	13.0
지역별								
서울	8,106	2.4	10.6	22.9	25.8	20.8	8.6	8.8
부산	2,843	2.7	13.8	16.4	22.4	17.5	13.5	13.7
대구	2,020	2.8	16.9	22.7	20.7	21.3	2.4	13.2
인천	2,372	2.1	14.9	21.3	26.3	21.9	4.0	9.4
광주	1,210	4.1	14.9	28.2	24.8	11.7	4.7	11.5
대전	1,240	2.0	7.3	16.6	20.6	29.0	12.5	12.0
울산	936	2.4	8.9	11.6	22.7	33.0	13.5	8.0
경기	10,297	5.4	13.8	16.8	26.9	21.3	6.0	9.9
강원	1,254	2.5	11.0	18.7	16.5	19.4	13.1	18.7
충북	1,308	1.9	9.0	9.9	19.5	31.2	11.1	17.4
충남	1,739	2.5	10.6	17.2	17.8	25.5	7.0	19.3
전북	1,497	4.8	8.0	16.1	25.2	19.7	9.4	16.8
전남	1,472	7.8	15.9	13.5	15.8	9.2	14.0	23.8
경북	2,205	2.8	14.5	23.3	16.4	16.5	3.3	23.3
경남	2,713	3.0	15.2	16.6	17.4	22.4	9.9	15.5
제주	506	3.5	13.7	14.5	14.4	20.5	13.0	20.5
세종	208	1.3	12.2	11.6	14.9	42.3	5.4	12.4
성별								
남성	20,947	3.5	13.5	19.4	23.9	21.5	8.0	10.1
여성	20,979	3.5	12.0	18.0	22.0	20.6	8.1	15.8
연령대별								
13-19세	3,605	5.2	15.6	19.7	26.7	21.8	6.3	4.7
20대	6,340	4.6	15.9	21.7	27.9	21.8	7.5	0.6
30대	6,946	4.6	15.5	21.6	27.3	23.1	7.4	0.7
40대	7,902	4.3	14.7	22.1	24.7	23.7	8.8	1.6
50대	7,722	2.9	13.0	20.0	25.5	22.8	9.8	6.0
60대	5,389	2.0	8.3	14.8	17.0	20.2	9.4	28.1
70대 이상	4,021	0.3	2.0	3.8	4.0	8.2	5.2	76.5

가구의 컴퓨터 보유율

BASE: 전체 응답가구	조사 사례수	보유	미보유
전체	20,000	70.7	29.3
지역별			
서울	3,880	78.2	21.8
부산	1,384	68.7	31.3
대구	962	70.2	29.8
인천	1,097	76.9	23.1
광주	587	69.0	31.0
대전	609	74.9	25.1
울산	439	73.8	26.2
경기	4,652	75.1	24.9
강원	636	61.1	38.9
충북	637	66.7	33.3
충남	844	63.5	36.5
전북	749	62.9	37.1
전남	751	52.1	47.9
경북	1,114	56.2	43.8
경남	1,314	65.4	34.6
제주	238	71.3	28.7
세종	105	75.2	24.8
지역규모별			
동부	16,176	75.2	24.8
읍면부	3,824	51.2	48.8
주택형태별			
단독주택	7,052	54.8	45.2
아파트	9,633	80.9	19.1
다세대/연립/기타	3,315	74.4	25.6
가구규모별			
1인 가구	5,698	45.8	54.2
2인 가구	5,389	56.0	44.0
3인 가구	4,275	93.6	6.4
4인 이상가구	4,638	97.0	3.0

개인의 가구 보유 컴퓨터 이용률

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	컴퓨터 이용 경험 있음	컴퓨터 이용 경험 없음
전체	41,926	56.4	43.6
지역별			
서울	8,106	60.2	39.8
부산	2,843	50.4	49.6
대구	2,020	59.0	41.0
인천	2,372	60.4	39.6
광주	1,210	58.5	41.5
대전	1,240	56.9	43.1
울산	936	59.0	41.0
경기	10,297	61.9	38.1
강원	1,254	45.7	54.3
충북	1,308	43.9	56.1
충남	1,739	53.0	47.0
전북	1,497	58.9	41.1
전남	1,472	45.7	54.3
경북	2,205	47.7	52.3
경남	2,713	48.6	51.4
제주	506	51.4	48.6
세종	208	65.5	34.5
성별			
남성	20,947	62.4	37.6
여성	20,979	50.5	49.5
연령대별			
13-19세	3,605	91.5	8.5
20대	6,340	86.9	13.1
30대	6,946	79.2	20.8
40대	7,902	64.6	35.4
50대	7,722	40.1	59.9
60대	5,389	18.3	81.7
70대 이상	4,021	4.0	96.0

개인의 가구 보유 컴퓨터 이용 빈도

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	월1일	월2일	월3일	주1일	주2일	주 3일	주4일	주5일	주6일	주7일	컴퓨터 비이용
전체	41,926	0.9	2.3	1.2	7.2	12.2	10.9	4.9	6.7	2.4	7.8	43.6
지역별												
서울	8,106	0.9	2.3	1.2	7.2	13.2	12.6	4.2	8.2	2.2	8.1	39.8
부산	2,843	1.2	2.2	0.6	5.2	11.4	9.7	4.1	7.7	1.7	6.7	49.6
대구	2,020	0.8	2.1	2.3	8.9	13.1	13.5	5.1	4.8	1.3	7.2	41.0
인천	2,372	0.4	1.2	1.3	5.4	10.8	10.6	6.4	8.3	3.3	12.6	39.6
광주	1,210	0.8	3.5	2.2	9.6	16.8	9.5	4.6	5.9	1.3	4.4	41.5
대전	1,240	0.2	0.7	0.6	6.2	12.6	10.0	4.2	6.2	2.9	13.4	43.1
울산	936	0.4	2.2	1.2	5.6	9.0	12.6	6.1	12.6	1.2	8.1	41.0
경기	10,297	0.6	2.1	1.4	7.4	13.2	12.5	6.5	7.5	3.9	6.6	38.1
강원	1,254	0.8	2.0	1.5	4.1	6.0	7.1	4.6	5.2	1.6	12.7	54.3
충북	1,308	0.5	0.8	0.3	4.6	12.0	5.9	1.8	5.9	1.9	10.1	56.1
충남	1,739	1.1	2.1	0.8	6.1	12.3	10.5	4.2	3.7	2.7	9.5	47.0
전북	1,497	1.6	6.8	0.6	13.2	16.4	7.8	3.3	3.4	1.1	4.6	41.1
전남	1,472	0.5	3.4	2.0	11.1	11.9	6.9	3.8	3.0	0.5	2.5	54.3
경북	2,205	1.8	2.0	0.7	7.4	9.6	10.4	5.0	4.3	1.2	5.3	52.3
경남	2,713	2.1	2.1	0.8	6.2	9.0	8.9	4.1	6.0	1.4	7.8	51.4
제주	506	1.4	1.0	0.6	6.8	8.0	11.0	2.8	4.5	0.7	14.5	48.6
세종	208	0.6	3.0	0.9	4.8	16.8	11.0	3.7	11.2	4.1	9.5	34.5
성별												
남성	20,947	0.9	2.2	1.0	7.6	12.9	11.8	5.4	8.0	2.8	9.8	37.6
여성	20,979	0.9	2.3	1.3	6.8	11.5	10.1	4.4	5.5	1.9	5.7	49.5
연령대별												
13-19세	3,605	0.6	1.2	0.5	7.8	16.6	18.0	10.8	13.9	5.5	16.7	8.5
20대	6,340	0.3	1.0	0.6	5.7	13.9	17.6	8.5	14.3	4.8	20.2	13.1
30대	6,946	0.8	2.3	1.7	9.8	18.2	16.2	7.2	9.7	3.5	9.7	20.8
40대	7,902	1.5	4.5	2.2	11.0	15.9	12.2	4.7	5.4	1.9	5.2	35.4
50대	7,722	1.7	3.2	1.4	7.3	10.6	7.4	2.5	3.1	0.9	2.2	59.9
60대	5,389	0.6	1.4	0.6	4.0	4.8	2.8	0.9	1.2	0.4	1.6	81.7
70대 이상	4,021	0.3	0.2	0.1	0.7	0.9	0.4	0.2	0.3	0.0	0.9	96.0

TV방송프로그램 시청 경험 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	TV수상기 시청 경험 있음	TV수상기 시청 경험 없음
전체	41,926	97.6	2.4
지역별			
서울	8,106	97.0	3.0
부산	2,843	99.1	0.9
대구	2,020	97.0	3.0
인천	2,372	96.2	3.8
광주	1,210	99.5	0.5
대전	1,240	95.6	4.4
울산	936	97.8	2.2
경기	10,297	98.4	1.6
강원	1,254	92.9	7.1
충북	1,308	97.6	2.4
충남	1,739	97.4	2.6
전북	1,497	98.0	2.0
전남	1,472	99.4	0.6
경북	2,205	97.2	2.8
경남	2,713	99.4	0.6
제주	506	93.6	6.4
세종	208	96.1	3.9
성별			
남성	20,947	97.0	3.0
여성	20,979	98.2	1.8
연령대별			
13-19세	3,605	94.8	5.2
20대	6,340	93.2	6.8
30대	6,946	97.8	2.2
40대	7,902	98.7	1.3
50대	7,722	99.2	0.8
60대	5,389	99.3	0.7
70대 이상	4,021	99.6	0.4

TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	TV수상기 실시간 시청 경험		TV수상기 비실시간 시청 경험	
		있음	없음	있음	없음
전체	41,926	97.5	2.5	18.6	81.4
지역별					
서울	8,106	96.8	3.2	21.8	78.2
부산	2,843	99.0	1.0	14.0	86.0
대구	2,020	97.0	3.0	20.3	79.7
인천	2,372	96.1	3.9	21.4	78.6
광주	1,210	99.4	0.6	19.0	81.0
대전	1,240	95.5	4.5	10.0	90.0
울산	936	97.7	2.3	13.2	86.8
경기	10,297	98.3	1.7	25.8	74.2
강원	1,254	92.7	7.3	13.7	86.3
충북	1,308	97.5	2.5	9.0	91.0
충남	1,739	97.4	2.6	8.9	91.1
전북	1,497	98.0	2.0	11.4	88.6
전남	1,472	99.2	0.8	19.4	80.6
경북	2,205	97.1	2.9	12.6	87.4
경남	2,713	99.4	0.6	10.2	89.8
제주	506	93.3	6.7	20.4	79.6
세종	208	96.1	3.9	10.1	89.9
성별					
남성	20,947	97.0	3.0	16.0	84.0
여성	20,979	98.1	1.9	21.1	78.9
연령대별					
13-19세	3,605	94.6	5.4	20.2	79.8
20대	6,340	93.0	7.0	27.3	72.7
30대	6,946	97.7	2.3	31.1	68.9
40대	7,902	98.7	1.3	21.7	78.3
50대	7,722	99.1	0.9	13.6	86.4
60대	5,389	99.2	0.8	6.6	93.4
70대 이상	4,021	99.6	0.4	1.4	98.6

TV방송프로그램 시청 경험 빈도 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	주1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주5-6일	주7일	TV수상기 비시청
전체	41,926	0.5	5.9	9.8	17.6	63.9	2.4
지역별							
서울	8,106	0.8	6.7	11.2	20.5	57.8	3.0
부산	2,843	0.1	4.2	7.5	16.4	70.9	0.9
대구	2,020	0.2	4.7	8.3	12.5	71.3	3.0
인천	2,372	0.4	7.2	10.1	18.0	60.4	3.8
광주	1,210	0.2	5.0	6.8	12.1	75.3	0.5
대전	1,240	0.4	5.2	5.4	10.7	73.8	4.4
울산	936	0.0	5.7	7.5	9.8	74.8	2.2
경기	10,297	0.7	7.5	14.3	23.3	52.6	1.6
강원	1,254	0.4	6.0	8.7	12.0	65.8	7.1
충북	1,308	0.2	5.5	8.8	15.3	67.8	2.4
충남	1,739	0.7	6.4	6.8	13.2	70.3	2.6
전북	1,497	0.0	4.1	5.7	13.5	74.7	2.0
전남	1,472	0.0	5.4	7.4	21.4	65.2	0.6
경북	2,205	0.2	3.9	8.0	10.7	74.3	2.8
경남	2,713	0.3	2.7	5.0	13.7	77.7	0.6
제주	506	0.8	6.4	6.8	7.8	71.8	6.4
세종	208	0.0	8.1	6.5	18.0	63.5	3.9
성별							
남성	20,947	0.5	7.3	11.7	19.6	57.9	3.0
여성	20,979	0.4	4.5	7.9	15.5	69.8	1.8
연령대별							
13-19세	3,605	1.5	20.7	21.2	22.3	29.0	5.2
20대	6,340	1.3	13.0	20.7	22.6	35.6	6.8
30대	6,946	0.3	5.4	12.3	20.1	59.6	2.2
40대	7,902	0.2	3.5	7.9	21.5	65.7	1.3
50대	7,722	0.2	2.3	5.1	15.9	75.6	0.8
60대	5,389	0.1	1.2	2.1	10.7	85.2	0.7
70대 이상	4,021	0.0	0.6	1.2	5.6	92.2	0.4

TV방송프로그램 시청 시간(주중) : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	0분	30분 미만	30분- 1시간 미만	1-2시간 미만	2-3시간 미만	3-4시간 미만	4-5시간 미만
전체	41,926	1.7	0.6	3.6	19.8	28.6	20.4	10.6
지역별								
서울	8,106	1.8	0.8	4.5	23.7	30.0	18.6	7.8
부산	2,843	1.0	0.6	1.9	19.0	33.7	22.9	10.2
대구	2,020	0.7	0.5	3.0	18.6	27.7	18.6	13.3
인천	2,372	1.7	1.5	2.8	19.2	30.5	18.7	8.6
광주	1,210	3.2	0.4	2.9	13.0	26.9	24.7	14.3
대전	1,240	1.6	0.0	3.0	18.1	25.6	19.7	11.4
울산	936	1.6	0.2	2.1	14.7	29.7	29.8	11.7
경기	10,297	1.4	0.7	4.3	24.7	28.9	19.1	9.4
강원	1,254	1.5	0.5	3.5	18.0	23.4	15.6	10.2
충북	1,308	1.9	0.4	2.9	17.0	29.9	21.1	10.0
충남	1,739	2.5	0.5	4.8	15.6	25.0	21.3	13.3
전북	1,497	2.7	0.2	3.6	14.9	27.0	18.5	16.1
전남	1,472	2.7	0.1	3.2	14.4	24.5	20.1	16.2
경북	2,205	1.3	0.6	3.7	12.7	24.2	21.7	13.8
경남	2,713	0.9	0.2	2.0	14.3	31.0	27.1	11.5
제주	506	2.9	1.5	3.7	15.5	21.5	18.6	11.6
세종	208	3.5	0.5	3.5	19.0	22.6	23.5	12.7
성별								
남성	20,947	2.1	0.8	4.5	23.7	31.5	18.4	8.1
여성	20,979	1.3	0.4	2.7	15.9	25.6	22.4	13.1
연령대별								
13-19세	3,605	8.9	2.2	12.3	38.5	20.9	9.0	1.8
20대	6,340	3.6	1.7	8.0	34.9	28.7	10.5	3.0
30대	6,946	1.1	0.4	3.6	24.0	35.0	19.1	8.9
40대	7,902	0.6	0.4	2.1	21.1	36.1	22.7	9.5
50대	7,722	0.2	0.1	1.5	12.4	33.5	27.5	13.2
60대	5,389	0.1	0.1	0.5	5.8	21.3	28.5	18.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.3	2.2	9.7	19.4	20.1

[계속]

TV방송프로그램 시청 시간(주중) : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	5-6시간 미만	6-7시간 미만	7-8시간 미만	8-9시간 미만	9-10시간 미만	10시간 이상	TV수상기 비시청
전체	41,926	6.9	2.9	1.0	0.8	0.1	0.7	2.4
지역별								
서울	8,106	5.0	2.5	0.6	0.7	0.0	0.8	3.0
부산	2,843	5.3	2.1	1.3	0.7	0.0	0.5	0.9
대구	2,020	7.9	3.7	1.1	1.2	0.0	0.8	3.0
인천	2,372	6.5	2.4	1.2	1.0	0.1	1.8	3.8
광주	1,210	8.0	3.4	1.1	1.1	0.0	0.5	0.5
대전	1,240	9.1	3.8	0.8	2.0	0.0	0.4	4.4
울산	936	4.6	1.7	0.9	0.6	0.0	0.2	2.2
경기	10,297	5.9	2.1	0.8	0.4	0.1	0.4	1.6
강원	1,254	9.4	4.6	2.1	1.0	0.3	2.6	7.1
충북	1,308	7.8	3.5	0.7	2.0	0.0	0.3	2.4
충남	1,739	7.4	3.6	1.3	1.5	0.1	0.5	2.6
전북	1,497	9.3	3.7	0.6	0.7	0.0	0.7	2.0
전남	1,472	12.2	4.1	0.7	0.8	0.0	0.4	0.6
경북	2,205	10.0	4.4	2.0	1.2	0.0	1.5	2.8
경남	2,713	7.5	3.4	1.0	0.3	0.0	0.3	0.6
제주	506	10.6	3.1	1.1	2.0	0.3	1.1	6.4
세종	208	5.8	3.3	0.4	0.1	0.1	1.1	3.9
성별								
남성	20,947	4.4	1.7	0.7	0.5	0.0	0.6	3.0
여성	20,979	9.3	4.1	1.3	1.2	0.1	0.9	1.8
연령대별								
13-19세	3,605	0.9	0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	5.2
20대	6,340	1.4	0.6	0.2	0.3	0.0	0.2	6.8
30대	6,946	3.9	1.2	0.2	0.3	0.0	0.3	2.2
40대	7,902	4.2	1.2	0.4	0.3	0.0	0.2	1.3
50대	7,722	7.2	2.0	0.6	0.6	0.0	0.4	0.8
60대	5,389	13.5	6.0	1.7	1.4	0.1	1.4	0.7
70대 이상	4,021	21.8	12.8	5.2	4.0	0.4	3.8	0.4

TV방송프로그램 시청 시간(주말) : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	0분	30분 미만	30분- 1시간 미만	1-2시간 미만	2-3시간 미만	3-4시간 미만	4-5시간 미만
전체	41,926	0.3	0.3	0.9	7.9	18.2	22.6	20.3
지역별								
서울	8,106	0.4	0.2	1.0	8.1	19.4	24.9	20.4
부산	2,843	0.1	0.2	0.3	7.6	19.9	25.1	21.5
대구	2,020	0.3	0.1	1.3	8.3	18.0	25.2	20.5
인천	2,372	0.6	0.9	1.5	7.5	19.3	18.6	19.4
광주	1,210	0.0	0.1	0.6	5.3	14.7	18.2	23.2
대전	1,240	0.5	0.4	1.2	10.7	19.0	14.2	15.8
울산	936	0.4	0.1	0.6	6.1	15.8	22.1	19.2
경기	10,297	0.4	0.4	0.8	7.3	16.9	24.6	21.5
강원	1,254	0.6	0.2	1.7	11.7	20.6	18.2	13.5
충북	1,308	0.3	0.3	1.4	10.4	17.4	18.9	18.9
충남	1,739	0.6	0.7	1.1	10.3	17.8	18.7	18.6
전북	1,497	0.1	0.1	0.6	8.5	18.7	19.9	22.4
전남	1,472	0.0	0.1	0.9	9.7	18.6	18.3	20.8
경북	2,205	0.2	0.1	1.0	5.6	18.3	22.5	21.4
경남	2,713	0.0	0.1	0.5	6.0	17.2	24.0	20.7
제주	506	1.0	0.8	1.9	13.3	18.4	19.0	12.9
세종	208	0.6	0.3	2.2	8.0	20.9	19.5	20.9
성별								
남성	20,947	0.5	0.4	1.1	9.2	20.5	23.5	19.0
여성	20,979	0.2	0.2	0.8	6.6	15.8	21.7	21.6
연령대별								
13-19세	3,605	0.4	1.2	2.9	19.5	29.4	21.9	11.9
20대	6,340	0.8	0.7	1.9	17.0	27.1	20.0	13.8
30대	6,946	0.5	0.2	0.9	8.0	19.8	24.9	20.8
40대	7,902	0.3	0.1	0.5	6.2	17.5	26.6	22.4
50대	7,722	0.1	0.1	0.6	4.1	16.1	25.4	24.2
60대	5,389	0.3	0.1	0.2	2.2	10.3	19.9	25.2
70대 이상	4,021	0.0	0.1	0.3	1.5	7.1	13.6	19.5

[계속]

TV방송프로그램 시청 시간(주말) : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	5-6시간 미만	6-7시간 미만	7-8시간 미만	8-9시간 미만	9-10시간 미만	10시간 이상	TV수상기 비시청
전체	41,926	14.8	6.1	2.4	2.0	0.2	1.6	2.4
지역별								
서울	8,106	14.1	4.7	1.3	1.3	0.1	1.0	3.0
부산	2,843	13.3	5.6	3.3	1.2	0.1	0.8	0.9
대구	2,020	13.4	5.5	1.7	1.8	0.0	1.0	3.0
인천	2,372	13.7	6.0	2.7	2.5	0.2	3.3	3.8
광주	1,210	17.9	11.8	4.1	2.8	0.0	0.7	0.5
대전	1,240	19.5	7.8	1.6	4.0	0.1	0.7	4.4
울산	936	17.7	8.9	3.2	2.6	0.2	0.8	2.2
경기	10,297	14.1	4.8	2.7	2.0	0.3	2.6	1.6
강원	1,254	11.2	5.4	3.1	1.6	0.5	4.4	7.1
충북	1,308	16.9	8.1	2.0	2.6	0.0	0.5	2.4
충남	1,739	14.6	7.8	2.8	3.2	0.1	1.1	2.6
전북	1,497	16.3	8.1	1.2	1.4	0.0	0.8	2.0
전남	1,472	16.7	7.9	2.8	2.3	0.0	1.3	0.6
경북	2,205	15.2	6.8	2.6	1.7	0.1	1.7	2.8
경남	2,713	17.4	8.3	2.5	1.8	0.1	0.9	0.6
제주	506	13.6	4.3	2.3	3.0	0.2	3.0	6.4
세종	208	15.1	4.5	1.4	1.6	0.1	0.8	3.9
성별								
남성	20,947	13.4	4.7	1.8	1.7	0.1	1.2	3.0
여성	20,979	16.3	7.5	3.0	2.3	0.2	2.0	1.8
연령대별								
13-19세	3,605	5.0	1.5	0.6	0.1	0.0	0.3	5.2
20대	6,340	7.5	2.6	0.8	0.8	0.1	0.2	6.8
30대	6,946	13.0	4.6	1.8	1.8	0.2	1.2	2.2
40대	7,902	15.5	5.2	1.9	1.4	0.1	1.2	1.3
50대	7,722	17.1	6.2	2.1	1.8	0.1	1.4	0.8
60대	5,389	21.4	9.8	3.8	2.9	0.2	3.1	0.7
70대 이상	4,021	23.8	15.3	7.0	5.8	0.4	5.2	0.4

TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4
지역별			
서울	8,106	21.8	78.2
부산	2,843	14.0	86.0
대구	2,020	20.3	79.7
인천	2,372	21.4	78.6
광주	1,210	19.0	81.0
대전	1,240	10.0	90.0
울산	936	13.2	86.8
경기	10,297	25.8	74.2
강원	1,254	13.7	86.3
충북	1,308	9.0	91.0
충남	1,739	8.9	91.1
전북	1,497	11.4	88.6
전남	1,472	19.4	80.6
경북	2,205	12.6	87.4
경남	2,713	10.2	89.8
제주	506	20.4	79.6
세종	208	10.1	89.9
성별			
남성	20,947	16.0	84.0
여성	20,979	21.1	78.9
연령대별			
13-19세	3,605	20.2	79.8
20대	6,340	27.3	72.7
30대	6,946	31.1	68.9
40대	7,902	21.7	78.3
50대	7,722	13.6	86.4
60대	5,389	6.6	93.4
70대 이상	4,021	1.4	98.6

TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	월1일	월2일	월3일	주1일	주2일	주 3일	주4일	주5일	주6일	주7일	다시 보기 비시청
전체	41,926	1.4	3.3	1.9	5.8	4.0	1.4	0.4	0.3	0.1	0.2	81.4
지역별												
서울	8,106	1.8	4.5	2.4	6.6	4.1	1.6	0.3	0.1	0.1	0.3	78.2
부산	2,843	2.0	3.4	0.9	4.1	2.1	0.9	0.4	0.1	0.0	0.0	86.0
대구	2,020	1.5	2.4	1.3	8.3	4.4	1.3	0.3	0.3	0.0	0.4	79.7
인천	2,372	1.2	3.3	1.8	6.6	4.3	2.5	0.6	0.7	0.1	0.3	78.6
광주	1,210	0.8	2.9	1.0	7.0	5.5	1.1	0.7	0.0	0.0	0.0	81.0
대전	1,240	0.4	0.7	0.4	3.2	2.8	1.1	0.5	0.5	0.0	0.4	90.0
울산	936	0.8	2.5	0.6	3.7	2.9	1.2	0.8	0.3	0.0	0.4	86.8
경기	10,297	1.4	4.7	3.9	8.1	5.3	1.7	0.3	0.2	0.1	0.0	74.2
강원	1,254	1.3	1.5	0.6	2.6	3.9	1.8	0.7	0.5	0.2	0.6	86.3
충북	1,308	0.4	1.3	0.4	2.3	3.1	0.7	0.0	0.2	0.1	0.5	91.0
충남	1,739	0.4	0.5	0.2	3.1	2.5	1.1	0.4	0.3	0.0	0.3	91.1
전북	1,497	1.1	1.4	0.1	4.3	3.7	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0	88.6
전남	1,472	1.1	3.8	1.1	4.5	4.4	2.6	0.5	1.2	0.1	0.2	80.6
경북	2,205	2.5	2.0	0.3	4.1	2.6	0.5	0.2	0.1	0.1	0.3	87.4
경남	2,713	1.0	2.2	1.1	2.2	2.2	0.7	0.6	0.0	0.1	0.0	89.8
제주	506	0.6	2.2	1.6	6.2	4.0	2.6	1.3	0.4	0.0	1.4	79.6
세종	208	0.6	1.2	0.5	2.9	3.2	0.9	0.6	0.1	0.0	0.1	89.9
성별												
남성	20,947	1.3	3.1	1.6	5.0	3.2	1.1	0.3	0.2	0.0	0.2	84.0
여성	20,979	1.4	3.5	2.2	6.5	4.7	1.7	0.5	0.4	0.1	0.2	78.9
연령대별												
13-19세	3,605	1.2	3.8	2.1	7.5	3.7	1.2	0.3	0.1	0.1	0.2	79.8
20대	6,340	2.2	4.8	1.9	9.1	5.7	1.9	0.5	0.5	0.1	0.4	72.7
30대	6,946	2.2	5.7	3.2	9.6	7.0	2.0	0.6	0.4	0.1	0.4	68.9
40대	7,902	1.7	4.0	2.5	6.3	4.6	1.9	0.3	0.2	0.0	0.1	78.3
50대	7,722	1.0	2.2	1.8	4.0	2.7	1.0	0.4	0.3	0.0	0.1	86.4
60대	5,389	0.3	1.1	0.4	1.6	1.7	0.7	0.3	0.1	0.1	0.2	93.4
70대 이상	4,021	0.1	0.2	0.1	0.1	0.4	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0	98.6

TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	1-5편	6-10편	11-15편	16-20편	21편 이상	다시 보기 비시청
전체	41,926	13.2	4.2	0.7	0.3	0.2	81.4
지역별							
서울	8,106	17.0	4.1	0.5	0.1	0.0	78.2
부산	2,843	10.7	2.2	0.8	0.3	0.0	86.0
대구	2,020	11.6	6.5	0.9	0.6	0.7	79.7
인천	2,372	17.4	3.0	0.4	0.3	0.3	78.6
광주	1,210	11.3	6.2	1.1	0.3	0.0	81.0
대전	1,240	5.9	2.2	0.7	0.9	0.3	90.0
울산	936	8.9	2.6	0.8	0.4	0.5	86.8
경기	10,297	19.0	5.8	0.7	0.1	0.3	74.2
강원	1,254	8.8	2.7	0.6	1.0	0.6	86.3
충북	1,308	4.5	3.5	0.3	0.1	0.7	91.0
충남	1,739	5.5	2.0	0.5	0.6	0.2	91.1
전북	1,497	4.4	5.4	1.1	0.3	0.1	88.6
전남	1,472	10.5	5.6	1.8	1.0	0.6	80.6
경북	2,205	8.6	3.2	0.3	0.2	0.3	87.4
경남	2,713	7.3	2.3	0.4	0.1	0.2	89.8
제주	506	13.7	4.1	0.7	1.3	0.6	79.6
세종	208	5.5	3.4	0.5	0.4	0.2	89.9
성별							
남성	20,947	12.0	3.1	0.5	0.3	0.2	84.0
여성	20,979	14.4	5.3	0.8	0.3	0.3	78.9
연령대별							
13-19세	3,605	14.2	5.1	0.3	0.3	0.3	79.8
20대	6,340	18.9	6.7	0.8	0.5	0.4	72.7
30대	6,946	21.6	7.1	1.3	0.5	0.5	68.9
40대	7,902	15.2	5.2	0.9	0.3	0.1	78.3
50대	7,722	10.5	2.2	0.6	0.2	0.1	86.4
60대	5,389	5.0	1.3	0.2	0.1	0.1	93.4
70대 이상	4,021	1.2	0.2	0.0	0.0	0.0	98.6

TV방송프로그램 다시보기 시청 시점 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	1일 이내	2일-7일 이내	1주- 2주일 이내	2주- 3주일 이내	3주- 4주일 이내	4주일 이후	다시 보기 비시청
전체	41,926	0.4	3.5	4.9	4.0	3.0	2.9	81.4
지역별								
서울	8,106	0.3	3.6	7.3	4.2	5.7	0.7	78.2
부산	2,843	0.1	4.6	2.9	3.3	2.1	1.0	86.0
대구	2,020	0.3	5.6	7.7	4.3	0.4	2.0	79.7
인천	2,372	0.4	5.8	6.8	4.4	2.6	1.5	78.6
광주	1,210	0.2	2.5	6.0	4.3	5.4	0.7	81.0
대전	1,240	0.8	2.9	2.1	1.2	2.4	0.7	90.0
울산	936	0.4	7.5	1.9	2.1	1.2	0.1	86.8
경기	10,297	0.3	3.3	5.2	5.8	2.6	8.6	74.2
강원	1,254	2.0	3.5	3.3	1.1	1.3	2.5	86.3
충북	1,308	0.2	2.3	2.4	0.8	1.8	1.5	91.0
충남	1,739	0.2	0.9	2.1	3.5	1.4	0.8	91.1
전북	1,497	0.0	1.9	3.4	1.9	3.7	0.5	88.6
전남	1,472	0.5	1.4	5.7	7.2	4.3	0.4	80.6
경북	2,205	0.5	4.1	3.8	1.8	1.3	1.2	87.4
경남	2,713	0.2	3.0	1.8	2.4	2.0	0.8	89.8
제주	506	1.1	4.1	6.4	3.4	4.0	1.5	79.6
세종	208	0.1	2.4	2.4	2.0	2.6	0.6	89.9
성별								
남성	20,947	0.4	3.1	4.2	3.7	2.4	2.3	84.0
여성	20,979	0.4	4.0	5.5	4.2	3.6	3.4	78.9
연령대별								
13-19세	3,605	0.3	3.7	5.4	4.9	3.2	2.7	79.8
20대	6,340	0.4	5.3	7.3	5.7	4.6	3.9	72.7
30대	6,946	0.6	5.7	8.7	6.6	5.0	4.5	68.9
40대	7,902	0.5	4.5	4.9	4.4	3.6	3.8	78.3
50대	7,722	0.3	2.1	3.8	2.9	2.1	2.3	86.4
60대	5,389	0.2	1.5	1.7	1.5	0.8	1.0	93.4
70대 이상	4,021	0.0	0.5	0.4	0.1	0.1	0.3	98.6

TV방송프로그램 다시보기 편당 추가 요금지불 경험 : TV수상기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	지불경험 있음	지불경험 없음	다시보기 비시청
전체	41,926	5.6	13.0	81.4
지역별				
서울	8,106	5.3	16.5	78.2
부산	2,843	4.7	9.3	86.0
대구	2,020	5.4	14.9	79.7
인천	2,372	8.1	13.3	78.6
광주	1,210	3.8	15.2	81.0
대전	1,240	3.0	7.0	90.0
울산	936	3.1	10.1	86.8
경기	10,297	9.7	16.1	74.2
강원	1,254	5.6	8.1	86.3
충북	1,308	2.5	6.5	91.0
충남	1,739	1.3	7.6	91.1
전북	1,497	1.8	9.5	88.6
전남	1,472	3.5	16.0	80.6
경북	2,205	3.5	9.2	87.4
경남	2,713	2.5	7.7	89.8
제주	506	6.2	14.2	79.6
세종	208	4.4	5.7	89.9
성별				
남성	20,947	5.0	11.1	84.0
여성	20,979	6.3	14.8	78.9
연령대별				
13-19세	3,605	5.1	15.0	79.8
20대	6,340	8.3	19.0	72.7
30대	6,946	10.5	20.6	68.9
40대	7,902	7.1	14.6	78.3
50대	7,722	3.8	9.8	86.4
60대	5,389	1.2	5.4	93.4
70대 이상	4,021	0.1	1.3	98.6

실시간 TV방송프로그램 시청 장르 : TV수상기 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	드라마	뉴스	오락/ 연예	스포츠	시사/ 교양	교육/ 아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	61.6	50.4	50.4	21.2	10.4	1.8	1.6	2.5
지역별									
서울	8,106	60.1	46.1	54.7	20.7	11.3	2.4	1.4	3.2
부산	2,843	64.6	53.8	50.2	21.7	6.2	1.2	0.2	1.0
대구	2,020	63.5	55.7	56.4	18.3	9.8	1.2	3.2	3.0
인천	2,372	61.7	47.9	49.2	21.7	7.7	2.1	1.2	3.9
광주	1,210	54.7	47.7	47.2	38.5	5.9	1.8	1.8	0.6
대전	1,240	66.2	46.6	50.2	16.6	8.0	2.7	1.3	4.5
울산	936	61.7	50.2	51.7	21.3	10.4	1.0	1.3	2.3
경기	10,297	65.0	44.5	53.2	20.7	13.2	2.2	0.8	1.7
강원	1,254	48.8	61.8	36.4	13.9	17.1	2.1	2.8	7.3
충북	1,308	61.5	54.1	48.7	19.1	11.2	1.2	1.4	2.5
충남	1,739	62.9	59.1	39.8	18.0	7.5	1.7	4.6	2.6
전북	1,497	57.6	54.2	45.0	27.0	5.8	1.5	4.5	2.0
전남	1,472	58.9	57.1	36.1	26.9	15.2	1.5	2.4	0.8
경북	2,205	62.7	60.3	50.5	22.5	7.2	0.4	2.1	2.9
경남	2,713	59.4	55.7	52.2	20.5	8.9	1.6	0.3	0.6
제주	506	52.3	59.8	36.6	16.3	10.3	2.4	2.3	6.7
세종	208	60.0	48.2	59.1	14.0	6.1	0.7	1.6	3.9
성별									
남성	20,947	39.1	61.2	43.3	37.7	12.2	1.3	1.7	3.0
여성	20,979	84.1	39.6	57.6	4.7	8.6	2.3	1.4	1.9
연령대별									
13-19세	3,605	51.9	8.3	87.6	21.2	4.8	6.8	3.7	5.4
20대	6,340	57.4	20.9	76.9	22.8	7.0	1.2	1.7	7.0
30대	6,946	58.5	43.8	57.6	23.6	9.2	3.8	1.1	2.3
40대	7,902	59.2	57.3	46.4	23.9	11.5	1.5	1.1	1.3
50대	7,722	62.6	64.7	37.1	23.1	13.1	0.6	1.3	0.9
60대	5,389	67.9	71.5	29.4	18.4	13.0	0.3	1.2	0.8
70대 이상	4,021	76.9	77.3	24.7	9.2	12.2	0.1	2.0	0.4

다시보기 TV방송프로그램 시청 장르 : TV수상기 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	시사/ 교양	뉴스	교육/ 아동	기타	다시 보기 비시청
전체	41,926	14.1	13.4	2.8	1.5	1.2	0.7	1.0	81.4
지역별									
서울	8,106	16.9	15.7	4.0	1.6	1.3	1.6	0.8	78.2
부산	2,843	12.2	11.7	1.8	0.9	0.8	0.3	0.1	86.0
대구	2,020	15.3	14.8	2.5	2.0	1.2	0.5	2.0	79.7
인천	2,372	16.8	15.8	4.3	1.5	1.3	0.7	0.7	78.6
광주	1,210	14.9	13.1	3.5	1.0	0.0	1.0	2.1	81.0
대전	1,240	7.8	7.3	0.9	0.5	0.3	0.7	1.0	90.0
울산	936	10.5	10.6	0.5	1.9	2.3	0.4	0.1	86.8
경기	10,297	18.2	18.5	3.6	2.3	2.1	0.8	0.8	74.2
강원	1,254	10.4	8.7	0.8	1.8	0.5	0.5	1.0	86.3
충북	1,308	7.0	5.8	0.8	0.8	0.4	0.5	0.7	91.0
충남	1,739	6.8	6.6	1.5	0.5	0.6	0.0	0.7	91.1
전북	1,497	10.3	9.2	1.0	0.1	0.1	0.1	0.8	88.6
전남	1,472	14.4	12.6	4.1	2.0	0.6	0.2	4.3	80.6
경북	2,205	9.1	8.9	2.0	0.7	0.8	0.2	1.0	87.4
경남	2,713	9.4	7.8	1.1	0.9	0.5	0.1	0.5	89.8
제주	506	14.0	11.8	1.8	2.0	0.8	1.4	1.0	79.6
세종	208	8.1	6.2	1.4	0.9	0.0	0.5	1.6	89.9
성별									
남성	20,947	11.7	9.0	4.8	1.7	1.4	0.4	1.0	84.0
여성	20,979	16.6	17.9	0.7	1.4	0.9	1.1	0.9	78.9
연령대별									
13-19세	3,605	18.4	11.3	2.5	0.6	0.2	1.4	2.4	79.8
20대	6,340	23.9	20.2	3.1	1.6	0.8	0.3	1.5	72.7
30대	6,946	23.3	22.5	5.6	2.3	1.8	2.3	1.2	68.9
40대	7,902	15.2	16.2	3.4	1.9	1.7	0.8	1.1	78.3
50대	7,722	8.8	10.4	1.9	1.8	1.5	0.1	0.5	86.4
60대	5,389	3.9	4.9	1.3	1.1	1.0	0.0	0.2	93.4
70대 이상	4,021	0.9	1.0	0.1	0.2	0.2	0.0	0.1	98.6

TV방송프로그램 시청 경험 여부 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	스마트폰 시청 경험 있음	스마트폰 시청 경험 없음
전체	41,926	26.3	73.7
지역별			
서울	8,106	25.8	74.2
부산	2,843	20.3	79.7
대구	2,020	45.1	54.9
인천	2,372	23.6	76.4
광주	1,210	29.5	70.5
대전	1,240	30.6	69.4
울산	936	28.2	71.8
경기	10,297	22.2	77.8
강원	1,254	19.8	80.2
충북	1,308	31.7	68.3
충남	1,739	25.9	74.1
전북	1,497	29.2	70.8
전남	1,472	27.0	73.0
경북	2,205	41.6	58.4
경남	2,713	22.6	77.4
제주	506	14.1	85.9
세종	208	29.0	71.0
성별			
남성	20,947	27.3	72.7
여성	20,979	25.4	74.6
연령대별			
13-19세	3,605	45.2	54.8
20대	6,340	53.0	47.0
30대	6,946	38.2	61.8
40대	7,902	25.9	74.1
50대	7,722	13.3	86.7
60대	5,389	5.5	94.5
70대 이상	4,021	0.7	99.3

TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	스마트폰 실시간 시청 경험		스마트폰 비실시간 시청 경험	
		있음	없음	있음	없음
전체	41,926	20.6	79.4	16.9	83.1
지역별					
서울	8,106	21.8	78.2	12.6	87.4
부산	2,843	11.9	88.1	13.0	87.0
대구	2,020	35.6	64.4	40.6	59.4
인천	2,372	21.1	78.9	12.4	87.6
광주	1,210	19.8	80.2	20.8	79.2
대전	1,240	28.8	71.2	19.3	80.7
울산	936	19.9	80.1	19.4	80.6
경기	10,297	19.6	80.4	10.1	89.9
강원	1,254	12.7	87.3	15.4	84.6
충북	1,308	23.6	76.4	24.1	75.9
충남	1,739	18.4	81.6	17.5	82.5
전북	1,497	11.4	88.6	26.3	73.7
전남	1,472	12.9	87.1	24.0	76.0
경북	2,205	38.3	61.7	34.8	65.2
경남	2,713	14.7	85.3	16.6	83.4
제주	506	11.7	88.3	7.8	92.2
세종	208	20.5	79.5	25.1	74.9
성별					
남성	20,947	21.7	78.3	17.6	82.4
여성	20,979	19.4	80.6	16.2	83.8
연령대별					
13-19세	3,605	34.0	66.0	33.1	66.9
20대	6,340	40.9	59.1	37.4	62.6
30대	6,946	29.7	70.3	24.4	75.6
40대	7,902	20.3	79.7	15.4	84.6
50대	7,722	11.0	89.0	6.5	93.5
60대	5,389	4.9	95.1	1.8	98.2
70대 이상	4,021	0.6	99.4	0.2	99.8

TV방송프로그램 시청 빈도 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	주1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주5-6일	주7일	스마트폰 비시청
전체	41,926	2.3	11.8	8.5	2.6	1.2	73.7
지역별							
서울	8,106	2.4	12.1	8.2	2.0	1.0	74.2
부산	2,843	2.4	9.8	6.3	1.4	0.3	79.7
대구	2,020	1.4	19.8	16.0	4.9	2.9	54.9
인천	2,372	2.7	8.9	7.3	3.3	1.4	76.4
광주	1,210	2.8	12.2	10.9	2.9	0.7	70.5
대전	1,240	2.1	13.9	9.3	2.9	2.4	69.4
울산	936	2.4	14.2	7.9	2.0	1.6	71.8
경기	10,297	2.8	10.0	7.6	1.5	0.3	77.8
강원	1,254	1.8	8.9	3.7	2.1	3.3	80.2
충북	1,308	0.8	10.3	11.4	6.4	2.8	68.3
충남	1,739	3.1	11.6	7.1	2.3	1.8	74.1
전북	1,497	1.7	13.1	9.7	3.1	1.7	70.8
전남	1,472	2.3	10.7	8.6	3.2	2.3	73.0
경북	2,205	0.6	17.0	15.1	7.0	1.9	58.4
경남	2,713	2.2	12.3	6.0	1.5	0.6	77.4
제주	506	1.2	6.8	3.2	0.8	2.2	85.9
세종	208	3.5	15.4	7.3	2.3	0.6	71.0
성별							
남성	20,947	2.4	11.8	8.9	2.7	1.5	72.7
여성	20,979	2.2	11.8	8.1	2.4	1.0	74.6
연령대별							
13-19세	3,605	3.3	19.8	14.9	4.9	2.3	54.8
20대	6,340	3.8	21.6	18.9	5.5	3.2	47.0
30대	6,946	3.2	16.8	12.8	3.9	1.6	61.8
40대	7,902	2.7	12.6	7.6	2.2	0.9	74.1
50대	7,722	1.8	6.6	3.4	1.1	0.3	86.7
60대	5,389	0.6	3.0	1.4	0.3	0.3	94.5
70대 이상	4,021	0.0	0.5	0.1	0.0	0.1	99.3

TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	스마트폰 비시청
전체	41,926	16.9	9.4	73.7
지역별				
서울	8,106	12.6	13.2	74.2
부산	2,843	13.0	7.3	79.7
대구	2,020	40.6	4.5	54.9
인천	2,372	12.4	11.2	76.4
광주	1,210	20.8	8.7	70.5
대전	1,240	19.3	11.3	69.4
울산	936	19.4	8.8	71.8
경기	10,297	10.1	12.1	77.8
강원	1,254	15.4	4.5	80.2
충북	1,308	24.1	7.6	68.3
충남	1,739	17.5	8.4	74.1
전북	1,497	26.3	2.8	70.8
전남	1,472	24.0	3.0	73.0
경북	2,205	34.8	6.8	58.4
경남	2,713	16.6	6.0	77.4
제주	506	7.8	6.3	85.9
세종	208	25.1	4.0	71.0
성별				
남성	20,947	17.6	9.7	72.7
여성	20,979	16.2	9.1	74.6
연령대별				
13-19세	3,605	33.1	12.1	54.8
20대	6,340	37.4	15.6	47.0
30대	6,946	24.4	13.8	61.8
40대	7,902	15.4	10.5	74.1
50대	7,722	6.5	6.8	86.7
60대	5,389	1.8	3.7	94.5
70대 이상	4,021	0.2	0.5	99.3

TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	월1일	월2일	월3일	주1일	주2일	주 3일	주4일	주5일	주6일	주7일	다시 보기 비시청
전체	41,926	0.3	1.2	0.6	3.7	5.1	2.8	1.3	1.1	0.3	0.5	83.1
지역별												
서울	8,106	0.3	0.9	0.9	2.1	4.3	2.2	0.7	0.8	0.2	0.2	87.4
부산	2,843	0.4	1.0	0.3	3.1	3.9	2.4	1.0	0.8	0.0	0.1	87.0
대구	2,020	0.5	3.1	0.5	10.6	13.4	5.4	3.8	1.2	0.7	1.3	59.4
인천	2,372	0.1	1.1	0.4	1.9	3.7	2.5	1.4	0.9	0.1	0.3	87.6
광주	1,210	0.1	1.8	0.5	3.2	7.4	4.4	1.5	1.1	0.3	0.5	79.2
대전	1,240	0.2	1.1	0.6	4.7	5.5	2.8	1.6	1.6	0.2	1.0	80.7
울산	936	0.2	1.4	0.2	5.4	5.9	3.4	1.2	0.7	0.1	0.8	80.6
경기	10,297	0.2	0.9	0.8	2.7	2.8	1.6	0.4	0.5	0.1	0.2	89.9
강원	1,254	0.2	0.5	0.3	2.5	4.4	2.2	0.8	1.7	0.5	2.3	84.6
충북	1,308	0.3	0.5	0.1	3.3	5.8	4.9	2.1	4.6	0.7	1.9	75.9
충남	1,739	0.3	1.5	0.2	4.6	5.2	2.5	1.6	1.3	0.1	0.3	82.5
전북	1,497	0.0	0.8	0.3	2.8	9.7	6.3	3.1	2.1	0.1	1.0	73.7
전남	1,472	0.1	1.2	0.4	3.0	7.4	5.2	2.2	2.7	0.4	1.3	76.0
경북	2,205	0.7	1.5	0.2	9.8	9.7	4.5	4.5	1.5	1.6	0.7	65.2
경남	2,713	0.6	1.8	0.4	4.9	4.3	2.4	1.0	0.7	0.4	0.2	83.4
제주	506	0.2	0.4	0.2	1.8	1.8	1.5	0.5	0.4	0.0	1.0	92.2
세종	208	2.4	1.0	0.5	8.6	6.9	2.9	1.3	1.4	0.0	0.1	74.9
성별												
남성	20,947	0.3	1.1	0.5	3.7	5.7	2.8	1.4	1.2	0.3	0.6	82.4
여성	20,979	0.2	1.2	0.6	3.8	4.6	2.9	1.3	1.0	0.3	0.4	83.8
연령대별												
13-19세	3,605	0.8	2.1	1.1	6.7	10.0	5.8	3.1	1.8	0.6	1.1	66.9
20대	6,340	0.6	2.1	1.3	8.1	10.4	6.9	3.3	2.6	0.8	1.3	62.6
30대	6,946	0.4	1.7	0.7	5.1	7.9	4.0	1.6	1.8	0.4	0.6	75.6
40대	7,902	0.3	1.4	0.4	3.5	5.0	2.4	1.0	0.9	0.1	0.4	84.6
50대	7,722	0.1	0.5	0.3	1.7	2.0	0.7	0.6	0.3	0.1	0.2	93.5
60대	5,389	0.1	0.1	0.1	0.6	0.5	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0	98.2
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 스마트폰

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	1-5편	6-10편	11-15편	16-20편	21편 이상	다시 보기 비시청
전체	41,926	7.7	5.3	1.7	1.4	0.7	83.1
지역별							
서울	8,106	7.9	3.6	0.6	0.4	0.2	87.4
부산	2,843	5.9	5.0	1.3	0.6	0.1	87.0
대구	2,020	14.0	13.8	6.0	4.1	2.7	59.4
인천	2,372	7.6	3.1	0.8	0.8	0.1	87.6
광주	1,210	6.9	9.6	2.8	1.4	0.2	79.2
대전	1,240	8.6	6.3	1.7	1.6	1.2	80.7
울산	936	8.2	6.4	2.7	0.8	1.2	80.6
경기	10,297	6.3	3.3	0.3	0.2	0.0	89.9
강원	1,254	7.0	4.7	0.9	1.8	1.0	84.6
충북	1,308	6.0	6.8	4.0	4.5	2.8	75.9
충남	1,739	9.4	4.2	2.1	1.5	0.3	82.5
전북	1,497	2.9	8.7	6.4	5.1	3.1	73.7
전남	1,472	6.3	9.8	3.5	3.6	0.8	76.0
경북	2,205	11.5	11.0	4.0	5.5	2.7	65.2
경남	2,713	9.7	3.9	1.8	0.8	0.4	83.4
제주	506	4.8	2.0	0.5	0.3	0.3	92.2
세종	208	14.7	5.3	1.7	2.2	1.1	74.9
성별							
남성	20,947	7.9	5.6	1.8	1.6	0.8	82.4
여성	20,979	7.5	5.1	1.7	1.3	0.6	83.8
연령대별							
13-19세	3,605	14.5	9.9	3.8	3.3	1.5	66.9
20대	6,340	17.1	10.4	4.1	3.9	1.9	62.6
30대	6,946	10.5	8.9	2.3	1.9	0.8	75.6
40대	7,902	7.1	5.3	1.5	0.9	0.5	84.6
50대	7,722	3.4	1.9	0.5	0.4	0.2	93.5
60대	5,389	0.9	0.6	0.1	0.1	0.1	98.2
70대 이상	4,021	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 시청 방법 : 스마트폰 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	포털사이트	TV 시청 전용 애플리케이션/앱	방송서비스/ 동영상 전문 웹사이트	DMB 시청	SNS
전체	41,926	12.8	12.3	11.9	6.5	5.4
지역별						
서울	8,106	8.9	11.8	9.0	11.2	4.1
부산	2,843	14.0	11.2	13.6	1.4	4.3
대구	2,020	34.7	28.9	25.0	3.1	7.8
인천	2,372	8.3	10.4	7.1	9.3	7.6
광주	1,210	17.8	9.2	18.3	2.7	2.6
대전	1,240	17.2	12.8	15.9	5.2	9.8
울산	936	12.1	11.4	11.5	3.0	4.3
경기	10,297	5.0	10.8	6.6	10.2	3.4
강원	1,254	10.0	9.3	10.2	2.6	6.2
충북	1,308	18.9	15.8	17.2	4.7	14.1
충남	1,739	15.7	13.1	13.0	4.0	11.6
전북	1,497	23.1	5.0	17.9	3.9	5.1
전남	1,472	16.2	6.5	13.7	1.7	2.1
경북	2,205	30.6	22.3	25.2	1.7	6.4
경남	2,713	11.3	10.4	11.6	0.8	5.8
제주	506	6.7	6.4	5.8	1.9	4.8
세종	208	15.9	13.8	17.6	2.5	16.0
성별						
남성	20,947	13.7	12.4	12.8	6.4	5.8
여성	20,979	11.8	12.2	11.0	6.7	5.1
연령대별						
13-19세	3,605	23.7	23.0	24.4	6.5	12.5
20대	6,340	26.1	27.8	28.3	9.2	15.1
30대	6,946	18.4	19.2	16.0	10.2	7.3
40대	7,902	12.5	10.8	10.1	8.1	3.3
50대	7,722	6.0	4.1	4.2	5.3	1.2
60대	5,389	2.2	0.9	1.4	2.6	0.1
70대 이상	4,021	0.2	0.1	0.1	0.4	0.0

[계속]

TV방송프로그램 시청 방법 : 스마트폰 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	인스턴트 메신저	방송사 홈페이지	다운로드 파일재생	기타	스마트폰 비시청
전체	41,926	4.0	3.4	2.7	0.0	73.7
지역별						
서울	8,106	2.8	4.3	4.2	0.0	74.2
부산	2,843	3.5	3.5	3.0	0.0	79.7
대구	2,020	5.5	4.4	2.5	0.1	54.9
인천	2,372	5.4	3.3	3.9	0.0	76.4
광주	1,210	2.5	4.3	1.1	0.0	70.5
대전	1,240	8.2	5.0	2.8	0.0	69.4
울산	936	3.1	4.8	1.0	0.0	71.8
경기	10,297	2.6	2.2	2.5	0.0	77.8
강원	1,254	3.8	3.2	5.3	0.0	80.2
충북	1,308	12.1	3.5	1.8	0.0	68.3
충남	1,739	9.7	6.0	2.1	0.0	74.1
전북	1,497	1.9	4.5	1.7	0.1	70.8
전남	1,472	1.8	1.3	0.5	0.3	73.0
경북	2,205	4.0	3.0	1.9	0.0	58.4
경남	2,713	5.3	2.7	1.2	0.1	77.4
제주	506	2.7	2.4	0.9	0.2	85.9
세종	208	11.7	2.6	1.3	0.0	71.0
성별						
남성	20,947	4.0	3.7	2.6	0.0	72.7
여성	20,979	4.0	3.2	2.8	0.0	74.6
연령대별						
13-19세	3,605	9.0	5.4	5.0	0.0	54.8
20대	6,340	10.0	6.4	6.6	0.1	47.0
30대	6,946	5.6	5.4	4.3	0.1	61.8
40대	7,902	3.3	3.4	2.3	0.0	74.1
50대	7,722	0.9	1.8	0.6	0.0	86.7
60대	5,389	0.1	1.0	0.1	0.0	94.5
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	99.3

TV방송프로그램 시청 애플리케이션 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	네이버 TV	옥수수	폭	올레TV 모바일	아프리카 TV	티빙	U+ 비디오 포털
전체	41,926	3.5	3.2	1.8	1.7	1.6	1.4	1.3
지역별								
서울	8,106	3.4	4.1	1.4	1.8	0.6	1.0	1.2
부산	2,843	3.7	2.9	2.1	2.2	3.9	2.8	2.7
대구	2,020	13.2	1.9	6.0	1.6	5.3	3.7	1.0
인천	2,372	2.3	2.6	0.5	1.9	1.1	0.8	1.6
광주	1,210	2.3	1.0	2.8	2.0	0.2	1.7	0.8
대전	1,240	3.3	2.4	3.0	1.0	1.3	1.2	1.3
울산	936	1.0	3.6	3.1	2.5	1.7	3.6	1.4
경기	10,297	1.7	5.2	0.6	1.8	0.6	0.9	1.3
강원	1,254	1.9	2.2	1.5	2.1	1.4	0.9	0.5
충북	1,308	7.2	2.2	1.7	1.0	1.0	1.5	1.3
충남	1,739	3.6	2.5	2.0	1.1	1.6	1.7	1.6
전북	1,497	0.8	1.6	1.3	0.6	0.1	0.2	0.7
전남	1,472	3.0	1.2	1.3	0.5	0.4	0.5	0.9
경북	2,205	8.4	0.9	4.2	2.3	6.9	1.1	0.6
경남	2,713	2.3	1.8	2.0	2.1	2.6	2.0	1.4
제주	506	2.7	0.9	1.1	1.5	1.4	0.4	0.1
세종	208	4.7	2.0	3.5	1.2	1.9	0.7	3.4
성별								
남성	20,947	3.6	2.9	1.8	1.8	2.2	1.4	1.3
여성	20,979	3.4	3.5	1.7	1.6	1.1	1.4	1.3
연령대별								
13-19세	3,605	6.1	5.6	3.9	2.3	4.1	3.1	1.9
20대	6,340	8.0	7.7	4.6	3.2	4.1	3.2	2.9
30대	6,946	5.5	5.3	2.3	3.3	2.1	1.9	2.1
40대	7,902	3.3	2.7	1.4	1.7	1.2	1.1	1.2
50대	7,722	1.1	0.8	0.5	0.8	0.4	0.4	0.6
60대	5,389	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

[계속]

TV방송프로그램 시청 애플리케이션 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	금TV	카카오TV Live	넷플릭스	myK	에브리온 TV	기타	애플리케이션 비시청
전체	41,926	1.0	0.6	0.1	0.1	0.1	2.1	87.7
지역별								
서울	8,106	1.0	0.8	0.3	0.0	0.0	0.1	88.2
부산	2,843	1.4	0.5	0.0	0.0	0.2	0.3	88.8
대구	2,020	2.7	0.4	0.3	0.2	0.8	16.9	71.1
인천	2,372	1.3	0.8	0.0	0.4	0.1	0.8	89.6
광주	1,210	1.5	0.2	0.0	0.0	0.1	0.1	90.8
대전	1,240	0.5	0.1	0.0	0.4	0.0	4.9	87.2
울산	936	2.0	0.3	0.0	0.1	0.2	0.2	88.6
경기	10,297	1.0	0.3	0.1	0.1	0.0	0.1	89.2
강원	1,254	2.5	0.4	0.5	0.3	0.0	0.7	90.7
충북	1,308	0.2	0.8	0.0	0.1	0.1	6.2	84.2
충남	1,739	0.4	0.7	0.0	0.1	0.1	5.5	86.9
전북	1,497	0.7	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	95.0
전남	1,472	0.5	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	93.5
경북	2,205	1.0	1.6	0.2	0.2	0.4	9.7	77.7
경남	2,713	0.2	0.7	0.0	0.0	0.0	0.2	89.6
제주	506	0.3	0.3	0.2	0.1	0.0	0.5	93.6
세종	208	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	86.2
성별								
남성	20,947	1.0	0.5	0.1	0.1	0.1	2.0	87.6
여성	20,979	1.1	0.6	0.1	0.1	0.1	2.1	87.8
연령대별								
13-19세	3,605	2.0	1.3	0.2	0.3	0.3	5.1	77.0
20대	6,340	2.1	1.4	0.6	0.2	0.2	4.6	72.2
30대	6,946	1.5	0.9	0.1	0.2	0.1	3.1	80.8
40대	7,902	1.3	0.3	0.0	0.1	0.1	1.5	89.2
50대	7,722	0.3	0.1	0.0	0.1	0.1	0.6	95.9
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	99.1
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.9

TV방송프로그램 시청 SNS [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	페이스북	카카오스토리	인스타그램	네이버 밴드
전체	41,926	4.1	1.4	1.2	0.7
지역별					
서울	8,106	3.1	1.4	1.0	0.4
부산	2,843	3.3	1.3	0.8	0.6
대구	2,020	6.9	0.7	1.5	0.2
인천	2,372	4.7	2.4	2.2	1.3
광주	1,210	2.1	0.5	0.0	0.2
대전	1,240	8.0	1.9	2.3	2.4
울산	936	2.3	1.3	1.3	0.2
경기	10,297	2.5	1.3	0.7	0.4
강원	1,254	4.2	1.3	2.1	1.2
충북	1,308	10.7	3.1	1.6	4.0
충남	1,739	9.7	2.0	2.3	1.4
전북	1,497	4.7	0.3	0.8	0.1
전남	1,472	1.5	0.1	0.1	0.4
경북	2,205	5.7	1.4	1.4	0.6
경남	2,713	3.4	2.1	2.1	1.0
제주	506	3.5	1.1	0.4	0.4
세종	208	13.7	1.2	4.9	2.1
성별					
남성	20,947	4.3	1.3	1.2	0.9
여성	20,979	3.9	1.5	1.2	0.6
연령대별					
13-19세	3,605	10.2	2.6	2.6	1.0
20대	6,340	12.1	2.5	4.1	1.4
30대	6,946	5.5	2.7	1.7	1.2
40대	7,902	1.9	1.3	0.3	0.8
50대	7,722	0.7	0.6	0.1	0.3
60대	5,389	0.1	0.1	0.0	0.0
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0

[계속]

TV방송프로그램 시청 SNS [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	트위터	구글플러스	빙글	기타	SNS 비시청
전체	41,926	0.4	0.1	0.1	0.1	94.6
지역별						
서울	8,106	0.3	0.1	0.1	0.0	95.9
부산	2,843	0.4	0.0	0.0	0.1	95.7
대구	2,020	0.8	0.0	0.1	0.0	92.2
인천	2,372	0.8	0.4	0.0	0.2	92.4
광주	1,210	0.0	0.0	0.2	0.0	97.4
대전	1,240	0.1	0.1	0.1	0.1	90.2
울산	936	0.8	0.3	0.0	0.1	95.7
경기	10,297	0.2	0.1	0.0	0.1	96.6
강원	1,254	0.8	0.4	0.0	0.1	93.8
충북	1,308	0.2	0.0	0.1	0.1	85.9
충남	1,739	0.3	0.6	0.0	0.2	88.4
전북	1,497	0.1	0.0	0.0	0.0	94.9
전남	1,472	0.0	0.1	0.4	0.1	97.9
경북	2,205	0.3	0.1	0.0	0.1	93.6
경남	2,713	0.9	0.2	0.2	0.4	94.2
제주	506	0.0	0.3	0.0	0.1	95.2
세종	208	0.1	0.0	0.1	0.3	84.0
성별						
남성	20,947	0.3	0.2	0.1	0.1	94.2
여성	20,979	0.4	0.1	0.0	0.1	94.9
연령대별						
13-19세	3,605	1.0	0.3	0.1	0.3	87.5
20대	6,340	1.0	0.3	0.2	0.3	84.9
30대	6,946	0.4	0.2	0.1	0.1	92.7
40대	7,902	0.1	0.2	0.0	0.1	96.7
50대	7,722	0.0	0.0	0.0	0.0	98.8
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	0.0	99.9
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

TV방송프로그램 시청 인스턴트 메신저 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	카카오톡	페이스북 메신저	네이버 라인	네이트온	왓츠앱
전체	41,926	3.6	0.6	0.4	0.2	0.0
지역별						
서울	8,106	2.6	0.1	0.5	0.1	0.0
부산	2,843	3.2	0.9	0.3	0.1	0.0
대구	2,020	5.2	2.0	0.3	0.0	0.0
인천	2,372	4.8	0.7	0.6	0.3	0.0
광주	1,210	2.3	0.1	0.1	0.0	0.0
대전	1,240	7.8	1.6	0.5	0.3	0.0
울산	936	2.8	0.3	0.2	0.1	0.0
경기	10,297	2.2	0.3	0.4	0.2	0.1
강원	1,254	3.4	1.3	0.8	0.1	0.1
충북	1,308	11.7	0.8	1.3	0.0	0.0
충남	1,739	8.2	2.5	0.4	0.1	0.1
전북	1,497	1.8	0.1	0.1	0.0	0.1
전남	1,472	1.8	0.0	0.4	0.1	0.0
경북	2,205	3.8	0.5	0.0	0.3	0.0
경남	2,713	4.5	0.9	0.7	0.5	0.0
제주	506	2.3	0.6	0.0	0.0	0.0
세종	208	8.7	3.3	1.6	0.0	0.0
성별						
남성	20,947	3.6	0.7	0.4	0.2	0.0
여성	20,979	3.7	0.6	0.5	0.1	0.1
연령대별						
13-19세	3,605	8.2	2.3	0.5	0.3	0.2
20대	6,340	9.0	1.8	0.9	0.5	0.1
30대	6,946	5.2	0.7	0.7	0.1	0.0
40대	7,902	2.9	0.3	0.6	0.1	0.0
50대	7,722	0.8	0.1	0.1	0.1	0.0
60대	5,389	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

[계속]

TV방송프로그램 시청 인스턴트 메신저 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	스카이프	구글 행아웃	텔레그램	위챗	비트윈	인스턴트 메신저 비시청
전체	41,926	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.0
지역별							
서울	8,106	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	97.2
부산	2,843	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.5
대구	2,020	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	94.5
인천	2,372	0.0	0.1	0.2	0.1	0.1	94.6
광주	1,210	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	97.5
대전	1,240	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	91.8
울산	936	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	96.9
경기	10,297	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	97.4
강원	1,254	0.4	0.0	0.1	0.2	0.0	96.2
충북	1,308	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	87.9
충남	1,739	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	90.3
전북	1,497	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	98.1
전남	1,472	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.2
경북	2,205	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.0
경남	2,713	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	94.7
제주	506	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	97.3
세종	208	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.3
성별							
남성	20,947	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.0
여성	20,979	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.0
연령대별							
13-19세	3,605	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	91.0
20대	6,340	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	90.0
30대	6,946	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	94.4
40대	7,902	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96.7
50대	7,722	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.1
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.9
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 스마트폰 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/ 교양	교육/ 아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	14.3	11.0	6.6	5.0	1.4	0.3	0.5	79.4
지역별									
서울	8,106	16.0	11.7	7.5	5.3	1.3	0.3	0.5	78.2
부산	2,843	9.0	6.6	3.3	3.6	0.6	0.3	0.1	88.1
대구	2,020	26.0	19.5	11.1	8.9	2.7	0.6	1.0	64.4
인천	2,372	12.6	11.8	7.0	6.2	1.9	0.5	0.3	78.9
광주	1,210	12.3	7.0	13.2	4.7	0.3	0.1	0.3	80.2
대전	1,240	21.6	16.8	7.6	5.6	1.7	0.4	1.3	71.2
울산	936	15.0	12.4	5.7	5.5	0.7	0.1	0.2	80.1
경기	10,297	13.4	12.3	4.5	3.4	1.9	0.3	0.2	80.4
강원	1,254	8.7	4.4	2.9	2.9	1.1	0.2	1.3	87.3
충북	1,308	13.4	11.9	7.1	6.5	1.2	0.3	0.4	76.4
충남	1,739	11.4	7.6	5.1	5.5	1.3	0.6	1.3	81.6
전북	1,497	7.1	3.7	7.0	3.1	0.3	0.0	0.0	88.6
전남	1,472	7.9	6.3	6.9	2.8	0.9	0.3	0.2	87.1
경북	2,205	28.6	16.6	13.8	13.2	1.5	0.2	0.7	61.7
경남	2,713	11.4	8.3	4.6	3.5	0.7	0.3	0.1	85.3
제주	506	7.1	5.2	3.8	2.9	0.7	0.4	0.4	88.3
세종	208	13.7	9.5	6.9	3.7	0.7	0.2	0.5	79.5
성별									
남성	20,947	13.5	6.7	11.7	7.0	1.3	0.2	0.5	78.3
여성	20,979	15.2	15.3	1.4	3.0	1.4	0.5	0.4	80.6
연령대별									
13-19세	3,605	31.5	17.7	9.6	1.2	1.5	1.1	1.5	66.0
20대	6,340	33.5	22.5	12.3	5.6	2.2	0.3	0.8	59.1
30대	6,946	20.1	16.6	9.5	8.0	1.6	0.7	0.5	70.3
40대	7,902	11.6	10.7	6.8	6.9	2.0	0.2	0.3	79.7
50대	7,722	4.5	5.5	4.1	5.4	1.0	0.0	0.3	89.0
60대	5,389	1.8	2.3	1.8	2.9	0.5	0.0	0.1	95.1
70대 이상	4,021	0.1	0.3	0.2	0.5	0.1	0.0	0.0	99.4

TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 스마트폰 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/ 교양	교육/ 아동	기타	다시 보기 비시청
전체	41,926	14.7	10.5	4.4	0.9	0.8	0.4	0.7	83.1
지역별									
서울	8,106	10.9	7.9	3.0	0.7	1.0	0.4	0.5	87.4
부산	2,843	12.3	9.5	2.7	0.6	0.5	0.2	0.1	87.0
대구	2,020	35.0	25.9	12.0	3.4	1.8	0.6	0.8	59.4
인천	2,372	10.0	8.8	2.6	0.6	1.2	0.3	0.2	87.6
광주	1,210	17.4	10.5	8.9	1.0	0.5	0.3	1.0	79.2
대전	1,240	16.3	12.5	4.5	1.1	0.8	0.3	1.7	80.7
울산	936	17.8	15.2	2.8	1.3	0.9	0.5	0.1	80.6
경기	10,297	8.3	6.8	1.7	0.4	0.4	0.4	0.4	89.9
강원	1,254	13.1	5.7	3.2	0.7	0.9	1.2	2.4	84.6
충북	1,308	20.6	14.7	6.4	1.0	0.7	0.4	1.2	75.9
충남	1,739	14.4	7.9	5.7	1.2	0.5	0.3	1.5	82.5
전북	1,497	24.8	15.8	8.6	0.5	0.5	0.0	1.1	73.7
전남	1,472	21.4	13.9	8.1	0.9	1.6	0.2	1.2	76.0
경북	2,205	30.9	19.4	12.2	2.2	1.1	0.3	0.8	65.2
경남	2,713	15.3	11.5	3.6	0.8	1.2	0.3	0.4	83.4
제주	506	6.3	4.8	0.9	0.6	0.5	0.2	0.1	92.2
세종	208	20.9	10.2	6.1	0.9	1.3	0.2	1.2	74.9
성별									
남성	20,947	14.7	7.5	7.9	1.4	1.1	0.2	0.8	82.4
여성	20,979	14.6	13.4	0.9	0.5	0.6	0.5	0.5	83.8
연령대별									
13-19세	3,605	31.7	18.7	8.1	0.2	0.6	1.1	1.9	66.9
20대	6,340	34.2	24.7	8.6	1.0	1.5	0.3	1.6	62.6
30대	6,946	21.4	15.1	6.3	1.5	1.4	1.0	0.5	75.6
40대	7,902	12.0	9.4	4.6	1.4	1.0	0.4	0.7	84.6
50대	7,722	4.4	3.9	2.1	1.0	0.6	0.0	0.3	93.5
60대	5,389	1.0	0.9	0.7	0.5	0.3	0.0	0.0	98.2
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 시청 장르 : SNS/인스턴트 메신저 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/ 교양	교육/ 아동	기타	SNS/ 인스턴트 메신저 비시청
전체	41,926	5.2	2.9	1.7	0.8	0.6	0.1	0.2	93.7
지역별									
서울	8,106	4.0	1.7	1.1	0.5	1.0	0.2	0.1	95.2
부산	2,843	4.2	3.4	0.9	0.5	0.3	0.1	0.0	95.1
대구	2,020	7.7	5.2	1.6	1.2	0.6	0.2	0.1	91.4
인천	2,372	5.6	4.4	2.1	1.2	0.8	0.4	0.3	91.5
광주	1,210	3.3	2.1	1.6	0.1	0.0	0.0	0.3	96.2
대전	1,240	9.6	5.7	3.2	1.3	0.1	0.1	0.5	88.7
울산	936	4.3	3.0	0.9	0.5	0.2	0.0	0.0	95.2
경기	10,297	3.2	1.4	1.2	0.5	0.6	0.1	0.1	95.9
강원	1,254	5.5	2.3	1.5	1.4	0.6	0.2	0.7	93.0
충북	1,308	12.7	6.8	6.2	1.6	0.5	0.4	0.5	84.9
충남	1,739	10.1	5.1	3.6	1.1	0.6	0.1	0.8	87.3
전북	1,497	5.1	4.0	1.1	0.3	0.0	0.0	0.0	94.5
전남	1,472	2.8	0.9	2.1	0.2	0.1	0.0	0.2	96.8
경북	2,205	6.7	3.2	2.0	2.7	0.3	0.0	0.2	91.9
경남	2,713	6.4	4.4	1.6	0.3	0.4	0.1	0.1	92.7
제주	506	3.9	2.1	1.4	0.9	0.4	0.1	0.3	94.7
세종	208	16.0	6.2	3.2	1.7	0.2	0.1	0.7	82.5
성별									
남성	20,947	5.2	2.0	3.0	0.9	0.6	0.0	0.2	93.4
여성	20,979	5.1	3.8	0.3	0.6	0.6	0.2	0.2	94.0
연령대별									
13-19세	3,605	13.0	6.4	3.8	0.5	0.5	0.5	0.7	85.7
20대	6,340	14.5	8.0	4.1	1.6	1.0	0.1	0.6	83.5
30대	6,946	6.8	4.0	2.3	1.1	1.1	0.5	0.1	91.4
40대	7,902	3.0	1.7	1.4	0.9	0.8	0.1	0.1	95.6
50대	7,722	0.8	0.6	0.4	0.5	0.2	0.0	0.0	98.5
60대	5,389	0.0	0.1	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	99.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

TV방송프로그램 편당 시청 길이 : SNS/인스턴트 메신저

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	3분 이내	3분 이상- 10분 이내	10분 이상- 30분 이내	30분 이상- 1시간 이내	1시간 이상	SNS/ 인스턴트 메신저 비시청
전체	41,926	0.9	2.5	1.7	1.0	0.2	93.7
지역별							
서울	8,106	0.2	2.6	1.2	0.6	0.2	95.2
부산	2,843	0.5	1.7	1.4	1.1	0.2	95.1
대구	2,020	4.3	2.4	1.4	0.5	0.0	91.4
인천	2,372	0.6	1.6	3.1	2.5	0.8	91.5
광주	1,210	0.3	2.1	1.2	0.1	0.1	96.2
대전	1,240	0.7	3.5	4.5	2.1	0.4	88.7
울산	936	0.2	1.4	2.3	0.7	0.1	95.2
경기	10,297	0.2	2.1	0.9	0.8	0.2	95.9
강원	1,254	0.8	3.8	1.4	0.9	0.2	93.0
충북	1,308	2.1	8.0	3.6	1.1	0.2	84.9
충남	1,739	2.0	5.6	3.0	1.8	0.3	87.3
전북	1,497	0.2	1.6	3.4	0.3	0.0	94.5
전남	1,472	1.4	1.3	0.4	0.0	0.1	96.8
경북	2,205	3.3	2.6	1.9	0.3	0.0	91.9
경남	2,713	1.3	1.3	2.9	1.7	0.2	92.7
제주	506	0.4	1.3	1.2	1.6	0.8	94.7
세종	208	1.9	3.5	3.7	5.4	3.0	82.5
성별							
남성	20,947	0.9	2.4	1.9	1.1	0.3	93.4
여성	20,979	0.9	2.5	1.6	0.8	0.2	94.0
연령대별							
13-19세	3,605	2.1	5.1	4.2	2.1	0.7	85.7
20대	6,340	2.6	6.0	4.5	2.9	0.5	83.5
30대	6,946	1.0	3.9	2.3	1.1	0.3	91.4
40대	7,902	0.6	1.9	1.1	0.6	0.2	95.6
50대	7,722	0.1	0.7	0.5	0.1	0.0	98.5
60대	5,389	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	99.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

TV방송프로그램 시청 행태 : SNS/인스턴트 메신저

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	TV방송프로그램 시청 목적으로 SNS/인스턴트 메신저 게시물을 찾아본 적이 있다			SNS/인스턴트 메신저로 TV방송프로그램 시청 시 한편 전체가 아닌 일부분만 시청하는 편이다			TV방송프로그램 시청 후 SNS/인스턴트 메신저로 주변 사람들에게 전달/공유/추천한 적이 있다		
		그렇다	아니다	비시청	그렇다	아니다	비시청	그렇다	아니다	비시청
전체	41,926	3.6	2.7	93.7	4.7	1.6	93.7	3.2	3.1	93.7
지역별										
서울	8,106	2.5	2.4	95.2	4.0	0.8	95.2	2.8	2.1	95.2
부산	2,843	3.3	1.6	95.1	3.3	1.6	95.1	2.0	2.9	95.1
대구	2,020	4.5	4.1	91.4	7.4	1.2	91.4	5.3	3.3	91.4
인천	2,372	5.9	2.6	91.5	6.5	1.9	91.5	4.6	3.8	91.5
광주	1,210	1.1	2.7	96.2	2.4	1.5	96.2	0.8	3.0	96.2
대전	1,240	6.8	4.5	88.7	8.0	3.3	88.7	5.5	5.8	88.7
울산	936	2.4	2.5	95.2	3.4	1.4	95.2	1.1	3.7	95.2
경기	10,297	2.6	1.5	95.9	3.0	1.1	95.9	2.8	1.4	95.9
강원	1,254	5.2	1.8	93.0	6.2	0.8	93.0	4.2	2.8	93.0
충북	1,308	7.7	7.4	84.9	8.6	6.6	84.9	6.2	8.9	84.9
충남	1,739	7.6	5.1	87.3	9.5	3.2	87.3	6.3	6.4	87.3
전북	1,497	2.2	3.3	94.5	3.0	2.5	94.5	2.2	3.3	94.5
전남	1,472	1.1	2.1	96.8	1.1	2.1	96.8	0.2	3.0	96.8
경북	2,205	5.3	2.7	91.9	7.9	0.2	91.9	5.5	2.6	91.9
경남	2,713	3.9	3.4	92.7	4.9	2.4	92.7	1.6	5.7	92.7
제주	506	2.6	2.7	94.7	3.9	1.4	94.7	1.6	3.8	94.7
세종	208	13.8	3.7	82.5	13.0	4.6	82.5	8.0	9.5	82.5
성별										
남성	20,947	3.7	2.8	93.4	4.8	1.8	93.4	3.0	3.5	93.4
여성	20,979	3.6	2.5	94.0	4.6	1.4	94.0	3.4	2.7	94.0
연령대별										
13-19세	3,605	9.1	5.2	85.7	10.8	3.5	85.7	8.2	6.1	85.7
20대	6,340	9.9	6.6	83.5	12.3	4.2	83.5	8.4	8.1	83.5
30대	6,946	5.0	3.7	91.4	6.7	1.9	91.4	4.5	4.1	91.4
40대	7,902	2.0	2.4	95.6	3.1	1.3	95.6	2.0	2.4	95.6
50대	7,722	0.7	0.7	98.5	0.9	0.6	98.5	0.5	1.0	98.5
60대	5,389	0.1	0.1	99.8	0.1	0.1	99.8	0.0	0.2	99.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0

TV방송프로그램 시청 경험 여부 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	컴퓨터 시청 경험 있음	컴퓨터 시청 경험 없음
전체	41,926	9.9	90.1
지역별			
서울	8,106	10.5	89.5
부산	2,843	6.6	93.4
대구	2,020	18.2	81.8
인천	2,372	11.3	88.7
광주	1,210	6.0	94.0
대전	1,240	9.9	90.1
울산	936	7.2	92.8
경기	10,297	10.7	89.3
강원	1,254	10.0	90.0
충북	1,308	6.7	93.3
충남	1,739	11.2	88.8
전북	1,497	6.5	93.5
전남	1,472	7.4	92.6
경북	2,205	12.4	87.6
경남	2,713	5.9	94.1
제주	506	7.7	92.3
세종	208	16.9	83.1
성별			
남성	20,947	11.4	88.6
여성	20,979	8.5	91.5
연령대별			
13-19세	3,605	19.2	80.8
20대	6,340	28.1	71.9
30대	6,946	13.4	86.6
40대	7,902	6.2	93.8
50대	7,722	2.7	97.3
60대	5,389	1.0	99.0
70대 이상	4,021	0.3	99.7

TV방송프로그램 실시간 및 비실시간 시청 경험 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	컴퓨터 실시간 시청 경험		컴퓨터 비실시간 시청 경험	
		있음	없음	있음	없음
전체	41,926	7.7	92.3	6.5	93.5
지역별					
서울	8,106	8.0	92.0	6.5	93.5
부산	2,843	4.0	96.0	4.5	95.5
대구	2,020	14.0	86.0	16.0	84.0
인천	2,372	10.4	89.6	6.3	93.7
광주	1,210	3.6	96.4	5.1	94.9
대전	1,240	9.0	91.0	5.3	94.7
울산	936	5.4	94.6	4.9	95.1
경기	10,297	8.7	91.3	6.4	93.6
강원	1,254	7.4	92.6	6.9	93.1
충북	1,308	4.8	95.2	4.4	95.6
충남	1,739	9.4	90.6	6.6	93.4
전북	1,497	3.1	96.9	5.8	94.2
전남	1,472	4.7	95.3	5.7	94.3
경북	2,205	10.6	89.4	9.5	90.5
경남	2,713	4.1	95.9	3.8	96.2
제주	506	6.3	93.7	3.4	96.6
세종	208	15.7	84.3	13.1	86.9
성별					
남성	20,947	8.9	91.1	7.4	92.6
여성	20,979	6.5	93.5	5.7	94.3
연령대별					
13-19세	3,605	14.6	85.4	14.2	85.8
20대	6,340	21.8	78.2	19.6	80.4
30대	6,946	10.3	89.7	8.5	91.5
40대	7,902	5.0	95.0	3.5	96.5
50대	7,722	2.2	97.8	1.4	98.6
60대	5,389	0.8	99.2	0.4	99.6
70대 이상	4,021	0.3	99.7	0.2	99.8

TV방송프로그램 시청 빈도 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	주1일 미만	주 1-2일	주 3-4일	주5-6일	주7일	컴퓨터 비시청
전체	41,926	1.9	5.1	2.0	0.5	0.4	90.1
지역별							
서울	8,106	2.0	5.4	2.1	0.6	0.4	89.5
부산	2,843	1.4	3.4	1.2	0.3	0.2	93.4
대구	2,020	3.0	10.9	2.9	1.0	0.4	81.8
인천	2,372	1.1	5.2	3.1	1.4	0.4	88.7
광주	1,210	1.5	2.9	1.3	0.2	0.1	94.0
대전	1,240	0.6	5.9	2.3	0.3	0.8	90.1
울산	936	1.1	3.1	1.6	0.7	0.7	92.8
경기	10,297	3.0	5.1	2.0	0.3	0.2	89.3
강원	1,254	2.0	4.4	1.7	0.6	1.4	90.0
충북	1,308	1.0	2.6	2.1	0.6	0.4	93.3
충남	1,739	2.0	6.6	1.3	0.5	0.8	88.8
전북	1,497	0.9	3.6	1.3	0.3	0.4	93.5
전남	1,472	1.3	3.5	1.7	0.8	0.2	92.6
경북	2,205	0.9	7.4	2.8	0.7	0.6	87.6
경남	2,713	1.0	2.8	1.6	0.3	0.2	94.1
제주	506	1.3	2.8	2.7	0.4	0.4	92.3
세종	208	0.6	12.7	2.9	0.1	0.6	83.1
성별							
남성	20,947	2.1	5.7	2.4	0.6	0.6	88.6
여성	20,979	1.7	4.5	1.6	0.5	0.2	91.5
연령대별							
13-19세	3,605	3.7	10.9	3.2	0.9	0.5	80.8
20대	6,340	4.3	13.7	7.0	1.9	1.1	71.9
30대	6,946	2.9	7.0	2.3	0.5	0.7	86.6
40대	7,902	1.6	3.3	0.8	0.3	0.3	93.8
50대	7,722	0.7	1.3	0.6	0.1	0.1	97.3
60대	5,389	0.3	0.4	0.2	0.1	0.0	99.0
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	99.7

TV방송프로그램 다시보기 시청 경험 여부 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	다시보기 시청 경험 있음	다시보기 시청 경험 없음	컴퓨터 비시청
전체	41,926	6.5	3.4	90.1
지역별				
서울	8,106	6.5	4.0	89.5
부산	2,843	4.5	2.1	93.4
대구	2,020	16.0	2.3	81.8
인천	2,372	6.3	5.0	88.7
광주	1,210	5.1	0.8	94.0
대전	1,240	5.3	4.6	90.1
울산	936	4.9	2.3	92.8
경기	10,297	6.4	4.3	89.3
강원	1,254	6.9	3.1	90.0
충북	1,308	4.4	2.3	93.3
충남	1,739	6.6	4.6	88.8
전북	1,497	5.8	0.7	93.5
전남	1,472	5.7	1.8	92.6
경북	2,205	9.5	2.9	87.6
경남	2,713	3.8	2.1	94.1
제주	506	3.4	4.3	92.3
세종	208	13.1	3.8	83.1
성별				
남성	20,947	7.4	4.0	88.6
여성	20,979	5.7	2.8	91.5
연령대별				
13-19세	3,605	14.2	5.0	80.8
20대	6,340	19.6	8.5	71.9
30대	6,946	8.5	4.9	86.6
40대	7,902	3.5	2.7	93.8
50대	7,722	1.4	1.3	97.3
60대	5,389	0.4	0.6	99.0
70대 이상	4,021	0.2	0.1	99.7

TV방송프로그램 다시보기 시청 빈도 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	월1일	월2일	월3일	주1일	주2일	주 3일	주4일	주5일	주6일	주7일	다시 보기 비시청
전체	41,926	0.4	1.0	0.4	1.8	1.8	0.6	0.2	0.1	0.0	0.1	93.5
지역별												
서울	8,106	0.5	0.8	0.5	1.8	2.0	0.7	0.1	0.1	0.0	0.1	93.5
부산	2,843	0.6	0.7	0.1	1.5	0.7	0.5	0.3	0.0	0.1	0.1	95.5
대구	2,020	1.3	3.6	1.4	5.4	2.8	0.8	0.4	0.2	0.0	0.1	84.0
인천	2,372	0.1	0.6	0.2	1.4	2.2	0.8	0.3	0.4	0.1	0.1	93.7
광주	1,210	0.5	0.9	0.1	1.6	1.5	0.4	0.1	0.0	0.0	0.1	94.9
대전	1,240	0.2	0.4	0.2	2.0	1.7	0.3	0.3	0.1	0.0	0.2	94.7
울산	936	0.4	0.9	0.0	1.1	1.3	0.7	0.4	0.0	0.0	0.2	95.1
경기	10,297	0.4	1.4	0.6	1.5	1.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.0	93.6
강원	1,254	0.4	0.8	0.1	1.0	1.9	0.8	0.5	0.4	0.4	0.6	93.1
충북	1,308	0.2	0.2	0.2	1.4	1.3	0.6	0.3	0.2	0.0	0.0	95.6
충남	1,739	0.4	0.9	0.2	2.4	1.3	0.9	0.3	0.1	0.0	0.0	93.4
전북	1,497	0.1	0.1	0.4	1.2	2.6	0.5	0.2	0.2	0.0	0.4	94.2
전남	1,472	0.3	0.7	0.4	1.0	1.3	1.0	0.2	0.5	0.0	0.1	94.3
경북	2,205	0.3	1.3	0.2	3.3	2.7	0.7	0.5	0.3	0.0	0.2	90.5
경남	2,713	0.4	0.3	0.1	1.4	0.8	0.5	0.2	0.1	0.0	0.0	96.2
제주	506	0.1	0.3	0.1	0.4	0.8	1.0	0.3	0.0	0.0	0.3	96.6
세종	208	2.4	0.4	0.5	5.3	2.3	1.7	0.3	0.1	0.0	0.3	86.9
성별												
남성	20,947	0.5	1.0	0.4	2.1	1.9	0.7	0.3	0.2	0.0	0.1	92.6
여성	20,979	0.4	1.0	0.4	1.5	1.7	0.4	0.2	0.1	0.0	0.0	94.3
연령대별												
13-19세	3,605	0.8	2.2	1.4	4.4	3.9	0.6	0.4	0.2	0.0	0.2	85.8
20대	6,340	1.1	2.4	1.1	5.3	5.6	2.1	0.9	0.5	0.1	0.3	80.4
30대	6,946	0.8	1.5	0.4	2.2	2.2	0.7	0.3	0.1	0.0	0.2	91.5
40대	7,902	0.3	0.8	0.3	0.9	0.7	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	96.5
50대	7,722	0.1	0.2	0.1	0.4	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	98.6
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.6
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 다시보기 시청 편수 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	1-5편	6-10편	11-15편	16-20편	21편 이상	다시보기 비시청
전체	41,926	4.0	1.9	0.3	0.2	0.1	93.5
지역별							
서울	8,106	4.5	1.8	0.1	0.0	0.0	93.5
부산	2,843	2.6	1.3	0.5	0.2	0.0	95.5
대구	2,020	11.1	3.6	0.9	0.4	0.1	84.0
인천	2,372	3.4	2.2	0.2	0.4	0.0	93.7
광주	1,210	2.7	2.0	0.2	0.1	0.1	94.9
대전	1,240	3.4	1.1	0.3	0.2	0.2	94.7
울산	936	3.1	0.9	0.3	0.3	0.3	95.1
경기	10,297	4.1	2.0	0.1	0.1	0.1	93.6
강원	1,254	3.8	2.1	0.1	0.8	0.1	93.1
충북	1,308	1.9	1.9	0.3	0.1	0.2	95.6
충남	1,739	4.9	1.2	0.2	0.1	0.2	93.4
전북	1,497	1.2	3.1	0.9	0.1	0.6	94.2
전남	1,472	2.8	1.8	0.8	0.1	0.1	94.3
경북	2,205	4.9	2.8	0.8	0.6	0.4	90.5
경남	2,713	2.5	1.0	0.1	0.1	0.0	96.2
제주	506	1.9	1.2	0.2	0.1	0.0	96.6
세종	208	9.5	1.9	0.0	1.8	0.0	86.9
성별							
남성	20,947	4.5	2.1	0.4	0.3	0.2	92.6
여성	20,979	3.6	1.7	0.2	0.1	0.0	94.3
연령대별							
13-19세	3,605	8.8	4.5	0.6	0.3	0.1	85.8
20대	6,340	11.4	6.1	0.9	0.6	0.5	80.4
30대	6,946	5.5	2.2	0.4	0.2	0.2	91.5
40대	7,902	2.3	0.9	0.1	0.1	0.0	96.5
50대	7,722	0.9	0.3	0.1	0.0	0.0	98.6
60대	5,389	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	99.6
70대 이상	4,021	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 시청 방법 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	방송서비스/동 영상 전문 웹사이트	포털사이트	다운로드 파일 재생	방송사 홈페이지
전체	41,926	5.2	5.0	3.5	2.6
지역별					
서울	8,106	4.4	4.0	5.2	2.3
부산	2,843	4.5	3.6	1.4	2.4
대구	2,020	13.2	12.2	3.4	5.3
인천	2,372	6.0	5.6	3.9	2.4
광주	1,210	3.4	3.4	1.5	1.9
대전	1,240	5.4	4.3	2.8	2.7
울산	936	4.1	5.3	0.6	2.6
경기	10,297	5.2	4.4	5.2	3.4
강원	1,254	5.6	6.0	3.0	3.2
충북	1,308	2.0	4.0	2.7	1.9
충남	1,739	3.9	5.9	2.9	4.6
전북	1,497	3.8	4.8	1.4	1.1
전남	1,472	4.2	4.0	0.5	0.5
경북	2,205	9.2	9.9	2.0	1.0
경남	2,713	3.5	2.8	1.2	1.6
제주	506	4.1	3.1	2.4	1.6
세종	208	9.8	8.3	5.7	2.6
성별					
남성	20,947	5.9	5.9	3.7	2.9
여성	20,979	4.6	4.1	3.3	2.3
연령대별					
13-19세	3,605	11.6	9.6	6.9	4.8
20대	6,340	15.5	13.8	11.7	6.0
30대	6,946	6.9	6.5	4.8	4.1
40대	7,902	2.8	3.1	1.3	2.2
50대	7,722	0.9	1.7	0.6	0.7
60대	5,389	0.4	0.7	0.0	0.4
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.0	0.1

[계속]

TV방송프로그램 시청 방법 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	SNS	인스턴트 메신저	기타	컴퓨터 비시청
전체	41,926	0.9	0.3	0.0	90.1
지역별					
서울	8,106	0.9	0.2	0.1	89.5
부산	2,843	0.7	0.1	0.0	93.4
대구	2,020	1.9	1.0	0.0	81.8
인천	2,372	1.6	0.7	0.0	88.7
광주	1,210	0.1	0.0	0.0	94.0
대전	1,240	0.9	0.1	0.1	90.1
울산	936	0.4	0.1	0.0	92.8
경기	10,297	0.7	0.2	0.0	89.3
강원	1,254	1.3	0.4	0.0	90.0
충북	1,308	0.7	0.0	0.0	93.3
충남	1,739	1.0	0.1	0.0	88.8
전북	1,497	0.4	0.2	0.0	93.5
전남	1,472	0.4	0.0	0.3	92.6
경북	2,205	0.9	0.6	0.0	87.6
경남	2,713	0.5	0.1	0.0	94.1
제주	506	1.5	0.1	0.2	92.3
세종	208	6.7	0.4	0.0	83.1
성별					
남성	20,947	0.9	0.2	0.0	88.6
여성	20,979	0.8	0.3	0.0	91.5
연령대별					
13-19세	3,605	2.2	1.0	0.0	80.8
20대	6,340	3.4	0.6	0.2	71.9
30대	6,946	0.6	0.2	0.0	86.6
40대	7,902	0.2	0.2	0.0	93.8
50대	7,722	0.1	0.1	0.0	97.3
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	99.0
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	99.7

[계속]

TV방송프로그램 실시간 시청 장르 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	뉴스	시사/ 교양	교육/ 아동	기타	실시간 비시청
전체	41,926	5.5	3.9	2.5	1.3	0.7	0.3	0.3	92.3
지역별									
서울	8,106	5.9	3.9	2.9	0.9	1.0	0.2	0.2	92.0
부산	2,843	3.1	1.8	1.7	1.0	0.2	0.2	0.0	96.0
대구	2,020	10.7	7.9	3.5	3.3	0.9	0.6	0.7	86.0
인천	2,372	7.5	5.8	2.5	1.7	1.5	0.3	0.5	89.6
광주	1,210	2.1	1.1	1.6	0.7	0.5	0.4	0.0	96.4
대전	1,240	7.1	5.5	2.0	1.3	0.4	0.5	0.6	91.0
울산	936	4.5	2.3	2.4	1.4	0.1	0.1	0.0	94.6
경기	10,297	5.7	5.0	2.7	1.1	0.7	0.4	0.3	91.3
강원	1,254	4.8	2.3	2.4	1.3	0.5	0.1	0.9	92.6
충북	1,308	2.8	2.1	1.5	1.8	0.1	0.0	0.1	95.2
충남	1,739	6.0	5.2	2.2	1.9	0.9	0.4	0.9	90.6
전북	1,497	2.4	1.0	1.7	0.5	0.1	0.1	0.0	96.9
전남	1,472	3.1	2.2	2.2	0.8	0.2	0.1	0.0	95.3
경북	2,205	7.4	3.4	4.6	3.6	0.7	0.1	0.5	89.4
경남	2,713	3.4	1.7	1.4	1.0	0.2	0.2	0.1	95.9
제주	506	3.8	3.3	1.4	1.6	0.3	0.2	0.3	93.7
세종	208	12.8	6.3	6.7	1.5	0.6	0.5	0.0	84.3
성별									
남성	20,947	5.9	3.1	4.5	2.0	0.8	0.2	0.4	91.1
여성	20,979	5.1	4.7	0.6	0.7	0.5	0.3	0.2	93.5
연령대별									
13-19세	3,605	12.6	6.7	4.1	0.6	0.6	1.6	0.7	85.4
20대	6,340	17.1	11.5	6.8	2.3	1.8	0.4	0.9	78.2
30대	6,946	6.6	5.5	3.5	2.4	1.0	0.4	0.3	89.7
40대	7,902	2.6	2.4	2.0	1.7	0.5	0.1	0.1	95.0
50대	7,722	0.8	0.9	0.7	0.9	0.3	0.0	0.1	97.8
60대	5,389	0.2	0.3	0.4	0.4	0.1	0.0	0.0	99.2
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	99.7

TV방송프로그램 다시보기 시청 장르 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	오락/ 연예	드라마	스포츠	시사/ 교양	교육/ 아동	뉴스	기타	다시 보기 비시청
전체	41,926	5.5	3.7	1.6	0.4	0.3	0.2	0.5	93.5
지역별									
서울	8,106	5.7	3.2	1.9	0.5	0.2	0.1	0.7	93.5
부산	2,843	4.3	3.1	0.9	0.3	0.1	0.2	0.0	95.5
대구	2,020	11.5	9.8	4.1	1.3	0.6	0.8	3.2	84.0
인천	2,372	5.3	4.4	0.9	0.4	0.4	0.2	0.4	93.7
광주	1,210	4.0	2.3	1.3	0.3	0.8	0.1	0.4	94.9
대전	1,240	4.5	3.5	0.9	0.4	0.2	0.1	0.5	94.7
울산	936	4.5	3.1	1.0	0.4	0.1	0.6	0.1	95.1
경기	10,297	5.1	4.1	1.1	0.3	0.4	0.2	0.3	93.6
강원	1,254	5.4	2.0	1.9	0.5	0.7	0.3	1.4	93.1
충북	1,308	3.7	2.4	0.6	0.1	0.0	0.3	0.2	95.6
충남	1,739	5.5	4.0	1.1	0.5	0.1	0.1	0.2	93.4
전북	1,497	5.5	3.1	1.9	0.2	0.1	0.1	0.3	94.2
전남	1,472	4.7	3.5	1.4	0.3	0.0	0.0	0.6	94.3
경북	2,205	8.8	4.6	3.2	0.6	0.0	0.6	0.5	90.5
경남	2,713	3.6	1.6	1.6	0.2	0.0	0.2	0.1	96.2
제주	506	2.1	2.1	0.7	0.1	0.1	0.2	0.2	96.6
세종	208	11.9	4.1	4.5	0.9	0.3	0.6	0.2	86.9
성별									
남성	20,947	6.0	3.1	2.8	0.6	0.2	0.3	0.7	92.6
여성	20,979	4.9	4.3	0.3	0.3	0.4	0.1	0.4	94.3
연령대별									
13-19세	3,605	13.3	6.7	2.7	0.3	1.6	0.1	1.3	85.8
20대	6,340	17.2	11.9	4.7	1.0	0.3	0.5	1.6	80.4
30대	6,946	6.6	5.1	2.0	0.8	0.4	0.3	0.6	91.5
40대	7,902	2.5	1.9	0.9	0.4	0.2	0.2	0.4	96.5
50대	7,722	0.8	0.7	0.5	0.2	0.0	0.2	0.1	98.6
60대	5,389	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	99.6
70대 이상	4,021	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.8

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청여부

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 있음	TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 없음
전체	41,926	46.1	53.9
지역별			
서울	8,106	46.1	53.9
부산	2,843	33.7	66.3
대구	2,020	54.4	45.6
인천	2,372	44.0	56.0
광주	1,210	52.4	47.6
대전	1,240	60.4	39.6
울산	936	57.5	42.5
경기	10,297	42.7	57.3
강원	1,254	35.1	64.9
충북	1,308	46.0	54.0
충남	1,739	59.1	40.9
전북	1,497	44.3	55.7
전남	1,472	48.4	51.6
경북	2,205	49.6	50.4
경남	2,713	46.7	53.3
제주	506	37.7	62.3
세종	208	75.5	24.5
성별			
남성	20,947	49.1	50.9
여성	20,979	43.0	57.0
연령대별			
13-19세	3,605	79.7	20.3
20대	6,340	79.4	20.6
30대	6,946	66.5	33.5
40대	7,902	49.0	51.0
50대	7,722	28.4	71.6
60대	5,389	12.2	87.8
70대 이상	4,021	1.6	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	30분 미만	30분- 1시간 미만	1-2시간 미만	2-3시간 미만	3-4시간 미만	4-5시간 미만
전체	41,926	22.9	12.6	7.9	1.9	0.5	0.1
지역별							
서울	8,106	21.5	13.5	8.5	2.0	0.4	0.1
부산	2,843	19.1	9.6	4.5	0.4	0.0	0.0
대구	2,020	39.3	9.5	4.7	0.7	0.2	0.0
인천	2,372	16.3	10.6	11.0	3.9	1.4	0.3
광주	1,210	31.7	12.7	7.0	0.9	0.0	0.0
대전	1,240	24.3	19.5	13.2	2.1	0.9	0.0
울산	936	35.2	13.6	5.6	2.7	0.3	0.1
경기	10,297	19.2	12.8	7.4	2.4	0.7	0.0
강원	1,254	13.8	8.5	7.1	3.4	1.6	0.4
충북	1,308	17.0	15.7	11.4	0.9	0.7	0.2
충남	1,739	27.4	15.7	12.4	2.5	0.7	0.1
전북	1,497	17.8	13.3	11.2	1.7	0.2	0.1
전남	1,472	27.9	9.6	8.9	1.7	0.1	0.0
경북	2,205	33.5	10.4	4.5	1.0	0.1	0.2
경남	2,713	27.4	14.0	4.3	0.7	0.2	0.0
제주	506	11.0	9.8	9.6	3.7	2.1	0.8
세종	208	38.3	15.4	19.3	1.9	0.1	0.4
성별							
남성	20,947	23.5	13.4	8.8	2.4	0.7	0.1
여성	20,979	22.4	11.7	7.0	1.5	0.3	0.1
연령대별							
13-19세	3,605	28.2	25.0	18.7	5.0	1.6	0.3
20대	6,340	31.6	23.4	17.5	4.7	1.7	0.2
30대	6,946	31.7	19.3	12.1	2.7	0.5	0.1
40대	7,902	30.2	12.1	5.0	1.4	0.2	0.1
50대	7,722	19.4	5.7	2.9	0.3	0.1	0.0
60대	5,389	8.8	2.3	0.9	0.1	0.0	0.0
70대 이상	4,021	1.0	0.3	0.2	0.0	0.1	0.0

[계속]

TV방송프로그램 이외의 동영상 하루 평균 시청 시간

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	5-6시간 미만	6-7시간 미만	7-8시간 미만	8-9시간 미만	10시간 이상	동영상 비시청
전체	41,926	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	53.9
지역별							
서울	8,106	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	53.9
부산	2,843	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.3
대구	2,020	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.6
인천	2,372	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	56.0
광주	1,210	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.6
대전	1,240	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	39.6
울산	936	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.5
경기	10,297	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	57.3
강원	1,254	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	64.9
충북	1,308	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	54.0
충남	1,739	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	40.9
전북	1,497	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	55.7
전남	1,472	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	51.6
경북	2,205	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.4
경남	2,713	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	53.3
제주	506	0.6	0.1	0.0	0.0	0.0	62.3
세종	208	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	24.5
성별							
남성	20,947	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	50.9
여성	20,979	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	57.0
연령대별							
13-19세	3,605	0.4	0.1	0.0	0.0	0.2	20.3
20대	6,340	0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	20.6
30대	6,946	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	33.5
40대	7,902	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	51.0
50대	7,722	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	71.6
60대	5,389	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	87.8
70대 이상	4,021	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 컴퓨터

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 있음	컴퓨터를 이용한 동영상 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	17.4	28.6	53.9
지역별				
서울	8,106	20.9	25.2	53.9
부산	2,843	11.2	22.4	66.3
대구	2,020	19.0	35.4	45.6
인천	2,372	17.1	27.0	56.0
광주	1,210	15.1	37.3	47.6
대전	1,240	20.5	39.9	39.6
울산	936	14.2	43.3	42.5
경기	10,297	20.3	22.5	57.3
강원	1,254	17.1	18.0	64.9
충북	1,308	11.3	34.7	54.0
충남	1,739	20.0	39.1	40.9
전북	1,497	7.8	36.5	55.7
전남	1,472	11.8	36.7	51.6
경북	2,205	17.0	32.6	50.4
경남	2,713	11.1	35.7	53.3
제주	506	20.5	17.2	62.3
세종	208	30.3	45.2	24.5
성별				
남성	20,947	20.4	28.7	50.9
여성	20,979	14.5	28.6	57.0
연령대별				
13-19세	3,605	41.0	38.7	20.3
20대	6,340	40.8	38.6	20.6
30대	6,946	26.1	40.4	33.5
40대	7,902	12.5	36.5	51.0
50대	7,722	4.7	23.7	71.6
60대	5,389	1.1	11.1	87.8
70대 이상	4,021	0.3	1.3	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	동영상 전문 사이트	포털 사이트	다운로드 파일 재생	인스턴트 메신저	SNS	기타	동영상 비시청
전체	41,926	12.7	12.2	7.3	5.6	5.5	0.0	53.9
지역별								
서울	8,106	15.7	14.8	9.5	7.1	7.9	0.1	53.9
부산	2,843	8.8	7.0	3.3	4.7	4.0	0.0	66.3
대구	2,020	16.0	14.7	3.9	4.8	5.1	0.0	45.6
인천	2,372	11.1	11.5	7.4	6.1	7.4	0.1	56.0
광주	1,210	12.3	10.4	4.4	3.9	2.0	0.1	47.6
대전	1,240	15.8	13.1	5.6	5.2	5.5	0.0	39.6
울산	936	9.1	10.0	4.2	7.5	8.1	0.0	42.5
경기	10,297	14.3	14.3	12.2	6.4	4.9	0.0	57.3
강원	1,254	14.1	13.3	10.7	8.3	9.6	0.1	64.9
충북	1,308	9.4	7.8	2.6	3.1	3.1	0.0	54.0
충남	1,739	12.2	15.3	6.1	8.5	8.4	0.1	40.9
전북	1,497	6.6	5.6	1.7	0.4	1.1	0.0	55.7
전남	1,472	6.1	8.6	0.6	2.3	2.7	0.0	51.6
경북	2,205	13.6	13.1	5.7	4.5	3.6	0.0	50.4
경남	2,713	8.0	5.4	1.9	2.9	3.2	0.0	53.3
제주	506	12.3	14.1	4.3	7.5	9.2	0.1	62.3
세종	208	25.1	24.8	13.9	6.6	7.7	0.0	24.5
성별								
남성	20,947	15.1	14.1	8.4	6.3	6.2	0.0	50.9
여성	20,979	10.4	10.3	6.3	4.9	4.7	0.0	57.0
연령대별								
13-19세	3,605	32.0	30.3	16.2	12.9	14.8	0.2	20.3
20대	6,340	32.5	28.4	18.2	14.1	14.9	0.0	20.6
30대	6,946	17.9	18.0	11.6	8.8	7.3	0.0	33.5
40대	7,902	7.8	8.4	5.0	3.2	2.7	0.1	51.0
50대	7,722	2.8	3.3	1.5	1.6	0.9	0.0	71.6
60대	5,389	0.7	0.8	0.2	0.3	0.2	0.0	87.8
70대 이상	4,021	0.3	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 컴퓨터 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	예능/ 오락	영화/ 드라마/ 시리즈물	음악/ 공연	스포츠	교육	개인 방송	기타	동영상 비시청
전체	41,926	11.3	8.7	8.5	6.8	5.1	5.1	0.7	53.9
지역별									
서울	8,106	13.9	11.2	10.4	8.0	6.5	6.6	1.1	53.9
부산	2,843	7.9	3.5	5.5	3.6	2.3	3.1	0.9	66.3
대구	2,020	13.7	8.2	11.1	7.9	5.4	7.5	0.0	45.6
인천	2,372	9.7	7.9	7.1	5.6	4.4	5.9	2.1	56.0
광주	1,210	10.5	4.4	6.4	6.7	4.2	3.3	0.3	47.6
대전	1,240	13.0	10.0	9.8	5.7	4.3	5.6	1.7	39.6
울산	936	9.7	5.6	6.3	5.6	4.8	5.2	0.7	42.5
경기	10,297	12.4	11.8	10.3	8.8	7.2	4.9	0.3	57.3
강원	1,254	11.6	10.8	10.2	8.7	8.6	6.7	0.8	64.9
충북	1,308	7.3	5.3	5.7	4.2	2.1	2.3	0.7	54.0
충남	1,739	13.6	10.3	11.1	7.1	5.5	6.7	0.4	40.9
전북	1,497	6.4	4.5	3.6	3.5	0.7	2.7	0.0	55.7
전남	1,472	6.5	5.4	4.1	4.6	2.8	0.9	0.2	51.6
경북	2,205	12.5	6.8	8.1	7.3	4.0	5.3	0.0	50.4
경남	2,713	6.5	3.0	3.4	3.0	1.8	4.4	0.8	53.3
제주	506	7.9	8.2	6.8	5.0	6.7	5.3	4.4	62.3
세종	208	25.1	19.9	20.1	12.9	4.7	6.8	0.7	24.5
성별									
남성	20,947	12.9	10.0	9.1	10.6	5.6	6.3	0.8	50.9
여성	20,979	9.7	7.5	7.9	3.0	4.7	3.9	0.7	57.0
연령대별									
13-19세	3,605	28.0	16.3	23.4	11.4	20.5	16.1	1.8	20.3
20대	6,340	28.8	21.9	22.3	17.4	12.1	14.0	1.4	20.6
30대	6,946	17.0	14.6	11.9	11.4	4.9	6.0	0.9	33.5
40대	7,902	6.6	6.3	4.3	4.6	2.7	2.2	0.6	51.0
50대	7,722	2.2	1.9	1.6	2.0	1.1	0.7	0.4	71.6
60대	5,389	0.4	0.3	0.3	0.6	0.2	0.2	0.1	87.8
70대 이상	4,021	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.0	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경험 : 스마트기기

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	스마트기기를 이용한 시청 경험 있음	스마트기기를 이용한 시청 경험 없음	동영상 비시청
전체	41,926	44.1	2.0	53.9
지역별				
서울	8,106	42.6	3.5	53.9
부산	2,843	32.5	1.2	66.3
대구	2,020	53.1	1.4	45.6
인천	2,372	42.4	1.6	56.0
광주	1,210	51.3	1.1	47.6
대전	1,240	58.8	1.6	39.6
울산	936	56.3	1.2	42.5
경기	10,297	39.9	2.8	57.3
강원	1,254	34.6	0.5	64.9
충북	1,308	45.3	0.6	54.0
충남	1,739	58.2	0.9	40.9
전북	1,497	43.9	0.4	55.7
전남	1,472	47.6	0.9	51.6
경북	2,205	48.6	1.1	50.4
경남	2,713	45.5	1.2	53.3
제주	506	35.6	2.1	62.3
세종	208	74.6	1.0	24.5
성별				
남성	20,947	46.5	2.6	50.9
여성	20,979	41.7	1.4	57.0
연령대별				
13-19세	3,605	75.8	3.9	20.3
20대	6,340	76.1	3.2	20.6
30대	6,946	63.7	2.8	33.5
40대	7,902	46.4	2.6	51.0
50대	7,722	27.5	0.9	71.6
60대	5,389	11.9	0.2	87.8
70대 이상	4,021	1.5	0.1	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 경로 : 스마트기기 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	포털 사이트	동영상 시청전용 애플리 케이션	인스턴트 메신저	동영상 전문 사이트	SNS	다운로드 파일재생	기타	동영상 비시청
전체	41,926	26.4	25.9	22.2	21.0	16.3	7.3	0.2	53.9
지역별									
서울	8,106	28.2	29.6	19.0	20.8	15.9	9.9	0.2	53.9
부산	2,843	18.2	18.3	12.1	16.7	11.3	4.1	0.1	66.3
대구	2,020	39.5	33.7	25.2	26.7	20.1	3.2	0.0	45.6
인천	2,372	25.0	26.1	20.5	19.5	18.1	9.7	0.1	56.0
광주	1,210	30.1	26.2	33.0	26.7	17.1	2.8	0.0	47.6
대전	1,240	28.1	24.7	29.1	30.0	23.4	4.8	0.0	39.6
울산	936	26.4	35.6	36.8	18.9	22.8	6.2	0.1	42.5
경기	10,297	23.6	23.2	21.6	19.8	15.2	11.0	0.5	57.3
강원	1,254	25.2	24.6	20.9	22.8	21.3	14.8	0.2	64.9
충북	1,308	22.3	26.1	20.0	21.7	11.7	3.3	0.1	54.0
충남	1,739	29.9	38.0	38.7	22.0	23.9	4.6	0.1	40.9
전북	1,497	31.5	13.9	15.7	30.5	12.1	5.1	0.0	55.7
전남	1,472	30.8	17.2	22.6	15.8	14.7	1.4	0.0	51.6
경북	2,205	31.7	26.3	28.1	24.4	15.1	4.4	0.0	50.4
경남	2,713	18.8	26.8	19.0	15.9	14.6	1.6	0.0	53.3
제주	506	21.3	23.4	17.9	16.4	19.8	2.9	0.5	62.3
세종	208	48.0	53.0	46.3	22.0	26.7	5.0	0.0	24.5
성별									
남성	20,947	28.5	27.9	22.2	22.9	17.0	8.1	0.2	50.9
여성	20,979	24.2	23.9	22.2	19.2	15.6	6.5	0.2	57.0
연령대별									
13-19세	3,605	47.8	51.6	39.2	41.4	38.9	15.2	0.2	20.3
20대	6,340	47.8	50.2	38.3	45.5	38.5	17.0	0.3	20.6
30대	6,946	39.2	39.4	29.4	30.5	22.7	11.8	0.3	33.5
40대	7,902	27.4	23.8	22.2	19.3	11.4	5.5	0.2	51.0
50대	7,722	14.2	12.2	15.7	8.2	5.6	1.9	0.2	71.6
60대	5,389	5.1	4.3	7.7	2.6	1.5	0.7	0.1	87.8
70대 이상	4,021	0.5	0.6	0.9	0.4	0.1	0.1	0.0	98.4

TV방송프로그램 이외의 동영상 시청 장르 : 스마트기기 [중복응답]

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	예능/ 오락	영화/ 드라마/ 시리즈물	음악/ 공연	스포츠	교육	개인 방송	기타	동영상 비시청
전체	41,926	30.6	15.3	21.5	15.7	7.8	10.7	2.4	53.9
지역별									
서울	8,106	29.1	15.0	19.7	16.2	8.9	12.0	4.0	53.9
부산	2,843	20.8	9.3	17.4	9.8	4.2	7.3	3.4	66.3
대구	2,020	41.3	16.9	26.1	18.7	7.3	17.2	0.2	45.6
인천	2,372	26.3	16.7	16.1	11.6	9.1	11.9	4.7	56.0
광주	1,210	36.8	15.6	25.1	24.9	8.6	10.2	0.2	47.6
대전	1,240	35.8	22.2	27.5	15.9	7.2	12.1	4.9	39.6
울산	936	42.8	12.1	34.7	16.3	9.5	9.5	2.0	42.5
경기	10,297	28.2	16.3	22.1	14.8	9.7	10.2	1.3	57.3
강원	1,254	22.2	14.5	20.6	14.6	11.6	9.0	2.1	64.9
충북	1,308	29.9	20.4	20.1	16.4	5.0	8.8	1.5	54.0
충남	1,739	40.1	20.2	29.0	18.5	10.3	13.0	2.8	40.9
전북	1,497	34.1	18.8	20.8	19.9	4.9	8.3	0.0	55.7
전남	1,472	31.1	18.5	17.1	20.5	5.6	2.9	0.2	51.6
경북	2,205	39.0	9.5	21.3	17.7	4.0	11.0	0.2	50.4
경남	2,713	31.1	9.5	21.2	13.2	3.5	12.3	3.6	53.3
제주	506	15.1	11.1	11.0	8.1	8.1	7.3	8.5	62.3
세종	208	53.8	34.1	40.5	22.1	6.7	10.2	4.4	24.5
성별									
남성	20,947	31.2	15.2	20.3	25.5	7.5	12.2	2.3	50.9
여성	20,979	30.0	15.4	22.7	5.8	8.1	9.1	2.4	57.0
연령대별									
13-19세	3,605	57.7	26.1	46.7	22.2	26.0	28.4	2.5	20.3
20대	6,340	56.9	32.6	45.1	29.1	15.9	25.7	3.0	20.6
30대	6,946	45.6	25.2	30.1	25.1	9.4	14.1	2.5	33.5
40대	7,902	29.9	14.0	18.4	16.8	5.6	6.7	3.1	51.0
50대	7,722	16.3	5.7	9.7	8.7	2.3	3.5	2.3	71.6
60대	5,389	6.2	1.8	3.1	3.2	0.8	0.7	1.9	87.8
70대 이상	4,021	0.7	0.3	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	98.4

어제 하루 라디오 청취 경험

BASE: 전체 개인응답자	조사 사례수	라디오 청취 경험 있음	라디오 청취 경험 없음
전체	41,926	18.6	81.4
지역별			
서울	8,106	19.1	80.9
부산	2,843	14.2	85.8
대구	2,020	12.9	87.1
인천	2,372	19.8	80.2
광주	1,210	21.2	78.8
대전	1,240	10.9	89.1
울산	936	12.8	87.2
경기	10,297	25.0	75.0
강원	1,254	15.4	84.6
충북	1,308	13.2	86.8
충남	1,739	11.1	88.9
전북	1,497	20.8	79.2
전남	1,472	26.8	73.2
경북	2,205	12.7	87.3
경남	2,713	13.9	86.1
제주	506	17.9	82.1
세종	208	10.6	89.4
성별			
남성	20,947	24.9	75.1
여성	20,979	12.3	87.7
연령대별			
13-19세	3,605	3.5	96.5
20대	6,340	8.7	91.3
30대	6,946	23.6	76.4
40대	7,902	28.2	71.8
50대	7,722	25.3	74.7
60대	5,389	18.2	81.8
70대 이상	4,021	8.0	92.0

2017 시청점유율 기초조사 보고서

- 발 행 : 2017년 12월
 - 발행처 : 방송통신위원회
 - 발행인 : 이효성
-