

KISDI STAT

REPORT

2017. 11. 30 / Vol. 17-22


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

데이터기반 통화(VOIP) 사용자의 특성 및 통신 이용패턴

남충현
부연구위원, ICT통계정보연구실

III 조사 자료 및 분석 배경

- 카카오톡, 스카이프 등의 데이터기반 통화(VOIP)는 인터넷과 음성통화가 합쳐진 융합 통신매체에 속함
- 데이터기반 통화는 어떤 유형의 이용자가 활발하게 이용하며, 또한 기존의 통신매체(음성통화 등)의 이용에는 어떤 영향을 미치는지에 대하여 분석함
- 본 보고서는 2016년도 한국미디어패널조사(개인용) 조사결과를 활용하여 데이터기반 통화 사용자의 특성 및 통신 이용행태에 대하여 분석함

III 데이터 기반 통화 이용자

- 2016년도 조사의 전체 응답자(개인별)는 9,788명이며, 이 중 데이터기반 통화를 이용한 경험이 있는 사람은 2,027명으로 전체의 20.7%에 해당함
- 데이터기반 통화는 카카오톡, 스카이프, 페이스북 영상통화 등을 포함하며, 데이터기반 통화를 이용한 적이 있는 응답자들의 월평균 이용시간은 180.2분으로 나타남

- 성별로 사용비율을 보면, 남성(19.8%) 보다 여성(21.4%)이 더 높았으나, 사용자들의 평균 통화시간을 비교하면 남성(189.5분)이 여성(173.0분)보다 더 길었음

[표 1] 데이터기반 통화(VOIP) 사용 경험자 개요

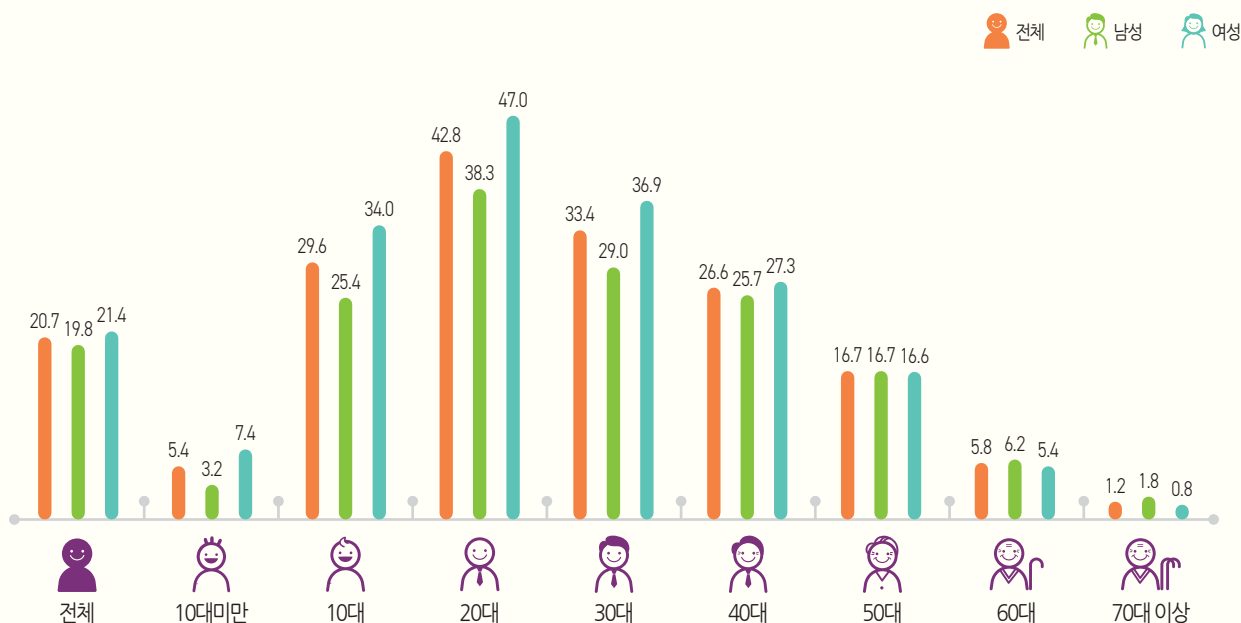
	전체	남성	여성
총응답자수	9,788	4,430	5,358
사용자수	2,027	878	1,149
사용비율	20.7%	19.8%	21.4%
VOIP통화시간(분)	180.2	189.5	173.0

연령대 별 데이터기반 통화 이용비율

- 연령대별 데이터기반 통화 사용비율은 [그림 1]에 나타나 있으며, 연령대가 증가하면서 하락함
- 20,30대에서 42.8%로 가장 높으며, 50대까지도 두자리수의 사용비율을 보이지만, 60대(5.8%)와 70대 이상(1.2%)의 사용비율은 매우 낮음
- 성별로 보면, 40대 이하까지는 모든 연령층에서 여성의 이용 비율이 높게 나오며, 20대 여성(47.0%)이 모든 그룹에서 가장 이용비율이 높음
- 반면, 50대 이상의 경우에는 남성이 오히려 여성보다 이용비율이 높은 것으로 나타남

[그림 1] 연령대별 VOIP 사용 비율

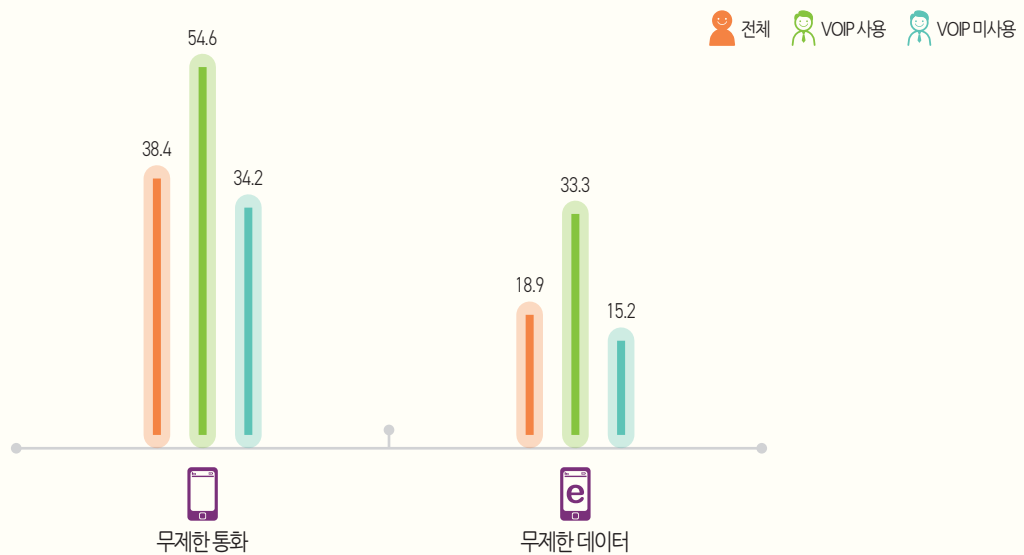
(단위: %)



III 통신 요금제 가입 현황

- 이동통신 무제한 통화 요금제에 가입한 비율은 전체 응답자의 38.4%이며, 무제한 데이터 요금제에 가입한 비율은 18.9%로 상대적으로 더 낮음
- 데이터기반 통화 사용자의 경우엔 무제한 통화 요금제 가입 비율이 54.6%로 미사용자의 34.2%에 비해 더 높음
- 무제한 데이터 요금제의 경우에도 데이터기반 통화 사용자(33.3%)가 미사용자(15.2%)보다 더 가입 비율이 높음

[그림 2] 무제한 요금제 가입비율 (단위: %)

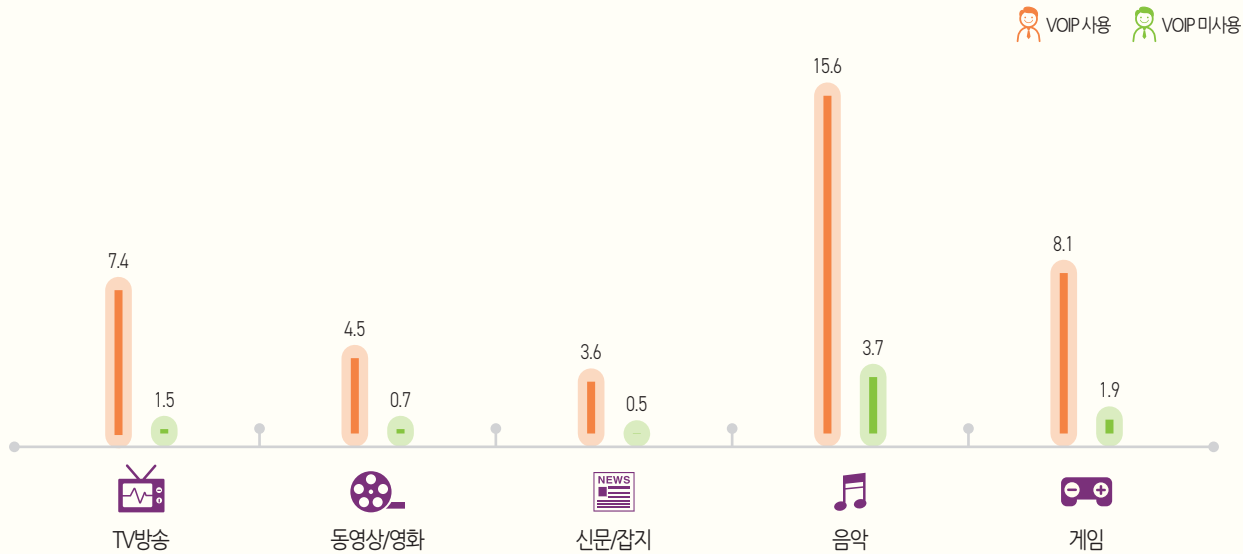


III 인터넷 활동 유형별 디지털콘텐츠 서비스 가입 및 지출 행태

- 데이터기반 통화 사용자는 디지털콘텐츠 서비스 가입 비율이 미사용자에 비해 더욱 높았음
- TV방송프로그램의 경우, 데이터기반 통화 사용자는 7.4%가 가입하였으나, 미사용자는 1.5%만이 가입하였으며, 동영상/영화의 경우에도 데이터기반 통화 사용자(4.5%)가 미사용자(0.7%)보다 가입비율이 더 높았음
- 신문/잡지 서비스는 데이터기반 통화 사용자는 3.6%가 유료서비스에 가입하였고, 미사용자는 0.5%가 가입하였음
- 음악 서비스의 경우 데이터기반 통화 사용자는 15.6%가 가입하였으나, 미사용자는 3.7%가 가입하였으며, 게임 서비스는 데이터기반 통화 사용자의 8.1%가 가입하고, 미사용자의 1.9%가 가입함

[그림 3] 디지털콘텐츠 서비스 가입 비율

(단위: %)

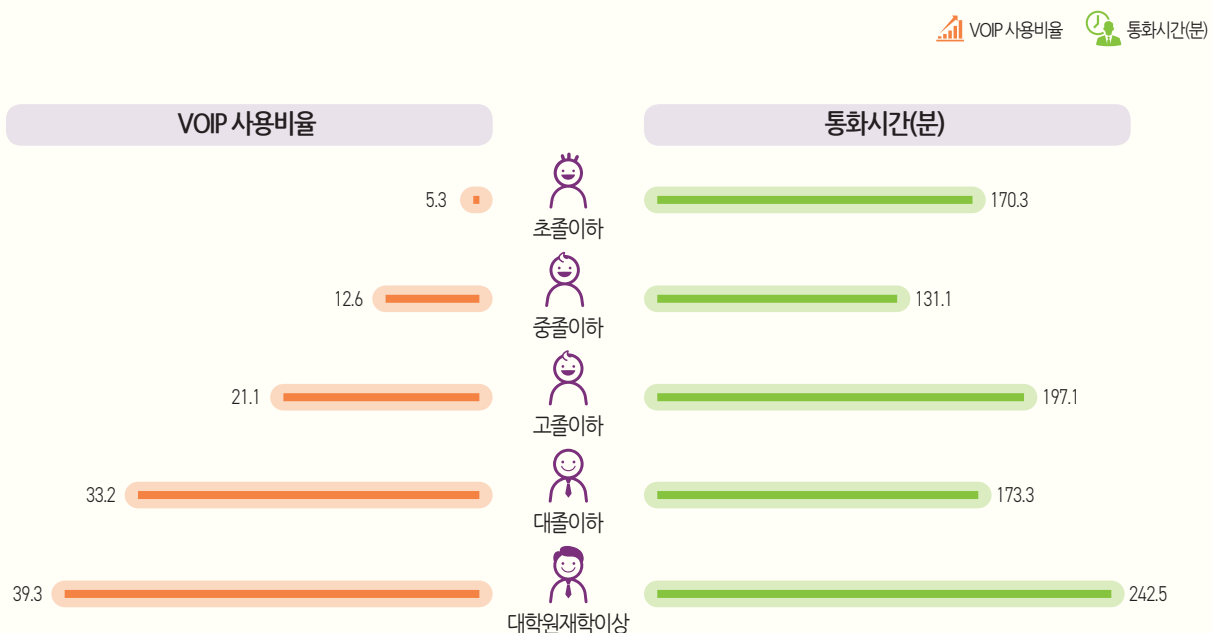


III 학력별 데이터기반 통화 사용 현황

- 데이터기반 통화 사용 비율은 고학력자일수록 더욱 높았으며, 대학원 재학 이상인 경우 사용비율이 39.3%에 달했으나 고졸이하는 21.1%, 초졸이하의 경우 5.3%에 머물렀음
- 데이터 기반 통화시간(평균)의 경우 대학원재학이상(242.5분)이 가장 길었고, 중졸이하(170.3분)가 가장 짧았음
- 통화시간의 경우 사용비율과 달리 학력과의 관계가 일관되지 않게 나타나, 대학원재학자의 경우 대졸보다 더 길었지만 대졸자는 고졸이하보다 오히려 통화시간이 짧았음

[그림 4] 학력별 VOIP 사용비율

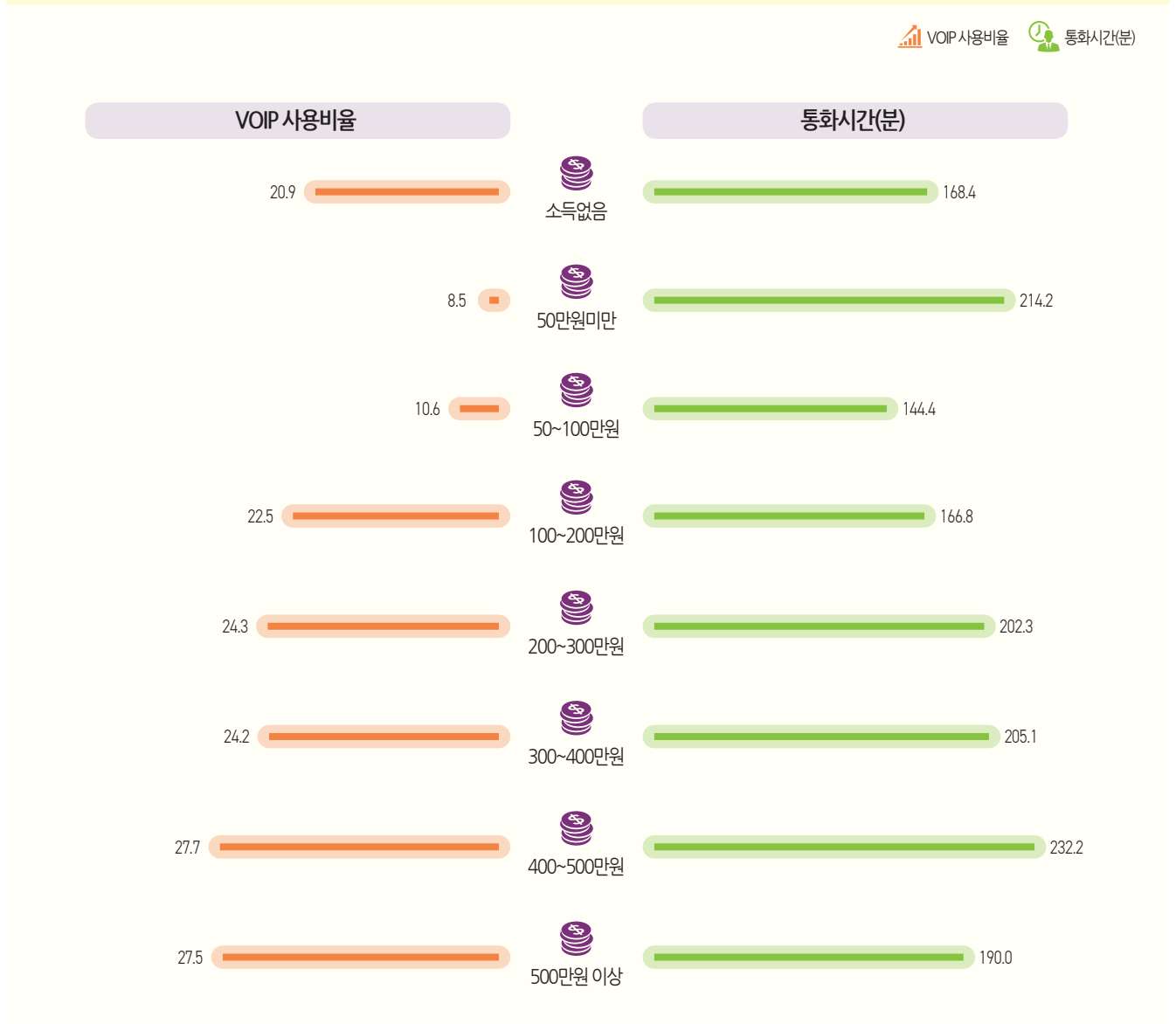
(단위: %)



III 소득 수준 별 데이터기반 통화 사용 현황

- 소득의 증가에 따라 데이터기반 통화의 사용 비율도 증가하며, 월 소득 400만원대의 응답자의 사용 비율은 27.7%에 달하였음
- 월소득 100만원~200만원의 경우 사용비율이 22.5%이나 50~100만원의 경우엔 10.6%로 급락함
- 통화시간의 경우에는 소득에 따른 일관된 패턴은 나타나지 않으며, 400~500만원대(232.2분) 소득의 경우 제일 길고 50만원 미만(214.2분)의 경우가 그 다음으로 길었음

[그림 5] 소득별 VOIP 사용비율 (단위: %)



III 요약 및 시사점

- 카카오톡, 스카이프 등의 데이터기반 통화(VOIP)의 사용자는 성별로는 여성, 연령대로는 젊은층이 많은 패턴을 나타냄
- 데이터기반 통화의 사용자는 미사용자보다 유료 디지털콘텐츠 서비스 가입 비율도 상대적으로 더 높은 것으로 나타남
- 데이터기반 통화의 사용비율은 학력수준과 소득수준이 높을수록 증가하지만, 이는 중졸 이하 및 월 소득 100만원 이하의 사용비율이 매우 낮기 때문이며 그 이상 수준에서는 소득이나 학력에 따른 사용비율의 증가는 완만해짐
- 연령대 50대 이상, 학력 중졸 이하, 월 소득 100만원 이하의 응답자 그룹을 제외하면 대부분 20% 이상의 사용비율을 골고루 보이고 있음
- 데이터기반 통화의 사용자가 미사용자보다 무제한 통화 요금 가입 비율이 오히려 더 높다는 점은 사용동기가 반드시 통신요금 절감은 아닐 수도 있음을 시사

KISDI STAR

REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAR 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
17-21호	액티브시니어의 미디어 이용	신지형	2017-11-15
17-20호	OECD 회원국의 인터넷 이용 현황 비교	최지혜	2017-10-30
17-19호	온라인 관여가 디지털 유료 콘텐츠 이용에 미치는 영향	양정애	2017-10-15
17-18호	군집분석을 통한 성별, 연령별 미디어 이용 행태 파악 : 미디어 다이어리 자료를 중심으로	김현아, 노태영	2017-09-30
17-17호	미디어 활용능력(Media Literacy) 추이 분석	김윤화	2017-09-15
17-16호	1인 가구의 유료방송 이용 실태	김상우	2017-08-31
17-15호	유료방송사업자 방송사업매출 및 유료VOD수신료매출 추이 분석	노희윤	2017-08-15
17-14호	통계로 보는 흡소핑방송 환경의 변화	이선희	2017-07-31
17-13호	스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성	오윤석	2017-07-15
17-12호	능동적 인터넷 이용자의 미디어·콘텐츠 이용 행태 분석	남충현	2017-06-30
17-11호	온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석	최지혜	2017-06-15
17-10호	1인가구의 매체 보유와 이용 특성	정용찬	2017-05-31
17-09호	디지털, 아날로그 케이블TV의 가입자 특성 비교	김상우	2017-05-15
17-08호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2017-04-30
17-07호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용자 특성 분석	이선희	2017-04-15
17-06호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용	김윤화	2017-03-31
17-05호	라디오 보유와 이용행태 변화	박선영	2017-03-15
17-04호	가정 내 미디어 이용제한과 아동·청소년의 이용시간	신지형	2017-02-28
17-03호	20대의 자아존중감과 SNS 활동 특성	최지혜	2017-02-15
17-02호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2017-01-31
17-01호	스마트폰, TV 경쟁 매체의 가능성	정용찬	2017-01-15
16-24호	2016년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2016-12-30
16-23호	오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태	오윤석	2016-12-15
16-22호	방송프로그램 VOD시청과 SVOD의 이용	신지형	2016-11-30
16-21호	2016년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2016-11-15
16-20호	종합유선방송사업자 규모별 매출 추이 분석	노희윤	2016-10-30
16-19호	온라인상의 개인정보침해 우려 정도와 미디어 활용	김윤화	2016-10-15
16-18호	TV 보유 여부에 따른 미디어 이용행태 분석	오윤석	2016-09-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-09-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-08-30
16-15호	TV 시청시 스마트폰 동시 이용행태 분석	이선희	2016-08-15

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-07-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-07-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-06-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-06-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-05-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-05-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-04-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-04-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-03-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-02-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-02-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-01-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-01-15
15-19호	한국 ICT산업 동향 및 추세 분석	주재욱	2015-12-30
15-18호	어린이, 청소년 휴대폰보유 및 이용행태 분석	김윤화	2015-12-15
15-17호	2015년 미디어보유와 이용행태 변화	한국미디어패널조사 연구팀	2015-11-30
15-16호	독신가구의 미디어 이용행태	김욱준	2015-11-15
15-15호	복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2015-10-30
15-14호	대학생의 미디어 이용 행태	하형석	2015-10-15
15-13호	EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교	주재욱	2015-09-30
15-12호	방송 사업자 유형별 매출 추이 분석	유선실	2015-09-15
15-11호	주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교	정부연	2015-08-30
15-10호	유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성	정용찬	2015-08-15
15-09호	휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석	김윤화	2015-07-30
15-08호	라디오 이용 행태 추이 분석	박선영	2015-07-15
15-07호	한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교	주재욱	2015-06-30
15-06호	연령대별 수면 전후의 미디어 이용	하형석	2015-06-30
15-05호	은퇴연령계층의 미디어 이용	신지형	2015-06-15
15-04호	10대 이용자들의 미디어 이용행태 분석	주재욱	2015-05-30
15-03호	종합유선방송 매출 추이 분석	유선실	2015-05-15
15-02호	가구의 결합상품 이용추이 분석 : 2012 ~ 2014	김욱준	2015-04-30
15-01호	스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화	정용찬	2015-04-15
15-03-02호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2015-03-25
15-03-01호	VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2015-03-25
15-02-02호	ICT 발전지수로 본 주요국 ICT 경쟁력 비교	주재욱	2015-02-25
15-02-01호	방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석	이선희	2015-02-25
15-01-02호	멀티미디어 시대의 N스크린 이용	하형석	2015-01-26
15-01-01호	유료방송 디지털 전환 추이 분석	박선영	2015-01-26
14-12-02호	한국 정보통신산업의 장기 추세 분석	정 혁	2014-12-23
14-12-01호	2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화	신지형,하형석	2014-12-23
14-11-02호	가구 내 미디어 이용 지침 무무가 어린이 및 청소년의 미디어 이용행태에 미치는 영향 분석	김윤화,차보선	2014-11-25
14-11-01호	스마트 시대의 실시간 라디오 청취	신지형	2014-11-25

KISDI ICT통계정보연구실 ☆☆☆

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접 조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개 ☆☆☆

■ 방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

■ 미디어 통계수첩(2017년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동