

# 1. 일반휴대폰에서 스마트폰으로의 전환에 따른 이용행태 변화

김민철\*  
연구위원, ICT통계센터장

## ● 데이터

- 정보통신정책연구원에서 수행하고 있는 한국 미디어 패널조사의 패널에 속한 개인 중, 2010년에는 일반휴대폰을 사용하다가 2011년에는 스마트폰을 사용하는 것으로 조사된 464명의 미디어 다이어리를 2010년과 2011년의 두 시점에 거쳐 비교분석하였음

### ※ 한국 미디어 패널조사

- 미디어 기기보유, 미디어 이용행태, 방송통신 서비스 가입·지출, 미디어 활용능력 등 다양한 미디어 이용현황을 동일 표본을 지속적으로 추적하여 조사
- 2010년 서울, 수도권, 6대 광역시의 약 3,000 여 가구, 해당 가구 내 6세 이상 6,700여명에 대한 조사를 시작으로 2011년에는 전국 약 5,000여 가구, 해당 가구 내 6세 이상 12,000여명을 패널로 구축하여 현재 2012년 조사까지 완료되었음
- 패널 데이터는 관찰되지 않는 개인 별 특성을 통제할 수 있는 시점 간 비교분석이 가능하다는 점에서 유용하며 일반적인 횡단면 조사에서 기억에 의존하여 과거의 행태를 포착하는데 따르는 오류를 크게 줄일 수 있다는 점에서 정확성이 높음

### ※ 미디어 다이어리

- 광범위한 미디어 이용행태를 매체, 연결방법, 이용행위(콘텐츠)의 계층으로 구분하고 이를 시간대와 장소에 따라 입체적으로 분석할 수 있도록 미디어 이용 일지를 3일간 작성하도록 하였음
- 조사단위는 15분이며 보기카드를 참고하여 코드를 기입하는 코드기입 방식으로 진행

## ● 전체 이용량 변화와 인구특성별 분석

- 일반 휴대폰에서 스마트폰으로 전환한 뒤 휴대폰 이용시간은 약 25% 증가하였음
- 2010년 조사 당시(9월~10월)에 일반 휴대폰을 하루 평균 약 80분 사용하였으나 휴대폰을 스마트폰으로 교체한 이후인 2011년(5월~7월)에는 하루 평균 약 100분 사용한 것으로 나타났음

※ 미디어 다이어리의 조사단위는 15분으로 비교적 짧은 세션으로 이루어지는 통화나 문자메시지의 경우 그 이용시간이 과대평가될 수 있음에 유의. 절대적 이용시간보다는 시점 간 비교결과에 주목할 필요가 있음

\* 세부 통계치 산출은 하태림 연구원(ICT 통계센터) 담당

- 2010년의 일반 휴대폰 이용시간의 경우 여성이 남성보다 약 9.9% 높았으나 스마트폰으로 변경한 뒤인 2011년 조사에서는 약 2.0% 높은 정도에 그쳐 스마트폰 전환에 따른 이용시간 증가율은 남성의 경우가 더 높았던 것으로 나타남

〈표 1〉 스마트폰으로의 전환에 따른 이용시간 변화

		일반 휴대폰 (2010년)(분)	스마트폰 (2011년)(분)	증가율
전체(n=464)		79.5	99.5	25.2%
성별	남성(n=222)	75.6	98.4	30.2%
	여성(n=242)	83.1	100.4	20.8%
연령대별 (2010년 연령 기준)	10대 이하(n=81)	89.6	110.4	23.2%
	20대(n=128)	90.4	103.5	14.5%
	30대(n=150)	70.0	97.6	39.4%
	40대(n=84)	67.6	87.7	29.7%
	50대 이상(n=21)	90.7	93.3	2.9%

주: n은 표본 수

- 연령대별로 살펴보면 2010년에 일반 휴대폰의 경우 20대와 50대가 가장 높은 이용시간을 보인 반면 2011년에 조사된 스마트폰 이용시간에서는 10대와 20대가 각각 110.4분과 103.5분으로 가장 높은 수치를 보임
- 증가율을 기준으로 살펴보면 일반휴대폰의 이용량이 가장 작았던 30대와 40대의 증가율이 각각 39.4%와 29.7%로 가장 크게 나타났으며 10대도 23.2%의 높은 증가율을 보였으나, 50대 이상의 경우 이용량이 소폭 증가하는데 그침

● 장소별 이용량 변화

- 장소에 따른 이용량 변화를 살펴보면, 스마트폰으로의 전환으로 교통수단을 이용 중이거나 이동 중인 경우의 휴대폰 이용량은 약 2.1배 (7.6분 → 15.8분)가 되었음
- 스마트폰으로의 전환으로 지하철이나 버스 등 대중 교통수단에서의 이용시간이 일평균 약 5.8분 증가하였으며 개인이동이나 대중교통 환승대기 중에도 이용시간이 일평균 약 2분 상승하여 전체 장소 중 ‘교통’장소의 이용시간 점유율은 일반 휴대폰의 경우인 9.6%에서 15.9%로 크게 증가하였음

## 1. 일반휴대폰에서 스마트폰으로의 전환에 따른 이용행태 변화

〈표 2〉 스마트폰 전환에 따른 장소별 이용시간 변화

		일반 휴대폰 (2010년)(분)	스마트폰 (2011년)(분)	증가율
집/직장/학교	본인주거공간	31.5	34.8	10.5%
	타인주거공간	2.6	2.6	-
	직장	22.1	30.2	36.7%
	교육시설	8.2	6.1	-25.6%
	본인주거/사업겸용	0.3	0.3	-
교통	대중교통수단	4.1	9.9	141.5%
	개인교통수단	2.3	2.7	17.4%
	개인이동/대중교통/환승대기	1.2	3.2	166.7%

- 스마트폰으로의 전환으로 지하철이나 버스 등 대중 교통수단에서의 이용시간이 일평균 약 5.8분 증가하였으며 개인이동이나 대중교통 환승대기 중에도 이용시간이 일평균 약 2분 상승하여 전체 장소 중 ‘교통’장소의 이용시간 점유율은 일반 휴대폰의 경우인 9.6%에서 15.9%로 크게 증가하였음
- 교통수단과 이동 중의 스마트폰 이용증가는 이들 장소에서의 휴대용 오디오 기기의 이용 감소로 이어졌는데, 휴대용 오디오 기기의 ‘교통’장소에서의 이용시간은 2010년 약 3 분에서, 2011년의 경우 1.3분으로 크게 감소하였음
- 자기 집과 같은 주거공간에서의 이용량도 소폭 증가였으나 직장에서의 이용시간이 8.1분으로 절대치에서는 가장 큰 증가폭을 보인 점도 특징적임
- 교육시설에서의 스마트폰 이용량은 교체 이전의 일반 휴대폰 이용량보다 낮게 나타난 점이 특징적인데, 스마트폰 회수 등 학교 내 이용 규제의 영향과 실제로 사용한 경우라도 일반 휴대폰의 통상적인 연락기능과 달리 게임 등 다른 용도로 많이 이용하는 스마트폰의 학교 내 사용이 정당하지 못하다는 부정적 인식에 따른 다이어리 기입 기피가 복합적으로 작용한 것으로 보임

### ● 휴대폰 이용용도 변화

- 스마트폰 이용으로 통화와 문자메시지 이용시간은 각각 약 4분, 4.5분 감소한 반면, 채팅/메신저 이용(6.3분)과 SNS이용(5.7분), 음악/음원 이용(4.8분), 정보콘텐츠 이용(3.5분), 신문/책/잡지 이용(2.8분), 게임(2.3분)의 순으로 증가

- 스마트폰 이용으로 전통적인 커뮤니케이션 유형인 통화와 문자메시지의 이용은 감소하고 새로운 소셜/커뮤니케이션 플랫폼에 기반한 카카오톡이나 트위터와 같은 SNS와 채팅/메신저의 이용이 증가
- 스마트폰의 높은 인터넷 연결성으로 정보콘텐츠나 신문/책/잡지 콘텐츠가 스마트폰으로 전달되어 이용되고 있음
- 게임의 절대적 이용량은 아직 낮은 편이었으나 일반 휴대폰 이용 시 대비 약 7.6배 수준으로 증가<sup>2)</sup>

〈표 3〉 일반 휴대폰과 스마트폰의 이용 콘텐츠별 이용시간 변화

		일반 휴대폰 (2010년)(분)	스마트폰 (2011년)(분)
TV/라디오 방송 프로그램		0.71	1.74
영화/동영상/UCC/음악/음원/사진		0.69	6.55
신문/책/잡지		0.47	3.30
통화/문자/ 이메일/채팅	통화	52.74	48.71
	문자	24.40	19.89
	이메일	0.18	0.58
	채팅/메신저	0.00	6.30
온라인 검색/ 소셜네트워크/상거래	정보콘텐츠 (위치/교통/생활/상품/ 지식 등의 정보 검색)	0.01	3.47
	소셜네트워크 서비스(SNS)	0.00	5.67
	온라인 상거래	0.00	0.47
게임		0.34	2.60
문서/그래픽 작업		0.00	0.17
전체		79.54	99.45

- TV/라디오 방송프로그램의 경우 일부 스마트폰에서 DMB이용이 쉽지 않은 관계로 감소요인이 있음에도 불구하고 이용량이 소폭 증가하였음

2) 2011년 상반기 기준 스마트폰 이용 데이터로 2012년 SNS기반 게임이 확산되기 이전의 자료임에 유의. 게임은 이용자 기준으로 평균을 산출하면 높은 이용시간을 보이나 전체 응답자를 기준으로 평균을 산출하면 낮아지는 경향이 있음에도 유의

### ● 결 론

- 기존의 조사에서 쉽게 찾아 볼 수 없는 패널 데이터, 즉 동일 개인을 두 시점에 대해서 비교한 데이터에 기초하여 일반휴대폰에서 스마트폰으로의 전환 전후를 비교
- 스마트폰으로 전환한 뒤 이용시간은 약 25%증가하였으나, 음성통화와 문자메시지의 이용은 소폭(일평균 4분~4.5분) 감소하였음
- 스마트폰으로 전환 뒤에 새로운 SNS/커뮤니케이션 플랫폼에 기반한 새로운 유형의 커뮤니케이션 이용은 일평균 약 13분(채팅/메신저: 6.3분, SNS: 5.7분)증가하여 음성통화와 문자메시지 이용의 감소를 상쇄하고도 남으며 이외에도 인터넷 기반의 다양한 콘텐츠를 스마트폰에서 향유하게 되어 스마트폰의 이용시간이 증가
- 스마트폰은 특히 교통수단을 이용 중이거나 이동 중인 경우에 일반 휴대폰 이용 시보다 2배 이상의 이용 시간을 보인 점이 특징적임
- 스마트폰 전환으로 이용시간이 가장 높은 비율로 증가한 연령대는 30대와 40대이며 가장 높은 평균 이용시간을 보인 것은 10대(일평균 110.4분)였음. 여성보다는 남성이 더 높은 증가율을 보인 점도 특징적임
- 스마트폰으로의 전환은 휴대폰 이용에 있어서 상당한 양적, 질적 변화를 가져 온 것으로 파악됨. 시간제약 하에 놓인 사람들이 스마트폰과 같은 특정한 매체에 대한 소비를 늘린다는 것은 그것이 지닌 상대적 가치가 높음을 의미하고 콘텐츠나 네트워크 서비스 공급자 측에서 보면 그들의 시장규모가 커짐을 의미함. 특히 스마트폰은 교통수단 등을 통한 이동 중에 기존에는 불편하여 이용하지 않거나 물리적으로 불가능하던 서비스의 제공을 가능케 함으로써 소비자들의 효용을 증가시키고 새로운 시장을 창출하였다고 볼 수 있음