

KISDISTAT Report

13-03

2013. 3. 25

1. 은퇴연령계층의 스마트기기 이용행태와 라이프스타일
2. LTE 스마트폰과 3G 스마트폰 사용자 비교분석



1. 은퇴연령계층의 스마트기기 이용행태와 라이프스타일

신 지 형
부연구위원, ICT통계센터

● 조사 자료 및 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년부터 매년 한국미디어패널조사를 실시하여 미디어 기기 보유, 미디어 이용행태, 방송통신 서비스 가입·지출, 미디어 활용능력 등 다양한 미디어 이용현황을 동일 표본을 지속적으로 추적하여 조사 하는 연구를 매년 수행하고 있음
- 본 보고서에서는 2012 한국 미디어 패널조사의 50세 이상 응답자중 스마트기기 이용자 578명의 자료를 활용하여 분석¹⁾
- 국민여가활동으로 가장 많은 부분을 차지하는 것은 방송매체, 인터넷 사용 등 미디어 이용과 밀접한 관련이 있으며, 특히 나이가 들수록 이용시간은 점점 늘어나는 추세임
- 최근 50, 60대 베이비부머의 은퇴가 본격화 되며, 스마트기기의 보급화로 은퇴계층연령의 스마트기기 이용자가 급속하게 확산되고 있는 경향을 보이고 있지만, 모두가 다 자신에게 유용한 애플리케이션등을 사용할 줄 아는 “스마트유저”인 것은 아님
- 2012년 한국미디어 패널조사에서는 개인의 라이프스타일과 미디어 이용행태와 관련하여 ① 스포츠/야외활동, ② 친교활동, ③ 사회/정치활동, ④ 종교활동, ⑤ 창작적 취미활동, ⑥ 공연/문화 관람활동, ⑦ 스포츠 관람활동, ⑧ 여가활동으로서의 쇼핑활동 등에 대하여 조사하였으며, 본 보고서에서는 은퇴계층연령의 스마트기기 보유자 중, 애플리케이션을 활용하는 “스마트유저”와 애플리케이션의 이용경험이 없는 “비스마트유저”의 스마트기기 이용행태와 라이프스타일에 대해 알아보고 시사점을 도출하고자 함

● 은퇴연령계층 스마트기기 이용행태

- 스마트기기 이용자 중 애플리케이션 등을 사용하는 스마트유저의 경우 전체 사용자의 약 80% 정도에 달하며, 가장 이용하는 애플리케이션의은 커뮤니케이션과 관련된 카카오톡이나 마이피플 등으로 파악되었음

1) 이 보고서의 모든 분석 결과는 패널조사의 표본설계에 따라 부여된 가중치를 적용하여 추정

- 은퇴연령계층이 주로 활용하는 스마트기기 이용행태는 뉴스, 내비게이션/지리 위치 교통 정보, 건강관리를 포함한 생활정보/날씨 등의 순으로 나타났으며, 이는 일반적으로 커뮤니케이션, 게임, 뉴스 순으로 나타났던 것과는 대조적임
- 반면, 은퇴연령계층은 스마트기기 내 유틸리티/도구/일정관리/배경화면, 지출관리/금융거래 관련 애플리케이션을 활용하는 경우가 5%에도 미치지 못하는 것으로 나타났으며 본인에게 유용한 애플리케이션을 능동적으로 사용하기 보다는 정보를 수집하거나 스마트기기를 연락, 소통의 수단으로 사용하는 것에 그치는 경향을 보임

〈표 1〉 스마트기기에서 가장 자주 이용하는 애플리케이션

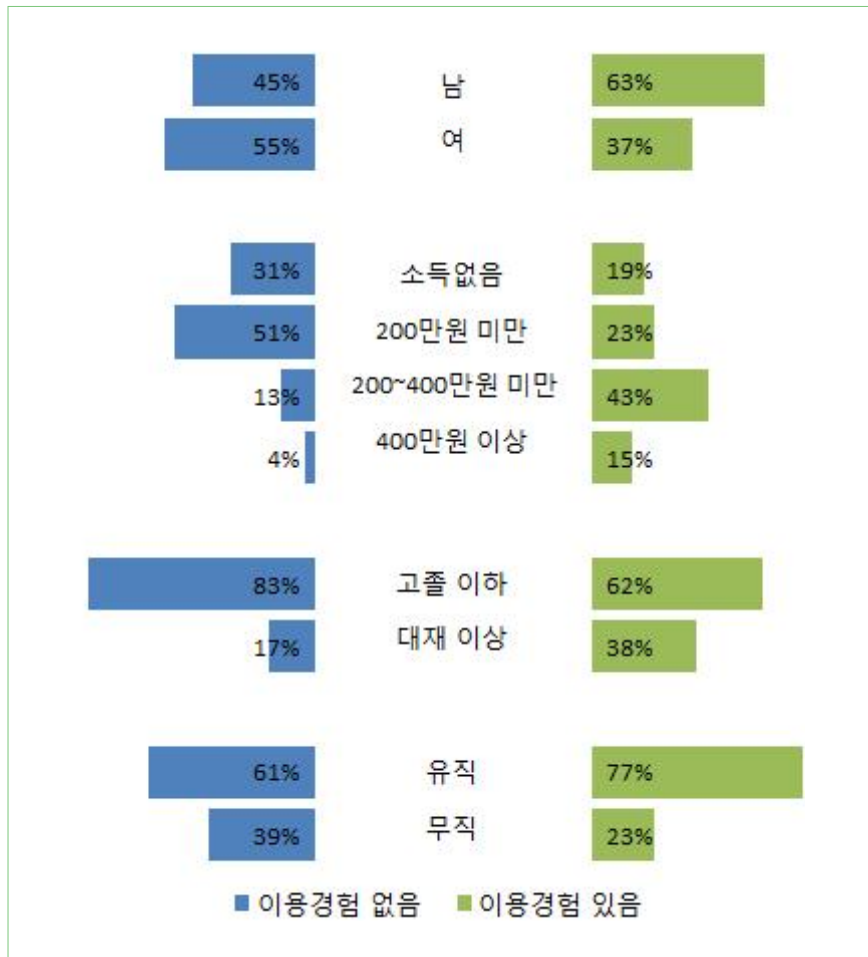
순위	50세 미만		50세 이상	
	응답자	비율	응답자	비율
1	커뮤니케이션(카카오톡, 마이피플 등)	45.64%	커뮤니케이션(카카오톡, 마이피플 등)	37.48%
2	게임	10.94%	뉴스	17.44%
3	엔터테인먼트(음악/방송/동영상/사진)	8.38%	내비게이션/지리, 위치, 교통정보	11.32%
4	뉴스	8.17%	생활정보/날씨(건강관리 포함)	10.02%
5	소셜네트워크(싸이월드, 페이스북, 트위터 등)	5.62%	엔터테인먼트(음악/방송/동영상/사진)	5.94%
6	생활정보/날씨(건강관리 포함)	5.29%	게임	4.08%
7	책/만화	3.22%	지출관리/금융거래	2.78%
8	기타	12.73%	기타	9.06%

● 은퇴연령계층 스마트유저의 특성과 라이프 스타일

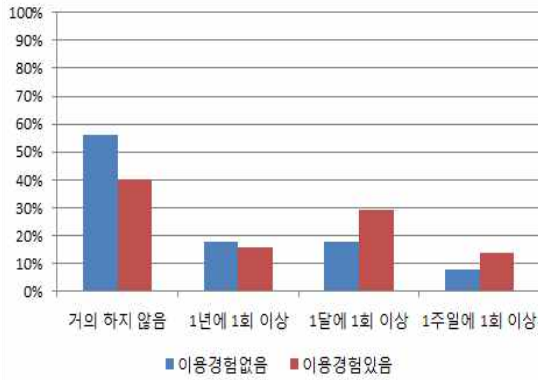
- 스마트 기기의 애플리케이션을 사용하는 스마트유저의 인구통계학적 특징을 살펴보면, 스마트 유저의 경우 남자가 63%로 여자보다 많았음
- 스마트유저가 아닌 경우 82%에 해당하는 응답자가 월소득이 200만원 미만인것에 반해, 스마트유저인 경우 응답자의 58%정도가 월소득이 200만원 이상인 것으로 나타났으며 이는 스마트 유저의 경우 직업이 있는 사람이 77%나 차지하는 것에 반해 비스마트유저의 경우 61%에 그치는 것으로 보아 직업의 유무에 대한 차이에서도 분명히 드러남

- 스마트 기기 보유자 중 스마트 유저와 비스마트 유저의 차이는 학력수준에서도 나타났는데, 스마트 유저인 경우 대학재학 이상의 학력수준을 가진 응답자가 38%로, 비스마트 유저의 경우 약 17%정도가 대학 재학이상의 학력수준을 가진 것에 비하여 두 배 정도의 차이를 보임

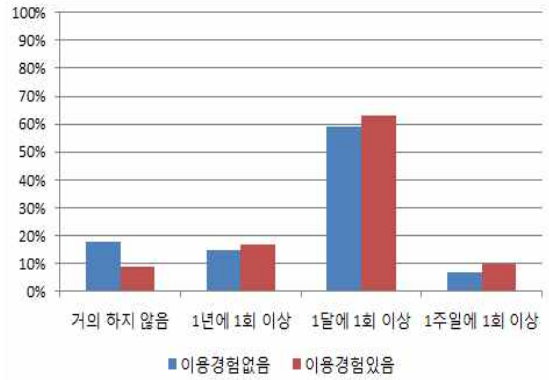
[그림 1] 스마트유저(이용경험 있음)와 비스마트유저(이용경험 없음)의 인구통계학적 특징 비교



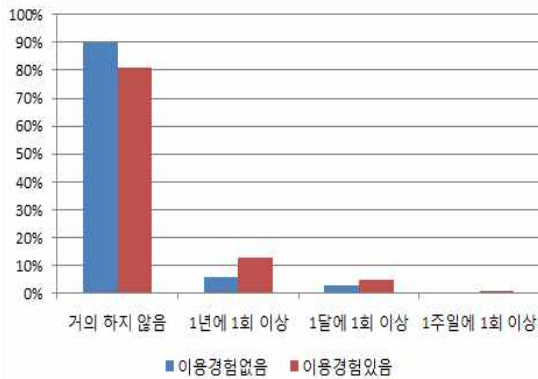
[그림 2] 스포츠/야외활동



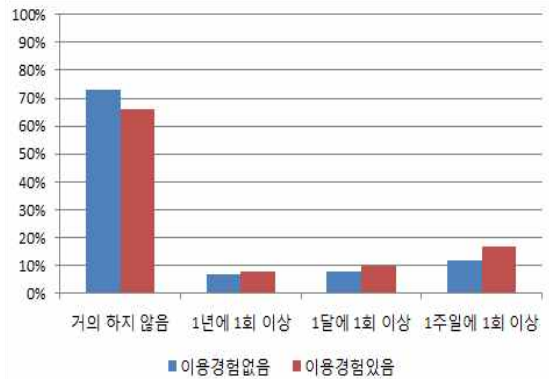
[그림 3] 친교활동



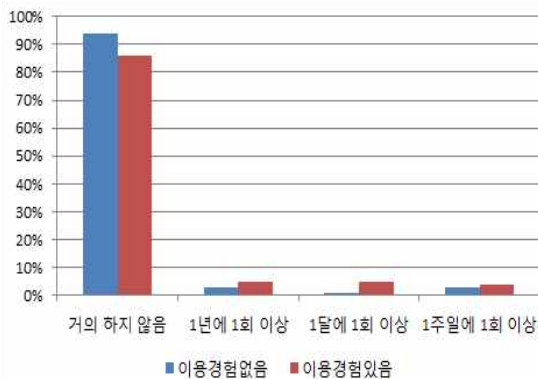
[그림 4] 사회/정치활동



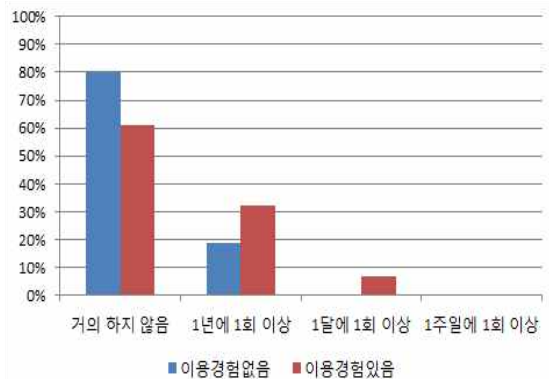
[그림 5] 종교활동

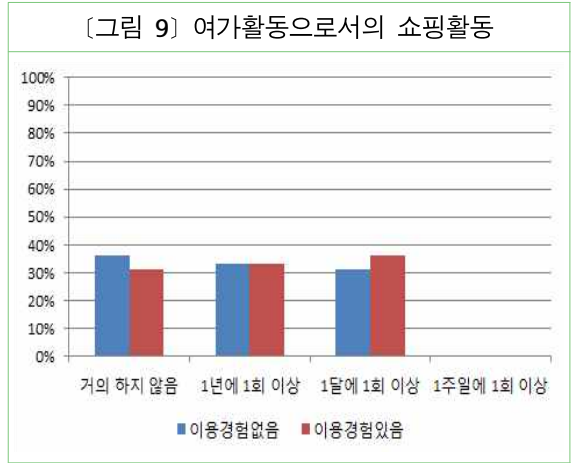
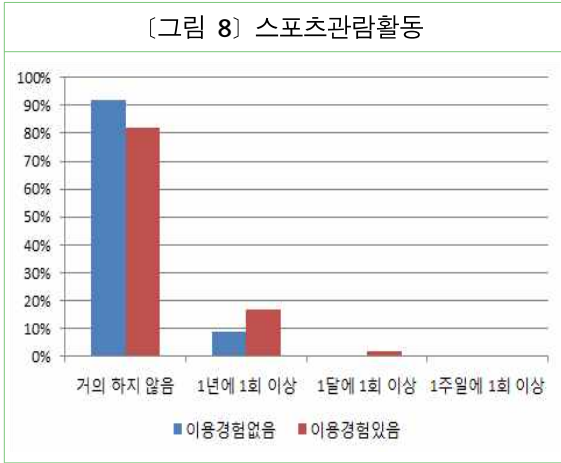


[그림 6] 창작적 취미활동



[그림 7] 공연/문화활동





- 전반적으로 스마트유저들과 비스마트유저들의 라이프스타일에서도 차이를 보였으며, 특히 스포츠/야외활동과 공연/문화 관람활동을 1년에 1회 이상 하는 응답자와 거의하지 않는 응답자 간 스마트기기의 애플리케이션 이용경험 여부의 격차가 다른 오프라인 활동에 비하여 매우 높은 것으로 파악됨

● 시사점

- 은퇴계층연령의 스마트기기 중 애플리케이션 이용행태를 살펴 보면 응답자의 약 55%가 주로 사용하는 애플리케이션은 커뮤니케이션과 뉴스에 관련된 것으로 나타났으며 금융 거래나 쇼핑, 일정 관리등 실증적이거나 혹은 게임이나 음악 감상 등 오락적 기능으로서의 이용은 다소 부족해 보임
- 또한, 스마트기기의 스마트 유저와 비스마트 유저간 사이의 성별차이와 사회경제적지위에 차이를 보였는데, 소득 및 학력수준이 높은 남성이 스마트기기의 활용도가 높은 것으로 나타남
- 급속하게 확산되고 있는 스마트기기의 보급에 따라 생애주기형 접근으로 미디어 리터러시(Media literacy)에 대한 체계적인 교육과 함께 100세 시대를 맞아 늘어나는 노년층에 대해 스마트기기를 통한 여가/교육/문화활동의 콘텐츠의 확산에 대한 노력도 뒷받침되어야 함
- 또한, 스마트기기의 스마트 유저와 비스마트 유저간 사이의 취미활동이나 오프라인 활동도 크게 차이가 나는 것으로 파악되므로 최근 관심이 확대되고 있는 모바일 기기나 SNS를 통한 마케팅 전략 등에 있어서 은퇴연령계층 차별화가 필요할 수 있음