

2. 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교

김윤화(부연구위원, ICT통계분석센터)
하형석(연구원, ICT통계분석센터)

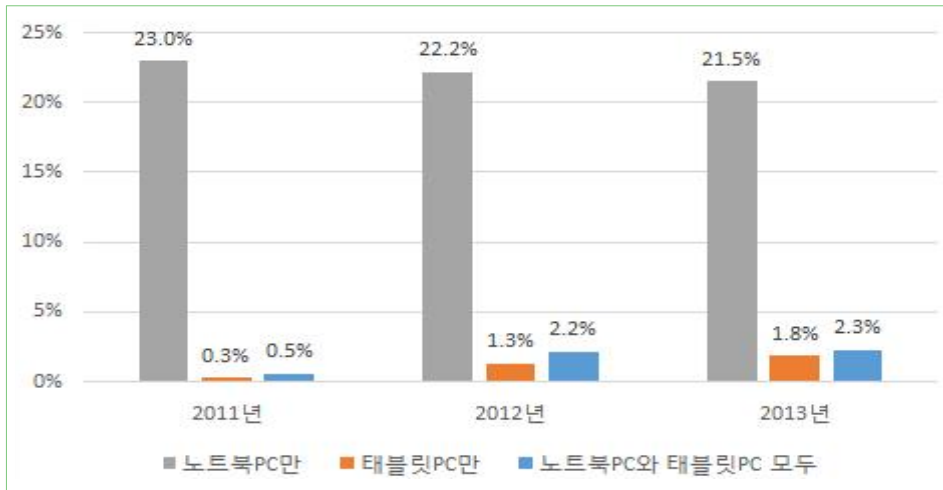
● 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2013년에는 4,381 가구 및 10,464명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서는 2013년 한국미디어패널조사 결과 중에서 노트북PC와 태블릿PC를 보유하고 있다고 응답한 가구에서 해당 기기를 주로 사용한다고 응답한 가구원을 기기이용자로 정의하고 이들의 특성 및 미디어 이용행태를 비교하여 분석함
 - ※ 본 조사에서는 노트북PC와 태블릿PC를 가구 매체로 구분하여 가구 내 보유율을 조사하고 있는 바, 이용자 이용행태 분석의 편의를 위하여 보유 가구의 가구원 중 가장 주로 사용하는 가구원의 이용행태를 살펴봄
- 기기 보유 조사에서 노트북PC는 소형 크기의 이동이 가능한 컴퓨터를 의미하여 넷북까지 포함하였고, 태블릿PC는 키보드 없는 스마트패드, 키보드 탈착이 가능한 컨버터블PC, 전자책(e-book) 리더기까지 포함함

● 노트북PC와 태블릿PC 보유가구 추이

- 2011년부터 2013년까지 노트북PC만 보유한 가구는 2011년 1,174가구에서 2012년 984가구, 2013년 942가구로 연평균 0.7%p 감소한 반면, 태블릿PC만 보유한 가구는 2011년 14가구에서 2012년 58가구, 2013년 80가구로 연평균 0.8%p 증가함
- 노트북PC와 태블릿PC를 모두 보유한 가구는 2011년 28가구에서 2012년 95가구, 2013년 99가구로 연평균 0.9%p 증가함

[그림 1] 노트북PC와 태블릿PC 보유가구 비중 추이



주: 해당 기기를 보유한 가구 기준 비중임

● 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성

- 각 기기를 보유한 가구에서 주로 이용하는 이용자의 특성을 살펴보면, 노트북PC와 태블릿PC 각각 이용자는 여성에 비해 남성의 비율이 높고, 특히 두 기기 모두 이용하고 있는 경우는 남성이 78%로 여성의 22%에 비해 이용비율이 약 4배 가량 높게 나타남

<표 1> 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 비교(2013년)

		노트북PC 단일 이용자	태블릿PC 단일 이용자	노트북PC/ 태블릿PC 복수 이용자
전체 이용자수		1,052명	125명	80명
성별	남성	61%	63%	78%
	여성	39%	37%	22%
연령대별	10대 미만	0%	4%	0%
	10대	8%	10%	5%
	20대	34%	22%	23%
	30대	29%	31%	40%
	40대	19%	23%	24%
	50대 이상	10%	11%	8%

주: 각 기기의 이용자는 각 기기를 보유한 가구에서 주로 사용하는 가구원을 뜻하며, 주로 사용하는 가구원의 이용자 특성을 파악함

- 연령대별로는 태블릿PC만 이용하는 사람 중 4%가 10대 미만, 10%가 10대 이용자로써 동일 연령대의 노트북PC만 이용하는 사람보다 높게 나타났고, 20대의 경우 노트북PC만 이용하는 이용자 비율이 다른 그룹보다 상대적으로 높으며, 30~40대는 태블릿PC만 이용하는 이용자 비율이 높게 나타남. 특히 두 가지 기기를 모두 사용하는 이용자는 30대가 40%로 가장 높게 나타남

● **노트북PC 이용자와 태블릿PC 이용자의 미디어 이용행태**

- SNS 이용률은 노트북PC와 태블릿PC 두 가지 기기를 모두 사용하는 이용자 그룹이 71%로 이용률이 가장 높고 그 다음으로 노트북PC만, 태블릿PC만을 이용하는 그룹이 각각 54%, 50%로 나타남
- 클라우드서비스와 N스크린서비스 이용률에서는 그룹간 차이가 더 확실해지는데 노트북PC와 태블릿PC 두 가지 기기를 모두 사용하는 그룹이 각각 33%, 59%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 태블릿PC만 이용하는 그룹, 노트북PC만 이용하는 그룹의 순으로 나타나 스크린이 다양해지고 많아질수록 미디어 이용이 활발해지는 것을 알 수 있음

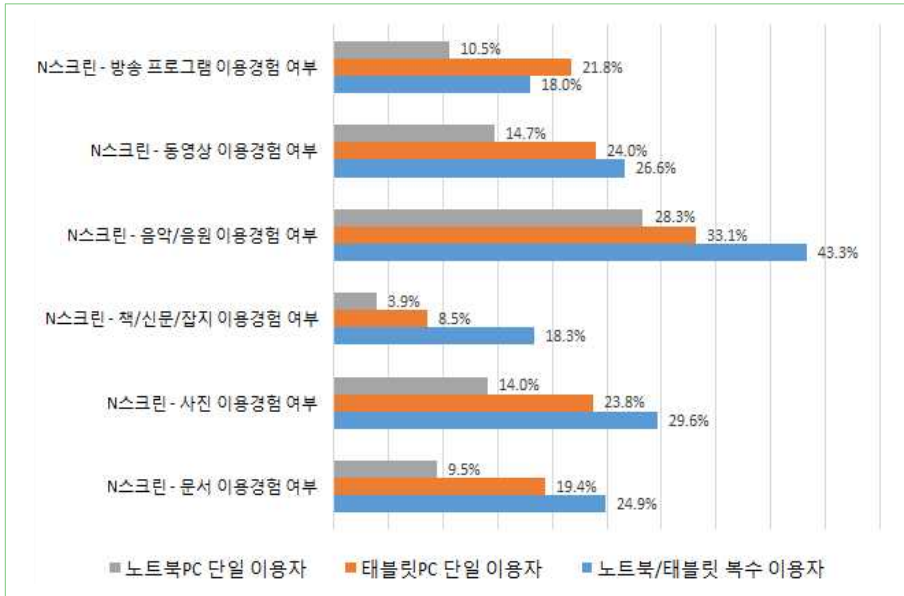
〈표 2〉 노트북PC와 태블릿PC 이용자 미디어 이용행태 비교(2013년)

	전체 응답자	노트북PC 단일 이용자	태블릿PC 단일 이용자	노트북PC/태블릿PC 복수 이용자
SNS 이용률	31%	54%	50%	71%
클라우드서비스 이용률	8%	18%	29%	33%
N스크린서비스 이용률	18%	34%	49%	59%

주: 전체 응답자는 10,464명 기준이며, 노트북PC 단일 이용자는 1,052명, 태블릿PC 단일 이용자는 125명, 노트북PC와 태블릿PC 복수 이용자는 80명 기준임

- N스크린서비스 콘텐츠별 이용행태를 좀 더 들여다보면, 노트북PC 단일 이용자 그룹보다 태블릿PC 단일 이용자 그룹의 서비스 이용률이 TV방송프로그램, 동영상 이용률에서 현저히 높게 나타나고 있으며, 음악/음원, 책/신문/잡지, 사진, 문서 등 모든 서비스의 이어보기/이어듣기한 경험이 더 높은 것으로 나타남

[그림 2] N스크린서비스 이용률(2013년)



주: 각각의 기기 보유자 기준임

- 자주 사용하는 스마트기기 애플리케이션으로는 노트북PC 이용자의 경우 커뮤니케이션(40.1%), 게임(13.8%), 뉴스(12.5%), 엔터테인먼트(7.0%)의 순으로 선호도가 나타난 반면, 태블릿PC 이용자는 스마트 기기에서 주로 커뮤니케이션(22.8%)과 엔터테인먼트(17.0%), 뉴스(16.0%), 게임(12.7%) 등을 이용하는 것으로 나타남
- 2013년 전체 응답자 기준 가장 선호하는 애플리케이션이 커뮤니케이션(39.3%), 게임(14.6%), 뉴스(11.3%), 엔터테인먼트(6.7%)인 점으로 미루어 볼 때, 노트북PC 이용자의 성향은 전체 응답자에 유사하게 수렴되는 반면, 태블릿PC 이용자는 음악, 방송, 동영상 등 엔터테인먼트 콘텐츠 향유 성향이 강한 것으로 분석됨

2. 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교

〈표 3〉 가장 자주 사용하는 스마트기기 애플리케이션(2013년)

순위	노트북PC 단일 이용자		태블릿PC 단일 이용자	
1	커뮤니케이션(카카오톡/마이피플)	40.1%	커뮤니케이션(카카오톡/마이피플)	22.8%
2	게임	13.8%	엔터테인먼트(음악/방송/동영상)	17.0%
3	뉴스	12.5%	뉴스	16.0%
4	엔터테인먼트(음악/방송/동영상)	7.0%	게임	12.7%
5	SNS(싸이월드/페이스북/트위터)	6.4%	생활정보/날씨(건강관리 포함)	5.2%
6	생활정보/날씨(건강관리 포함)	4.2%	SNS(싸이월드/페이스북/트위터)	3.5%
7	내비게이션/지리/위치/교통정보	2.5%	내비게이션/지리/위치/교통정보	2.8%

주: 자주 사용하는 스마트기기 애플리케이션 선호도 1순위 기준임

● 노트북PC 이용자와 태블릿PC 이용자의 기기 평균 사용시간 및 사용장소

- 노트북PC 이용자는 노트북PC를 하루 평균 33분 사용하고, 태블릿PC 이용자는 태블릿PC를 하루 평균 26분 사용하는 것으로 나타남
- 사용장소를 살펴보면, 노트북PC는 주로 집, 직장, 교육시설에서, 태블릿PC는 주로 집, 직장, 대중교통수단에서 활용되고 있어, 주로 생활하는 집과 직장을 제외하고는 노트북PC는 학교, 태블릿PC는 대중교통수단에서 각각 특화되어 활용됨

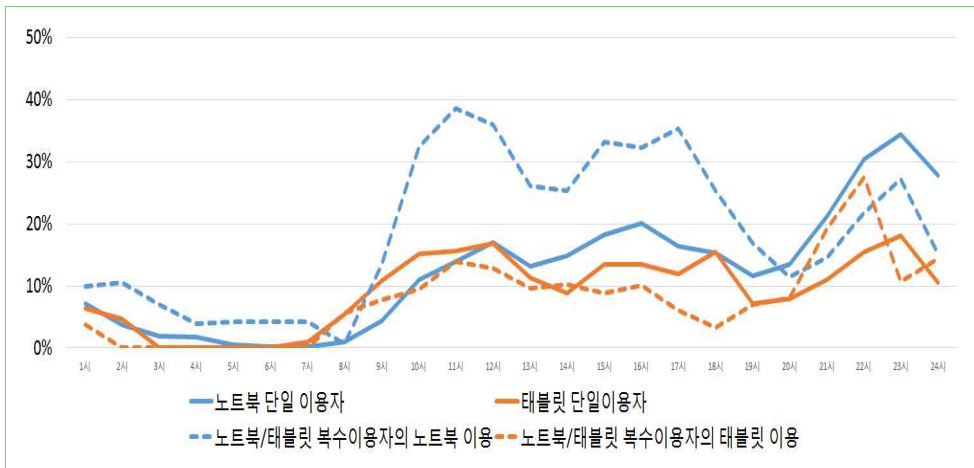
〈표 4〉 노트북PC와 태블릿PC 이용자 기기 사용 장소 비교(2013년)

	사용기기	노트북PC 단일 이용자	태블릿PC 단일 이용자	노트북PC와 태블릿PC 복수 이용자
일평균 사용시간	노트북PC	33분		59분
	태블릿PC		26분	21분
본인 주거 공간	노트북PC	21분		19분
	태블릿PC		12분	11분
직장	노트북PC	10분		31분
	태블릿PC		12분	4분
교육시설	노트북PC	2분		4분
	태블릿PC		0분	2분
대중교통수단	노트북PC	0분		0분
	태블릿PC		3분	2분

주: 각각의 기기 보유자 기준 일평균 사용시간임

- 두 가지 기기를 모두 보유한 이용자의 경우 하루평균 노트북PC는 59분, 태블릿PC는 21분을 사용하고 있으며, 두 가지 기기 모두 사용에 제약이 없는 집에서의 사용시간을 제외하면, 노트북 PC는 주로 직장에서 사용되는 반면, 태블릿PC는 직장, 교육시설, 대중교통수단 등 장소에 구애받지 않고 사용되는 것으로 나타남

[그림 3] N스크린서비스 이용률(2013년)



주: 각각의 기기 보유자 기준 일평균 이용자 비율임

- 하루 중 기기이용 패턴을 살펴보면, 노트북PC만 이용하는 그룹은 직장이나 학교에 있는 낮시간대에도 사용하지만, 집에서 쉬는 저녁시간대에 이용량이 더 크게 증가하는 양상을 보임. 반면 태블릿PC만 이용하는 그룹은 출퇴근시간 전후, 그리고 저녁시간대에 이용량이 많으나 출근 시간대를 제외하고는 노트북PC 이용률보다 낮음
- 두 가지 기기를 모두 이용하는 그룹은 낮시간대에는 주로 노트북PC를 이용하다가 저녁 8시~10시 사이에는 태블릿PC를 노트북PC보다 더 많이 이용하는 것으로 나타남

● 결과 요약 및 시사점

- 노트북PC의 가구 보유율은 2011년~2013년 사이 연평균 0.7%p 감소한 반면, 태블릿PC 보유 가구 및 노트북과 태블릿PC 두 가지를 모두 보유한 가구는 각각 연평균 0.8%p, 0.9%p 증가한 것으로 나타나 노트북PC 이용가구는 감소하고 태블릿PC 및 다매체 이용가구는 증가하는 경향이 엿보임

2. 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교

- 노트북PC 및 태블릿PC 이용자는 남성이 60%대로 여성에 비해 높고, 두 가지 기기를 모두 사용하는 이용자 중에는 남성이 78%로 압도적으로 높아 남성이 여성에 비해 다양한 미디어 기기 이용이 상당히 활발한 것으로 보임
- 연령별로는 노트북PC는 20대가 34%로 가장 많이 이용하는 반면, 태블릿PC는 30대가 31%, 40대 23%로 20대에 비해 더 많이 이용하는 것으로 나타남. 또한 태블릿PC의 경우 미취학 아동(4%) 및 10대(10%)의 이용률이 상당하다는 점이 주목할 만함
- 전체 응답자 대비 노트북PC나 태블릿PC를 이용하는 그룹이 SNS, 클라우드서비스, N스크린 서비스 등 미디어서비스 활용률이 높은 것으로 나타났고, 두 가지 기기를 모두 활용하는 경우 이용률이 더욱 높게 나타나, 미디어 기기를 더 많이 보유하고 활용하는 사람일수록 SNS, 클라우드서비스, N스크린서비스 등 미디어서비스 이용률이 높아지는 것을 알 수 있음
- N스크린서비스 이용콘텐츠와 가장 선호하는 스마트기기 애플리케이션을 살펴본 결과 전체 응답자 및 노트북PC 이용자에게 비해 태블릿PC 이용자의 엔터테인먼트 콘텐츠 이용 성향이 강하게 나타나 태블릿PC는 엔터테인먼트 향유를 목적으로 이용하는 경향이 큰 것으로 파악됨
- 기기 이용자 기준 사용량은 노트북PC의 경우 하루 평균 33분, 태블릿PC는 26분으로 나타나 노트북PC의 사용시간이 조금 긴 것을 알 수 있으며, 두 기기 모두 주로 집과 직장에서 사용하며 그 밖에 노트북PC는 학교나 직장에서 낮시간 동안, 태블릿PC는 출퇴근시간에 대중교통수단 내에서 특화되어 활용됨
- 노트북PC와 태블릿PC를 모두 이용하는 경우에는 노트북PC를 주로 이용하면서, 태블릿PC는 방송, 동영상, 음악 등 엔터테인먼트 콘텐츠 향유시 부분적으로 활용하고 있는 것으로 파악되며, 주로 낮시간대에는 노트북PC를 사용하다가 저녁 8시~10시 사이에 태블릿PC를 더 많이 사용하는 것으로 나타남
- 다매체 이용자의 경우 시간과 장소, 목적에 따라 매체를 달리하여 활용하는 것으로 분석됨에 따라 시간과 장소, 목적에 따라 매체별 광고 차별화가 가능할 것으로 보임