

2. 안드로이드와 IOS 이용자 비교

하 형 석
연구원, ICT통계분석센터

● 조사 배경 및 자료

- 2014년 8월 기준 스마트폰(Smart Phone) 가입자는 약 4천만명으로 집계됨.¹⁾ 스마트폰에 사용되는 OS는 전 세계적으로 안드로이드가 85%, IOS가 12.5%²⁾로 두 개의 OS가 대부분을 차지
- 본 보고서에서는 한국미디어패널조사³⁾ 자료 중 2012년과 2013년 조사 결과⁴⁾를 바탕으로 스마트폰 사용자 중 스마트폰 OS로 안드로이드를 사용하는 사람과 IOS를 사용하는 사람의 특성을 비교하고 둘 간의 스마트폰 이용 행태를 비교 분석 해 보고자 함
- 두 스마트폰 OS에 따른 스마트폰 이용자의 특성을 알아보고자 하는 것이 본 보고서의 목적 이므로 연령대로 인하여 나타나는 이용자 특성을 배제하기 위하여 스마트폰을 주로 사용하는 20대~40대의 연령대만 선별하여 비교 분석함
- 또한, 2012년과 2013년 모두 스마트폰을 사용하고 있으면서 2012년과 2013년에 서로 다른 OS의 스마트폰을 사용한 사람의 전후비교를 통해 스마트폰 OS의 변경을 이끌어낸 원인이 무엇인지 분석해 보고자 함

● 스마트폰 OS별 보유 비중 추이

- 휴대폰 보유자(2012년 91.2%, 2013년 91.8%) 중 스마트폰 보유율은 2012년 53.9%에서 2013년 71.9%로 17.9%p 상승함
- 안드로이드 스마트폰을 사용하는 사람⁵⁾은 2012년 86.8%에서 2013년 92.7%로 5.9%p 증가한 반면, IOS 스마트폰을 사용하는 사람은 2012년 10.0%에서 2013년 5.5%로 4.5%p 감소함

1) 미래창조과학부, 유무선 통신서비스 가입자 통계(2014년 8월)

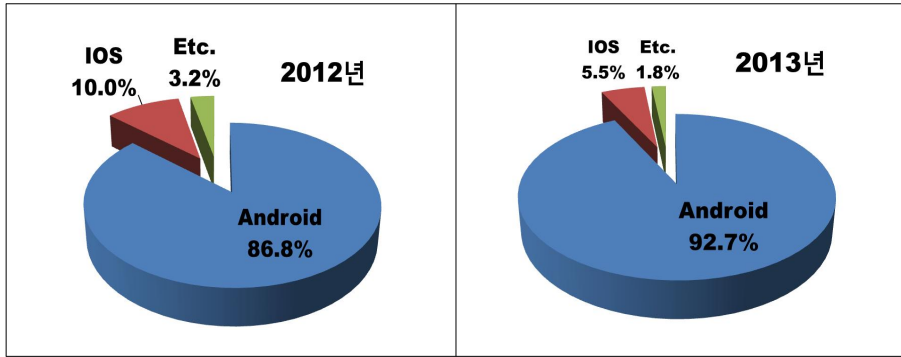
2) IDC(2014 Q2), <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp>

3) 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년 서울/경기 및 6대 광역시에 거주하는 약 3,000여 가구를 중심으로 시작하여 2011년부터는 만 6세 이상 가구를 모집단으로 전국 16개 시도의 5,000여 가구와 가구원 약 1만 2천명을 대상으로 매년 한국 미디어 패널조사를 실시하고 있으며, 미디어 다이어리를 가입하는 방식을 통하여 가구원의 미디어 이용 장소, 이용매체, 이용행위, 연결방법에 대한 정보를 하루 15분 단위로 파악하는 조사가 포함되어 있음

4) 한국미디어패널조사에서 스마트폰 및 브랜드가 조사된 년도는 2012년부터임

5) 한국미디어패널조사에서 구분하고 있는 휴대폰 제조사 및 브랜드 중 안드로이드를 OS로 사용하고 있는 스마트폰 브랜드만 선택함 (소니 에릭슨 같은 윈도우 모바일과 안드로이드를 함께 OS로 사용하여 출시하는 브랜드는 제외함)

[그림 1] 스마트폰 OS별 점유율 추이



- 성별에 따른 각 OS 이용자의 특성을 살펴보면, 2013년 기준 안드로이드는 남성 51.5%, 여성 48.5%로 거의 비슷한 반면, IOS는 남성 58.3%, 여성 41.7%로 남성이 더 많은 이용을 보임
- 연령대별로는 안드로이드 스마트폰을 이용하는 사람은 20대부터 40대까지 거의 균일하게 분포되어 있는 반면, IOS 스마트폰을 이용하는 사람의 절반은 20대에 분포되어 있음

<표 1> 안드로이드와 IOS 이용자 (2012년~2013년)⁶⁾

연도		2012년		2013년	
스마트폰 OS		안드로이드	IOS	안드로이드	IOS
성별	남성	52.5%	58.30%	51.5%	58.3%
	여성	47.5%	41.70%	48.5%	41.7%
연령대별	20대	33.2%	50.90%	31.2%	47.2%
	30대	36.6%	35.40%	34.5%	32.7%
	40대	30.2%	13.70%	34.3%	20.1%

● 안드로이드 스마트폰과 IOS 스마트폰 이용자의 특성 및 기기 평균 사용 시간 비교

- 현재 보유한 스마트폰의 사용기간⁷⁾은 2013년 기준으로 안드로이드 스마트폰은 평균 2년, IOS 스마트폰은 평균 2년 4개월로 IOS 스마트폰이 안드로이드 스마트폰보다 약 4개월 더 오래 사용되어지고 있음

6) 20대~40대 기준임. 2012년 안드로이드 스마트폰 이용자는 4,427명, IOS 스마트폰 이용자는 513명임. 2013년 안드로이드 스마트폰 이용자는 6,431명, IOS 스마트폰 이용자는 385명임. 두 가지의 스마트폰을 함께 사용하는 2012년에 2명 있음

7) 설문 항목 중 현재 사용하는 스마트폰의 최초 사용연도를 조사년도와 역산하여 산출함

- 월평균 휴대폰 이용 총 금액은 2013년 기준 안드로이드 스마트폰은 5만 9천원, IOS 스마트폰은 5만 5천원으로 나타남
- 유료 애플리케이션 다운로드 경험을 살펴보면, 2013년 기준 IOS 스마트폰은 23.2%로 안드로이드 스마트폰(12.5%) 보다 10.7%p 높게 나타남. 유료 애플리케이션 다운로드 지출금액 또한 IOS 스마트폰을 사용하는 사람이 안드로이드 스마트폰을 사용하는 사람보다 2천원 많음

<표 2> 안드로이드와 IOS 이용자 특성 비교

연도		2012년			2013년		
스마트폰 OS		안드로이드	IOS	차이	안드로이드	IOS	차이
현재 보유한 스마트폰의 사용 기간(년)		1년 8개월	2년	2개월	2년	2년 4개월	4개월
월평균 휴대폰 이용 총 금액		6만원	6만 1천원	1천원	5만 9천원	5만 5천원	4천원
유료 애플리케이션	다운로드 경험	14.1%	18%	3.9%	12.5%	23.2%	10.7%
	지출 금액 ⁸⁾	1만 2천원	1만 6천원	4천원	1만 2천원	1만 4천원	2천원

- 2013년 기준 안드로이드 스마트폰 이용자는 스마트폰을 일평균 1시간 13분 사용하는 것으로 나타났고, IOS 스마트폰 이용자는 스마트폰을 일평균 1시간 31분 사용하는 것으로 나타남
- 안드로이드 스마트폰 이용자는 스마트폰을 주로 TV 방송 프로그램 시청, 영화/동영상, 게임에 사용하는 것으로 분석됨. 반면, IOS 스마트폰 이용자는 스마트폰을 SNS, TV 방송 프로그램 시청, 음악, 정보콘텐츠에 사용하는 것으로 보여짐. 안드로이드 스마트폰 이용자는 화면이 크다는 장점을 활용하여 보는 콘텐츠를 집중적으로 사용하고 있었고, IOS 스마트폰 사용자는 SNS, 정보콘텐츠 등 데이터 통신을 이용한 콘텐츠를 집중적으로 사용하는 것으로 판단됨

<표 3> 안드로이드 스마트폰 이용자와 IOS 스마트폰 이용자의 행위별 평균 사용시간(사용자 기준)

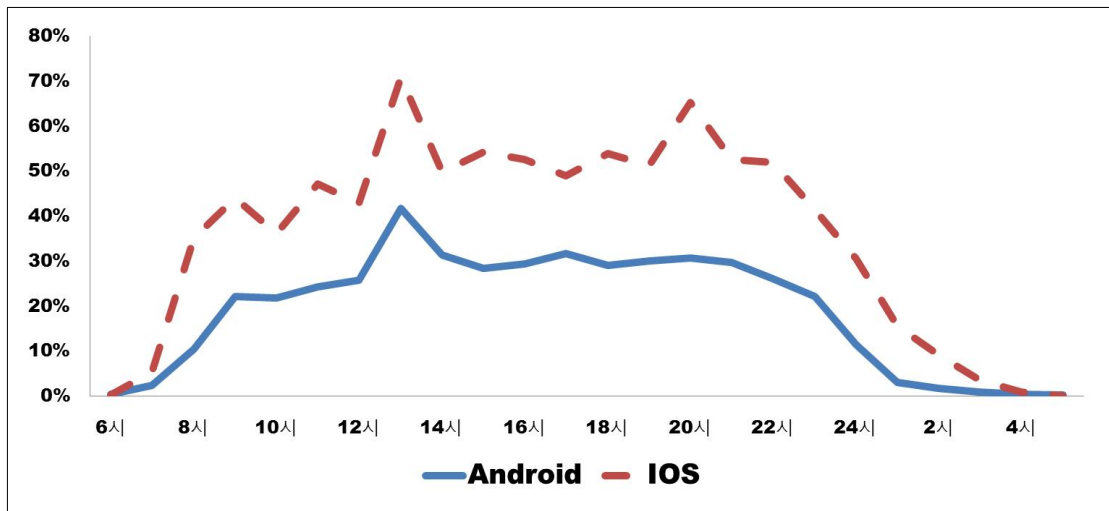
연도		2012년			2013년		
스마트폰 OS		안드로이드	IOS	차이	안드로이드	IOS	차이
일평균 이용 시간		1시간 16분	1시간 22분	6분	1시간 13분	1시간 31분	18분
TV 방송 프로그램 시청		55분	1시간 12분	17분	66분	1시간 23분	17분

8) 유료 애플리케이션을 구입하기 위해서 지난 1년간 지출한 금액

연도	2012년			2013년			
	스마트폰 OS	안드로이드	IOS	차이	안드로이드	IOS	차이
라디오 방송 청취		56분	1시간 34분	38분	42분	50분	8분
영화/동영상		42분	52분	10분	51분	42분	-9분
음악		43분	49분	6분	51분	72분	21분
사진		25분	44분	19분	42분	50분	8분
신문기사		31분	53분	22분	38분	39분	1분
통화		44분	36분	-8분	41분	36분	-5분
채팅/메신저		45분	45분	0분	41분	40분	-1분
정보콘텐츠		31분	38분	7분	38분	57분	19분
SNS		44분	53분	9분	40분	1시간 32분	52분
온라인 상거래		29분	23분	-6분	36분	14분	-22분
게임		36분	44분	8분	51분	51분	0분

- 하루 중 기기 이용 패턴을 살펴보면, 아침에 일어나면서부터 시작하여 잠들 때 까지 스마트폰의 이용은 꾸준히 이루어짐을 알 수 있음
- 안드로이드 스마트폰 보유자보다 IOS 스마트폰 보유자의 실제 이용비율이 높은 것으로 나타남

[그림 2] 스마트폰 OS별 일평균 이용 비율(2013년)⁹⁾



9) 각각의 기기 보유자 기준 일평균 이용자 비율임

● 스마트폰 OS를 변경한 이용자의 특성 및 기기 평균 사용 시간 비교

- 2012년과 2013년 모두 스마트폰을 사용하고 있으면서, 2012년에 안드로이드 스마트폰을 쓰다가 2013년에 IOS 스마트폰을 쓰는 사람과 반대인 사람의 2012년과 2013년의 특성을 비교 분석
- 2012년에 안드로이드 스마트폰을 사용하다가 2013년에 IOS 스마트폰을 사용하는 사람은 2.6%, 반대인 사람은 6.9%로 IOS 스마트폰을 사용하다가 안드로이드 스마트폰으로 변경한 사람의 비율이 4.3%p 많음
- 스마트폰 OS를 변경한 사람의 변경 전과 후의 유료 애플리케이션 지출 금액을 살펴보면, 안드로이드 스마트폰에서 IOS 스마트폰으로 변경한 사람은 유료 애플리케이션 지출 금액이 8천원 늘어났고 IOS 스마트폰에서 안드로이드 스마트폰으로 변경한 사람은 3천원 감소하는 것으로 나타남

<표 4> 스마트폰 OS를 바꾼 이용자의 특성 전후 비교

스마트폰 OS 변경	안드로이드 → IOS			IOS → 안드로이드		
	2.6%			6.9%		
	2012년	2013년	증감	2012년	2013년	증감
월평균 휴대폰 이용 총 금액	6만 2천원	6만 1천원	-1천원	6만 1천원	6만 1천원	0원
유료 애플리케이션 지출 금액	1만 1천원	1만 9천원	8천원	1만 9천원	1만 6천원	-3천원

- 안드로이드 스마트폰에서 IOS 스마트폰으로 변경한 사람들의 변경 전과 후의 행위별 평균 기기 사용 시간을 살펴보면, 변경 전 안드로이드 스마트폰을 사용할 때는 영화/동영상의 이용 시간이 많았는데 IOS 스마트폰으로 변경 후 영화/동영상의 이용 시간은 줄어들고 음악 청취 시간이 2배이상 늘어났음. 게임의 이용시간 또한 크게 상승한 것으로 나타남
- 반면, IOS 스마트폰에서 안드로이드 스마트폰으로 변경한 사람들은 변경 전보다 변경 후에 라디오 방송 청취와 신문기사 검색이 크게 줄어든 것을 제외하고는 이용시간의 변화가 크게 없는 것으로 보여짐

〈표 5〉 스마트폰 OS를 바꾼 이용자의 행위별 평균 사용 시간 전후 비교(사용자기준)

스마트폰 OS 변경	안드로이드 → IOS			IOS → 안드로이드		
	2012년	2013년	증감	2012년	2013년	증감
TV 방송 프로그램 시청	38분			49분	32분	-17분
라디오 방송 청취		7분		1시간 24분	17분	-1시간 7분
영화/동영상	1시간 19분	21분	-58분	57분	1시간 1분	4분
음악	40분	1시간 30분	50분	41분	39분	-2분
사진	24분	31분	7분	19분	21분	2분
신문기사	21분	33분	12분	1시간 11분	27분	-44분
통화	40분	33분	-7분	38분	31분	-7분
채팅/메신저	39분	41분	2분	47분	36분	-11분
정보콘텐츠	55분	43분	-12분	48분	27분	-21분
SNS	1시간 9분	54분	-15분	36분	30분	-6분
온라인 상거래	35분	19분	-16분	12분	22분	10분
게임	11분	44분	33분	48분	48분	0분

● 결과 요약 및 시사점

- 휴대폰 보유자(2012년 91.2%, 2013년 91.8%) 중 스마트폰 보유율은 2012년 53.9%에서 2013년 71.9%로 17.9%p 상승하였는데, 스마트폰 OS 별 점유율은 안드로이드 스마트폰을 사용하는 사람은 2012년 86.8%에서 2013년 92.7%로 5.9%p 증가한 반면, IOS 스마트폰을 사용하는 사람은 2012년 10.0%에서 2013년 5.5%로 4.5%p 감소함
- 연령대별로는 안드로이드 스마트폰을 이용하는 사람은 20대부터 40대까지 거의 균일하게 분포되어 있는 반면, IOS 스마트폰을 이용하는 사람의 절반은 20대에 분포되어 있어 주로 젊은 층의 IOS 스마트폰 선호가 강한 것을 알 수 있음
- 유료 애플리케이션 다운로드 경험, 지출 금액 모두 안드로이드 스마트폰 사용자보다 IOS 스마트폰 사용자의 이용이 높게 나옴
- 안드로이드 스마트폰 이용자는 스마트폰을 주로 TV 방송 프로그램 시청, 영화/동영상, 게임에 사용하는 것으로 분석되고, IOS 스마트폰 이용자는 스마트폰을 SNS, TV 방송 프로그램 시청, 음악, 정보콘텐츠에 사용하는 것으로 보여짐
- 하루 중 기기 이용 패턴을 살펴보면, 아침에 일어나면서부터 시작하여 잠들 때 까지 스마

트폰의 이용은 꾸준히 이루어짐. 스마트폰이 현재 우리생활과 얼마나 깊게 연관이 되어 있는지 알 수 있음

- 또한, 스마트폰 보유자 중 안드로이드 스마트폰 보유자보다 IOS 스마트폰 보유자의 이용비율이 높은 것으로 나타남. 스마트폰의 점유율은 비교도 안될 만큼 적지만, 실제 스마트폰 이용은 IOS 스마트폰 이용자가 더 활발히 이용하는 것으로 보여짐
- 2012년에 안드로이드 스마트폰을 사용하다가 2013년에 IOS 스마트폰을 사용하는 사람은 2.6%, 반대인 사람은 6.9%로 IOS 스마트폰을 사용하다가 안드로이드 스마트폰으로 바꾼 사람의 비율이 4.3%p 많음
- 스마트폰 OS를 변경한 사람의 변경 전과후의 유료 애플리케이션 지출 금액은 안드로이드 스마트폰에서 IOS 스마트폰으로 변경한 사람은 8천원 증가하고, 반대인 사람은 3천원 감소함. IOS 스마트폰을 사용하는 사람이 안드로이드 스마트폰을 사용하는 사람보다 유료 애플리케이션에 대한 선호가 더 크다는 것을 알 수 있음
- 단말기유통법 시행¹⁰⁾ 후 단말기 보조금이 정해지지 않았음에도 불구하고 IOS 스마트폰의 예약자가 몰림.¹¹⁾ 이는 스마트폰 선택 시 스마트폰 자체의 가격보다 SNS, 정보콘텐츠 등의 콘텐츠 활용에 대한 선호가 더 크게 작용하였다고 보여짐
- 스마트폰 제조사들은 스마트폰 소비자의 이용 특성에 따른 다양한 제품 개발에 대한 전략적 접근이 필요하며, 통신사업자들 또한 스마트폰 소비자의 이용 특성에 적합한 요금 상품의 다양화가 필요할 것임

10) 법률 제12679호, 이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률(약칭: 단말기유통법), 2014년 10월 1일 시행

11) 동아일보(2014. 10. 24), <http://news.donga.com/3/all/20141024/67423909/2>