

# KISDI STAT

## REPORT

2016. 2. 29 / Vol. 16-04


**정보통신정책연구원**  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

## 복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석

이 선 희

연구원, ICT통계정보연구실

### III 분석 데이터와 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 TV수상기와 라디오, 컴퓨터(데스크탑/노트북), 태블릿, 스마트폰 등 다양한 시청 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 분석하기 위해 방송통신위원회가 주관하는 ‘방송매체 이용행태 조사’를 매년 수행
- 본 리포트에서는 TV수상기 이외에 방송프로그램 시청 가능 기기들이 확산됨에 따라 이용 기기 조합별 이용자 특성과 방송 프로그램 시청행위를 분석하고자 함

※ 이용자 정의: 『15년도 방송매체 이용행태조사』의 <문항 2: 기기별 이용 빈도>에서 ‘전혀 안 봄/이용 안함’을 제외한 ‘매일’, ‘1주일에 5-6일’, ‘1주일에 3-4일’, ‘1주일에 1-2일’, ‘한 달에 1-3일’, ‘2-3달에 1-2일 이하’로 응답한 이용자(문항10-지상파/문항47번-문항유료방송/문항33번-온라인동영상제공서비스(OTT)의 기기별 이용자로 데이터 클리닝)

※ 분석 대상 기기: TV프로그램 시청이 가능한 기기(TV, 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰)

※ 이용 비중이 높은 상위 다섯 개 기기조합(TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰, TV-컴퓨터-스마트폰, TV-스마트폰, TV-컴퓨터, TV만)을 이용하여 분석함(구성비가 낮은 기기 조합은 제외)

### [표 1] 2015년 방송매체 이용행태 조사 개요

통계 유형	통계청 승인 일반 조사 통계(승인 번호: 제16402호)
조사 지역	전국 16개 광역 시도
조사 방법	가구용과 개인용 설문지를 구성, 가구방문 일대일 면접 조사
조사 기간	2015년 6월 1일(월) ~ 2015년 8월 21일(금)
표본 크기	4,266가구에 거주하는 만 13세 이상 7,553명 조사
표본 추출	2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구 선정 방식
표본 오차	- 가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±.4%p - 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±.2%p
응답률	15.8%(총 27,179가구 접촉, 거절 53.5%, 부재 29.6%, 가구 없음 1.0%) ※ 조사구 대체율 19.3%(전체 420개 조사구에서 81개를 대체)

### III 응답자 특성

- 개인의 경우 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 인구분포와 지역구분(동부, 읍면부), 성, 연령대 인구분포 정보를 이용, 가중치 부여

[표 2] 방송매체 이용행태 조사 개인 기준 응답자 분포(가중치 적용)

구분		사례수	%
전체		7,553	100.0
성별	남성	3,759	49.8
	여성	3,794	50.2
연령	10대	721	9.6
	20대	1,151	15.2
	30대	1,294	17.1
	40대	1,431	19.0
	50대	1,372	18.2
	60세 이상	1,583	21.0
거주 지역	서울	1,497	19.8
	경기/인천	2,250	29.8
	강원	227	3.0
	대전/충청/세종	798	10.6
	대구/경북	767	10.2
	부산/울산/경남	1,173	15.5
	광주/전라	756	10.0
	제주	86	1.1
직업	사무직	1,546	20.5
	서비스/판매직	1,106	14.6
	생산직	1,491	19.7
	학생	1,066	14.1
	주부	1,510	20.0
	기타	49	0.7
	무직	783	10.4
소득	100만원 미만	850	11.3
	100~199만원	973	12.9
	200~299만원	1,465	19.4
	300~399만원	1,700	22.5
	400만원 이상	2,338	31.0
	무응답	228	3.0
학력	중/고등학생	505	6.7
	대학생	529	7.0
	고졸 이하	3,883	51.4
	대졸 이상	2,635	34.9

### III 미디어 이용 현황

- 이용비중이 높은 상위 다섯 개 기기조합(TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰, TV-컴퓨터-스마트폰, TV-스마트폰, TV-컴퓨터, TV만)을 중심으로 미디어 조합별 이용자의 TV프로그램 시청 행위를 분석 함
- 방송매체 이용행태조사 조사응답자 총 7,553명 중 TV-컴퓨터(데스크탑/노트북)-스마트폰 이용자는 44.1%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, TV-스마트폰 이용자는 20.8%였음(1,569명)
- 스마트폰의 보급 확산에도 TV 단일기기 이용자는 20.1%에 달했으며, TV-컴퓨터 이용자는 2.4%였음
- 태블릿PC의 낮은 보유율로 TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰을 모두 이용하는 사람은 6.3%였음

※ 개별 기기별로 이용자 현황을 살펴보면, TV는 전체 응답자의 95.5%가 이용하는 것으로 나타났으며, 다음은 스마트폰(76.3%), 컴퓨터(56.6%), 태블릿 PC(7.9%) 순이었음

[표 3] 2015년 방송매체 이용행태 조사의 미디어 이용자 현황<sup>1-2)</sup>

(단위: 개, 명, %)

이용 <sup>3)</sup> 미디어 종류	이용 기기 수	이용자 수	비중(%)
TV	1	1,518	20.1%
TV+컴퓨터 <sup>4)</sup>	2	178	2.4%
TV+스마트폰	2	1,569	20.8%
TV+컴퓨터+스마트폰	3	3,334	44.1%
TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰	4	475	6.3%
그 외 <sup>5)</sup>	-	479	6.3%
전체 응답자		7,553	100.0%

주1) 각 기기 조합 이용자들은 서로 배타적이며, 각 미디어 조합 이용자 간 중복 없음

주2) 분석 대상 미디어(기기): TV프로그램 시청이 가능한 기기(TV, 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰)

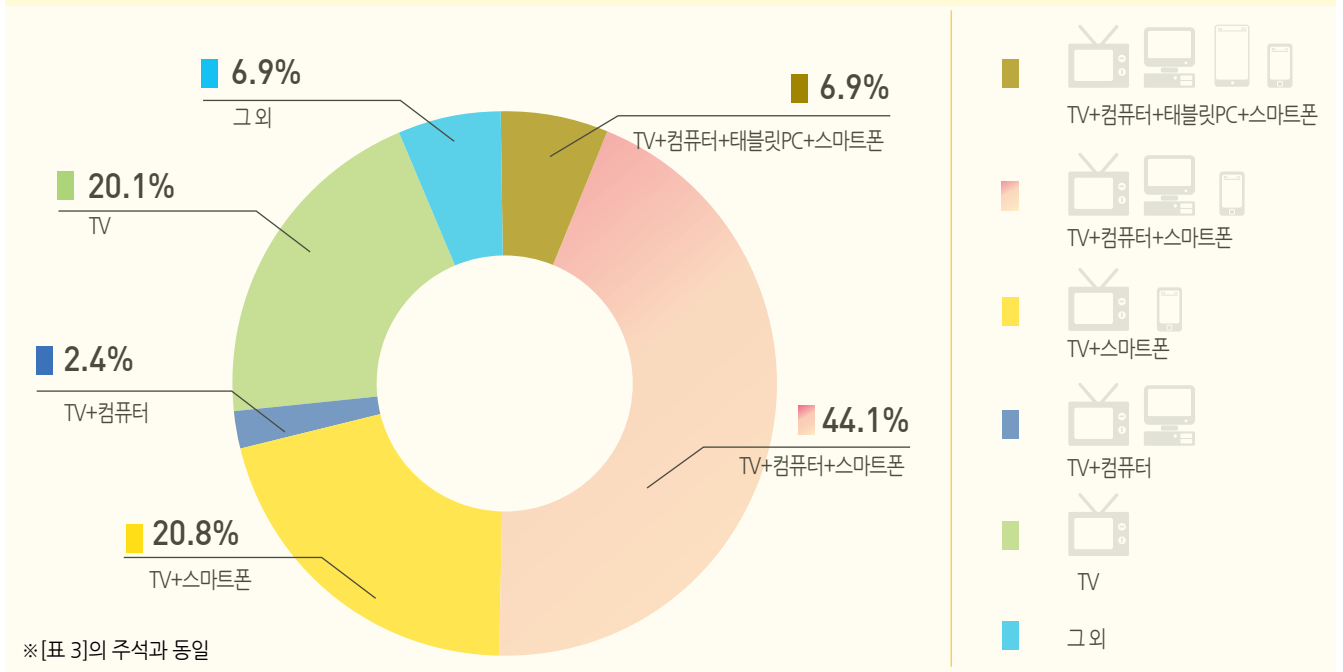
주3) 이용의 정의: 15년도 방송매체 이용행태조사 문항2번의 기기별 이용 빈도에서 '전혀 안 봄/이용 안함'을 제외. '매일', '평주일에 5-6일', '평주일에 3-4일', '평주일에 1-2일', '한 달에 1-3일', '2-3달에 1-2일 이하'이용 포함

주4) 컴퓨터 이용자에는 데스크탑 혹은 노트북 둘 중 하나라도 이용한 사람을 포함

주5) 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 '그 외'에 속함

[그림 1] 이용 기기 현황

(N=7,553명, 단위: %)



### III 이용기기 조합별 인구통계 현황

- 이용기기 조합별 성별 구성을 살펴보면, 남성의 44.5%와 여성의 43.8%가 TV-컴퓨터-스마트폰 이용자로 가장 큰 비중을 차지
- TV 단일기기 이용자 그룹에서는 여성이 남성보다 이용 비율이 높았으며, 나머지 이용자 그룹에서는 남성의 비율이 높았음

[표 4] 성별 기기 이용 현황

(단위: 명, %)

구분	N	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
전체	7,553	20.1%	2.4%	20.8%	44.1%	6.3%
남자	3,759	16.6%	3.0%	21.6%	44.5%	7.1%
여자	3,794	23.6%	1.7%	19.9%	43.8%	5.5%

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

- 연령별로 보면, 40대 이하의 경우 TV-컴퓨터-스마트폰 이용자가 50%를 넘는데 반해 60대 이상일 경우, TV만 이용하는 사람이 66%에 달하는 것으로 나타남
- 20~30대의 경우, 10% 이상이 TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자였으며, 특히 30대는 타 연령에 비해 3개 이상의 기기를 이용하는 비율이 70%가 넘는 것으로 나타남

[표 5] 연령별 기기 이용 현황

(단위: 명, %)

구분	N	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
전체	7,553	20.1%	2.4%	20.8%	44.1%	6.3%
10대	721	4.9%	3.6%	14.1%	61.4%	6.9%
20대	1,151	4.3%	0.4%	15.0%	55.3%	10.6%
30대	1,294	4.0%	0.9%	17.6%	59.1%	11.5%
40대	1,431	6.1%	3.4%	23.9%	53.9%	7.0%
50대	1,372	18.0%	2.8%	33.4%	39.3%	3.1%
60대이상	1,583	66.2%	3.0%	16.8%	11.4%	0.8%

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

- 이용자 그룹별로 직업을 살펴보면, 대부분의 직업에서 TV-컴퓨터-스마트폰의 이용자 비율이 30%이상이었으며, 특히 학생은 59.1%, 사무직은 58.5%로 타 직업유형에 비해 높은 비율을 차지
- 사무직의 경우, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰의 이용자가 12.2%로 타 직업군에 비해 비율이 높았음

[표 6] 직업별 기기 이용 현황

(단위: 명, %)

구분	N	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
전체	7,553	20.1%	2.4%	20.8%	44.1%	6.3%
사무직	1,546	2.8%	1.2%	17.1%	58.5%	12.2%
서비스/판매직	1,106	9.6%	2.3%	29.9%	46.7%	5.7%
생산직	1,491	31.2%	2.9%	29.1%	32.1%	2.3%
학생	1,066	4.5%	2.4%	12.9%	59.1%	7.9%
주부	1,510	28.3%	2.3%	17.3%	41.8%	5.4%
기타	49	34.7%	2.0%	14.3%	34.7%	4.1%
무직	783	52.7%	4.0%	17.0%	19.8%	2.6%

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

- 소득별로 살펴보면, 200만원 미만 소득자의 경우 TV 단일기기 이용자 비율이 높았으며, 200만 원 이상의 경우 TV-컴퓨터-스마트폰 이용자의 비율이 높음
- 세 가지 이상 기기 이용자 특성을 보면, 고소득일수록 이용 비율이 높아지는 경향이 나타남

[표 7] 소득별 기기 이용 현황

(단위: 명, %)

구분	N	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
전체	7,553	20.1%	2.4%	20.8%	44.1%	6.3%
100만원 미만	850	65.8%	2.5%	10.0%	11.1%	0.4%
100~200만원 미만	973	32.4%	3.9%	25.6%	29.0%	1.7%
200~300만원 미만	1,465	14.6%	1.9%	26.6%	45.4%	5.7%
300~400만원 미만	1,700	10.2%	2.2%	21.6%	51.9%	7.6%
400만원 이상	2,338	9.4%	2.2%	18.6%	54.9%	9.9%
무응답	228	16.2%	0.9%	18.0%	55.7%	4.4%

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

- 유료방송 서비스 가입형태를 살펴보면, 모든 방송 서비스 타입에서 TV-컴퓨터-스마트폰 이용자가 각각 30% 이상으로 나타남
- 지상파만 시청, 케이블방송, IPTV의 경우, TV-컴퓨터-스마트폰 이용자의 비중이 가장 컸으며, 위성방송은 TV 단일기기 이용자가 35%로 가장 큰 비중을 차지
- IPTV의 경우, 3개 이상 기기(TV-컴퓨터-스마트폰, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰)를 이용하는 사람의 비율이 67%에 가까움

[표 8] 유료방송가입별 기기 이용 현황

(단위: 명, %)

구분	N	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
전체	7,553	20.1%	2.4%	20.8%	44.1%	6.3%
지상파만 이용	352	24.4%	3.4%	17.6%	35.5%	9.7%
케이블방송	4,291	24.5%	2.5%	23.2%	42.2%	4.6%
위성방송	694	35.2%	4.0%	19.3%	33.3%	6.6%
IPTV	2,546	8.8%	2.0%	18.4%	56.8%	9.8%

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

### III 이용미디어 조합별 방송 프로그램 평균 시청시간 비교

- 이용기기 조합별로 방송 프로그램의 하루 평균 시청시간을 살펴보면, TV 단일기기 이용자의 방송 프로그램 평균 시청시간이 평일 3시간 52분, 주말 4시간 14분으로 가장 긴 것으로 나타남
- TV-컴퓨터 이용자는 평일 3시간 7분, 주말 3시간 42분으로 TV 단일 이용자 다음으로 시청시간이 길었으며, 다음은 TV-스마트폰 이용자, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자, TV-컴퓨터-스마트폰 이용자 순이었음
- TV수상기 외 매체로 시청한 시간을 비교하면, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자가 하루 평균 약 40분을 시청하며, TV-컴퓨터-스마트폰 이용자는 약 22분을 시청하여 타 이용자에 비해 시청량이 많은 것으로 나타남
- 타 이용자그룹에 비해 최다 복수기기 이용자의 TV 외 기기로의 시청시간이 길어 방송 프로그램 시청을 위해 능동적으로 기기를 활용하는 것으로 보임
- 복수기기 이용자도 주로 TV수상기를 통해 방송 프로그램을 시청하나 이용 기기가 많을수록 TV수상기 외 매체로의 시청시간이 긴 것으로 나타남

[표 9] 이용 미디어 조합별 방송 프로그램 시청시간

(단위: 시간:분)

이용 미디어 종류	N	TV수상기		TV 이외 매체		합계	
		평일	주말	평일	주말	평일	주말
TV	1,518	3:52	4:14	-	-	3:52	4:14
TV+컴퓨터	178	2:59	3:34	0:08	0:09	3:07	3:42
TV+스마트폰	1,569	2:43	3:29	0:12	0:11	2:55	3:40
TV+컴퓨터+스마트폰	3,334	2:13	3:13	0:22	0:22	2:36	3:35
TV+컴퓨터+태블릿PC +스마트폰	475	1:56	3:04	0:40	0:42	2:35	3:46
총 조사인원	7,553	2:33	3:20	0:18	0:18	2:51	3:38

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

### III 이용기기 조합별 방송 프로그램 시청 행태 비교

- 최근 1주일(조사 시점 기준) 동안 지상파 TV 시청 행태를 살펴보면 모든 이용자 그룹에서 TV수상기를 이용한 실시간 시청이 90%이상으로 나타났으며, VOD이용에서도 타 기기보다 TV수상기로 시청하는 비율이 높아 TV수상기에 대한 집중도가 높은 것으로 나타남
- TV 단일기기 이용자들은 VOD를 거의 이용하지 않는 반면, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자의 10%이상이 각 기기로 VOD 이용하여 타 이용자 그룹에 비해 기기 활용에 적극적인 것으로 나타남
- 3개(TV-컴퓨터-스마트폰, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰) 이상 기기 이용자그룹에서도 TV 수상기로의 시청방법이 가장 비중을 차지하였으며, 실시간, VOD, 다운로드 파일재생 시청에서 컴퓨터보다 스마트폰의 이용 비율이 높았음

[표 10] 지상파 TV 프로그램 시청 형태 (중복 이용 포함)

(단위: 명, %)

이용형태	이용방법	전체	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+ 스마트폰	TV+컴퓨터+ 태블릿PC+ 스마트폰
N		7,553	1,518	178	1,569	3,334	475
실시간 시청	TV수상기	96.6%	97.0%	92.1%	94.8%	93.9%	90.9%
	데스크탑/노트북	5.1%	0.0%	1.7%	0.0%	6.1%	17.1%
	태블릿PC	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.8%
	스마트폰	10.1%	0.0%	0.0%	5.3%	12.9%	29.5%
	지상파DMB	2.3%	0.0%	0.0%	0.8%	2.6%	9.3%
VOD 시청	TV수상기	6.7%	1.0%	5.6%	3.4%	8.6%	18.1%
	데스크탑/노트북	2.7%	0.0%	1.7%	0.0%	2.6%	11.6%
	태블릿PC	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.6%
	스마트폰	4.8%	0.0%	0.0%	2.2%	5.9%	15.4%
다운로드 파일재생	데스크탑/노트북	3.5%	0.0%	1.1%	0.0%	4.2%	13.5%
	태블릿PC	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.8%
	스마트폰	5.0%	0.0%	0.0%	2.3%	6.2%	15.8%

※ 지상파TV 프로그램은 KBS, MBC, SBS, EBS, 지역민방 등 지상파 TV 채널에서 방송하는 프로그램을 의미

※ 데스크탑/노트북, 태블릿PC, 스마트폰을 이용하여 프로그램을 시청하는 방법에는 지상파 방송사, ppoq, twing, K플레이어, 다음tv팟, 네이버TV캐스트 등과 같은 홈페이지나 해당 서비스의 전용 애플리케이션을 이용해 시청하는 것을 모두 포함

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

- 유료방송 TV 시청 행태를 살펴보면, 지상파 TV와 유사하게 모든 이용자 그룹에서 TV수상기를 통한 실시간 시청 비율이 높음
- TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자는 타 스마트폰 이용자 그룹에 비해 스마트폰을 통한 실시간, VOD시청이 10%이상으로 높은 것으로 나타나 이용 기기가 많을수록 VOD 시청시 다양한 기기를 이용하는 것으로 보임

[표 11] 유료방송 TV 프로그램 시청 형태 (중복 이용 포함)

(단위: 명, %)

이용형태	이용방법	전체	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰
N		7,553	1,518	178	1,569	3,334	475
실시간 시청	TV수상기	96.9%	76.0%	65.2%	74.1%	74.5%	63.4%
	데스크탑/노트북	2.4%	0.0%	1.1%	0.0%	2.5%	5.1%
	태블릿PC	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%
	스마트폰	6.5%	0.0%	0.0%	4.1%	6.1%	13.5%
	지상파DMB	1.5%	0.0%	0.0%	0.6%	1.4%	3.8%
VOD 시청	TV수상기	7.2%	0.9%	1.7%	3.6%	7.7%	12.2%
	데스크탑/노트북	2.1%	0.0%	1.1%	0.0%	2.1%	4.6%
	태블릿PC	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%
	스마트폰	4.6%	0.0%	0.0%	1.7%	4.9%	10.7%
다운로드 파일재생	데스크탑/노트북	2.0%	0.0%	1.1%	0.0%	2.0%	3.4%
	태블릿PC	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%
	스마트폰	3.0%	0.0%	0.0%	0.9%	2.9%	9.1%

※ 유료방송 프로그램은 지상파 TV 채널을 제외한 유료방송(케이블, 위성, IPTV) 채널에서 방송하는 프로그램을 의미

※ 데스크탑/노트북, 태블릿PC, 스마트폰을 이용하여 프로그램을 시청하는 방법에는 유료채널 방송사, p00q, tving, 다음tv팟, 네이버TV캐스트 등과 같은 홈페이지나 해당 서비스의 전용 애플리케이션을 이용해 시청하는 것을 모두 포함

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

### III 이용기기 조합별 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행위 비교

- 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 비율이 높은 집단은 TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자이며 (30.7%), 이들 중 스마트기기로 이용하는 비율이 91.1%로 데스크탑과 노트북 보다 스마트기기에서의 방송 프로그램 시청 비중이 높음
- TV-컴퓨터-스마트폰의 이용자 중 19.9%가 OTT를 이용하였으며, 이들은 전체 조사응답자의 이용률인 14.0% 보다 높았음
- 주로 스마트 기기를 통해 OTT를 이용되고 있으며 이용 기기의 종류가 많을수록 OTT 이용경험비율이 높은 것으로 나타남



[표 12] OTT를 통한 방송 프로그램 시청 경험 및 이용 기기 형태(중복 이용 포함)

(단위: 명, %)

이용 미디어	N	OTT 이용자	OTT 이용비율	이용 기기		
				데스크탑	노트북	스마트기기
TV+컴퓨터	178	4	2.2%	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%
TV+스마트폰	1,569	113	7.2%	0 0.0%	0 0.0%	113 100.0%
TV+컴퓨터+스마트폰	3,334	664	19.9%	165 24.8%	74 11.1%	614 92.5%
TV+컴퓨터+태블릿PC+스마트폰	475	146	30.7%	38 26.0%	24 16.4%	133 91.1%
전체	7,553	1,060	14.0%	236 22.2%	151 14.3%	962 90.8%

※ 온라인 동영상 제공 서비스(OTT)는 케이블TV나 인터넷TV(IPTV) 또는 위성방송 서비스가 아닌 지상파TV 방송사, 케이블TV 사업자, 통신회사나 인터넷 포털에서 온라인으로 제공하는 서비스로 실시간 방송이나 VOD(다시보기) 등을 이용할 수 있음(예: YouTube, 네이버TV캐스트, ppoq, tving, B tv 모바일, U+tv 모바일, olleh tv 모바일 등)

※ 구성비가 낮은 TV-태블릿PC, 태블릿PC-스마트폰, 컴퓨터-태블릿PC, 단일기기(스마트폰, 태블릿PC, 컴퓨터)와 같은 기기 조합 이용자는 제외

※ TV 단일기기 이용자는 1주일 내 OTT 이경 경험 없음

### III 결어

- 방송 프로그램 시청가능 기기 중 3개 이상(TV-컴퓨터-스마트폰, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰)기기 이용자가 전체 응답자의 50.4%를 차지하여 복수 미디어 이용이 보편화되고 있음을 시사
- 다양한 시청 기기의 등장, VOD서비스 제공 등 방송시청 환경은 변화되고 있으나, 여전히 시청방식은 TV수상기에 집중되고 있으며, TV수상기가 방송시청에서 주 매체 역할을 이어갈 것으로 전망
- TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰 이용자의 경우, TV수상기 이외의 기기를 통한 방송 프로그램 시청시간이 가장 길었으며, 실시간/VOD/다운로드재생 시청에서 컴퓨터, 스마트폰 등의 이용비중이 타 이용자그룹에 비해 높아 다매체 이용자들이 기기 활용에 적극적인 것으로 보임
- 특히 최다매체이용자 그룹의 경우, 지상파 TV 프로그램의 실시간/VOD 시청 시 태블릿PC의 이용 비중이 10%를 넘는 것으로 나타났으며 이는 태블릿PC의 엔터테인먼트 기기 속성이 반영된 것으로 판단됨
- 3개 이상 기기(TV-컴퓨터-스마트폰, TV-컴퓨터-태블릿PC-스마트폰) 이용자들은 TV수상기 이외의 기기로 방송 프로그램 시청 시 데스크탑/노트북보다 스마트폰을 더 많이 이용함
- 또한 모든 이용자 집단은 데스크탑이나 노트북보다 스마트 기기를 통해 온라인 동영상 제공 서비스(OTT)를 주로 이용하는 것으로 나타나 향후 스마트기기의 역할이 더욱 커질 것으로 보임

# KISDI STAR

## REPORT 목록

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

발간번호	제목	저자	발간일
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-2-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-1-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-1-15
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

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

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	정혁	2014-12-23
14-12-01호	2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화	신지형,하형석	2014-12-23
14-11-02호	가구 내 미디어 이용 지침 유무가 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
14-10-02호	안드로이드와 IOS 이용자 비교	하형석	2014-10-25
14-10-01호	ICT 산업 생산지수를 통해 본 한국 ICT 산업 추이	정혁	2014-10-25
14-09-02호	데스크톱 PC와 노트북 PC 이용자 특성	차보선	2014-09-25
14-09-01호	유료방송 가입과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2014-09-25
14-08-02호	노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교	김윤화,하형석	2014-08-25
14-08-01호	방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성	정용찬	2014-08-25
14-07-02호	방송채널사용사업자(PP)의 광고 매출 추이 분석	유선실	2014-07-25
14-07-01호	동영상 콘텐츠 소비와 디바이스	신지형	2014-07-25
14-06-02호	스마트세대 20대의 직업별 매체 이용 행태	정용찬	2014-06-25
14-06-01호	스마트폰 이용여부에 따른 삶의 만족도	김나영	2014-06-25
14-05-02호	전업주부 미디어 이용행태	김윤화	2014-05-25
14-05-01호	유무선전화서비스 이용 현황	신지형	2014-05-25
14-04-02호	TV 시청 중 매체 동시 이용 행태	정용찬	2014-04-25
14-04-01호	게임이용현황 분석	신선	2014-04-25
14-03-02호	미디어 활용 능력 현황 분석	김나영	2014-03-25
14-03-01호	대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황	신지형	2014-03-25
14-02-02호	N스크린 이용행태 및 추이	김윤화	2014-02-25
14-02-01호	유선전화 없는 가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2014-02-25
14-01-02호	클라우드 서비스 이용현황	김민철	2014-01-25
14-01-1호	결합상품 이용현황 분석	신선	2014-01-25
13-12호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석	김윤화, 신선	2013-12-26
13-11-3호	스마트폰 보유 및 이용행태 변화 - 2012년과 2013년의 비교	김민철	2013-11-25
13-11-2호	인터넷 동영상 서비스 이용 현황	신지형	2013-11-29
13-11-1호	유료방송 비가입가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2013-11-25
13-10호	종이책과 전자책의 독서 현황 분석	신선	2013-10-25
13-09-2호	스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용 능력 분석	하태림	2013-09-25
13-09-1호	온라인 상거래 이용자의 미디어 이용행태	신지형	2013-09-25
13-08-2호	개인의 온-오프라인 유료콘텐츠 지출성향 분석	김윤화	2013-08-26
13-08-1호	IPTV 이용 행태 분석	정용찬	2013-08-26
13-07-2호	종이신문과 인터넷신문의 열독 현황과 패턴분석	신선	2013-07-25
13-07-1호	가구내 TV보유현황 및 가구원의 TV시청시간 비교	김민철	2013-07-25
13-06-2호	온라인 커뮤니티 활동과 사회·정치적 참여 활동 현황	하태림	2013-06-25
13-06-1호	1인가구의 유료방송서비스 가입 및 이용행태	신지형	2013-06-25
13-05-2호	지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석 : 실시간 시청과 VOD 시청행태 비교	김윤화	2013-05-25
13-05-1호	스마트세대 20대의 미디어 이용 행태	정용찬	2013-05-25
13-04-2호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용현황	신선	2013-04-25
13-04-1호	한국형 창조경제지수의 필요성과 개발방향	김민철	2013-04-25
13-03-2호	LTE 스마트폰과 3G 스마트폰 사용자 비교분석	하태림	2013-03-25
13-03-1호	은퇴연령계층의 스마트기기 이용행태와 라이프스타일	신지형	2013-03-25

## 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: 미래창조과학부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

### 방송매체 이용행태 조사

- ◆ 조사 목적: TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태를 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)

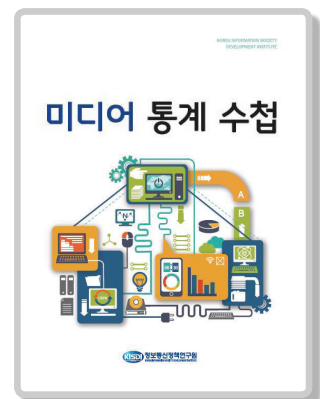
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

### ■ 미디어 통계수첩 소개

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동