

KISDI STAT

REPORT

2017. 7. 15 / Vol. 17-13


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성

오윤석
연구원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2016년 사업에서는 4,233가구와 가구원 9,788명을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 글로벌 투자은행 USB 데이터에 따르면 지난 2014년 460만대 규모에 불과했던 글로벌 스마트워치 시장은 1년새 약 2800만대로 6배 성장했으며, 업계 내에서는 향후 3000만~4000만대에서 3년 후엔 1억대까지 성장할 것으로 내다보고 있음¹⁾
- 전세계적으로 스마트워치, 밴드 등 스마트폰 연동기기 시장이 성장하고 있는 시점에서, 한국미디어패널조사를 통해 스마트폰 연동기기의 보유율 증가 추세를 확인하고 보유자들의 미디어 관련 행태를 분석하고자 함
- 한국미디어패널조사에서는 스마트워치, 밴드 등 다양한 스마트기기의 출현을 반영하기 위해 2014년부터 스마트폰 연동기기²⁾의 보유여부에 대한 조사를 실시함

1) “스위스 시계 산업 위협하는 스마트워치” <조선비즈, 2017.6.29.>

2) 스마트폰과 연동하여 스마트폰의 기능을 활용할 수 있는 시계 또는 팔찌 형태의 기기 (키즈폰은 제외)
 예: 헬스케어 기능의 LG 라이프밴드, 시계형태의 애플워치/갤럭시 기어, 애플리케이션과 연계한 스마트폰 분실 알람 기기(스마트폰이 소유자와 일정 거리 이상 멀어질 경우 경보 알림)

III 인구통계학적 요인별 스마트폰 연동기기 보유율

- 스마트폰 연동기기의 보유율은 증가하는 추세인 것으로 나타났으며, 2016년도 조사에서 스마트폰 유저 (7,984명) 기준으로 7.8%에 달하는 626명이 보유한 것으로 조사됨
- 연령별 스마트폰 연동기기 보유자는 2016년 기준으로 10세 미만의 경우 7명, 10대는 46명, 20대는 100명, 30대는 140명, 40대는 150명, 50대는 138명, 60대는 34명, 만 70세 이상은 10명으로 조사됨
- 만 10세 미만의 어린이 및 만 30세~60세의 중장년층에서 연동기기 보유율이 전년 대비 크게 증가한 반면, 최신 기기에 대해 적극적으로 수용할 것으로 보였던 20대의 경우, 오히려 다른 연령대에 비해 낮은 증가율을 보임
- 성별에 따라서는 남성의 비율이 더 높은 것으로 나타났으며, 전년 대비 증가율도 남성이 더 높은 것으로 보임

[그림 1] 스마트폰 연동기기 보유율 추이

(단위: %)



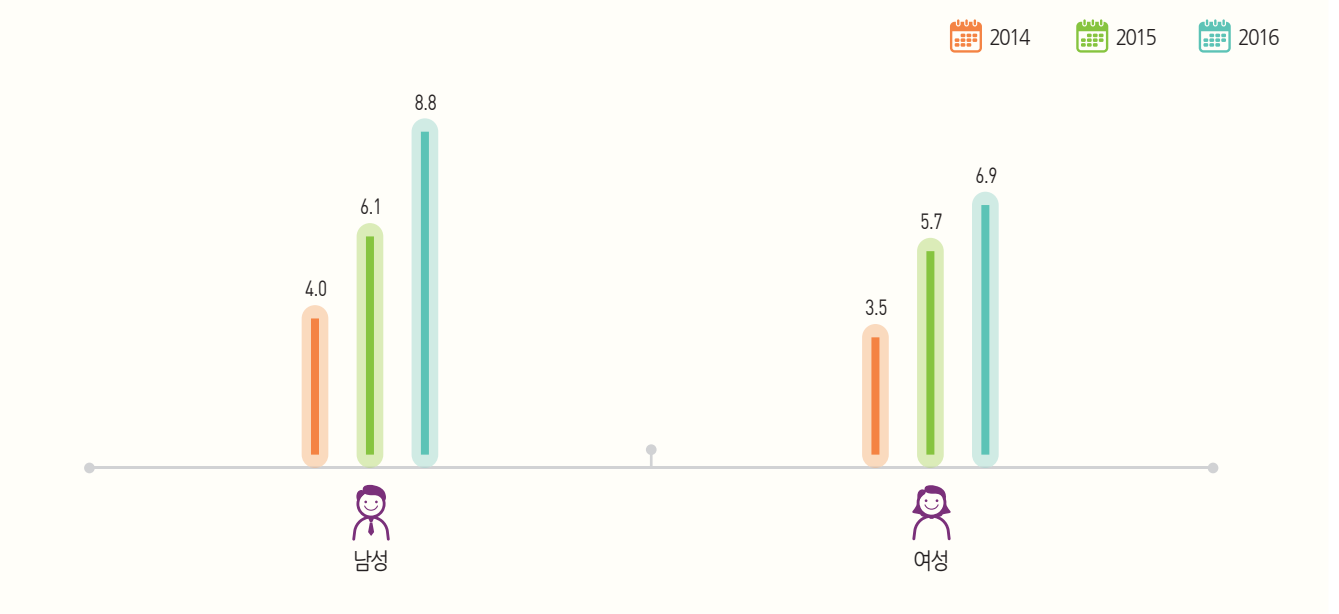
[그림 2] 연령대별 스마트폰 연동기기 보유율 추이

(스마트폰 유저 기준, 단위: %)



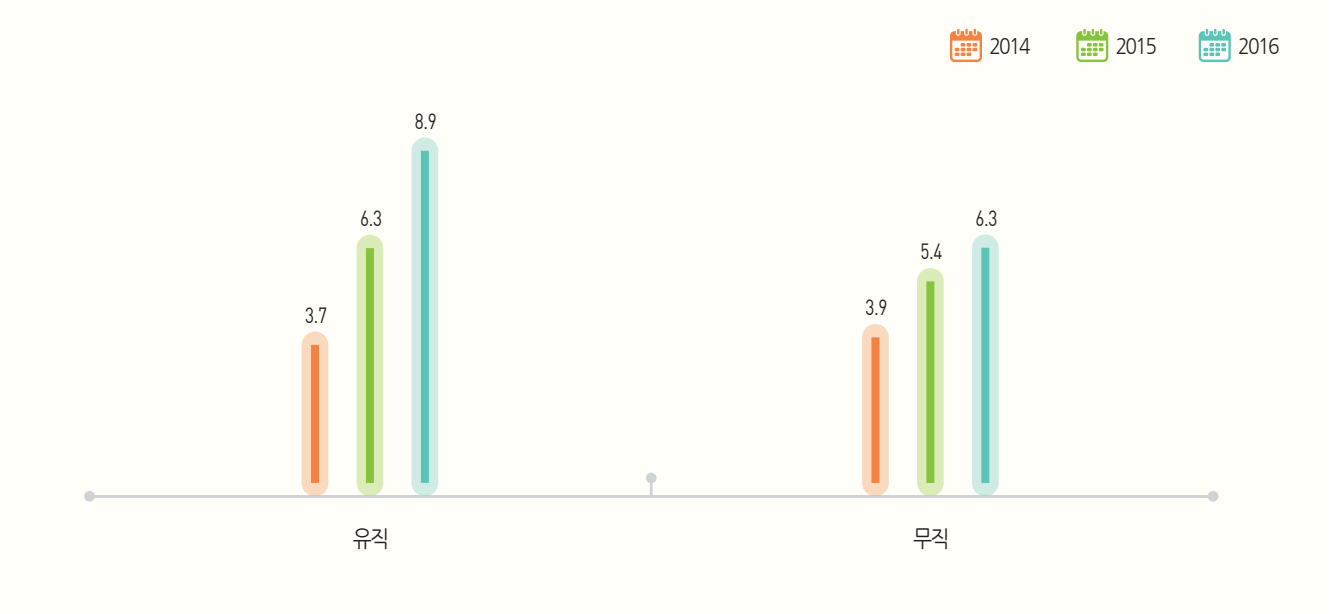
*10세 미만의 경우 스마트폰 보유자는 2014년 58명, 2015년 60명, 2016년 71명이며, 만 70세 이상 스마트폰 보유자는 2014년 92명, 2015년 137명, 2016년 195명으로 조사됨

[그림 3] 성별 스마트폰 연동기기 보유율 추이 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



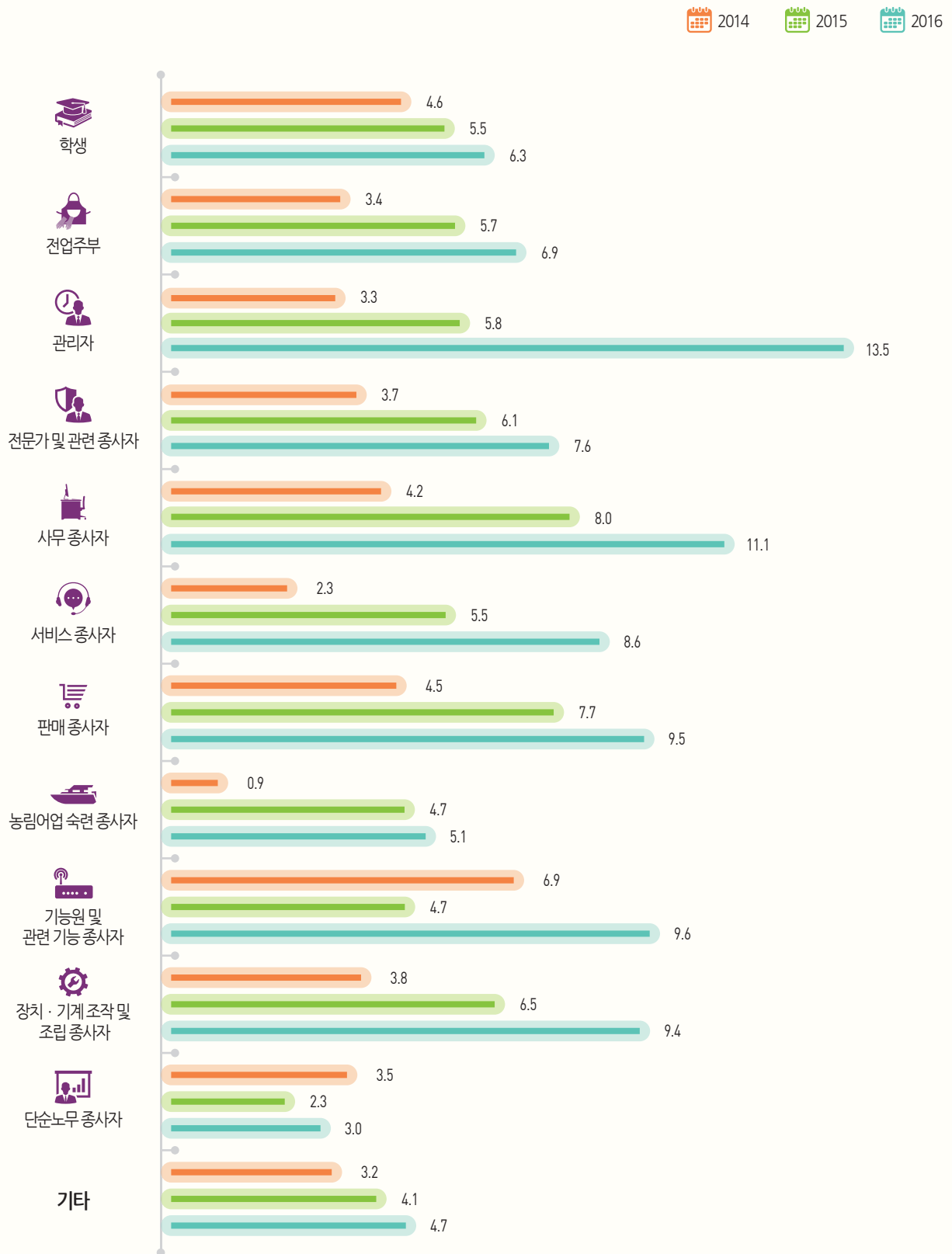
- 전체적으로 보유율이 증가하는 양상을 보였으며, 그 중 직업군이 관리자인 경우 증가폭이 크게 나타남
- 또한, 농림어업 숙련 종사자의 경우 초반에는 스마트폰 연동기기 보유자가 거의 없었으나, 최근에는 늘어나는 추세를 보임
- 반면, 단순노무 종사자의 경우 보유율이 초반에 비해 감소한 것으로 나타남

[그림 4] 직업 유무에 따른 스마트폰 연동기기 보유율 추이 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



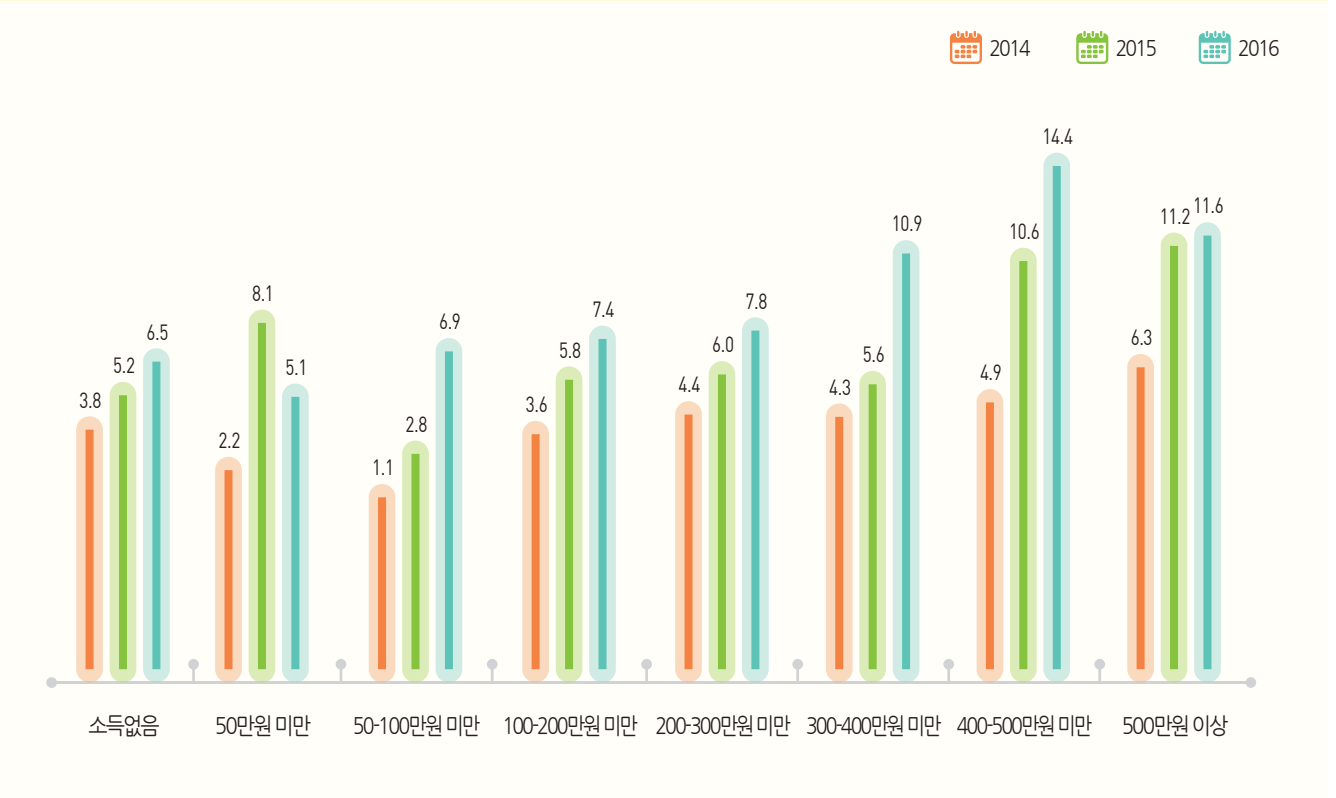
[그림 5] 직군별 스마트폰 연동기기 보유율 추이

(스마트폰 유저 기준, 단위: %)



- 소득별 보유율을 살펴보면, 고소득자의 보유율이 더 높은 것을 확인할 수 있으며 50만원 미만의 소득자의 경우 오히려 보유율이 감소한 것으로 나타남

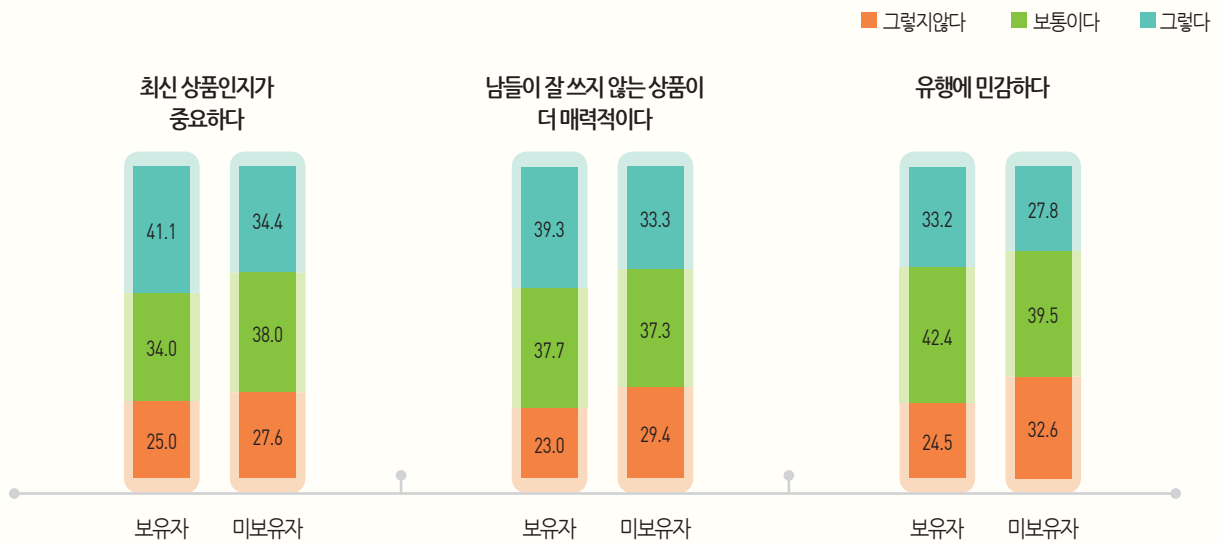
[그림 6] 소득별 스마트폰 연동기기 보유율 추이 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



III 스마트폰 연동기기 보유자의 특성 - 구매 성향

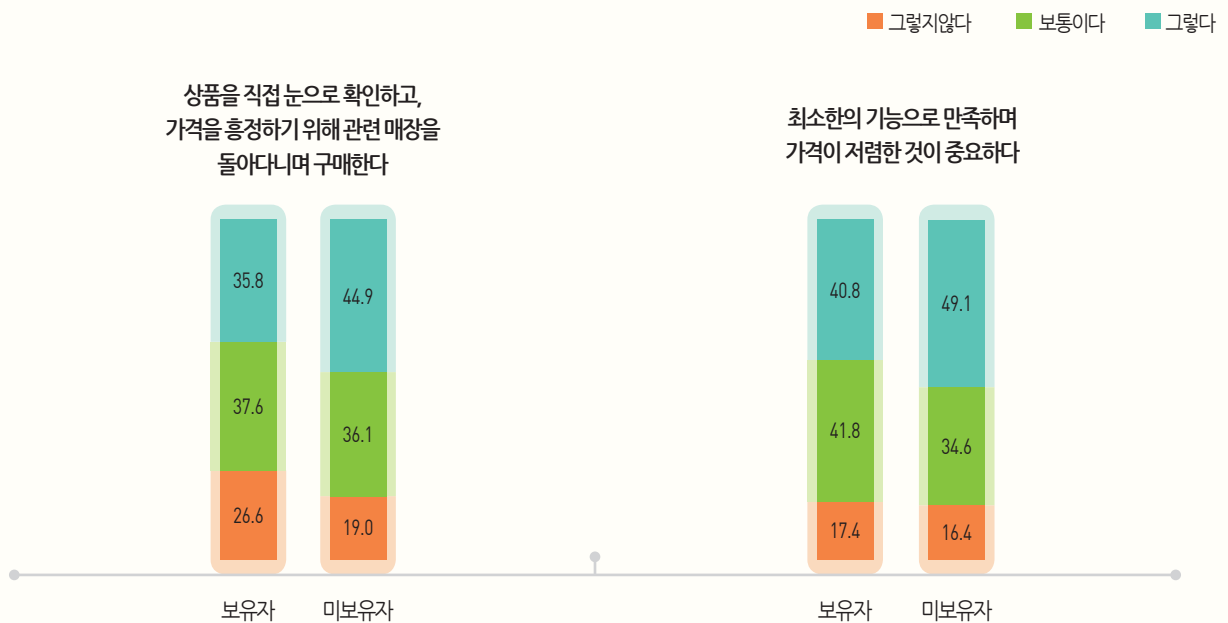
- 스마트폰 연동기기 보유자와 미보유자간의 구매행태의 성향을 비교해 본 결과, 연동기기 보유자의 경우 '최신 상품인지가 중요하다', '남들이 잘 쓰지 않는 상품이 더 매력적이다', '유행에 민감하다' 등의 문항에서 미보유자에 비해 그렇다고 응답한 비율이 높음
- 이를 통해 스마트폰 연동기기 보유자의 경우 얼리어댑터적인 성향을 가지는 것을 알 수 있으며, 실제로 현재 사용하는 스마트폰의 사용기간을 비교한 결과, 연동기기 보유자의 평균 사용기간이 미보유자 평균보다 3개월 가량 짧은 것을 확인함

[그림 7] 스마트폰 연동기기 보유 여부에 따른 구매행태 문항 응답률 비교 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



- '최소한의 기능으로 만족하며 가격이 저렴한 것이 중요하다', '상품을 눈으로 직접 확인하고, 가격을 흥정하기 위해 관련 매장을 돌아다니며 구매한다'라는 문항에서는 스마트폰 연동기기 보유자가 미보유자에 비해 그렇지 않다고 응답한 비율이 더 높음
- 스마트폰 연동기기 보유자의 경우, 구매결정 요인으로 가격 요소보다 유행과 남들과의 차별성이 더 영향을 주는 것으로 알 수 있음

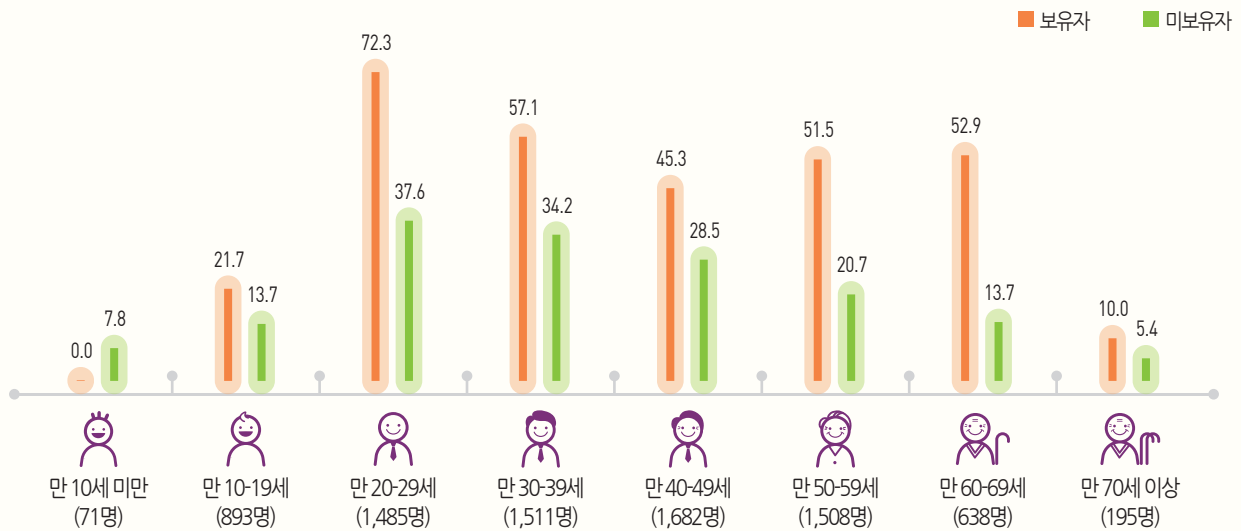
[그림 8] 스마트폰 연동기기 보유 여부에 따른 구매행태 문항 응답률 비교 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



스마트폰 연동기기 보유자의 특성 - 스마트폰 이용량

- 스마트폰 연동기기 보유자와 미보유자의 음성 무제한 서비스 가입여부를 비교해본 결과, 10대 미만을 제외한 모든 연령층에서 연동기기 보유자의 가입률이 더 높게 나타남
- 특히, 20대보다 중장년층에서의 연동기기 보유 여부에 따른 가입률 차이가 더 컸으며, 60대의 경우 연동기기 보유자들의 가입률이 2배 이상 높은 것으로 나타남
- 데이터 무제한 서비스 가입률 역시, 10대 미만을 제외한 모든 연령층에서 연동기기 보유자의 가입률이 더 높았으며, 20대에서도 데이터 가입률의 차이가 큰 폭으로 나타남

[그림 9] 스마트폰 연동기기 보유 여부에 따른 데이터무제한서비스 가입률 비교 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



[그림 10] 스마트폰 연동기기 보유 여부에 따른 음성무제한서비스 가입률 비교 (스마트폰 유저 기준, 단위: %)



* 만 10대 미만인 개인 중 스마트폰 연동기기를 이용하는 개인은 7명이며, 무제한서비스 가입자는 없는 것으로 조사됨

III 결과 요약 및 시사점

- 전세계적으로 스마트폰 연동기기 시장이 성장 중인 추세를 보이고 있으며, 국내 스마트폰 연동기기 보유율도 증가하는 것으로 나타남
- 특히 경제적으로 여유가 있는 30, 40, 50대의 중장년층에서 증가율이 높았고, 직업군 중에서는 관리자 그룹의 보유율이 큰 폭으로 증가함
- 연동기기 보유자와 미보유자의 구매행태를 비교한 결과, 응답패턴은 비슷했으나 연동기기 보유자는 유행에 민감하고 남들과 차별화된 상품을 좋아한다는 문항에서 ‘그렇다’의 비율이 상대적으로 높아, 미보유자에 비해 얼리어답터적인 성향을 가지는 것으로 판단됨
- 또한, 연동기기 보유자의 경우 ‘최소한의 기능으로 만족하며 가격이 저렴한 것이 중요하다’, ‘상품을 눈으로 직접 확인하고, 가격을 흥정하기 위해 관련 매장을 돌아다니며 구매한다’라는 문항에서는 그렇지 않다고 응답한 비율이 상대적으로 높아, 가격은 크게 고려하지 않는 것을 알 수 있음
- 연동기기를 보유한 집단은 미보유한 집단에 비해 음성무제한서비스나 데이터무제한서비스에 가입한 비율이 2배 가량 높은 것으로 확인되어 스마트폰 이용량이 많은 사용자가 연동기기를 구매했을 가능성이 높음을 시사

III 참고자료

- 정보통신정책연구원(2016). “한국미디어패널조사”
- 정보통신정책연구원(2015). “한국미디어패널조사”
- 정보통신정책연구원(2014). “한국미디어패널조사”
- 조선비즈(2017.6.29.). “스위스 시계 산업 위협하는 스마트워치”

KISDI STAR

REPORT **목록**

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

발간번호	제목	저자	발간일
17-12호	능동적 인터넷 이용자의 미디어·콘텐츠 이용 행태 분석	남충현	2017-06-30
17-11호	온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석	최지혜	2017-06-15
17-10호	1인가구의 매체 보유와 이용 특성	정용찬	2017-05-31
17-09호	디지털, 아날로그 케이블TV의 가입자 특성 비교	김상우	2017-05-15
17-08호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2017-04-30
17-07호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용자 특성 분석	이선희	2017-04-15
17-06호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용	김윤화	2017-03-31
17-05호	라디오 보유와 이용행태 변화	박선영	2017-03-15
17-04호	가정 내 미디어 이용제한과 아동·청소년의 이용시간	신지형	2017-02-28
17-03호	20대의 자아존중감과 SNS 활동 특성	최지혜	2017-02-15
17-02호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2017-01-31
17-01호	스마트폰, TV 경쟁 매체의 가능성	정용찬	2017-01-15
16-24호	2016년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2016-12-30
16-23호	오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태	오윤석	2016-12-15
16-22호	방송프로그램 VOD시청과 SVOD의 이용	신지형	2016-11-30
16-21호	2016년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2016-11-15
16-20호	종합유선방송사업자 규모별 매출 추이 분석	노희윤	2016-10-30
16-19호	온라인상의 개인정보침해 우려 정도와 미디어 활용	김윤화	2016-10-15
16-18호	TV 보유 여부에 따른 미디어 이용행태 분석	오윤석	2016-09-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-09-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-08-30
16-15호	TV시청시스마트폰동시이용행태분석	이선희	2016-08-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-07-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-07-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-06-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-06-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-05-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-05-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-04-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-04-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-03-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-02-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-02-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-01-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-01-15
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	한국미디어패널조사연구팀	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
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

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** : 미래창조 과학부·방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

2017년도 조사가 현재 진행중입니다.

한국미디어패널조사는 5월 15일부터 8월 초까지, 방송산업 실태조사는 5월 31일부터 6월 28일까지(2017년 상반기 기준 부가조사는 8월 7일부터 9월 18일까지 수행 예정) 방송매체 이용행태 조사는 6월 1일부터 8월 초까지 수행될 예정입니다. 많은 관심과 협조를 부탁드립니다.

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.

■ 미디어 통계수첩(2017년 발간)

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동



▲ 클릭하면 사이트로 이동