

# KISDI STAT

## REPORT

2017. 7. 31 / Vol. 17-14


**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.

## 통계로 보는 홈쇼핑방송 환경의 변화

이선희  
 연구원, ICT통계정보연구실

- 홈쇼핑방송은 유료방송플랫폼(케이블TV, 위성방송, IPTV)을 통해 상품소개와 판매에 관한 전문화된 프로그램을 편성하여 제공하며, 실시간 방송을 통한 TV홈쇼핑과 인포머셜홈쇼핑, 양방향성에 기반한 데이터홈쇼핑(T-Commerce) 등으로 구분

※ 홈쇼핑방송은 미래창조과학부에 승인을 받은 방송채널사용사업자(PP)가 운영할 수 있음(방송법 제9조(허가·승인·등록 등) 제5항)

[표 1] 홈쇼핑방송 유형과 방식

구분	TV홈쇼핑	데이터홈쇼핑
방송 유형	일방향 텔레비전 방송	양방향 데이터방송
방식	아날로그 TV기반(A/V 방식)	디지털 TV기반(A/V+VOD)

출처: 한국 T커머스협회 홈페이지 참고

- TV홈쇼핑사업자는 GS홈쇼핑, CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑, 엔에스홈쇼핑, 홈앤쇼핑, 공영홈쇼핑이 있으며, 2015년 이후 데이터홈쇼핑사업자가 증가하면서 현재 5개사(더블유쇼핑, 에스케이브로드밴드, 쇼핑엔티, 신세계 티비쇼핑, 케이티하이텔)가 운영 중임

- TV홈쇼핑을 운영하는 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑, 씨제이오쇼핑, 지에스홈쇼핑, 엔에스홈쇼핑이 2015년에 추가로 데이터홈쇼핑채널을 개국하여, 두 가지 유형의 홈쇼핑방송을 송출하고 있음([표 2] 참조)

[표 2] 홈쇼핑사업자 현황

법인명	채널명	구분	개국일자
(주)홈앤쇼핑	홈앤쇼핑	TV	2012. 5
(주)공영홈쇼핑	아임쇼핑(IM Shopping)	TV	2015. 7
(주)현대홈쇼핑	현대홈쇼핑	TV	2001.11
	현대홈쇼핑+Shop	데이터	2015. 4
(주)우리홈쇼핑	롯데홈쇼핑	TV	2001. 9
	롯데원티브이(LOTTE OneTV)	데이터	2015. 3
(주)씨제이오쇼핑	CJ오쇼핑	TV	1995. 8
	CJ오쇼핑플러스	데이터	2015. 5
(주)지에스홈쇼핑	GS SHOP	TV	1995. 8
	GS MY SHOP	데이터	2015. 7
(주)엔에스쇼핑	NS홈쇼핑	TV	2001. 9
	NS Shop+	데이터	2015.12
에스케이브로드밴드(주)	Btv 쇼핑	데이터	2015. 1
(주)쇼핑엔티	쇼핑엔티	데이터	2013.10
(주)신세계티비쇼핑	신세계 쇼핑	데이터	2015.11
(주)더블유쇼핑	W쇼핑	데이터	2015. 8
케이티하이텔(주)	K쇼핑(K Shopping)	데이터	2012. 8

자료: 미래창조과학부 방송채널사용사업자 승인등록 현황, 미래창조과학부·방송통신위원회『2016년 방송산업 실태조사』, 각사 홈페이지

- 본 리포트는 방송산업 실태조사와 방송사업자 재산상황 자료를 기반으로 홈쇼핑 방송사업자들의 최근 5년간 매출 추이와 매출구성의 변화를 확인하고, 통계청의 쇼핑 산업 관련 통계 지표를 활용하여 TV홈쇼핑 환경의 변화를 살펴보고자 함

※ 방송산업실태조사와 방송사업자 재산상황 회계기준상 홈쇼핑방송매출액은 수수료매출액, 상품 등 매출액, 기타로 구성됨

ㄱ. 수수료매출액 : 홈쇼핑사업자가 다른 사업자의 상품 등을 방송하여 주고받는 수수료

ㄴ. 상품 등 매출액 : 홈쇼핑사업자가 방송을 통하여 직접 판매하는 상품 등의 판매액

\* 인터넷이나 모바일 앱에서 상품을 판매한 매출액 및 판매 수수료는 홈쇼핑방송매출액이 아닌 기타매출에 포함

### III 홈쇼핑방송사업자 방송사업매출 추이

- 홈쇼핑방송사(TV홈쇼핑, 데이터홈쇼핑)의 방송매출은 최근 5년간 연평균 3.1% 증가하여, 2016년 기준 3조 4,264억 원을 기록
- TV홈쇼핑의 전체 방송채널사용사업자(PP) 내 방송매출 비중은 2013년 56.1%을 정점으로 최근 51%대로 감소
- 데이터홈쇼핑은 대부분의 채널이 2015년에 방송을 시작하여 2016년 기준 PP 내 비중은 2.2%으로 낮으나 방송 매출은 전년대비 161% 증가하여 눈에 띄는 성장을 보임
- 홈쇼핑방송사(홈쇼핑PP, 데이터홈쇼핑)의 PP 내 매출비중은 2015년 52.2%까지 하락하였다가 데이터홈쇼핑의 매출증가로 2016년에 1.5%p 반등

[표 3] 홈쇼핑사업자의 방송채널사용사업자 내 방송매출 비중 추이

(단위: 억원)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
전체 PP	55,480	60,756	63,067	62,224	63,801	3.6%
홈쇼핑PP	30,288	34,145	34,728	32,506	34,264	3.1%
	54.6%	56.2%	55.1%	52.2%	53.7%	-
TV홈쇼핑	30,286	34,063	34,438	31,972	32,869	2.1%
	54.6%	56.1%	54.6%	51.4%	51.5%	-
데이터홈쇼핑	2	83	290	533	1,395	419.8%
	0.003%	0.1%	0.5%	0.9%	2.2%	-

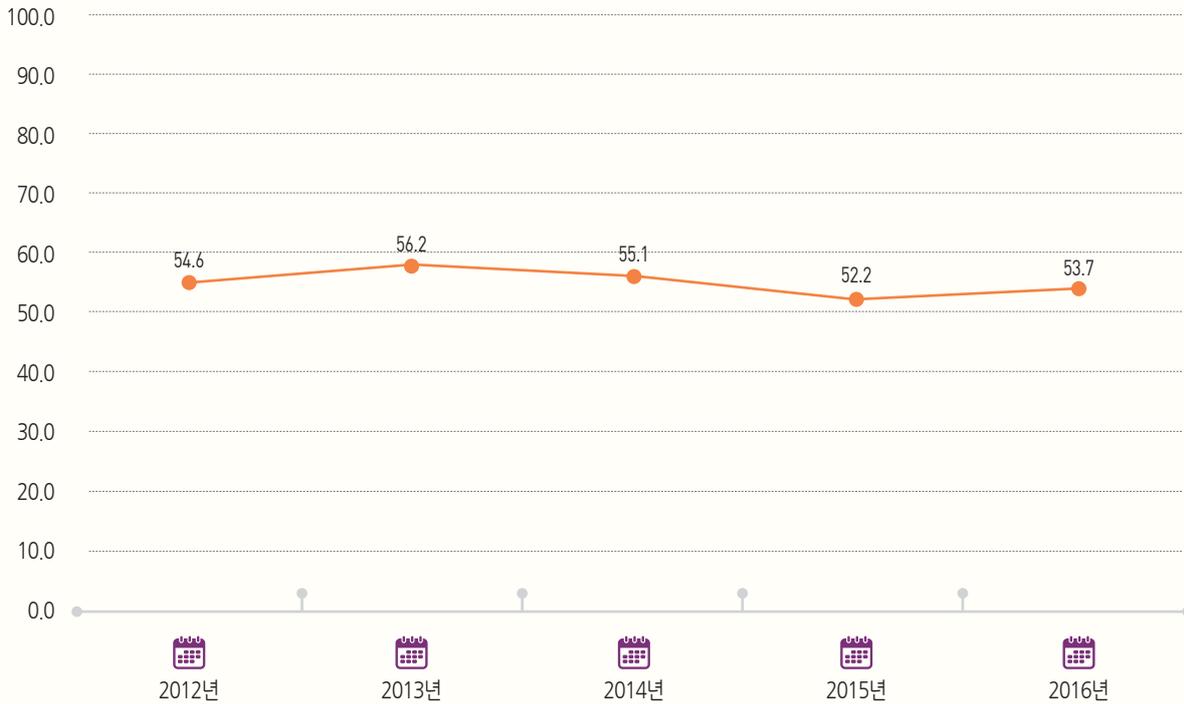
주1. %는 전체 PP 대비 방송매출 비중

주2. 2015년 일부 TV홈쇼핑방송사들이 데이터 홈쇼핑 채널을 런칭하면서 2015년과 2016년에 데이터홈쇼핑 매출이 포함

주3. 에스케이브로드밴드(주)는 데이터홈쇼핑과 IPTV사업을 겸업하여 방송매출이 분리되지 않아 제외

자료: 2012~2015년 수치는 연도별 미래창조과학부·방송통신위원회『방송산업 실태조사』, 2016년 수치는 방송통신위원회『2016년 방송사업자 재산상황 공표집』에서 인용

[그림 1] 홈쇼핑방송사의 방송채널사용사업자 내 방송매출 비중 추이 (2012~2016) (단위: 분)



자료: 2012~2015년 수치는 연도별 미래창조과학부·방송통신위원회『방송산업 실태조사』, 2016년 수치는 방송통신위원회『2016년 방송사업자 재산상황 공표집』를 이용하여 계산

### III 홈쇼핑방송매출액 추이

- 홈쇼핑사업자의 방송매출은 대부분 홈쇼핑방송매출에서 발생되며, 인터넷과 모바일앱 등에서의 상품 판매 수익이나 수수료 수익은 기타매출에 포함됨
- 홈쇼핑PP의 홈쇼핑방송매출은 최근 5년간 연평균 2.2% 증가
- 2015년에 처음으로 TV홈쇼핑매출이 감소(-7.2%)하였으나 2016년에 엔에스홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 공영홈쇼핑의 매출이 증가에 기인하여 전년대비 2.8% 증가
- 2016년 기준 홈쇼핑방송매출은 씨제이오쇼핑이 가장 크나 최근 4년간 감소세를 보이며 경쟁사와의 격차가 감소되고 있음
- 2015년에 신규 채널의 진입이 많았던 데이터홈쇼핑방송사는 2015년 대비 2016년에 175.4% 증가

[표 4] 홈쇼핑사업자의 홈쇼핑방송매출 추이

(단위: 억원)

	2012	2013	2014	2015	2016	'15-'16 증감률	'12~'16 연평균 증감률
홈쇼핑방송 합계	30,153	34,145	34,728	32,532	34,410	5.8%	3.4%
홈쇼핑PP 소계	30,151	34,063	34,438	31,970	32,864	2.8%	2.2%
(주)씨제이오쇼핑	7,964	8,848	8,283	7,125	6,938	-2.6%	-3.4%
(주)지에스홈쇼핑	6,971	7,284	6,915	6,696	6,489	-3.1%	-1.8%
(주)우리홈쇼핑	5,265	6,081	6,583	6,047	6,114	1.1%	3.8%
(주)현대홈쇼핑	5,633	5,960	6,582	6,455	6,736	4.3%	4.6%
(주)엔에스쇼핑	2,302	2,677	3,105	3,245	3,582	10.4%	11.7%
(주)홈앤쇼핑	2,016	3,213	2,969	2,080	1,964	-5.6%	-0.7%
(주)공영홈쇼핑	-	-	-	322	1,041	223.4%	-
데이터홈쇼핑 소계	2	83	290	561	1,546	175.4%	433.3%
케이티하이텔(주)	2	78	261	413	678	64.1%	333.9%
(주)쇼핑엔티 (구 (주)아이디지털홈쇼핑)	-	5	29	63	265	320.7%	-
(주)신세계티비쇼핑	-	-	-	44	269	506.1%	-
(주)더블유쇼핑	-	-	-	13	128	879.9%	-
에스케이브로드밴드(주)	-	-	-	28	207	641.7%	-

자료: 2012~2015년 수치는 연도별 미래창조과학부·방송통신위원회『방송산업 실태조사』, 2016년 수치는 방송통신위원회『2016년 방송사업자 재산상황 공표집』에서 인용

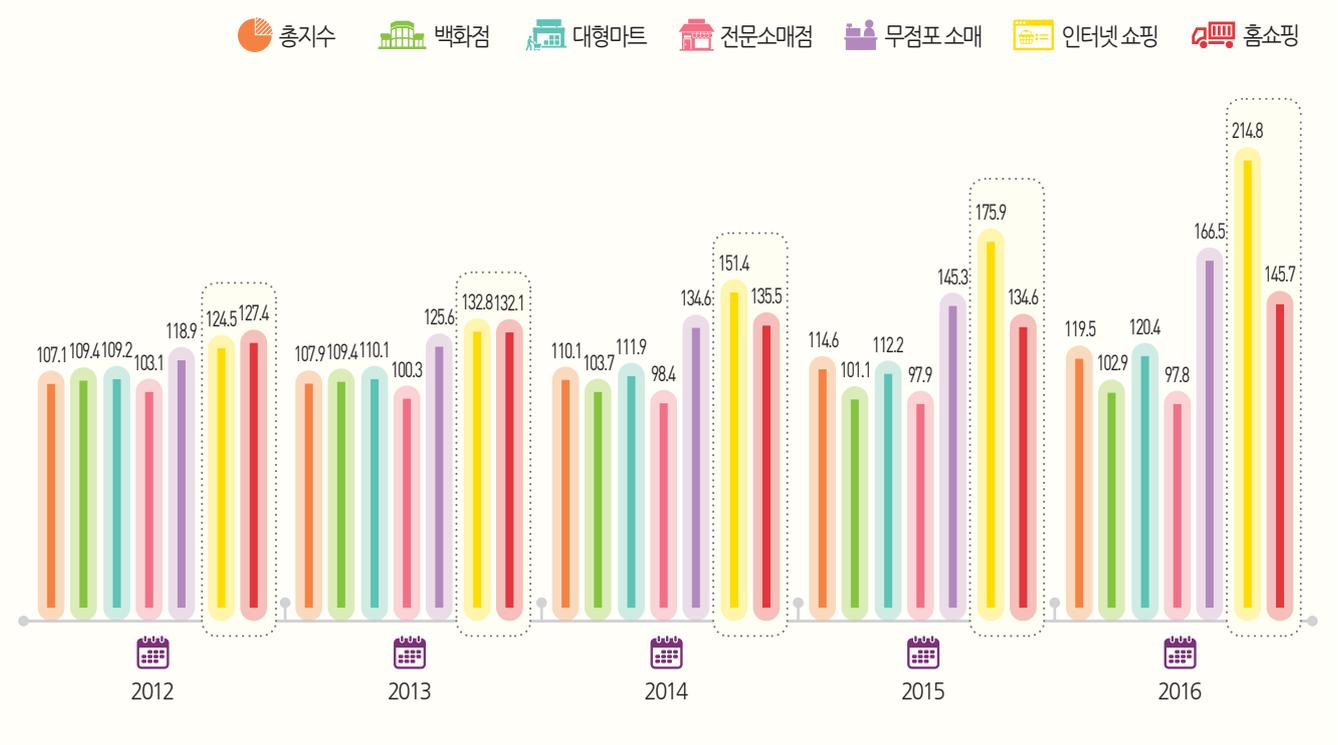
### III 소매업체별 판매액지수 추이

- 쇼핑 트렌드를 확인하기 위해 통계청 소매판매액지수<sup>1)</sup>를 살펴본 결과, 최근 5년간 총지수는 연평균 2.8% 성장하였으며, 무점포 소매 중 인터넷 쇼핑이 연평균 14.6%로 가장 크게 증가하였음
- 대형마트는 2.5% 성장하였으나 백화점과 전문소매점은 각각 1.5%, 1.3% 감소함
- 오프라인 매장의 판매규모가 감소하였으며, 가격비교와 구매가 편리한 인터넷 쇼핑 판매액이 증가하고 있음

1) 최종수요자에게 판매된 실적을 나타내는 지표로, 매월 실시하는 서비스업동향조사를 통하여 약 2,700개의 소매표본사업체를 조사한 것과 행정자료(관세청, 수입자동차협회, 한국석유관리원 등)를 이용하여 소매판매액지수를 작성 및 공표

[그림 2] 소매업체<sup>2)</sup>별 판매액지수 추이(2012~2016)

(단위: 2010=100, 불변지수)



자료: 통계청 서비스업동향조사(한국은행 경제통계시스템 다운로드: 2017.7.24.)

### III 온라인쇼핑 거래액 추이

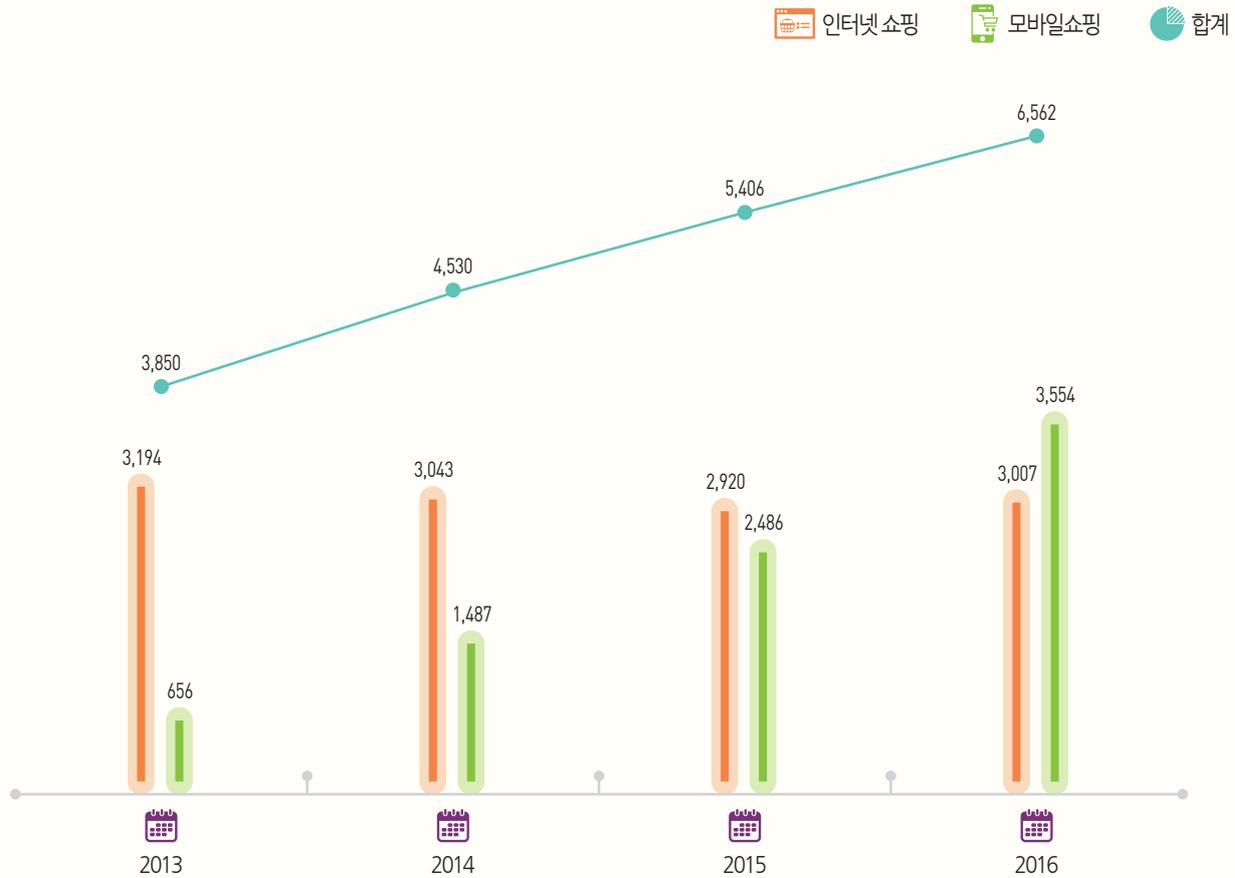
- 온라인쇼핑 거래액은 최근 4년간 연평균 19.5% 증가하여 2016년에 약 65조 6천억 원을 기록
- 인터넷쇼핑의 거래액은 최근 4년 연평균 2% 감소한 반면 모바일쇼핑은 75.6% 증가하여 2016년에 모바일쇼핑이 인터넷쇼핑 거래액을 넘어섬
- 간편결제, 앱 결제 등 간편한 모바일 결제수단이 등장하고 앱을 통해 쇼핑 정보에 대한 접근성이 높아져, 쇼핑 트렌드가 구매방식이 편리한 모바일 중심으로 이동한 것으로 보임

#### 2) \*소매업체 정의

- 백화점: 단일 경영체제하에 매장면적이 3,000㎡이상이고, 주된 취급품목없이 다수의 매장으로 구축된 판매시설을 갖추고 의류, 가구, 귀금속, 식료품 등 각종 상품을 종합적으로 소매하는 점포
- 대형마트: 대형매장(백화점 제외)을 갖추고 식료품, 의류 등의 각종 유형의 상품을 판매하는 종합소매점
- 전문소매업: 일정한 매장을 갖추고 특정상품을 전문적으로 판매하는 소매점
- 인터넷쇼핑: 컴퓨터 통신망을 이용하여 상품을 판매하는 가상소매점
- 홈쇼핑: 홈쇼핑방송채널을 통해 상품을 판매

[그림 3] 온라인쇼핑 거래액 추이(2013~2016)

(단위: 백억 원)

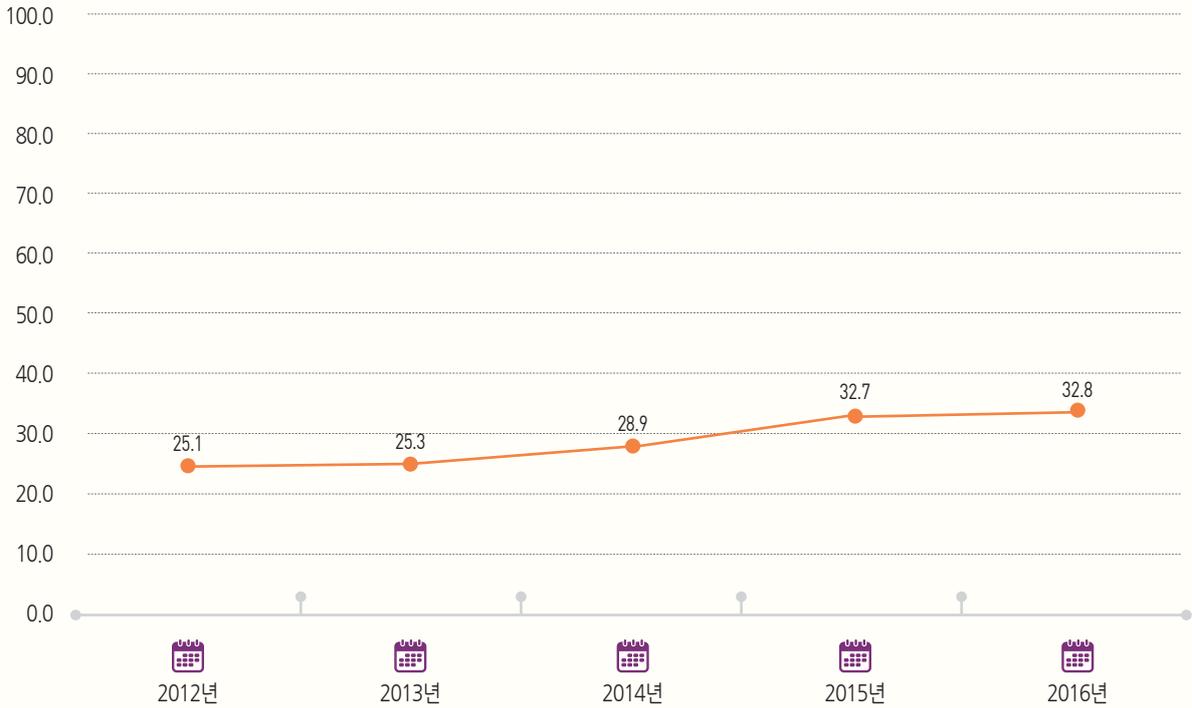


주. 모바일쇼핑 거래액은 모바일 기기에 최적화 된 모바일 앱 또는 웹을 통해 쇼핑물에 접속한 소비자가 거래한 금액  
 자료: 통계청 온라인쇼핑동향조사(국가통계포털 자료다운로드: 2017.7.11.)

### III TV홈쇼핑의 기타매출 추이

- TV홈쇼핑방송사들은 자사 인터넷 홈페이지, 모바일 앱, OTT방송 등을 통해 상품판매를 병행하고 있음
- TV홈쇼핑방송사의 인터넷이나 모바일 앱 등에서의 상품 판매분이 포함된 기타매출(기타방송매출포함)은 2012년 1조 152억 원에서 2016년 1조 6,063억 원으로 연평균 12.2% 증가
- TV홈쇼핑 전체매출 내 기타매출의 비중은 2012년 25.1%에서 점차 증가하여 2016년에 32.8%를 차지
  - ※ 기타 매출이 인터넷과 모바일 앱에서 판매액뿐 아니라 방송과 상품판매 외 매출을 포함하므로 해석에 주의가 필요
- 홈쇼핑방송사들은 홈쇼핑방송 중 모바일 앱을 통한 상품 구매시 혜택을 제공하고, 방송 외에도 홈페이지나 전용 앱을 통해 상품을 판매하는 등 온라인 매체뿐 아니라 모바일 부문 판매가 기타매출액 성장에 영향을 미친 것으로 보임

[그림 4] TV홈쇼핑의 전체 매출 내 기타매출(기타방송매출 포함) 비중 추이 (단위: %)



주. 데이터홈쇼핑의 경우 다른 인터넷 사업과 겸업하는 사례가 많아 제외  
 자료: 2012~2015년 수치는 연도별 미래창조과학부·방송통신위원회『방송산업 실태조사』, 2016년 수치는 방송통신위원회『2016년 방송사업자 재산상황 공표집』를 이용하여 계산

### III 결어

- 홈쇼핑방송사(TV홈쇼핑, 데이터홈쇼핑)의 방송매출은 2014년에 3조 4,728억 원으로 정점을 기록하였으나 2015년에 처음으로 하락하면서 방송 중 상품을 전화로 판매하는 전형적인 홈쇼핑방송의 매출구조가 변화될 것으로 보임
- 2015년에 데이터홈쇼핑채널 수가 증가로 디지털 방송에 기반한 양방향 쇼핑 환경이 조성되면서 데이터홈쇼핑 사업자의 방송매출이 2016년 기준 1,395억 원으로 전년대비 약 162% 증가
- 데이터홈쇼핑을 통해 리모콘으로 원하는 상품정보를 추가적으로 확인하여 상품 구매가 가능한 방식이 더해져 홈쇼핑방송 산업이 활기를 띠 것으로 예상됨
- 소비자들의 상품 구매 행태가 오프라인에서 온라인으로 이동하고, 특히 모바일 쇼핑 시장이 확대되면서, 홈쇼핑방송도 마찬가지로 모바일을 통한 판매매출이 증가할 것으로 보임
- 홈쇼핑방송사업자들은 모바일 판매 전략을 강화뿐 아니라 오프라인 매장 운영, PB 상품 출시, 해외 채널 런칭 등 사업을 다각화하고 있어(조선비즈, 2017.7.24.), 홈쇼핑방송 산업에 새로운 변화가 일어날 것으로 기대

### III 참고자료

- 미래창조과학부 · 방송통신위원회 (2016), 『2016년 방송산업 실태조사』.
- 미래창조과학부 · 방송통신위원회 (2015), 『2015년 방송산업 실태조사』.
- 미래창조과학부 · 방송통신위원회 (2014), 『2014년 방송산업 실태조사』.
- 미래창조과학부 · 방송통신위원회 (2013), 『2013년 방송산업 실태조사』.
- 방송통신위원회 (2017), 『2016년 방송사업자 재산상황 공표』.
- 조선비즈 (2017. 7. 24) 《TV 밖으로... 홈쇼핑 채널의 무한변신》.  
[http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2017/07/23/2017072302251.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/07/23/2017072302251.html)
- 통계청 서비스업동향조사(한국은행 경제통계시스템(<http://ecos.bok.or.kr/>) 자료다운로드: 2017. 7. 24)
- 통계청 온라인쇼핑동향조사(국가통계포털(<http://kosis.kr/index/index.jsp>) 자료다운로드: 2017. 7. 11)
- 한국 T커머스협회 홈페이지 <http://www.kotca.org/>

# KISDI STAR

## REPORT **목록**

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

발간번호	제목	저자	발간일
17-13호	스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성	오윤석	2017-07-15
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

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30
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	정 혁	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

## 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