

KISDI STAT

REPORT

2017. 8. 31 / Vol. 17-16


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.

1인 가구의 유료방송 이용 실태

김상우
 연구원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)이 매년 수행하고 있는 ‘방송매체 이용행태 조사’는 방송통신위원회가 주관하는 국가승인통계로 TV수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 그 결과를 ‘방송매체 이용행태 조사’보고서로 제공하고 있음
- ‘방송매체 이용행태 조사’는 2000년 『TV 시청행태 연구』라는 명칭으로 제1회 조사 실시를 실시하였고 2016년의 경우 전국의 4,366가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 가구7,385명을 대상으로 조사함
- 최근 1인 가구가 증가하는 형태로 가구유형이 변화하고 있으므로, 1인 가구를 중심으로 각 가구유형별 미디어 이용행태를 분석하고자 함
- 본 리포트는 ‘2016년 방송매체 이용행태 조사’결과 중에서 1인 가구의 유료방송 이용행태에 대해 분석함

1인 가구의 비중 및 응답자 특성

- 2016년 방송매체이용행태 조사결과에 따르면 1인 가구의 수는 전체 4,366가구 중 1,170 가구로, 26.8%의 비중으로 전체 가구의 1/4 이상을 차지하며 2세대 가구에 이어 높은 비중을 보였음

[그림 1] 가족 구성 비율

(N = 전체응답자, %)



주1) 1세대 가구 : 부부, 부부+형제자매, 가구주+형제자매 등,
 2세대 가구 : 부부+자녀, 부+자녀, 모+자녀, 부부+부모 등,
 3세대 가구: 부부+자녀+부모, 부부+자녀+손자녀 등,

- 1인 가구의 응답자 특성을 살펴보면, 연령대별로는 60대 이상이 30.8%로 가장 많았으며, 소득별로는 100만원 이하가 46.5%로 가장 많았음

[표 1] 1인 가구 응답자 분포

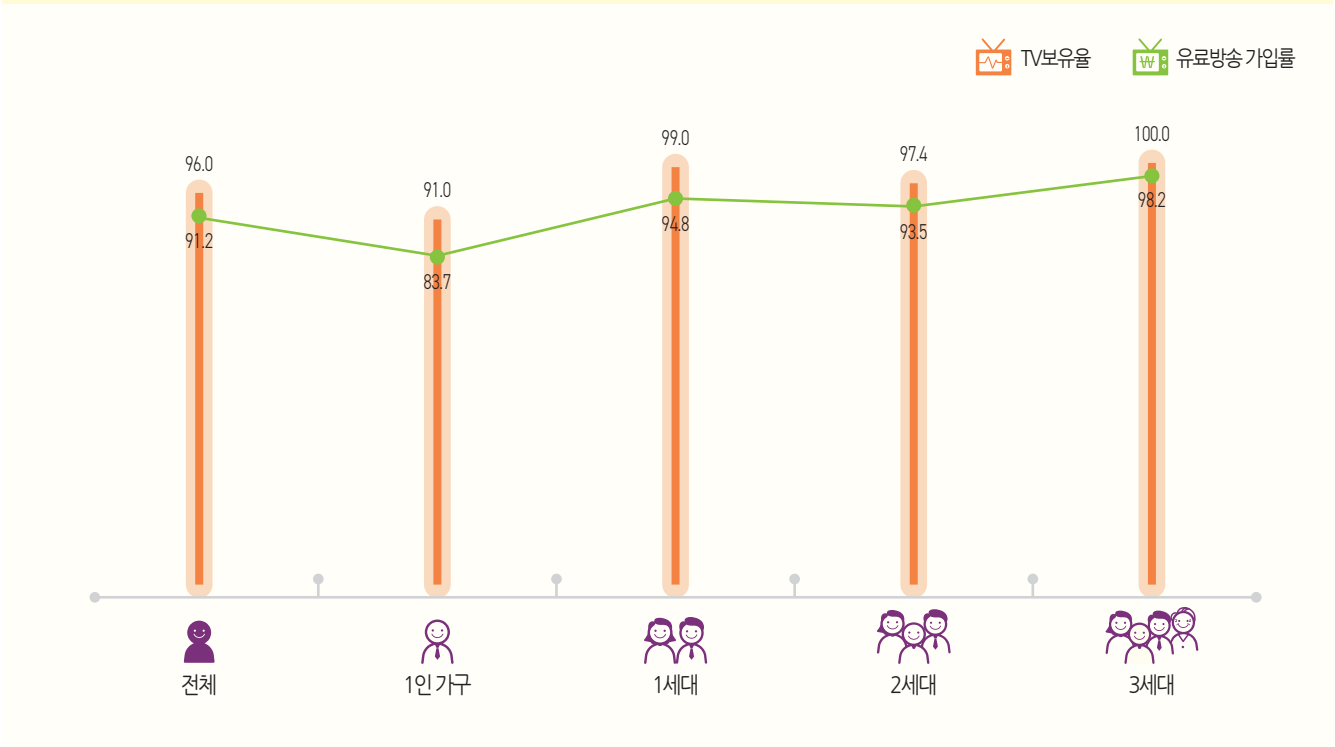
(단위: %)

구분		1인 가구 분포	
		사례수	%
전체		1,170	100.0
성별	남성	529	45.3
	여성	640	54.7
연령	20대 이하	262	22.4
	30대	162	13.8
	40대	163	13.9
	50대	222	19.1
	60세 이상	360	30.8
직업	사무직	188	16.0
	서비스/판매직	237	20.3
	생산직	206	17.6
	학생	121	10.3
	주부	283	24.2
	무직	121	10.3
	기타	15	1.3
소득	100만원 미만	544	46.5
	100-199만원	253	21.6
	200-299만원	268	23.0
	300-399만원	65	5.5
	400만원 이상	14	1.2
	무응답	26	2.2
거주지	서울	235	20.1
	경기/인천	274	23.4
	대전/충청/세종	177	15.1
	광주/전라/제주	141	12.1
	부산/울산/경남	149	12.7
	대구/경북	138	11.8
	강원	56	4.8

가구유형별 TV보유율과 유료방송 가입률

- TV보유율의 경우 1인 가구가 91%로 가장 낮았으며 1세대(99%), 2세대(97.4%), 3세대(100%)가구는 1인 가구와 큰 차이로 높은 보유율을 보임. 1인 가구를 제외한 가구유형에서 대부분 TV를 보유하는 것으로 나타남
- 1인 가구의 유료방송 가입률은 83.7%로 1세대(94.8%), 2세대(93.5%), 3세대(98.2%) 가구보다 낮은 모습을 보였으며 1인 가구의 TV보유율과 유료방송 가입은 전체적으로 낮은 모습을 보임

[그림 2] 가족구성에 따른 TV보유율 및 유료방송 가입률 (단위: %)



1인 가구 유료방송 가입추이

- 2012년에 비해 2016년의 경우 전체 유료방송 가입률은 소폭 증가한 가운데 1인 가구의 유료방송 가입률은 지난 5년에 걸쳐 전체 가구의 유료방송 가입률보다 낮은 비중을 보였음

[그림 3] 유료방송 가입률 추이(전체, 1인 가구)

(단위: %)



1인 가구의 연령별 TV보유율과 유료방송 가입률

- 1인 가구의 TV 수상기 보유율은 91.0%이며, 20대 이하와 30대는 보유율이 80% 내외로 30대 이하 가구에서 낮은 비중을 보임
- 연령별 1인 가구의 유료방송 가입률은 30대 1인 가구가 66.4%로 가장 낮으며, 40대 1인 가구가 93.0%로 가장 높음
- 세대별로 TV보유율과 유료방송 가입률이 비례하는 모습을 보이나 60대 이상의 경우 TV보유율은 가장 높은 반면 유료방송 가입률은 40대, 50대 다음으로 높은 모습을 보여 TV보유에 비해 가입률이 높지 않았음

[그림 4] 1인 가구 연령대별 TV보유율 및 유료방송 가입률

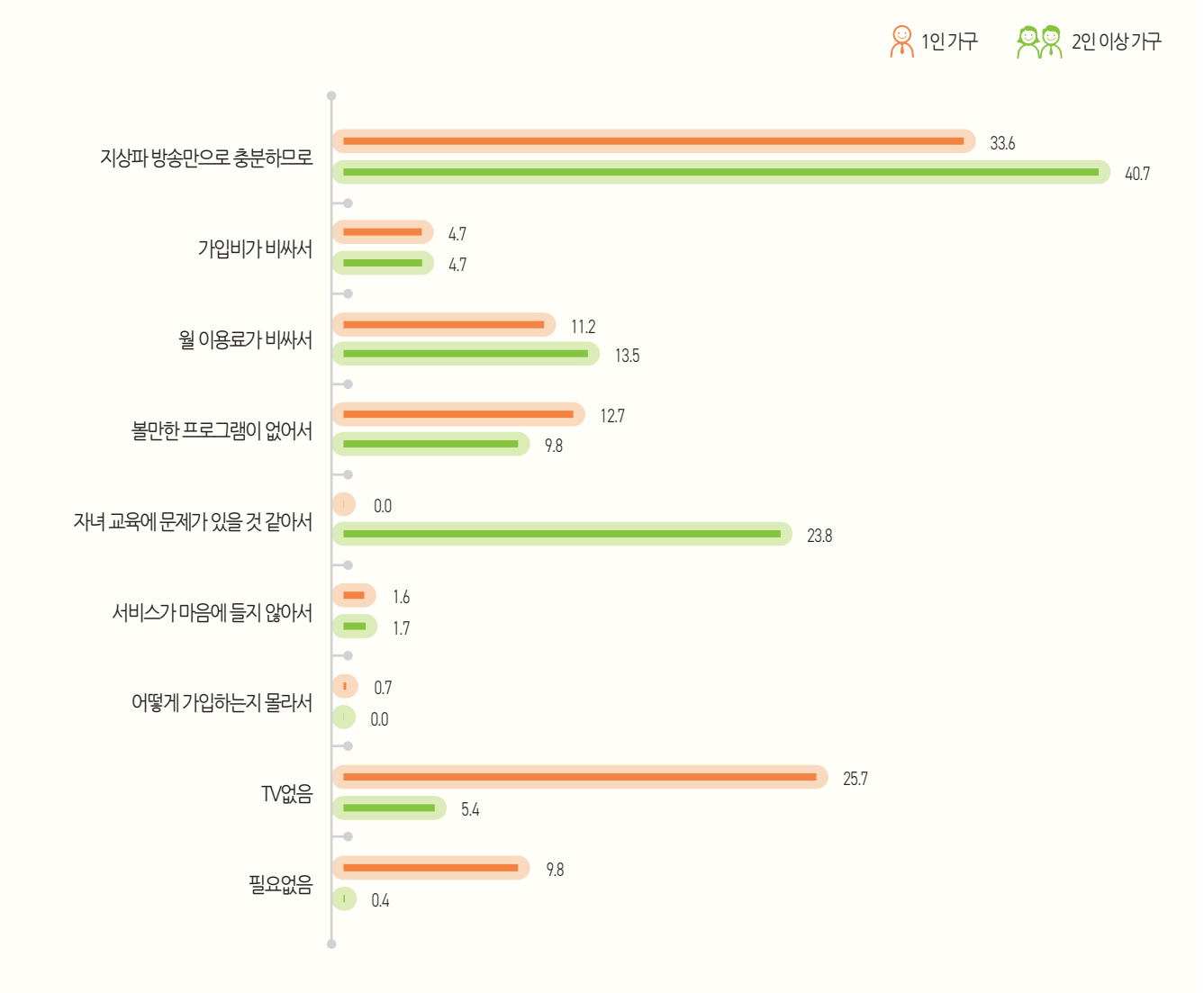
(N = 1인 가구주 1,170명, 단위: %)



III 가구별 유료방송 비이용 이유

- 유료방송을 이용하지 않는 이유로 공통적으로 지상파 방송만으로 충분하다는 응답이 가장 많았음
- 1인 가구의 경우 'TV없음'(25.7%), '필요없음'(9.8%)의 응답이 지상파 방송만으로 충분하다는 응답 다음으로 많았으나 2인 이상 가구의 경우 '자녀 교육에 문제가 있을 것 같아서'(23.8%)의 응답이 뒤를 이었음

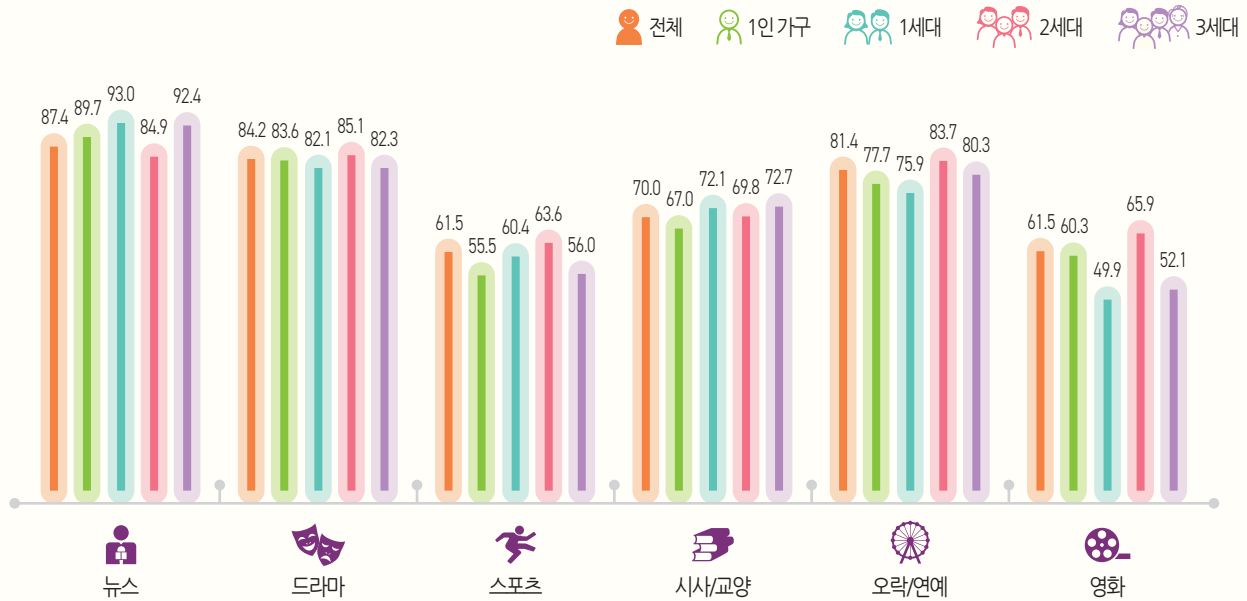
[그림 5] 유료방송을 이용하지 않는 이유 (단위: %)



III 가구유형별 유료방송 가입자의 시청 프로그램 유형

- 시청한 유료방송 프로그램 유형은 가구유형에 관계없이 공통적으로 뉴스가 가장 높았으며, 드라마, 오락/연예가 뒤를 이어 높았음
- 1인 가구는 뉴스의 경우 전체평균보다 높은 비중을 보였으나 그 외 프로그램 유형에서는 낮은 비중을 보였음. 영화의 경우 1인 가구가 2세대 가구 다음으로 높은 비중을 보이며 상대적으로 타 가구에 비해 이용이 높았음

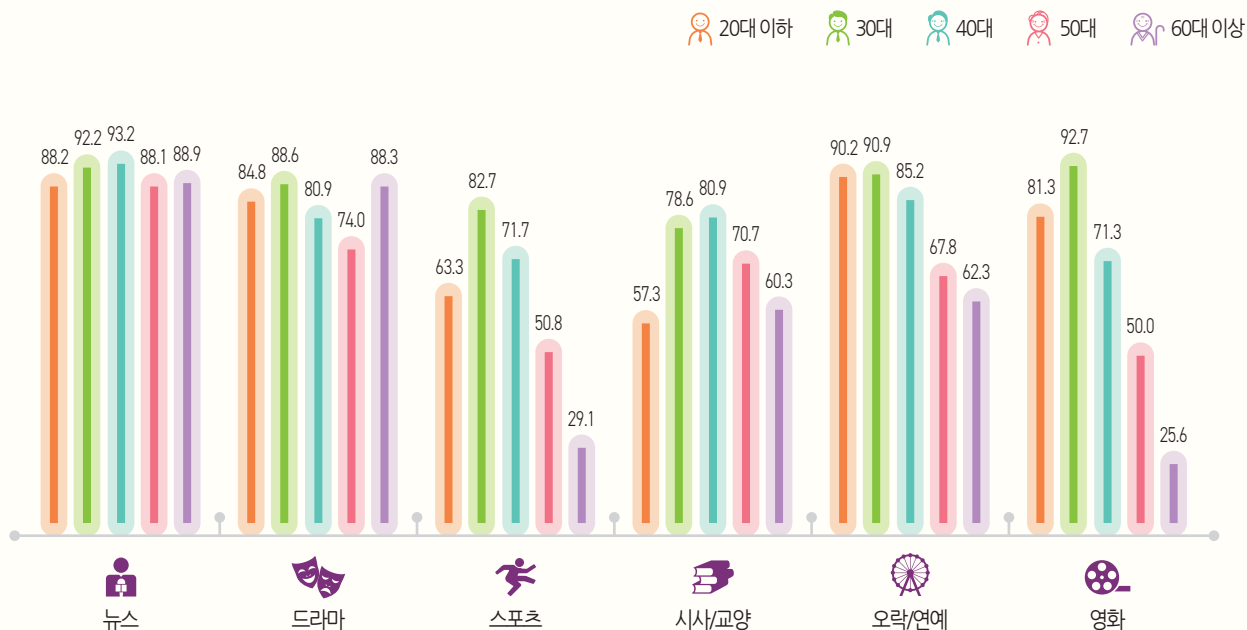
[그림 6] 유료방송 가입 가구별 시청 프로그램 유형(중복응답) (단위: %)



1인 가구 유료방송 가입자 연령별 시청 프로그램 유형

- 1인 가구의 연령별 시청 프로그램 유형은 뉴스의 경우 전 연령층에서 높은 비중을 보였음. 30대는 드라마, 스포츠, 오락/연예, 영화에서 가장 높은 비중을 보였으며 40대는 뉴스, 시사/교양에서 가장 높은 비중을 보임

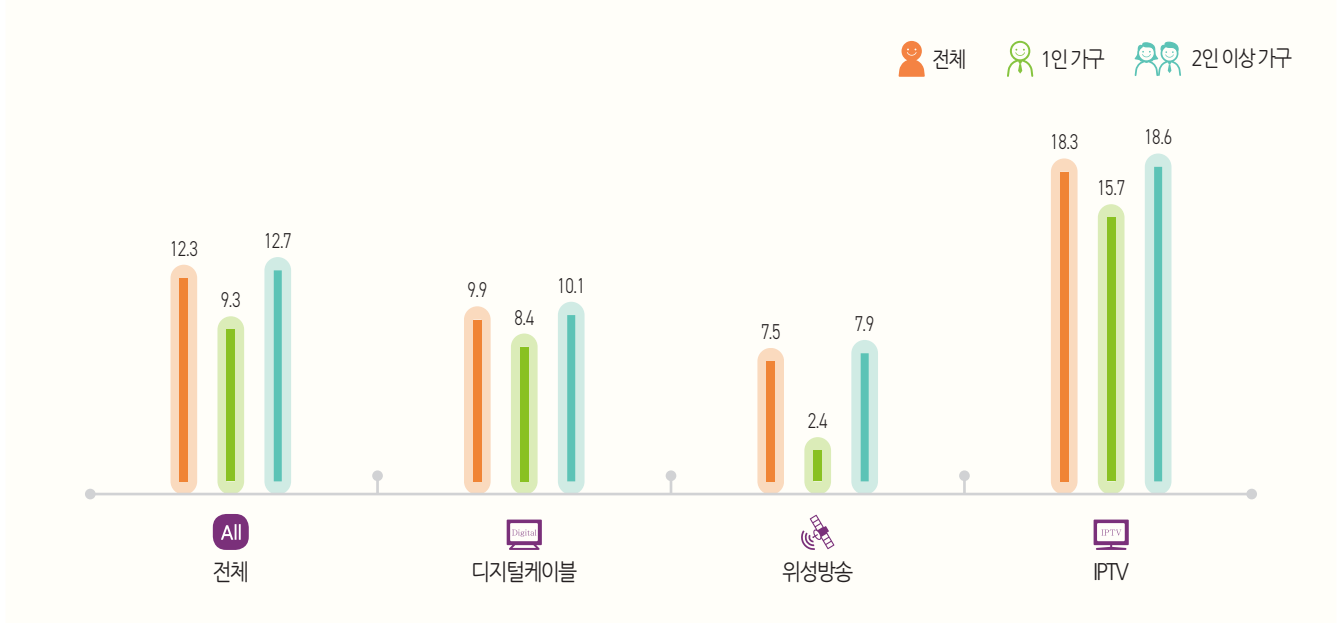
[그림 7] 1인 가구 유료방송 가입자 연령별 시청 프로그램 유형(중복응답) (단위: %)



III 유료방송 가입자별 VOD서비스 이용률 및 가구별 VOD 이용시간, 편수

- 1인 가구의 경우 VOD서비스 이용 비율이 2인 이상 가구에 비해 낮은 비중을 보였으며 매체별로는 IPTV 서비스에서 VOD를 이용하는 비중이 높은 모습을 보임

[그림 8] 가입자별 유료방송 VOD서비스 이용률 (단위: %)



주. 2016년 이용률은 유료방송을 전혀 이용하지 않는 사람을 제외한 응답자 기준으로 산출함

- 1인 가구의 VOD 이용편수에 있어서 월 평균 3.3편으로 2인 이상 가구 4.4편에 비해 이용 편수에서 낮은 모습을 보임

- 하루평균 이용시간에서 1인 가구의 평일 VOD 이용 시간은 54분으로 2인 이상 가구(56분)에 비해 2분 낮았으나 주말 이용에 있어서 88.4분으로 2인 이상 가구(75.1분)에 비해 13분 가장 많은 것으로 나타나 VOD를 이용하는 1인 가구주의 주말 VOD몰입도는 높은 것으로 판단됨

[표 2] 가구별 유료방송 VOD서비스 이용시간 및 이용편수(이용자 평균) (단위 : 분, 편)

연령	유료방송 VOD서비스 이용시간 및 이용편수		
	하루평균 이용시간(주중)	하루평균 이용시간(주말)	월 평균 이용편수
전체	55.8	76.2	4.3
1인 가구	54.0	88.4	3.3
2인 이상 가구	56.0	75.1	4.4

- 1인 가구의 VOD서비스 이용률은 낮았으나 주말 이용시간이 13분 이상 높은 모습을 보여 VOD를 이용하는 1인 가구주의 VOD 이용몰입도는 많은 것으로 보여짐

III 요약 및 시사점

- 2016년 방송매체이용행태조사 결과 1인 가구의 수는 전체의 1/4 이상을 차지하며 2세대 가구에 이어 가장 많은 가구형태로 나타남
- 1인 가구의 분포에 있어서 여성이 남성보다 9.4%p 높았으며 60대 이상의 연령층(30.8%)과 소득기준 100만원 이하(46.5%)의 비중이 높았음
- 유료방송 가입률의 경우 2인 이상 가구는 90% 이상의 비중을 보인 반면 1인 가구는 타 가구보다 10%p 가까이 낮은 비중을 보였으며 1인 가구 중에서도 20~30대의 TV보유율과 유료방송 가입률이 가장 낮은 비중을 보임
- 시청 프로그램 유형은 세대별 공통적으로 뉴스, 드라마, 오락/연예 순으로 높았으며 1인 가구의 경우 뉴스를 제외한 프로그램에서 평균보다 낮은 비중을 보였으며 연령별 시청유형으로는 30대가 뉴스, 시사/교양을 제외한 부문에서 가장 높은 시청 비중을 보임
- VOD의 경우 1인 가구의 서비스 가입이 타 가구에 비해 낮았으나 이용에 있어서 주말 이용시간이 2인 이상 가구보다 많게 나타나 주말 VOD의 이용몰입도는 높음을 시사

KISDI STAT

REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAT 홈페이지

에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
17-15호	유료방송사업자 방송사업매출 및 유료VOD수신료매출 추이 분석	노희윤	2017-08-15
17-14호	통계로 보는 흡소핑방송 환경의 변화	이선희	2017-07-31
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

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

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
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	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
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 지점 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

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