

KISDI STAT

REPORT

2018. 9. 15 / Vol. 18-17

 **정보통신정책연구원**
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실 연구자 및 산학연 전문가들이 참여하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 인터넷, 모바일 이용행태 차이 분석

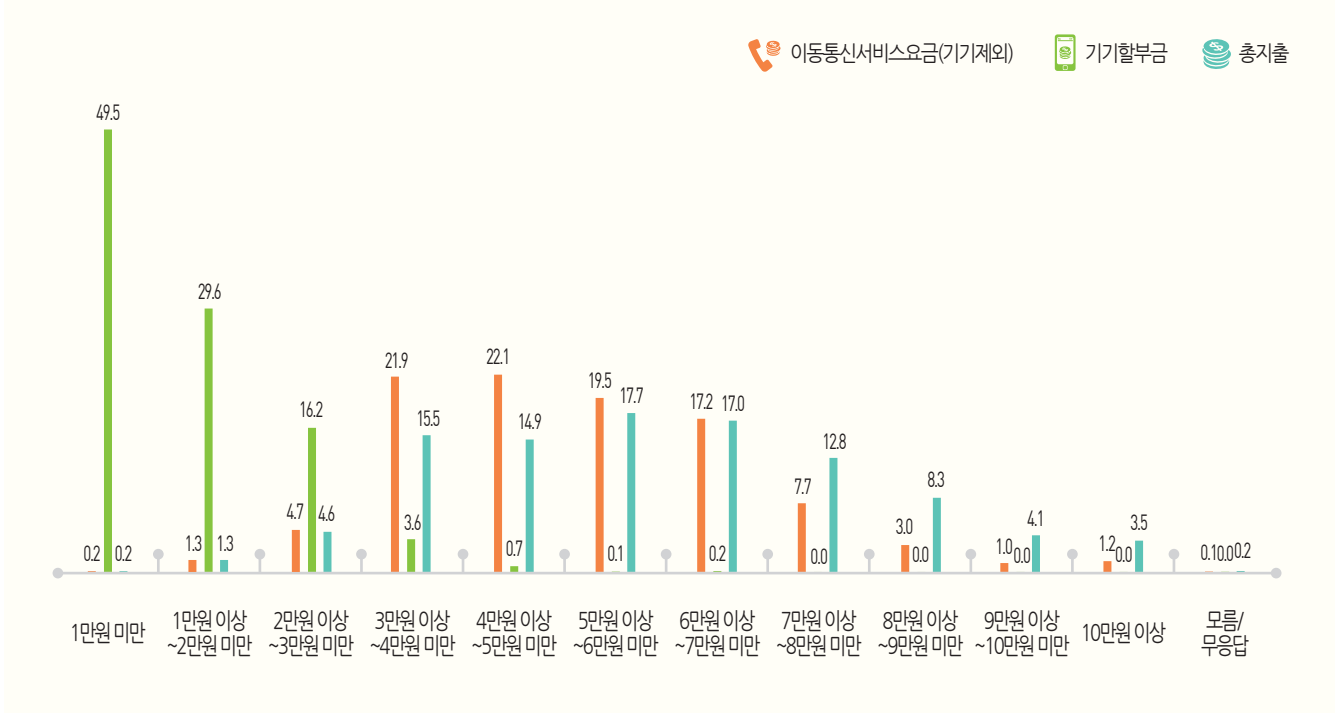
김성중
충남대학교 언론정보학과 강사

III 분석데이터와 분석목적

- 이동통신서비스 요금제에 따른 데이터 용량 크기는 이용자들의 모바일을 통한 인터넷 이용에 영향을 끼칠 수 있음
- 이 글은 정보통신정책연구원이 2017년 실시한 한국미디어패널조사의 자료를 이용하여 이동통신서비스 요금수준에 따라 블로그, SNS, 인터넷상의 여론 활동 참여 등의 온라인 활동, 온라인 콘텐츠 이용 등에서 차이가 나는지를 알아보고자 함
- 여기에서의 분석은 요금제에 따른 데이터 용량 제한이 스마트폰 이용자들의 인터넷, 모바일 활용에 어떤 차이를 불러오는가를 추정하기 위한 것이므로 분석 대상을 스마트폰 이용자들로 제한함

III 월 이동통신서비스요금 지출 분포

[그림 1] 월 이동통신서비스요금 지출 분포



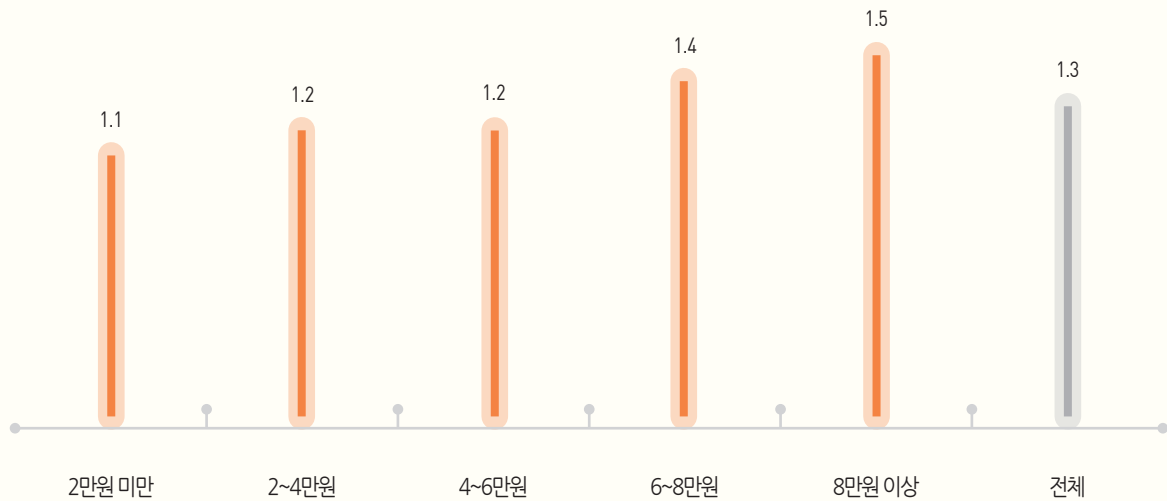
- 응답자들의 월별 이동통신서비스 지출금액은 평균 50,857원이었으며, 기기할부금은 평균 9,794원임. 월별 총 이동통신지출규모는 60.651원임¹⁾
- 월 2만원 이하 요금을 지불하고 있는 이들은 전체의 1.5%임. 현재 요금제 중 보편요금제가 제공하는 월간 무료데이터 1GB를 사용하려면 최소 3만원이상 요금제에 가입하여야 하는데, 응답자중 월 3만원미만 요금제 가입자는 전체의 6.2%임
- 기기할부금은 2만원 미만 지출이 전체의 79.1%를 차지함

1) 미디어패널 조사에서 파악된 평균 이동통신서비스 지출금액은 실제 이동통신사들 ARPU와는 차이가 있음. 참고로 조사시기에 해당하는 2017년 2분기 이동통신 3사의 ARPU는 SKT 34,934원, KT 34,554원, LGU+ 35,743원임(파이낸셜뉴스, 2018년 7월 30일)

III 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 온라인 활동

- 이동통신서비스요금 지출에 따라 온라인 카페/동호회/클럽 활동, 인터넷 뉴스나 토론게시판에 댓글을 쓰거나 다는 행위, 온라인 투표, 추천, 평점 주기, 지식in이나 위키피디아와 같은 인터넷 지식서비스에 질문을 하거나 답변하는 행위, SNS 활동 등에서의 차이는 아래 그림과 같음

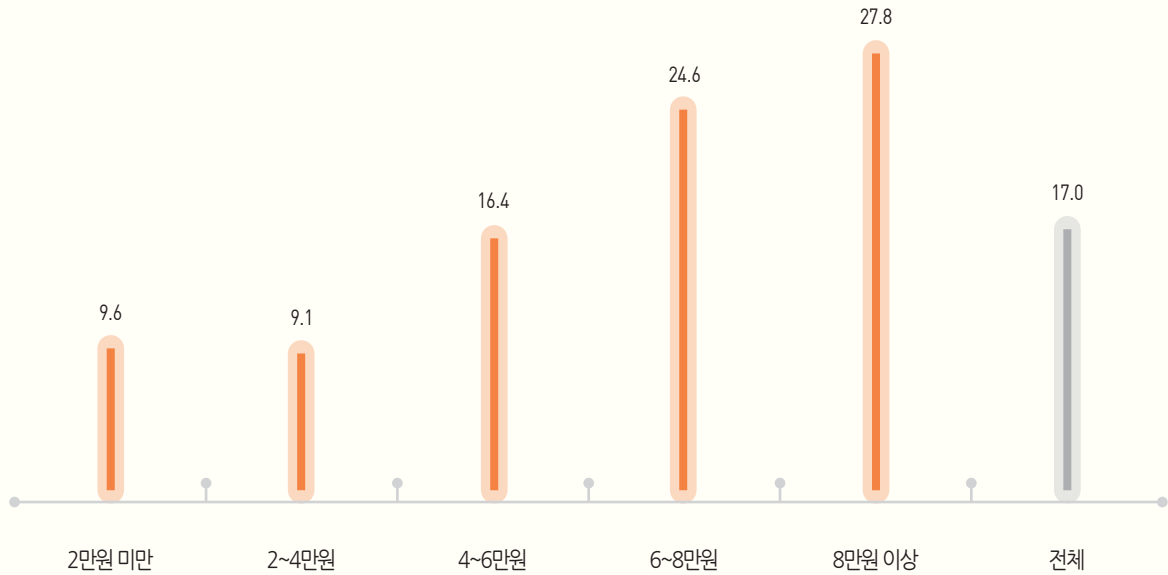
[그림 2] 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 온라인활동 차이



- 온라인활동점수는 위에서 열거한 활동들에 대해 ‘거의 하지 않음’(1점)부터 ‘거의 매일’(6점)까지 6점 리커드 척도로 구성된 질문에 대한 응답들의 평균임
- 월 통신지출이 많아질수록 온라인 활동이 활발해지는 경향을 보임. 가장 활발한 활동을 하는 집단은 8만원 이상 지출하는 집단(평균 1.50)으로 가장 활동이 저조한 2만원 미만(평균 1.10)과 0.4의 차이를 보임. 절대적인 점수 차이는 크지 않으나 대부분의 집단 간 온라인활동점수에서 통계적으로 유의미한 차이를 보임. 단, 이동통신서비스 지출이 가장 적은 두 집단인 1집단(2만원 미만)과 2집단(2만원 이상~4만원 미만) 간 차이는 유의미하지 않음. 즉, 이동통신서비스 지출이 가장 적은 두 집단 간에는 차이가 없고, 이 두 집단과 나머지 집단 간에는 차이가 나타남

III 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 온라인 콘텐츠 이용

[그림 3] 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 콘텐츠지출액 (단위: 천원/월)



- TV프로그램 감상, 동영상 또는 영화 감상, 교육관련 콘텐츠, 음악, 게임 등의 온라인 콘텐츠 이용에서 차이는 과거 3개월간의 월별 지출금액으로 비교함
- 지난 3개월간 콘텐츠를 유료로 사용한 적이 있는 응답자 비율은 종류를 막론하고 10%를 넘지 않음. 종류와 상관없이 단 한 번이라도 지출한 적이 있는 응답자 비율은 불과 11.6%임
- 온라인 활동과 유사하게 월 4만원 미만으로 지출하는 이들과 그 이상 지출하는 이들 간에는 온라인 콘텐츠 지출규모에서 차이를 보임. 단 2만원 이상~4만원 미만으로 지출하는 집단과 6~8만원 이상, 8만원 이상 지출하는 집단 간 차이만 통계적으로 유의미한 것으로 나타남

III 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 전자상거래 이용

- TV홈쇼핑을 포함한 전자상거래 경험 유무를 비교해 보면, 월별 지출이 많아질수록 가파르게 유경험자 비율이 늘어나는 것을 알 수 있음. 6만~8만원 집단과 8만원 이상 지출 집단간에는 차이가 없음

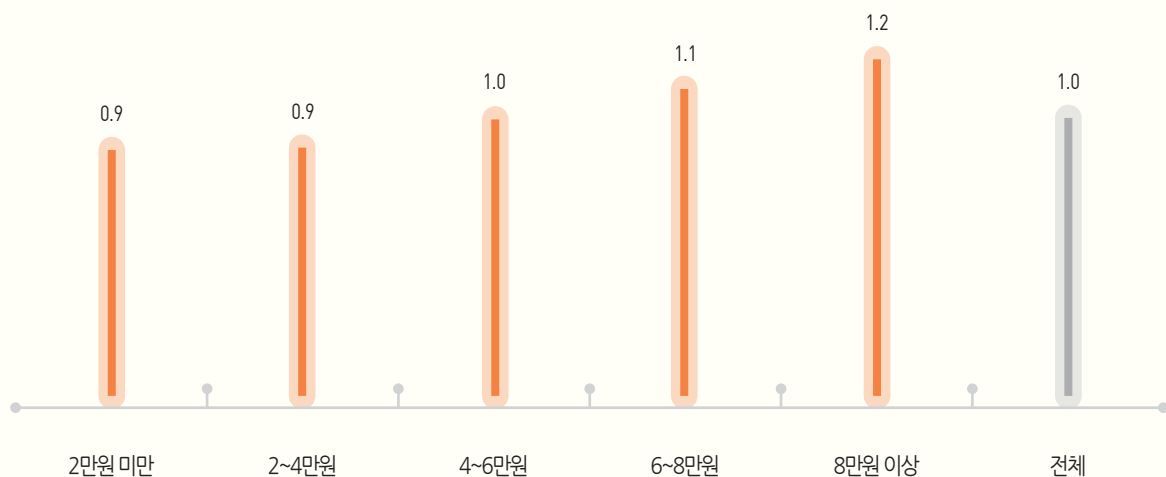
[표1] 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 전자상거래 경험 비교

(단위: 명, %)

구분		2만원미만	2~4만원	4~6만원	6~8만원	8만원이상	전체
경험있음	빈도	27	808	1,568	1,151	245	3,799
	비율	27.8	46.5	57.9	70.9	70.8	58.3
경험없음	빈도	70	930	1,142	473	101	2,716
	비율	72.2	53.5	42.1	29.1	29.2	41.7
전체	빈도	97	1,738	2,710	1,624	346	6,515
	비율	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 단순한 전자상거래 경험 유무를 넘어 국내온라인쇼핑몰, 해외직구, 개인간 거래 등 각 세부유형별 경험 유무 점수를 합산, 척도화하여 비교함. TV홈쇼핑은 이동통신서비스 이용과 관계가 없으므로 두 번째 비교에서는 포함하지 않음
- 전자상거래에 대한 경험도 이동통신서비스요금 지출 규모에 따라 다른 것으로 나타났으며, 지출이 많을수록 보다 활발하게 전자상거래를 이용하는 것으로 나타남. 특히, 집단 2, 3과 집단 4, 5간 차이는 통계적으로도 유의미. 집단 1이 다른 집단과 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않는 것은 집단의 크기가 상대적으로 너무 작은 데서 기인하는 것으로 추정됨. TV홈쇼핑을 포함할 경우에도 유사한 패턴을 보이거나, 차이가 줄어드는 것으로 나타남

[그림 4] 이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 전자상거래경험차이(3점 만점)



시사점

- 한국인들은 월 평균적으로 약 5만원의 이동통신서비스요금 지출하고 있으며, 기기할부금까지 포함 약 6만원을 이동전화 사용에 지출하고 있는 것으로 나타남. 이는 다른 조사에서 보고된 바와 유사한 수준임
- 이동통신서비스요금 지출 수준에 따라 온라인 활동에서 크게 차이가 나는 것으로 나타남. 전자상거래 경험 또한 이동통신서비스요금 지출이 많을수록 활발한 것으로 분석됨
 - ※ 과학기술정보통신부(2018)에 의하면 만 3세 이상 한국 인터넷 이용자의 99.4%가 무선인터넷을 이용하는 것으로 나타났으며, 모바일을 이용한 인터넷쇼핑(90.6%), 인터넷뱅킹(90.5%)이 유선을 이용한 비율(각각 65.2%, 55.6%)을 크게 추월하고 있음. 충분한 양의 모바일 데이터가 제공되지 않는 요금제는 사용자들의 온라인 활동에 제약으로 작용할 수 있음을 시사함
- 온라인 콘텐츠 이용 또한 지출금액으로 비교할 경우, 이동통신서비스요금 지출 수준에 따라 확대되는 경향을 보임. 그러나 유료 콘텐츠 이용자의 비중이 전반적으로 상당히 낮아 모바일 데이터의 부족으로 인한 제약 때문만으로 보기는 힘들며, 다른 원인(유료 콘텐츠 이용에 대한 거부감, 전송 속도, 모바일 기기의 제한된 인터페이스 등) 또한 영향이 있는 것으로 추정됨
- 4만원 미만의 요금제 사용자와 월 6만원 이상 사용자 간에는 온라인 활동, 전자상거래, 온라인 콘텐츠 이용 등에 유의미한 차이를 보임. 이동통신 3사의 요금제 구성상 월 5~6만원을 지출해야 한국인들의 월 평균 데이터 사용량인 5GB이상의 데이터 사용이 가능함
- 미디어 환경이 모바일 중심으로 변화했으며, 이동전화는 단순한 전화기가 아닌 멀티미디어로서의 기능을 수행함. 어떠한 요금제를 사용하는가에 따라 온라인 활동, 전자상거래, 온라인 콘텐츠 이용 등 사용자의 인터넷 활동에 차이가 나타나는 것은 당연한 결과로 볼 수 있음

참고문헌

- 주용완 외(2018), 『2017 인터넷이용실태조사』 . 과학기술정보통신부
- 파이낸셜뉴스(2018.7.30) <http://www.fnnews.com/news/201807301449315721>

KISDI STAR

REPORT 목록

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

발간번호	제목	저자	발간일
18-16호	라디오 실시간 청취와 라디오 다시듣기(AOD) 청취의 이용행태	오윤석	2018-08-31
18-15호	청소년의 미디어 이용-7년간의 변화, 그리고 부모의 미디어 이용과의 관계	하형석	2018-08-15
18-14호	스마트폰, 능동적 매체 이용의 촉매자	정용찬	2018-07-30
18-13호	IPTV사업자의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2018-07-15
18-12호	대중교통에서의 미디어 이용	신지형	2018-06-30
18-11호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2018-06-15
18-10호	스마트폰 이용 제한 가구와 그렇지 않은 가구의 스마트폰 이용행태 비교	오윤석	2018-05-30
18-09호	블록체인과 4차 산업혁명: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-05-15
18-08호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2018-04-30
18-07호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2018-04-15
18-06호	유료방송 서비스 가입 추세 분석	신지형	2018-03-31
18-05호	중고휴대폰(공기계) 보유 현황	김윤화	2018-03-15
18-04호	방송프로그램 국내판매·구매 추이 분석	노희윤	2018-02-28
18-03호	2017년 방송매체 이용행태조사 주요 결과	정용찬, 김윤화	2018-02-15
18-02호	가족구성에 따른 고령자들의 미디어 이용 및 활용능력 비교	오윤석	2018-01-30
18-01호	방송사의 드라마 프로그램 제작과 유통 현황 분석	이선희	2018-01-15
17-24호	2017년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2017-12-30
17-23호	2017년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2017-12-15
17-22호	데이터기반 통화 (VOIP) 사용자의 특성 및 통신 이용패턴	남충현	2017-11-30
17-21호	액티브시니어의 미디어 이용	신지형	2017-11-15
17-20호	OECD 회원국의 인터넷 이용 현황 비교	최지혜	2017-10-30
17-19호	온라인 관여가 디지털 유료 콘텐츠 이용에 미치는 영향	양정애	2017-10-15
17-18호	군집분석을 통한 성별, 연령별 미디어 이용 행태 파악 : 미디어 다이어리 자료를 중심으로	김현아, 노태영	2017-09-30
17-17호	미디어 활용능력(Media Literacy) 추이 분석	김윤화	2017-09-15
17-16호	1인 가구의 유료방송 이용 실태	김상우	2017-08-31
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

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

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	TV 시청시 스마트폰 동시 이용행태 분석	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
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

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 면접조사
- ◆ **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** : 과학기술정보통신부 · 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

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개☆☆

미디어통계포털(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(2018년 발간)

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동