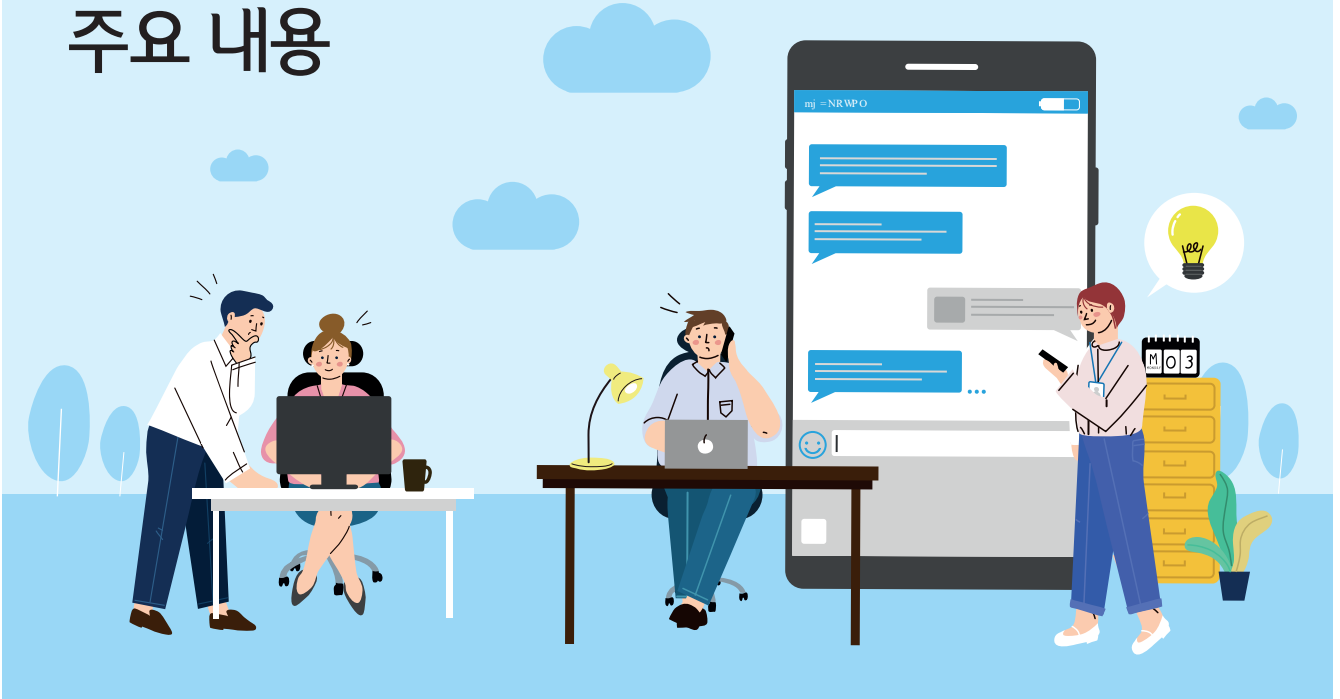


2019년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용



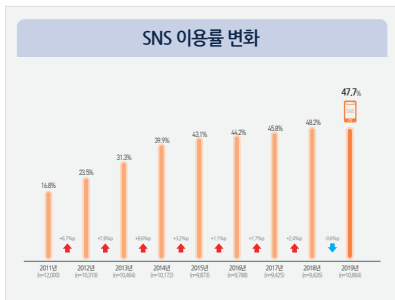
ISSN 2384-1672

KEYWORD

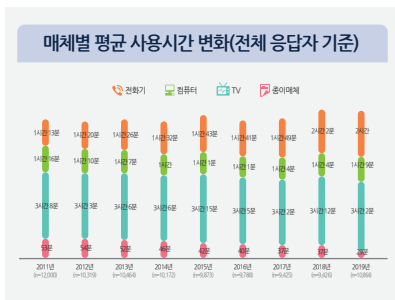


Jan. 15

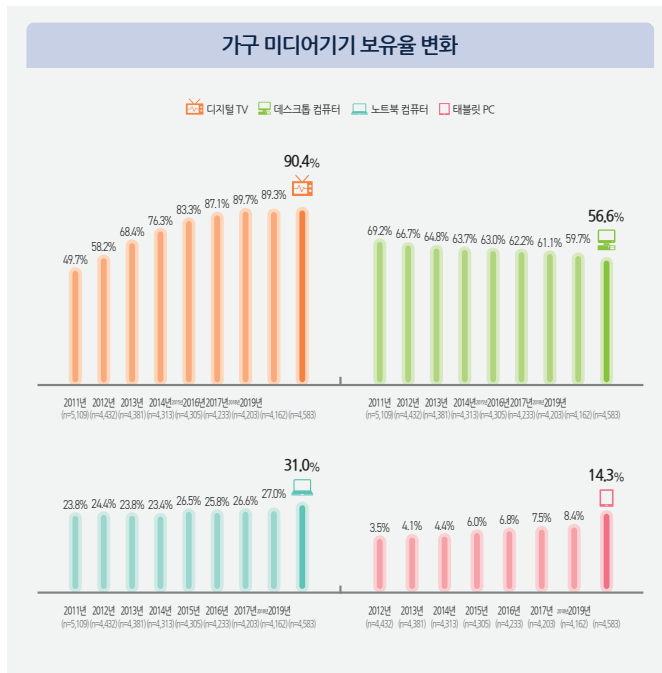
20/01



미디어 이용 ▶▶ 4



매체별 평균 사용시간 ▶▶ 6



미디어 보유 ▶▶ 2

19-24호 (19.12.30)
2019년 방송산업 실태조사 결과와 주요 내용
방송산업 실태조사 연구팀

19-23호 (19.12.15)
미디어 이용시간에 영향을 미치는 주요 성향변수에 대한 분석
안진경

19-22호 (19.11.30)
디지털 디바이드(Digital Divide)의 실태
박주영

2019년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용

한국미디어패널조사 연구팀

III 분석 데이터 및 분석 목적

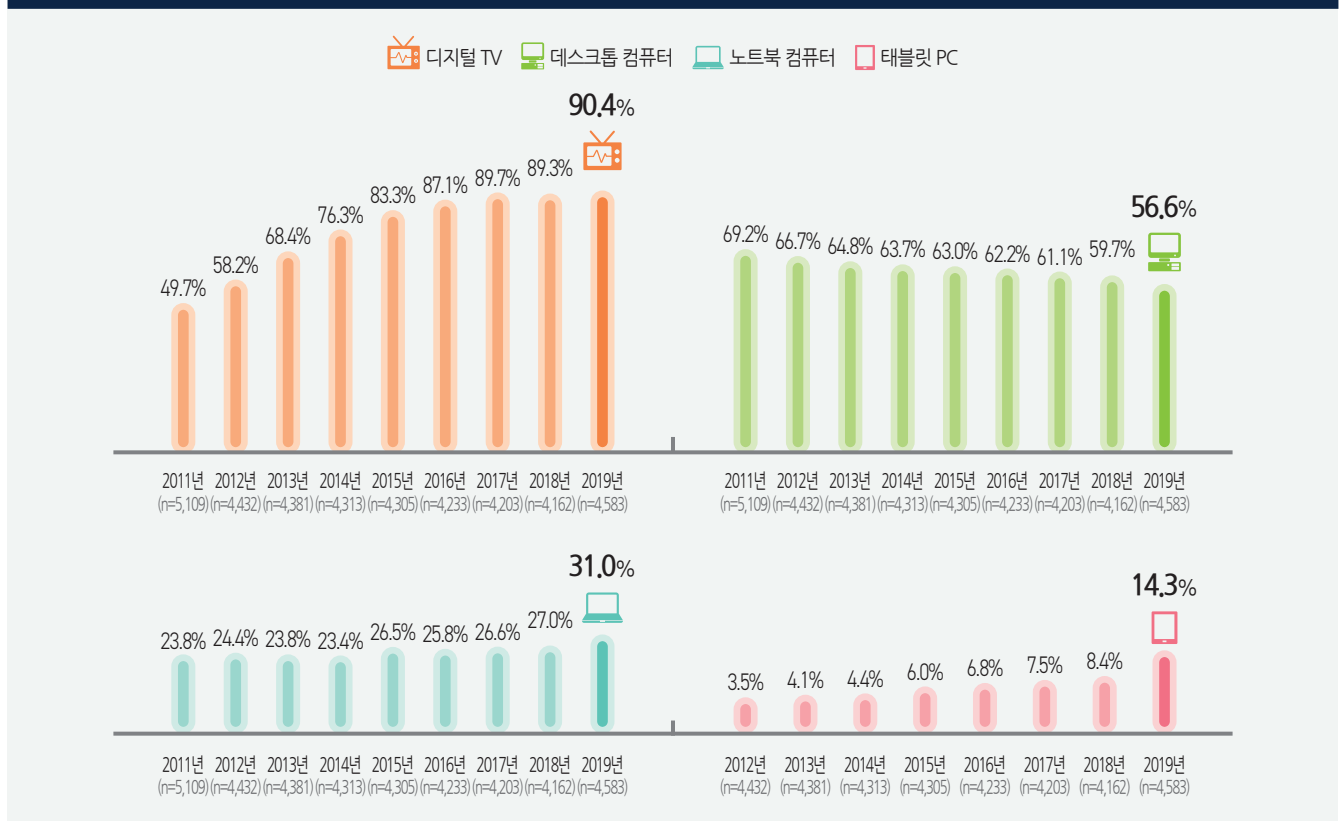
- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2019년에는 4,583가구 및 10,864명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서는 2019년 한국미디어패널조사의 주요 결과를 소개하고, 미디어 보유, 미디어 이용과 관련된 최근의 변화를 분석함

III 미디어 보유

- 디지털 TV 보유율은 2019년 90.4%로 전년 대비 소폭 증가한 것으로 나타났으며, 데스크톱 컴퓨터 보유율은 56.6%로 2011년 이후 점차 감소하는 추세임
- 노트북 컴퓨터 보유율은 31.0%로 전년 대비 상승하였고, 태블릿 PC 보유율은 14.3%로 전년 대비 6% 가량 크게 증가함

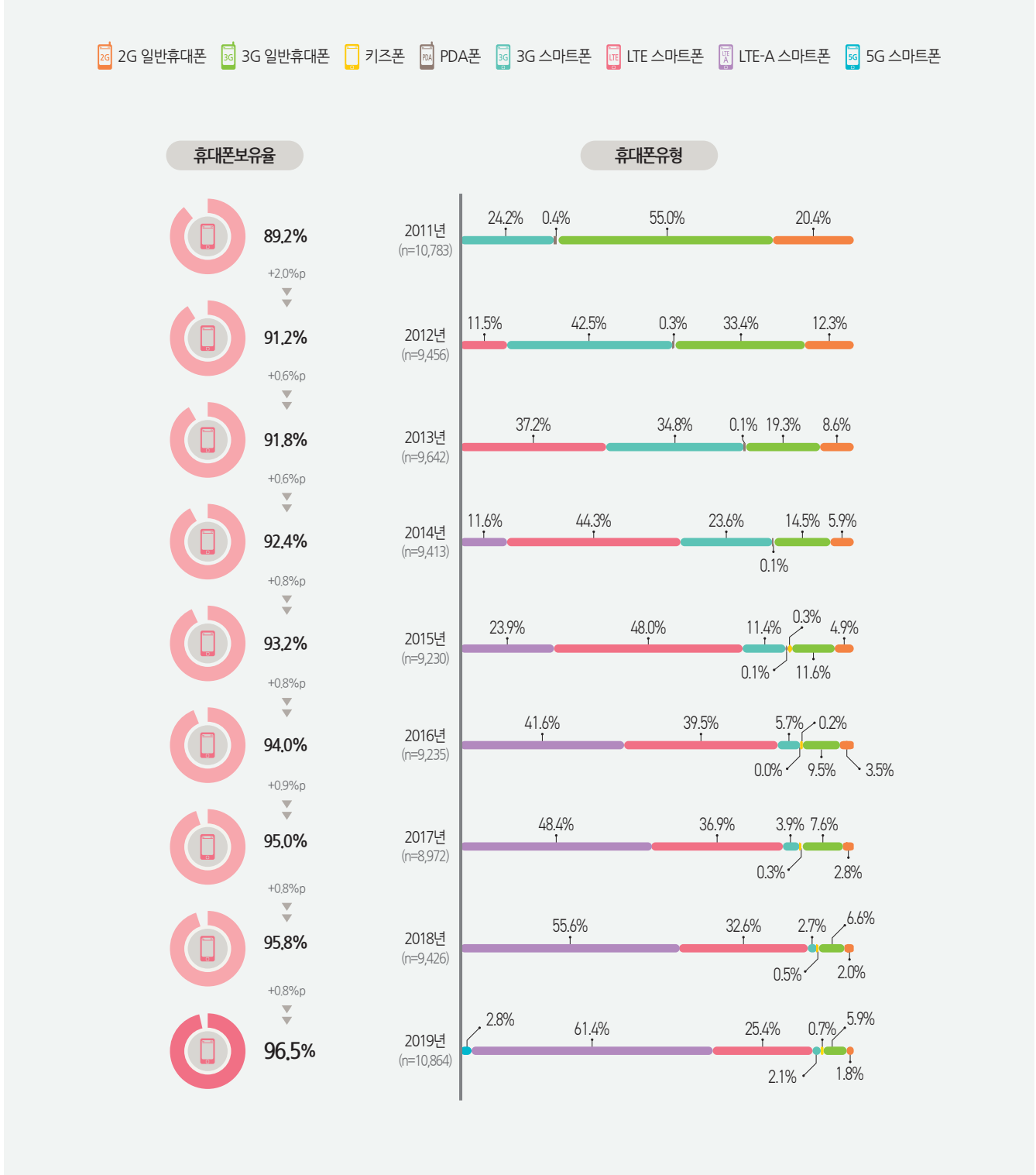
[그림 1] 가구 미디어기기 보유율 변화

(단위: %)



- 2019년 만6세 이상 패널의 96.5%가 휴대폰을 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 2011년(89.2%) 이후 개인 휴대폰 보유율은 꾸준히 상승하는 추세
- 보유하고 있는 휴대폰 유형 중 스마트폰(5G 스마트폰, LTE-A스마트폰, LTE 스마트폰, 3G 스마트폰)의 비중은 점차 증가하여 2019년 91.7%로 대부분을 차지

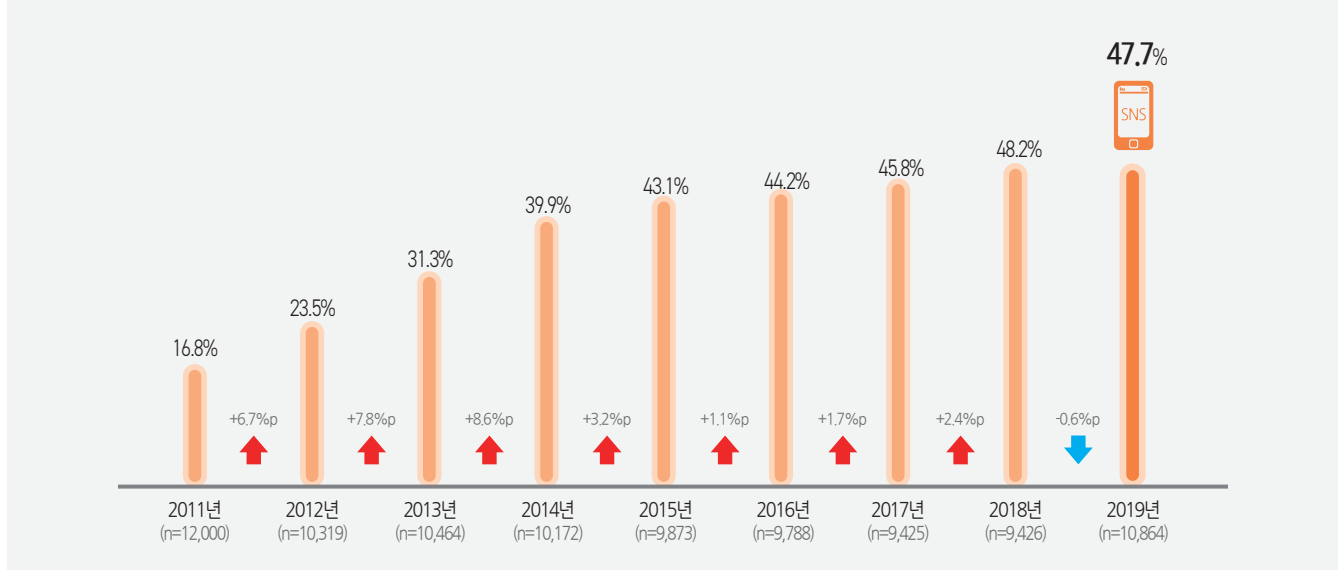
[그림 2] 개인 휴대폰 보유율 변화 (단위: %)



III 미디어 이용

- 소셜네트워크서비스(SNS) 이용률은 47.7%로 조사 대상 패널의 절반 가량이 소셜네트워크서비스를 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 2011년(16.8%) 이후 꾸준히 상승하다 2019년 처음으로 소폭(0.6%p) 이용률이 하락함

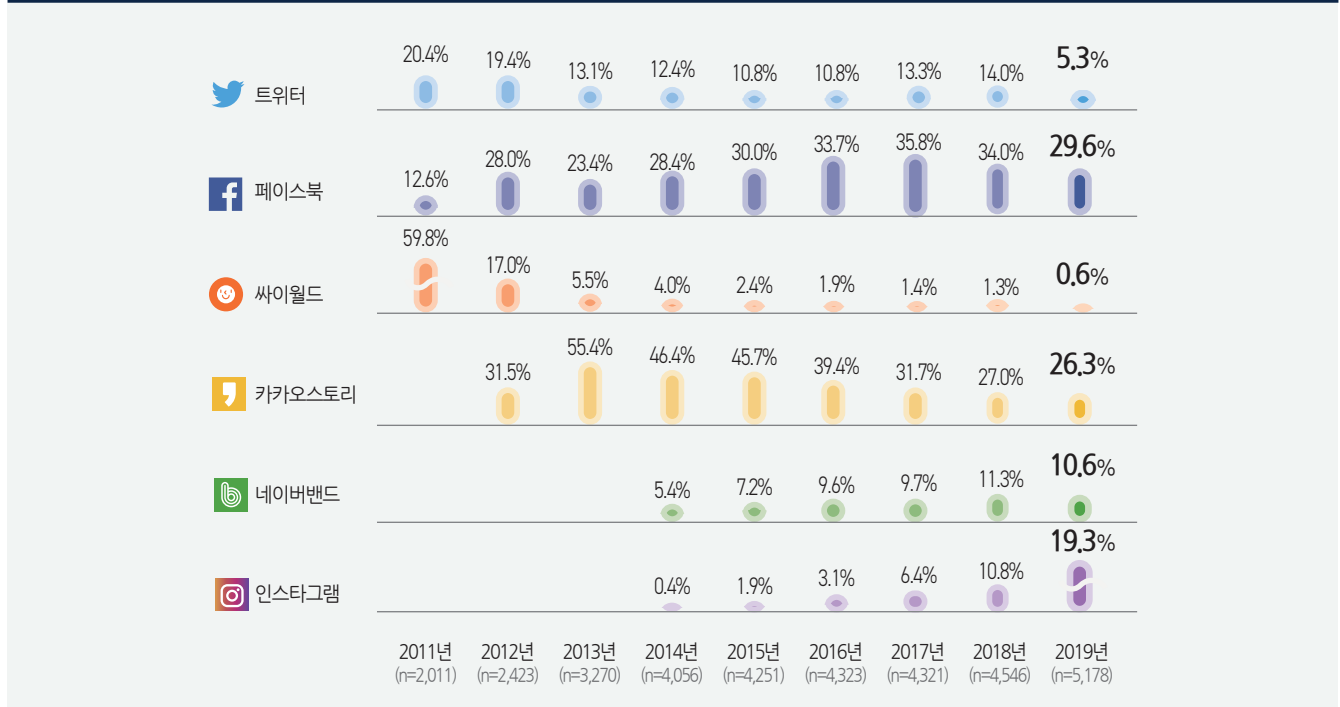
[그림 3] SNS 이용률 변화 (단위: %)



- 가장 자주 사용하는 SNS는 페이스북이 29.6%, 카카오톡이 26.3%로 높게 나타났고, 인스타그램 19.3%, 네이버밴드 10.6%, 트위터 5.3%의 순임(1순위 기준)

- 페이스북은 2017년, 카카오톡은 2013년 이후 감소하는 추세이며, 인스타그램의 경우 지속적으로 증가하는 추세임

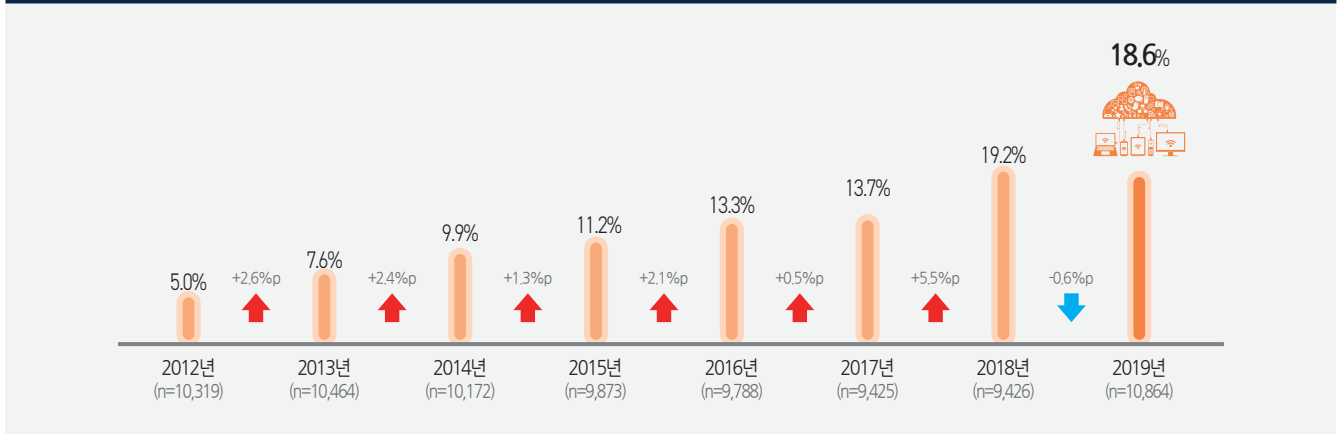
[그림 4] SNS 서비스 이용률 변화(1순위 응답 기준) (단위: %)



- 클라우드 서비스 이용률은 전년(19.2%) 대비 0.6%p 감소한 18.6%로 나타났으며, 2012년 이후 증가 추세하였으나 2019년 소폭 감소

[그림 5] 클라우드 서비스 이용률 변화

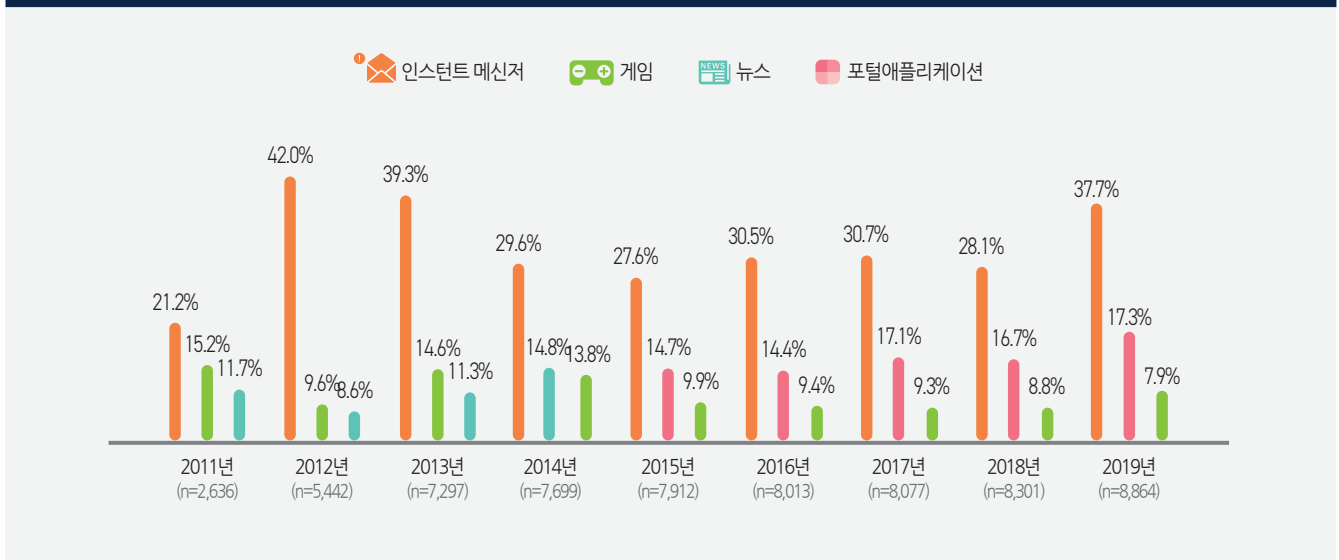
(단위: %)



- 스마트기기 사용자가 가장 많이 이용하는 애플리케이션은 카카오톡 등 인스턴트메신저(37.7%)로 나타났으며, 포털 애플리케이션 (17.3%), 게임(7.9%) 순으로 나타남

[그림 6] 스마트기기 애플리케이션 선호도 변화(1순위 응답 기준)

(단위: %)

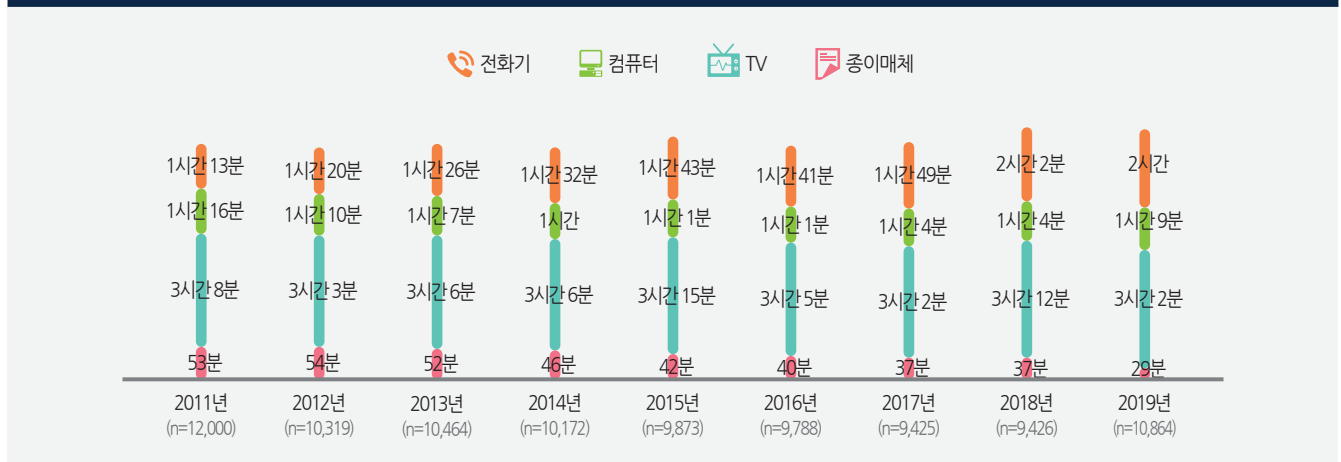


III 매체별 평균 사용시간

- 주요 매체별 평균 사용시간을 살펴보면, TV의 경우 하루 평균 약 3시간 2분 가량 사용하는 것으로 나타나 다른 매체에 비해 사용시간이 긴 것으로 조사됨
- 전화기(유선 및 무선) 사용시간은 하루 평균 2시간, 컴퓨터는 1시간 9분으로 나타났으며, 종이매체는 29분으로 2011년 이후 지속적인 감소 경향을 보임

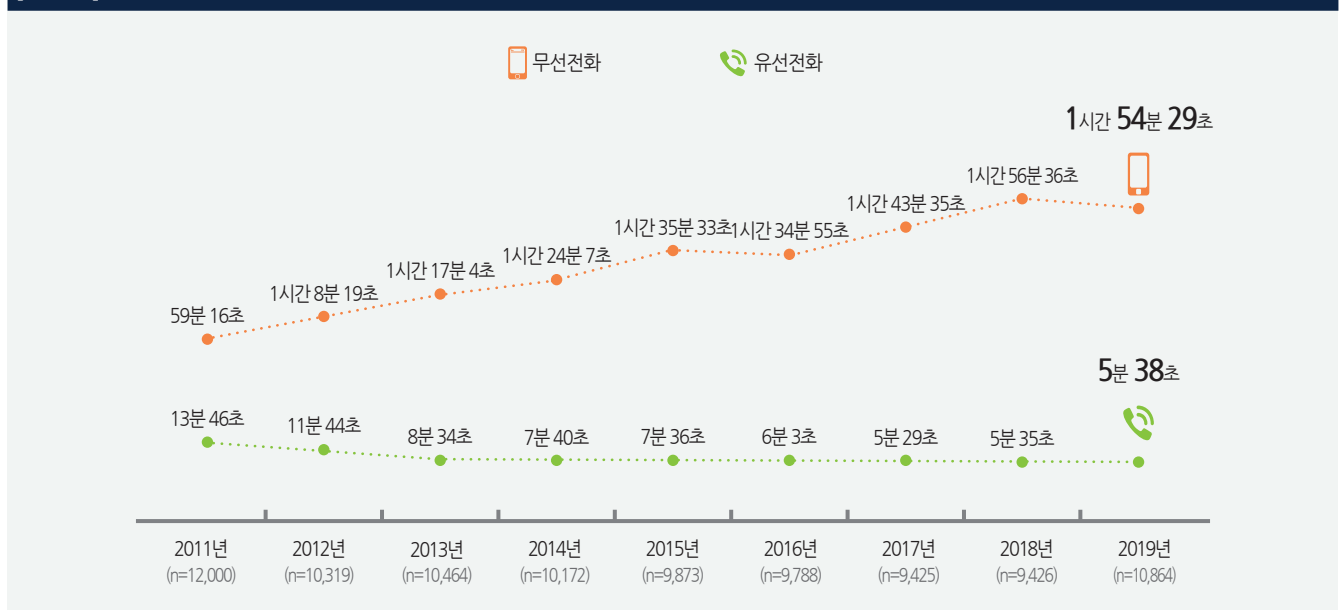
[그림 7] 매체별 평균 사용시간 변화(전체 응답자 기준)

(단위: %)



- 하루 평균 무선전화(일반 휴대폰, PDA폰, 스마트폰) 사용시간은 2019년 평균 1시간 54분 29초, 유선전화의 하루 평균 사용시간은 5분 38초로 나타남

[그림 8] 유·무선 전화 평균 사용시간 변화

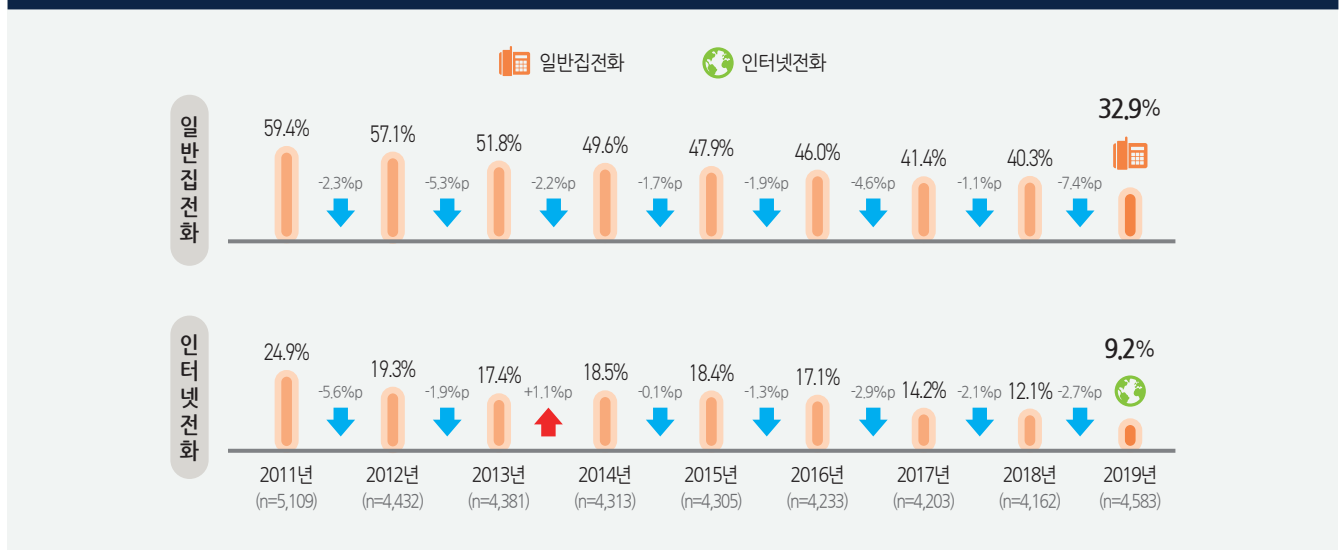


III 방송통신 서비스 가입 및 지출

- 2019년 일반 집전화 가입률은 전년(40.3%) 대비 7.4%p 하락한 32.9%로, 2011년(59.4%) 이후 점차 감소하는 경향을 보임
- 인터넷 전화 가입률도 전년(12.1%) 대비 2.7%p 하락한 9.2%로 나타나, 전반적으로 집전화의 가입률이 낮아지는 경향을 보임

[그림 9] 전화 가입률 변화

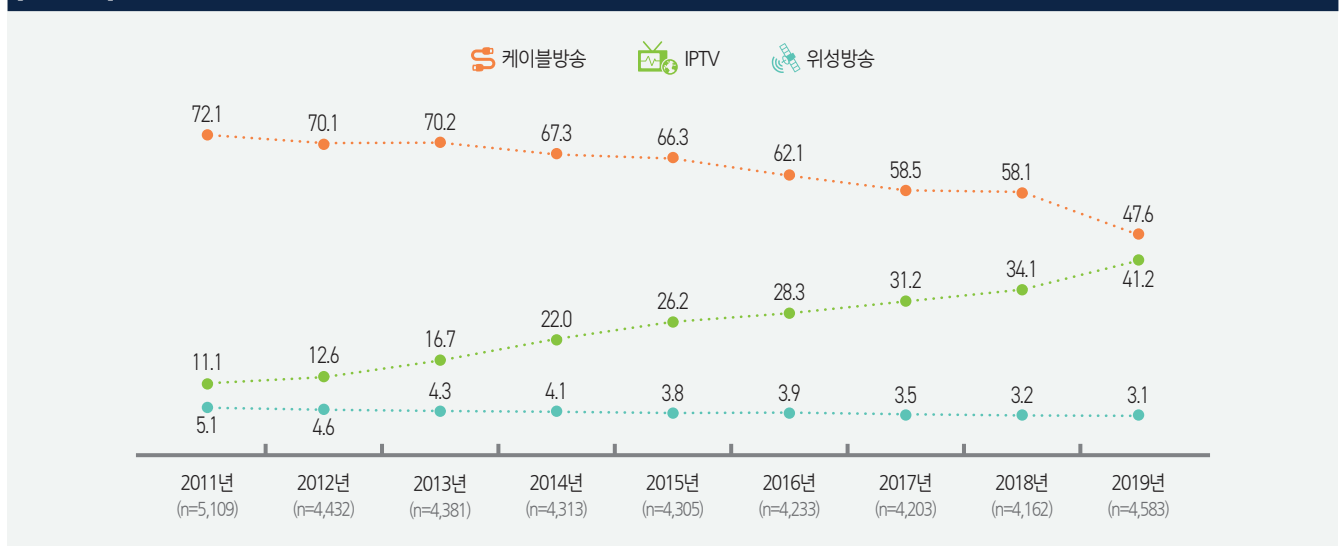
(단위: %)



- 유료방송 가입률은 증가하는 추세였으나, 2019년 90.4%로 전년(94.1%) 대비 3.7%p 감소
- 유료방송 유형별로 2019년 가입률을 살펴보면, 케이블 TV와 위성방송은 감소하는 반면, IPTV 가입률은 2011년 이후 지속적으로 증가하는 경향을 보임

[그림 10] 유료방송 가입률 변화

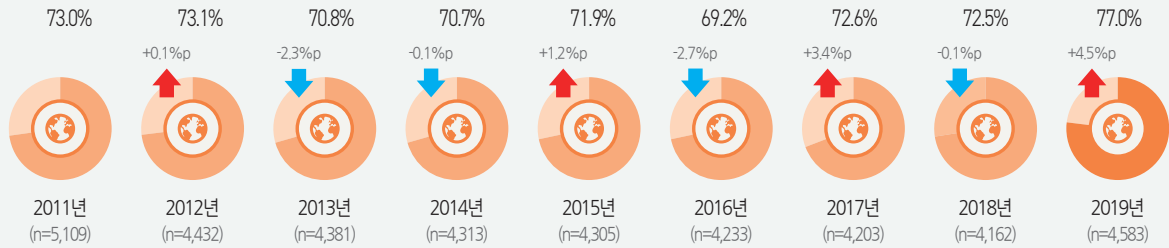
(단위: %)



- 유선 인터넷 가입률은 77.0%로 전년(72.5%) 대비 4.5%p 증가했고, 2011년부터 가입률이 70%대 수준으로 나타나고 있음

[그림 11] 유선 인터넷 가입률 변화

(단위: %)

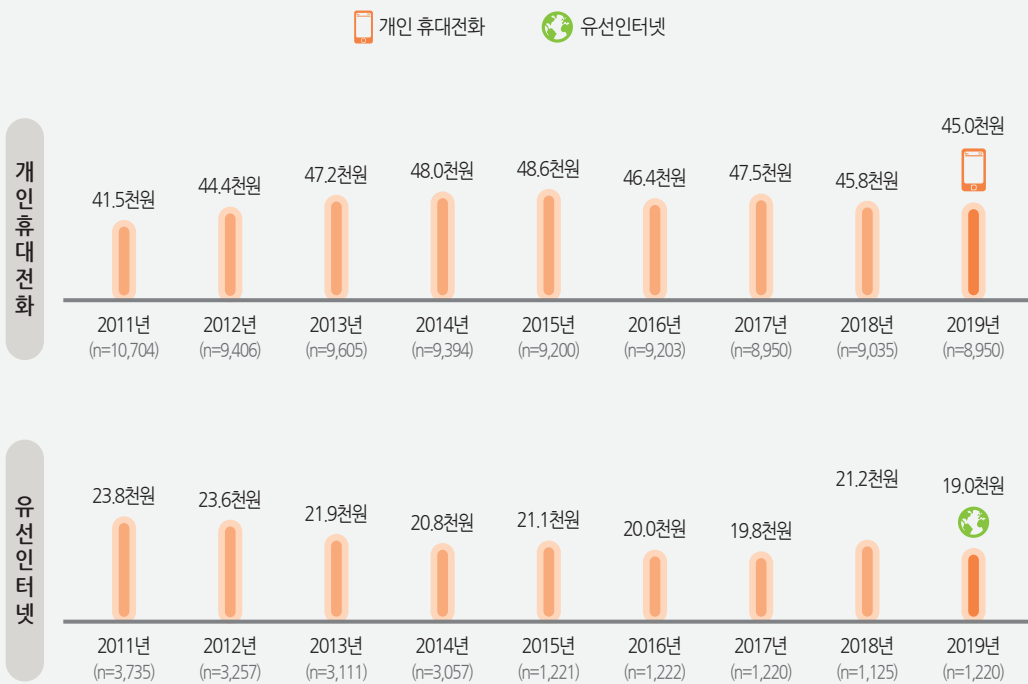


- 2011년 이후 개인 휴대전화 이용료가 증가하는 경향을 보였으나 2016년 증가 추세가 반전되었으며, 2019년에는 4만5천원으로 전년도 월평균 이용료(4만5천8백원)와 유사한 수준임

- 가구의 월평균 유선인터넷 이용요금은 2011년 이후 전반적으로 감소하는 경향

[그림 12] 통신비 지출 변화

(단위: %)



* 2015년, 2016년, 2017년, 2018년 결합상품으로 인터넷 이용하고 있는 가구는 제외(와이프로 가입 포함)

* 2019년 결합 외 단독으로 가입하고 있는 가구만 해당(와이프로 가입 미포함)

III 요약 및 시사점

- 2019년 가구 내 미디어 기기 중 디지털TV, 노트북, 태블릿PC 보유율은 증가한 반면 데스크톱PC 보유율은 감소했으며, 개인의 휴대폰 보유율은 여전히 증가추세에 있으며 그 중 스마트폰의 비중이 91.7%로 대부분을 차지하는 것으로 나타남
- 소셜네트워크서비스(SNS) 이용률은 2019년 47.7%로 전년(48.2%) 대비 소폭 감소하여 2011년 이후 처음으로 이용률이 하락하는 양상을 보임. 페이스북과 카카오토키의 이용률이 가장 큰 것으로 나타났으나 최근 3년 이용률이 감소하는 추세를 보이는 반면, 인스타그램의 이용률은 서비스 출시 이후 지속적이고 큰 폭의 증가추세를 보임
- 인터넷 전화를 포함한 집전화 가입률은 낮아지는 추세에 있으며, IPTV 가입률은 증가하는 반면 케이블TV와 위성방송 가입률은 감소하는 경향을 보임
- 주요 매체별 하루 평균 사용시간을 살펴보면, TV(3시간 2분), 전화기(2시간), 컴퓨터(1시간 9분) 순으로 여전히 많이 이용되는 것으로 나타났고, 종이매체의 사용시간은 29분으로 2011년(53분) 이후 지속적인 감소추세를 보임

발간번호	제목	저자	발간일
19-24호	2019년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-12-30
19-23호	미디어 이용시간에 영향을 미치는 주요 성향변수에 대한 분석	안진경	2019-12-15
19-22호	디지털 디바이드(Digital Divide)의 실태	박주영	2019-11-30
19-21호	토픽 모형을 이용한 일간 미디어 사용 행태 분석 및 시점별 변화 양상 분석	최현홍	2019-11-15
19-20호	ICT신기술 인식도에 따른 중장년층의 특성 및 미디어 이용행태 분석	오윤석	2019-10-30
19-19호	유료방송 사업자(SO, IPTV, 위성)의 방송매출 추이와 매출항목별 구성	이선희	2019-10-15
19-18호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2019-09-30
19-17호	종합편성사업자와 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-09-15
19-16호	셋다운 정책 도입 전후 청소년의 인터넷 사용시간과 수면시간 변화에 대한 사용자 행동 데이터 분석	홍아름, 이창준, 김흥범	2019-08-30
19-15호	디지털 콘텐츠 이용현황 : 유료 서비스 이용자를 중심으로	심동녘	2019-08-15
19-14호	'호모 스마트포니쿠스', 세대별 진화 속도	정용찬	2019-07-30
19-13호	온라인 미디어 서비스의 이용과 프라이버시 침해 우려	신지형	2019-07-15
19-12호	『2017년 기업활동조사』로 살펴본 ICT 기업의 특성	정혁	2019-06-30
19-11호	맞벌이 가구의 미디어 이용 행태	고세란	2019-06-15
19-10호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2019-05-30
19-09호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2019-05-15
19-08호	전자상거래 이용 현황과 구매 행태	오윤석	2019-04-30
19-07호	지상파 3사와 지상파 3사 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-04-15
19-06호	인터넷 전문은행 사용자 특성	심동녘	2019-03-30
19-05호	부모와 자녀의 미디어 이용, 그리고 미디어 이용제한	하형석	2019-03-15
19-04호	밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용	신지형	2019-02-28
19-03호	1인 가구, 능동적 미디어 활용자	정용찬	2019-02-15
19-02호	2018년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2019-01-31
19-01호	2018년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-01-15
18-24호	라디오 보유와 이용행태 변화	김윤화	2018-12-31
18-23호	빅데이터로 본 스마트시티: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-12-15
18-22호	소셜 미디어 이용에 따른 정치적 성향 및 변화 분석	유은, 이창준, 홍아름	2018-11-30
18-21호	PC의 재도구화: 기능적 재조직화 가설	이재현, 강민지	2018-11-15
18-20호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2018-10-31
18-19호	유무선 전화 이용과 정치의식	신지형	2018-10-15
18-18호	인터넷 뉴스/토론 게시판의 댓글·게시글 작성자의 인구통계학적 특성	오주현	2018-09-30
18-17호	이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 인터넷, 모바일 이용행태 차이 분석	김성중	2018-09-15
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

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 3,900가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개☆☆

미디어통계포털(KISDI STAT)

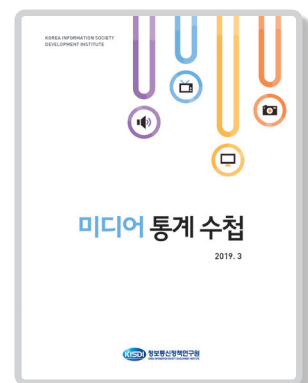
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

미디어 통계수첩(2019년 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