






1. 개인용 미디어기기의 종류별 이용현황의 변화와 시사점

신 지 형*
부연구위원, ICT통계센터

● 조사 분석 자료

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년부터 매년 한국미디어패널조사를 실시하여 미디어 기기보유, 미디어 이용행태, 방송통신 서비스 가입·지출, 미디어 활용능력 등 다양한 미디어 이용현황을 동일 표본을 지속적으로 추적하여 조사 하는 연구를 매년 수행하고 있음
- 본보고서는 2010년 서울, 수도권 및 6대 광역시의 약 3,000여 가구를 대상으로 한 조사를 시작으로 2011년에 지속적으로 응답한 약 3,500여명의 개인 응답자들의 조사 결과를 활용하여 분석함
- 한국 미디어 패널조사에서 조사된 개인용 미디어 기기의 종류는 다음 표에 제시된 바와 같으며, 개인 또는 가구가 보유하며 지난 1년 동안 한번이라도 사용한 적이 있는 기기를 기준으로 조사함

〈표 1〉 한국 미디어 패널조사에서 조사한 개인용 미디어 기기

휴대폰 ¹⁾	휴대용 오디오/비디오 기기 (PMP, MP3등)	노트북 (넷북, 태블릿 PC, e-book 리더기 포함)	휴대용 게임기	촬영기기 (카메라/캠코더)
				

● 조사 분석의 목적과 의의

- ICT 패러다임 변화에 따라 C-P-N-D 구도가 유기적으로 결합되어 그 경계선이 모호해 지며 상호의존도가 높아지고 있으며 수용자는 원하는 특정한 콘텐츠를 다양한 방식으로 접근할 수 있는 선택권이 주어짐

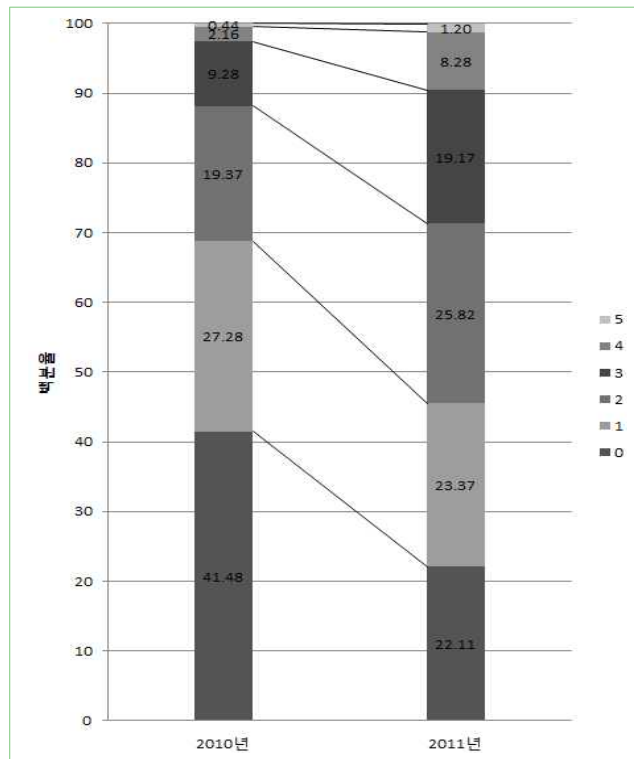
1) 본 보고서에서는 PDA폰, 스마트폰(아이폰, 갤럭시, 옴니아, 옵티머스, 블랙베리 등)으로 제한

- 미디어 소비의 개인화 경향을 보이고 있는 시대에 개인 미디어 기기의 이용현황을 파악하는 것은 융합 미디어 환경에서 미디어를 어떠한 방식으로 접근하였는지 파악하여 미디어 이용행위 전반을 파악하는데 기초적인 자료가 됨
- 한국 미디어 패널조사에서 조사한 개인용 미디어 기기인 휴대폰, 휴대용 오디오/비디오 기기, 노트북, 휴대용 게임기, 촬영기기의 보유 및 이용현황을 파악하며 그 변화를 알아보고 시사점을 도출하고자 함

● 개인용 미디어 기기의 이용량변화와 인구특성별 분석²⁾

- 2010년 조사 당시(9월~10월)에 응답자의 약 58.52%만이 스마트폰을 비롯한 개인용 미디어 기기를 이용하고 있었음에 비하여, 2011년(5월~7월)에는 응답자의 약 77.89%가 이용하고 있는 것으로 나타남

[그림 1] 개인용 미디어기기의 이용개수의 변화



2) 자세한 내용은 <첨부 1> 참조

1. 개인용 미디어기기의 종류별 이용현황의 변화와 시사점

- 전체적으로 살펴보면 개인용 미디어 기기를 이용하지 않는다는 응답자가 19.37%나 감소하며 휴대용 미디어 기기를 2개 이상 이용하는 계층이 뚜렷하게 증가함
- 2010년과 비교해 보았을 때, 모든 연령계층의 개인용 미디어 기기의 이용률이 증가하였으며, 특히 10대 이하와 50대 이상 연령층의 증가율이 현저하게 나타나며 1개의 개인용 미디어 기기를 이용하기 보다는 2개 이상의 개인용 미디어 기기를 보유하며 이용하는 특징이 도드라지는 경향을 보임

● 기기별 이용률과 변화

〈표 2〉 2010~2011 개인용 미디어 매체 기기별 이용 실태 응답자 특성별 분포(복수응답가능)

		휴대폰	휴대용 오디오/비디오 기기	노트북	휴대용 게임기	촬영기기	합계 (사례수)	
전체	2010	6.83	27.60	17.39	7.73	45.13	3,428	
	2011	20.65	39.35	29.20	14.50	67.91		
	증감률	13.82	11.75	11.81	6.77	22.78		
성별	남	2010	9.62	28.33	18.31	8.29	45.65	1,507
		2011	24.09	38.22	29.40	14.73	67.29	
		증감률	14.47	9.89	11.08	6.44	21.63	
	여	2010	4.63	27.02	16.66	7.29	44.72	1,921
		2011	17.96	40.24	29.05	14.32	68.40	
		증감률	13.33	13.22	12.39	7.03	23.69	
연령	10대 이하	2010	1.77	38.26	15.36	18.46	45.35	677
		2011	13.59	52.29	33.53	27.03	80.95	
		증감률	11.82	14.03	18.17	8.57	35.60	
	20대	2010	22.82	51.68	32.55	6.04	55.37	298
		2011	62.42	48.66	41.61	7.38	74.83	
		증감률	39.60	-3.02	9.06	1.34	19.46	
	30대	2010	13.68	31.00	25.62	8.88	66.52	687
		2011	36.68	40.76	36.54	19.21	82.68	
		증감률	23.00	9.75	10.92	10.33	16.16	
	40대	2010	7.78	29.30	19.70	8.44	57.95	604
		2011	23.34	51.66	31.29	20.36	77.48	
		증감률	15.56	22.35	11.59	11.92	19.54	
	50대 이상	2010	1.12	12.31	8.61	0.86	23.06	1,162
		2011	3.18	22.20	18.07	3.18	44.84	
		증감률	2.07	9.90	9.47	2.32	21.77	

- 기기에 따른 이용량 변화를 살펴보면, 전체적으로 차량용 미디어 기기와 촬영기기의 이용률이 두드러지게 증가하였으며, 응답자 특성별 분포로 보았을 때, 두드러진 남녀의 차이는 보이지 않았음
- 스마트폰, PDA폰의 경우 남성이 여성에 비해 이용률이 많으며 증가량도 상위하며, 연령별로 보았을 때, 20대의 이용률이 22.82%에서 62.42%로 가장 높은 증가율 (39.60%)을 보임
- 이에 반해, 20대 남녀의 휴대용 오디오/비디오 기기의 이용률은 감소하는 추세를 보이는 것이 특징적이며 이는 스마트폰, PDA폰의 다 기능적 측면과 관련이 있을 것으로 추정됨
- 휴대용 오디오/비디오 기기의 경우 이용률의 증가로 50대 미만의 응답자들에 한하여 모든 연령 및 성별 대에 따라 고른 이용률의 분포를 보였으며, 40대의 이용률이 가장 많이 증가함
- 노트북의 경우 2010년에 10대 이하의 이용률이 50대 이상의 응답자에 이어 두 번째로 작았으나, 2011년과 비교해 보았을 때 이용률의 가장 높은 증가를 보이며 타 연령대와 비슷한 이용률을 보이는데, 이는 지난 2~3년간 앞 다투어 출시된 태블릿 PC³⁾의 시장 점유율이 큰 영향을 미친 것으로 보임
- 휴대용 게임기의 경우 가장 낮은 이용률을 보이고 있으며, 이 또한 스마트폰/PDA폰의 보급과 안드로이드, iOS 운영체제에의 어플리케이션을 기반으로 한 게임콘텐츠의 보급과 관련이 있을 것으로 추정되지만, 2010년에 비교해 보았을 때 전 연령대에서 이용률은 소폭 증가함
- 촬영기기의 경우 개인용 미디어 기기 중 가장 높은 이용률을 보였으며, 기기별로 보았을 때, 두 번째로 높은 증가율을 나타내며 2011년의 경우 50대 이상 응답자를 제외하고 7~80%의 이용률을 보이는 등 촬영기기의 대중화를 보임

● 결론 및 시사점

- 전반적으로 볼 때 개인용 미디어 기기의 이용률이 증가하는 것은 미디어기기의 이용이 보편화 되며 일상생활에 밀접하게 연결되어있는 현대인의 삶의 형태를 반영한다고 볼 수 있지만, 개인용 미디어 기기의 기종별, 연령별 이용률과 증가 추세는 서로 다른 양상을 보임

3) 애플은 2010년 11월 29일 KT와 애플을 통해 iPad의 첫 판매를 시작

- 미디어의 이용은 미디어 기기의 발달과 진화에 영향을 받지 않을 수 없으며, 젊은 층을 중심으로 휴대용 게임기와 오디오/비디오기기 이용률의 적은 증가율과 스마트폰과 태블릿 PC의 높은 증가율이 서로 상충되는 경향을 보이고 있음
- 구매력이 강한 20대, 30대의 연령층에서 스마트폰/PDA폰, 노트북등의 스마트기기의 이용률이 현저하게 증가하고 있으며 이는 통신기술의 발달을 바탕으로 유통되는 모바일 콘텐츠의 다양화와 밀접하게 연관이 되어있다고 볼 수 있음

〈첨부 1〉

개인용 미디어기기의 이용개수의 인구특성별 변화

보유하고 있는 개인용 미디어 기기의 개수			0	1	2	3	4	5	합계
									(사례수)
성별	남	2010	39.88	27.01	19.58	10.62	2.39	0.53	1,507
		2011	21.37	24.09	25.41	19.04	8.76	1.33	
		증감률	-18.51	-2.92	5.83	8.42	6.37	0.80	
	여	2010	42.74	27.49	19.21	8.22	1.98	0.36	1,921
		2011	22.80	22.80	26.13	19.26	7.91	1.09	
		증감률	-19.94	-4.69	6.92	11.04	5.93	0.73	
연령	10대 이하	2010	33.38	31.02	22.45	9.60	3.25	0.30	677
		2011	8.12	22.90	33.83	24.67	9.60	0.89	
		증감률	-25.26	-8.12	11.38	15.07	6.35	0.59	
	20대	2010	16.44	28.86	33.22	14.09	6.04	1.34	298
		2011	6.04	17.11	33.22	24.16	18.46	1.01	
		증감률	-10.40	-11.75	0.00	10.07	12.42	-0.33	
	30대	2010	21.25	32.90	28.09	14.70	2.77	0.29	687
		2011	7.13	24.89	29.84	23.00	13.39	1.75	
		증감률	-14.12	-8.01	1.75	8.30	10.62	1.46	
	40대	2010	29.97	34.93	21.52	10.26	2.15	1.16	604
		2011	12.25	22.19	29.47	24.01	9.44	2.65	
		증감률	-17.72	-12.74	7.95	13.75	7.29	1.49	
	50대 이상	2010	70.57	17.38	7.75	4.13	0.17	0.00	1,162
		2011	48.54	24.96	14.97	9.90	1.29	0.34	
		증감률	-22.03	7.58	7.22	5.77	1.12	0.34	