

# 모바일 서비스 이용행태 조사 보고서

2018. 04

## 목 차

제1장 조사 개요 .....	1
1. 조사 목적 .....	1
2. 조사 설계 .....	1
3. 조사 내용 .....	2
4. 응답자 특성 .....	3
제2장 조사 결과 요약 .....	4
제3장 조사 결과 분석 .....	17
PART A. 모바일 인터넷 시장 확정 .....	18
1. 하루 평균 인터넷 사용 시간 .....	18
2. 유선·모바일 인터넷 사용 비중 .....	20
3. 유선 온라인 서비스 사용 이유 [1순위] .....	22
4. 유선 온라인 서비스 사용 이유 [1+2순위] .....	24
5. 모바일 서비스 사용 이유 [1순위] .....	26
6. 모바일 서비스 사용 이유 [1+2순위] .....	28
7. 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 [1순위] .....	30
8. 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 [1+2+3+4순위] .....	32
9. 주로 이용하는 모바일 서비스 [1순위] .....	34
10. 주로 이용하는 모바일 서비스 [1+2+3+4순위] .....	36
11. 유선 온라인 서비스 불편 정도 .....	38
12. 유선 온라인 서비스 불편 이유 .....	40
13. 모바일 서비스 불편 정도 .....	42
14. 모바일 서비스 불편 이유 .....	44
15. 3개월 이내 이용경험이 있는 모바일 서비스 .....	46
16. 3개월 이내 가장 많이 이용한 모바일 서비스 [1순위] .....	48
17. 모바일 서비스 주 이용 방법 .....	50
PART B. 모바일 인터넷 시장 이용 행태 .....	54
1. 앱 다운로드 경험 .....	54
2. 현재 다운로드 앱 개수 .....	56
3. 앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부 .....	58
4. 현재 설치된 앱 유형 .....	60
5. 동일 유형 온라인 서비스 이용 시 단일 앱 이용 여부 .....	62

6. 3개월 이내 모바일 서비스로 동영상 시청 경험 .....	64
7. 모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형 .....	66
8. 동영상 시청 시 주 이용 앱 [1순위] .....	68
9. 동영상 시청 시 주 이용 앱 [1+2순위] .....	70
10. 동영상 시청 시 유튜브 이용 이유 .....	72
11. 동영상 시청 시 통신사 앱 이용 이유 .....	74
12. 동영상 시청 시 방송사 앱 이용 이유 .....	76
13. 동영상 시청 시 검색포털 앱 이용 이유 .....	78
14. 동영상 시청 시 기타 앱 이용 이유 .....	80
15. 모바일 서비스로 동영상 검색 방식 .....	81
16. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험 .....	83
17. 유선 온라인 서비스로 동영상 검색 방식 .....	85
18. 3개월 이내 모바일 서비스로 음악 감상 경험 .....	87
19. 모바일 서비스로 감상하는 음악 유형 .....	89
20. 음악 감상 시 주 이용 앱 [1순위] .....	91
21. 음악 감상 시 주 이용 앱 [1+2순위] .....	93
22. 모바일 서비스로 음악 검색 방식 .....	95
23. 기존 음악 감상 앱의 변경 경험 .....	97
24. 기존 음악 감상 앱 변경 이유 .....	99
25. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험 .....	101
26. 유선 온라인 서비스로 음악 검색 방식 .....	103
27. 3개월 이내 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험 .....	105
28. 모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형 .....	107
29. 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 [1순위] .....	109
30. 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 [1+2순위] .....	111
31. 모바일 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식 .....	113
32. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험 .....	115
33. 유선 온라인 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식 .....	117
34. 3개월 이내 모바일 서비스로 상품 구매 경험 .....	119
35. 모바일 서비스로 구매하는 상품 유형 .....	121
36. 상품 구매 시 주 이용 앱 [1순위] .....	123
37. 상품 구매 시 주 이용 앱 [1+2순위] .....	125
38. 상품 구매 시 검색포털 앱 이용 이유 .....	127
39. 상품 구매 시 개별 쇼핑서비스 앱 이용 이유 .....	129
40. 상품 구매 시 기타 전문쇼핑 앱 이용 이유 .....	131
41. 모바일 서비스로 상품 구매 방식 .....	132
42. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 상품 구매 경험 .....	134
43. 유선 온라인 서비스로 상품 구매 방식 .....	136

---

# 제1장. 조사 개요

---

## 1 조사 목적

- 본 조사는 다음 사항을 파악하고 분석하는데 그 목적이 있음
  - 1) '유선 온라인 서비스 시장'과 '모바일 온라인 서비스 시장'간의 대체성·보완성 여부
  - 2) '모바일 웹'과 '모바일 앱' 중 모바일 온라인 서비스의 주 사용 수단을 식별하고 이들 간의 대체성·보완성 여부
  - 3) 모바일 인터넷 사용자들의 이용 행태가 기존 PC를 기반으로 한 온라인 시장에서의 이용행태와 동일한지의 여부

## 2 조사 설계

### 모바일 인터넷 시장 획정 조사

조사 대상	• 전국에 거주하는 만 15세 이상 만 60세 미만 남녀
조사 방법	• 구조화된 설문지를 통한 온라인 조사(On-line Survey)
표본 배분	• 인구 구성비(2018년 주민등록인구통계기준)와 인터넷 이용률(과학기술정보통신부, 인터넷 이용실태조사 결과, 성/연령별 인터넷 이용률)을 고려하여 성/연령/지역별 비례 배분
조사 규모	• 1,000명
조사 기간	• 2018년 3월 23일 ~ 3월 27일 (5일 간 진행)
조사 기관	• (주) 리서치 앤 리서치(R&R) : 대표 노 규 형

## 3 조사 내용

- 본 조사는 아래의 내용을 토대로 진행되었음.

구분	문항
PART. A 모바일 인터넷 시장 획정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하루 평균 인터넷 사용 시간</li> <li>• 유선·모바일 인터넷 사용 비중</li> <li>• 유선 온라인 서비스 및 모바일 서비스 사용 이유</li> <li>• 주로 이용하는 유선 온라인·모바일 서비스</li> <li>• 유선 온라인·모바일 서비스 불편 정도, 이유</li> <li>• 3개월 이내 이용경험이 있는 모바일 서비스, 가장 많이 이용한 서비스</li> <li>• 모바일 서비스 주 이용 방법</li> </ul>
PART. B 모바일 인터넷 시장 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 앱 다운로드 경험, 개수, 현재 설치된 앱 유형</li> <li>• 앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부</li> <li>• 동일 유형 온라인 서비스 이용 시 단일 앱 이용 여부</li> <li>• 모바일 서비스로 동영상 시청 경험, 동영상 유형, 주 이용 앱, 이용 이유, 검색 방식</li> <li>• 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험, 검색 방식</li> <li>• 모바일 서비스로 음악 감상 경험, 음악 유형, 주 이용 앱, 검색 방식</li> <li>• 음악 감상 앱 변경 경험, 이유</li> <li>• 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험, 검색 방식</li> <li>• 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험, 유형, 주 이용 앱, 검색 방식</li> <li>• 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험, 검색 방식</li> <li>• 모바일 서비스로 상품 구매 경험, 구매 상품 유형, 주 이용 앱, 이용 이유, 구매 방식</li> <li>• 유선 온라인 서비스로 상품 구매 경험, 구매 방식,</li> </ul>

## 4 응답자 특성

- 본 조사의 응답자 특성은 아래의 표와 같음.

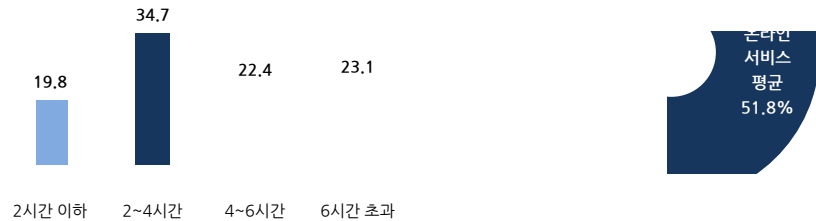
구분		사례 수(명)	비율(%)
전체		1,000	100.0%
성별	남성	512	51.2%
	여성	488	48.8%
연령별	만 15-18세	67	6.7%
	만 19-29세	218	21.8%
	30대	216	21.6%
	40대	253	25.3%
	50대	246	24.6%
지역별	서울	196	19.6%
	인천, 경기	315	31.5%
	대전, 세종, 충청	105	10.5%
	광주, 전라	91	9.1%
	대구, 경북	98	9.8%
	부산, 울산, 경남	152	15.2%
학력별	강원, 제주	43	4.3%
	고졸 이하	207	20.7%
	대학교 졸업	702	70.2%
직업별	대학원 이상	91	9.1%
	자영업	69	6.9%
	블루칼라	94	9.4%
	화이트칼라	529	52.9%
	가정주부	117	11.7%
	학생	108	10.8%
인터넷 하루 사용 시간	무직/기타/무응답	83	8.3%
	2시간 이하	198	19.8%
	2~4시간	347	34.7%
	4~6시간	224	22.4%
서비스 사용 비중	6시간 초과	231	23.1%
	유선 비중 높음	458	45.8%
	유선 모바일 비중 같음	156	15.6%
	모바일 비중 높음	386	38.6%

# 제2장. 조사 결과 요약

하루 평균 인터넷 사용 시간 4시간 47분 (287.5분)

- 하루 평균 인터넷 사용 시간은 약 4시간 47분(287.5분)으로 나타남.
- 인터넷 사용에 있어 유선 온라인 서비스 비중은 평균 51.8%, 모바일 서비스 비중은 평균 48.2%로 유선 온라인 서비스 사용 비중이 상대적으로 높음.

[하루 평균 인터넷 사용 시간]



[유선·모바일 인터넷 사용 비중]

유선 온라인 서비스 사용 이유는 '큰 화면이 필요해서' 42.0%  
모바일 서비스 사용 이유는 '어디서나 사용해야 하기 때문에' 66.8%

- 유선 온라인 서비스를 주로 사용하는 이유는 '큰 화면이 필요해서'(42.0%), '속도가 빨라서'(21.2%) 등의 순임.
- 모바일 서비스를 주로 사용하는 이유는 '어디서나 사용해야 하기 때문에'(66.8%), '짧은 시간에 수시로 이용해서'(16.2%) 등의 순임.

[유선 온라인 서비스 사용 이유]

큰 화면이 필요해서	42.0
속도가 빨라서	21.2
동시에 여러 서비스를 이용하여야 해서	11.4
키보드 등 이용조작이 편리해서	11.2
장기간의 조작이 필요해서	8.8
콘텐츠의 용량이 커서	3.7
기타	1.6

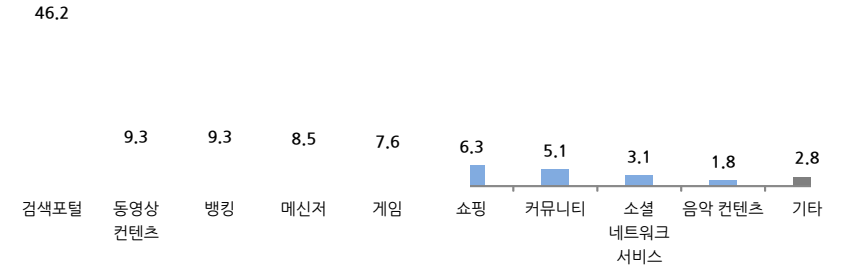
[모바일 서비스 사용 이유]

장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에	66.8
짧은 시간에 수시로 이용해서	16.2
부팅 및 접속에 소요되는 시간이 짧아서	6.6
이용조작이 간단해서	6.1
개인성이 보장되기 때문에	3.3
간단한 내용이라서	0.9
기타	0.0

주로 이용하는 유선 온라인 서비스는 '검색포털' 46.2%

- 주로 이용하는 유선 온라인 서비스는 '검색포털'이 46.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 외 서비스는 비슷한 수준임.

[주로 이용하는 유선 온라인 서비스]



주로 이용하는 모바일 서비스는 '메신저' 32.6%

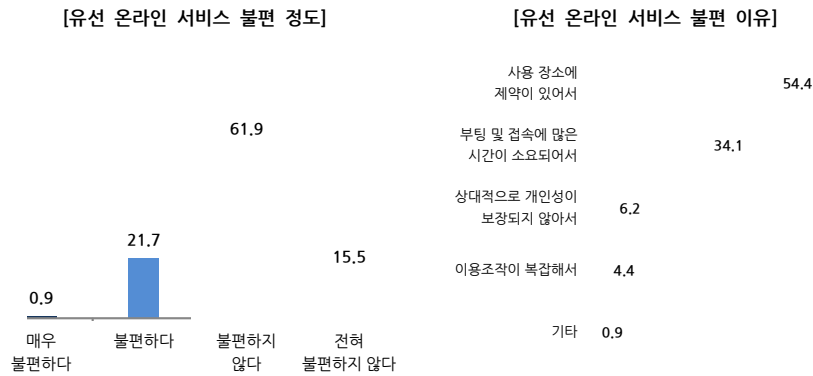
- 주로 이용하는 모바일 서비스는 '메신저'가 32.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '검색포털'(22.7%)이 높음. 그 외 서비스는 비슷한 수준임.

[주로 이용하는 모바일 서비스]



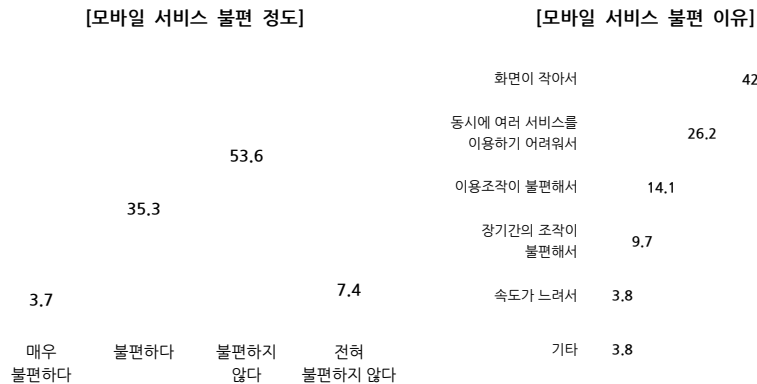
유선 온라인 서비스 '불편하지 않다' 77.4%, '불편하다' 22.6%  
 불편한 이유는 '사용 장소에 제약이 있어서' 54.4%

- 유선 온라인 서비스 사용에 있어 '불편하지 않다' 77.4%, '불편하다' 22.6%임.
- 불편한 이유는 '사용 장소에 제약이 있어서'(54.4%), '부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서'(34.1%) 등의 순임.



모바일 서비스 '불편하지 않다' 61.0%, '불편하다' 39.0%  
 불편한 이유는 '화면이 작아서' 42.3%

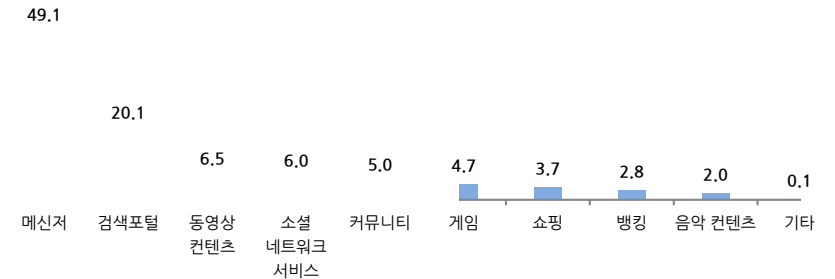
- 모바일 서비스 사용에 있어 '불편하지 않다' 61.0%, '불편하다' 39.0%임.
- 불편한 이유는 '화면이 작아서'(42.3%), '동시에 여러 서비스를 이용하기 어려워서'(26.2%) 등의 순임.



가장 많이 이용한 모바일 서비스는 '메신저' 49.1%

- 최근 3개월 이내 가장 많이 이용한 모바일 서비스는 '메신저'가 49.1%로 가장 높고, 그 다음은 '검색포털'(20.1%) 등의 순으로 높게 나타남.

[가장 많이 이용한 모바일 서비스]



모바일 서비스 이용 시 '모바일 앱 이용' 69.9%

- 모바일 서비스 이용 방법에 대해 전체 평균 기준으로, '모바일 앱 이용'이 69.9%로 가장 높음.
- 모든 유형의 앱에서 '모바일 앱 이용' 비율이 가장 높은 것으로 나타남.
- '검색포털'의 경우 '모바일 웹 이용'과 '모바일 앱 이용'의 비율이 비슷하게 나타난 반면, 그 외 다른 유형은 '모바일 앱 이용'이 더 높게 나타남.

[모바일 서비스 이용 방법]



앱 다운로드 경험 '있다' 85.2%, 현재 다운로드 앱 '10~15개' 24.5%

- 앱스토어 등을 통해 추가로 앱을 다운로드한 경험은 '있다' 85.2%, '없다' 14.8%로 나타남.
- 현재 모바일 기기에 직접 다운로드 받은 앱의 개수는 '5~10개', '10~15개'의 비중이 상대적으로 높은 편임.

[앱 다운로드 경험]



[현재 다운로드 앱 개수]

5개 미만	6.0
5~10개	21.7
10~15개	24.5
15~20개	16.0
20~25개	8.9
25~30개	6.2
30개 이상	16.7

모바일 앱을 다운로드 받는 데에 '부담이나 어려움이 없는 편' 88.0%

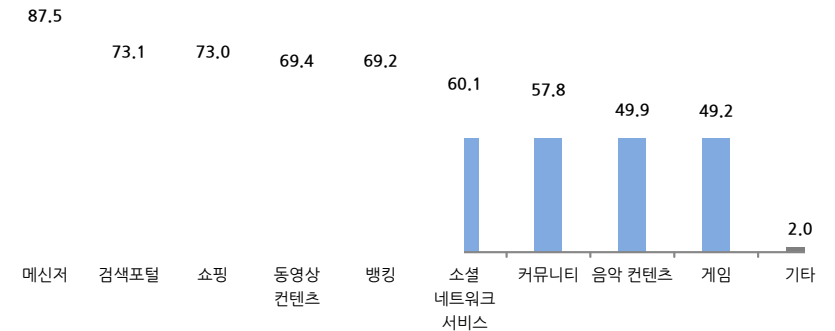
- 모바일 앱을 다운로드하여 설치 및 이용하는 데에 '부담이나 어려움이 없는 편이다'가 88.0%으로 높게 나타났고, '부담이나 어려움이 있는 편이다'는 12.0%로 나타남.

[앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부]

현재 설치된 앱의 유형 '메신저' 87.5%

- 현재 이용 중인 모바일 기기에 설치된 앱의 유형으로는 '메신저'의 비율이 87.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '검색포털'(73.1%), '쇼핑'(73.0%), '동영상 콘텐츠'(69.4%), '뱅킹'(69.2%) 등의 순으로 나타남.

[현재 설치된 앱 유형 (복수응답)]



동일 유형의 서비스 이용 시 '복수의 앱 이용' 62.0%

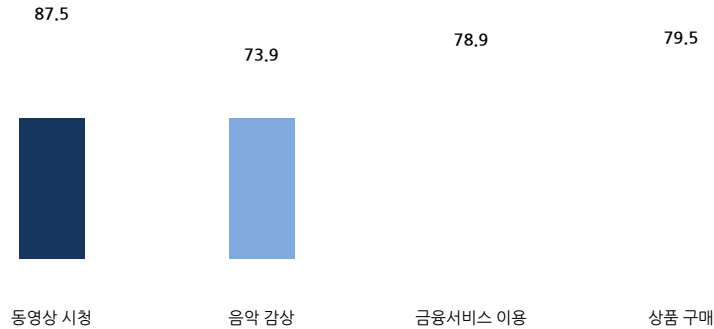
- 동일 유형의 개별 온라인서비스 이용 시, '복수의 앱을 설치 및 이용한다'가 62.0%로 나타났으며, '하나의 앱만으로 충분하다'는 38.0%로 나타남.

[앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부]

모바일 서비스로 이용 경험 : '동영상 시청' 87.5%, '음악 감상' 73.9%  
'금융서비스 이용' 78.9%, '상품 구매' 79.5%

- 모바일 서비스를 통해 이용한 서비스로는 '동영상 시청'(87.5%), '음악 감상'(73.9%), '금융서비스 이용'(78.9%), '상품 구매'(79.5%)로 나타남.

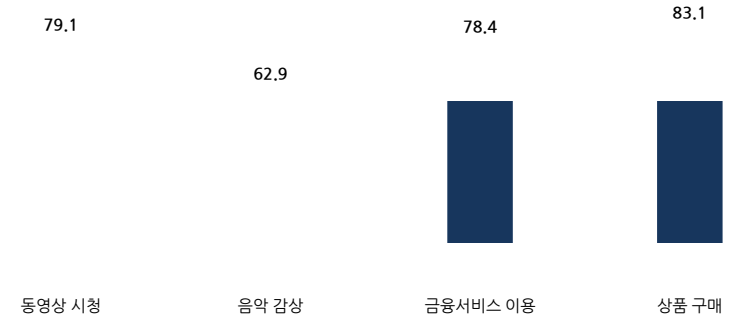
[모바일 서비스를 통해 이용한 서비스]



유선 온라인 서비스로 이용 경험 : '동영상 시청' 79.1%, '음악 감상' 62.9%  
'금융서비스 이용' 78.4%, '상품 구매' 83.1%

- 유선 온라인 서비스를 통해 이용한 서비스로는 '동영상 시청'(79.1%), '음악 감상'(62.9%), '금융서비스 이용'(78.4%), '상품 구매'(83.1%)로 나타남.

[유선 온라인 서비스를 통해 이용한 서비스]



모바일 서비스로 콘텐츠/정보 검색 방식, '개별서비스 직접 이용' > '검색포털 경우'

- 모바일 서비스로 콘텐츠/정보 검색 시, 모든 유형의 서비스에서 '개별서비스 앱에서 직접 이용'의 비율이 '검색포털 앱 경우'보다 높게 나타남.

[모바일 서비스로 콘텐츠/정보 검색 방식]  
개별서비스 직접 이용      검색포털 경우

동영상      음악      금융서비스      상품 구매

유선 온라인 서비스로 콘텐츠/정보 검색 방식  
'개별서비스 직접 이용' > '검색포털 경우'

- 유선 온라인 서비스로 콘텐츠/정보 검색 시, 모든 유형의 서비스에서 '개별서비스 웹에서 직접 이용'의 비율이 '검색포털 웹 경우'보다 높게 나타남.

[유선 온라인 서비스로 콘텐츠/정보 검색 방식]  
개별서비스 직접 이용      검색포털 경우

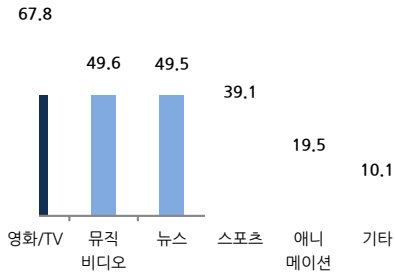
동영상      음악      금융서비스      상품 구매



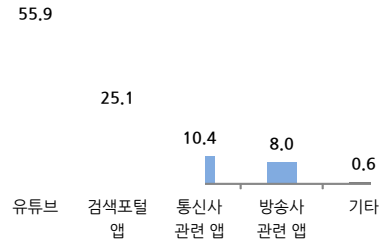
모바일 서비스로 시청하는 동영상은 '영화/TV프로그램' 67.8%  
주로 이용하는 앱은 '유튜브' 55.9%

- 모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형은 '영화나 TV프로그램'이 67.8%로 가장 높게 나타남.
- 모바일 서비스로 동영상 시청 시 주로 이용하는 앱은 '유튜브'가 55.9%로 가장 높게 나타났으며, '검색포털 앱'(25.1%), '통신사 관련 앱'(10.4%), '방송사 관련 앱'(8.0%)의 순임.

[모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형 (복수응답)]



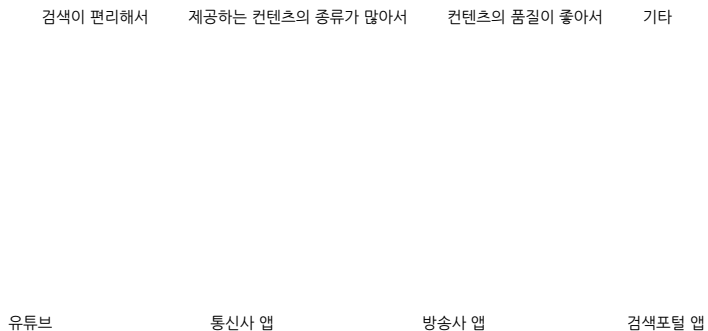
[동영상 시청 시 주로 이용하는 앱]



동영상 시청 시 각 앱을 이용하는 이유는 '검색이 편리해서' > '콘텐츠 종류'

- 동영상 시청 시 각 앱을 이용하는 이유로는, 모든 종류의 앱에서 '검색이 편리해서'라는 응답이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '제공하는 콘텐츠 종류가 많아서', '콘텐츠의 품질이 좋아서' 순으로 나타남.

[동영상 시청 시 각 앱을 이용하는 이유]



모바일 서비스로 감상하는 음악은 '개인 선호에 따른 음악' 62.8%  
주로 이용하는 앱은 '유튜브' 43.0%

- 모바일 서비스로 감상하는 음악 유형은 '개인의 선호에 따른 음악'이 62.8%로 가장 높게 나타남.
- 모바일 서비스로 음악 감상 시 주로 이용하는 앱은 '유튜브'가 43.0%로 가장 높게 나타났으며, '멜론'은 28.1%로 나타남. 그 외 항목은 비슷한 수준임.

[모바일 서비스로 감상하는 음악 유형 (복수응답)]



[음악 감상 시 주로 이용하는 앱]

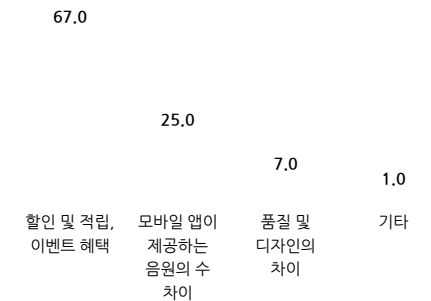


사용하던 음악감상 앱 변경 경험 '없다' 59.4%, '있다' 40.6%  
변경한 이유는 '할인 및 적립, 이벤트 혜택' 67.0%

- 기존에 사용하던 음악감상 앱의 이용기간이 종료된 경우, 다른 앱으로 변경한 경험이 '없다'가 59.4%, '있다' 40.6%로 나타남.
- 음악감상 앱을 변경한 이유는 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'이 67.0%로 가장 높게 나타남.

[음악감상 앱 변경 경험]

[음악감상 앱 변경 이유]

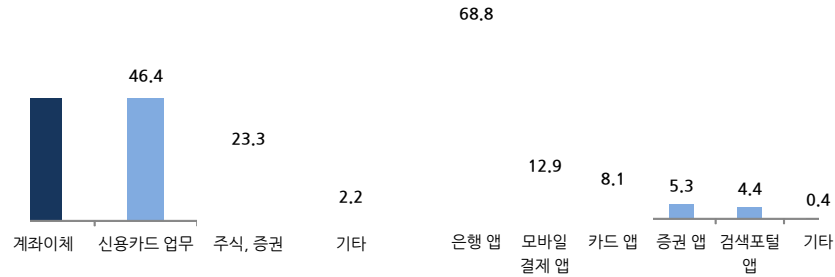


모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형은 '계좌이체' 92.4%  
주로 이용하는 앱은 '은행 앱' 68.8%

- 모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형은 '계좌이체'가 92.4%로 가장 높게 나타남.
- 모바일 서비스로 금융서비스 이용 시 주로 이용하는 앱은 '은행 앱'이 68.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 외 앱들은 비슷한 수준으로 나타남.

[모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형 (복수응답)]  
92.4

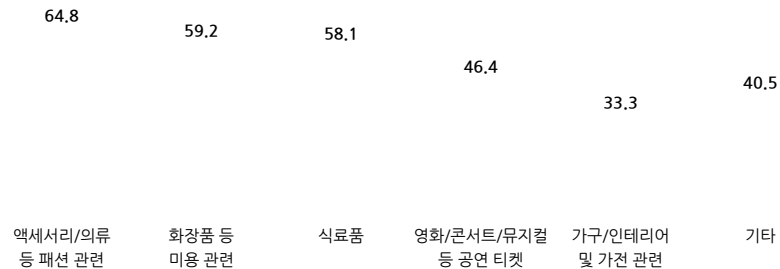
[금융서비스 이용 시 주 이용 앱]



모바일 서비스로 구매하는 상품 유형은 '패션 관련 상품' 64.8%

- 모바일 서비스로 구매하는 상품 유형은 '액세서리/의류 등 패션 관련', '화장품 등 미용 관련', '식료품'이 모두 55% 이상으로 비슷한 수준으로 나타남.

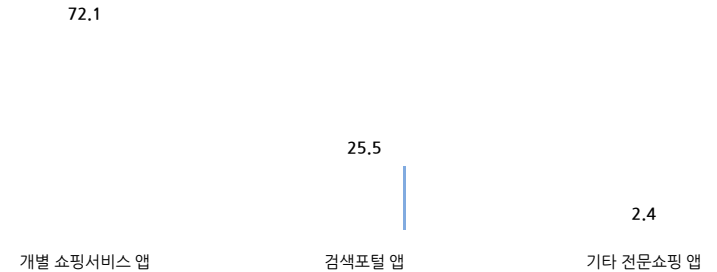
[모바일 서비스로 구매하는 상품 유형 (복수응답)]



모바일 서비스로 상품 구매 시 주로 이용하는 앱은 '개별 쇼핑서비스 앱' 72.1%

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 주로 이용하는 앱은 '개별 쇼핑서비스 앱'이 72.1%로 가장 높게 나타났으며, '검색포털 앱'(25.5%), '기타 전문쇼핑 앱'(2.4%) 순으로 나타남.

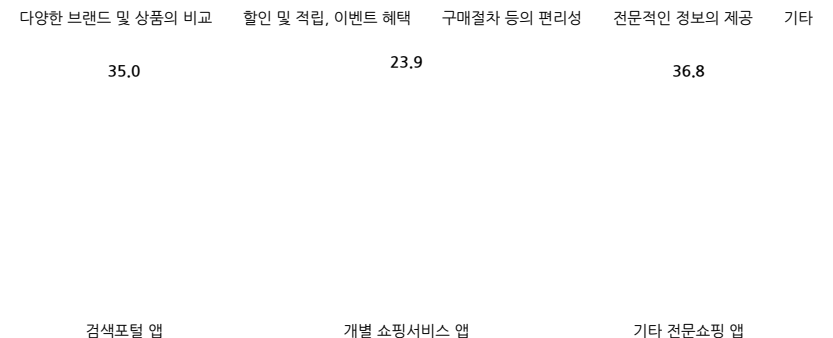
[상품 구매 시 주 이용 앱]



상품 구매 시 각 앱을 이용하는 이유는 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'

- 상품 구매 시 각 앱 이용 이유는 모든 앱에서 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'가 상대적으로 높음.
- '검색포털 앱'은 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'와 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'이 비슷한 수준으로 나타남. '개별 쇼핑서비스 앱'은 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'가 79.4%로 상대적으로 높으며, '할인 및 적립, 이벤트 혜택'과 '구매절차 등의 편리성'은 비슷한 수준으로 나타남.

[상품 구매 시 각 앱을 이용하는 이유]



## PART A. 모바일 인터넷 시장 획정

### 1. 하루 평균 인터넷 사용 시간

- 하루 평균 인터넷 사용시간은 약 4시간 47분(287.5분)으로 나타남.  
: ‘2시간 ~ 4시간 이하’ 사용하는 비율이 34.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘6시간 초과’ (23.1%), ‘4시간 ~ 6시간 이하’ (22.4%), ‘2시간 이하’ (19.8%) 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는,  
: 성별로 여성(297.8분)이 남성(277.7분)에 비해 상대적으로 더 오래 이용하는 것으로 나타남.  
: 연령별로 20대(361.0분)의 이용시간이 가장 길게 나타났으며, 20대 이상부터 연령대가 높아질수록 이용 시간이 감소하는 경향을 보임.

# 제3장. 조사 결과 분석

Q 귀하는 인터넷을 하루에 몇 시간 정도 사용하십니까? (데스크탑, 노트북, 모바일 기기 등 모두 포함)

(n=1,000, 단위 : %)

	34.7		
19.8		22.4	23.1
2시간 이하	2~4시간	4~6시간	6시간 초과

[ 하루 평균 인터넷 사용 시간 ]

구분		사례수	2시간 이하	2~4시간	4~6시간	6시간 초과	평균 (분)
전체		(1000)	19.8	34.7	22.4	23.1	287.5
성별	남성	(512)	23.4	33.8	21.7	21.1	277.7
	여성	(488)	16.0	35.7	23.2	25.2	297.8
연령별	만 15-18세	(67)	32.8	31.3	17.9	17.9	231.2
	만 19-29세	(218)	12.4	28.0	23.9	35.8	361.0
	30대	(216)	14.8	29.6	25.5	30.1	325.6
	40대	(253)	22.5	34.4	24.9	18.2	260.6
	50대	(246)	24.4	46.3	17.1	12.2	232.0
지역별	서울	(196)	16.3	38.8	25.0	19.9	275.5
	인천,경기	(315)	15.9	33.7	24.1	26.3	305.3
	대전,세종,충청	(105)	24.8	32.4	18.1	24.8	294.7
	광주,전라	(91)	15.4	36.3	23.1	25.3	290.8
	대구,경북	(98)	30.6	31.6	20.4	17.3	244.6
	부산,울산,경남	(152)	23.7	32.9	22.4	21.1	290.8
강원,제주	(43)	23.3	39.5	11.6	25.6	274.0	
학력별	고졸 이하	(207)	29.0	29.0	21.3	20.8	267.8
	대학교 졸업	(702)	17.2	35.6	23.1	24.1	294.7
	대학원 이상	(91)	18.7	40.7	19.8	20.9	277.3
직업별	자영업	(69)	21.7	34.8	18.8	24.6	286.0
	블루칼라	(94)	24.5	35.1	24.5	16.0	257.1
	화이트칼라	(529)	17.6	36.3	21.7	24.4	291.7
	가정주부	(117)	23.1	41.9	25.6	9.4	235.2
	학생	(108)	25.9	27.8	22.2	24.1	283.5
	무직/기타/무응답	(83)	14.5	22.9	22.9	39.8	375.9
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	100.0	0.0	0.0	0.0	93.5
	2~4시간	(347)	0.0	100.0	0.0	0.0	190.5
	4~6시간	(224)	0.0	0.0	100.0	0.0	314.4
	6시간 초과	(231)	0.0	0.0	0.0	100.0	573.5
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	15.3	34.3	21.0	29.5	315.3
	유선 모바일 비중 같음	(156)	26.3	34.6	21.8	17.3	256.4
	모바일 비중 높음	(386)	22.5	35.2	24.4	17.9	267.2

## 2. 유선·모바일 인터넷 사용 비중

- 인터넷 사용에 있어 유선 온라인 서비스의 사용 비중은 평균 51.8%이며, 모바일 서비스의 사용 비중은 평균 48.2%로 나타남  
: 모바일 서비스에 비해 유선 온라인 서비스 사용 비중이 높은 응답자가 45.8%이며, 유선 온라인 서비스에 비해 모바일 서비스 사용 비중이 높은 응답자는 38.6%로 나타남. 양 비중이 같은 응답자는 15.6%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,  
: 성별로 남성(55.6%)이 유선 온라인 서비스 평균 사용 비중이 더 높은 반면, 여성(52.3%)은 모바일 서비스의 평균 사용 비중이 더 높은 것으로 나타남.  
: 연령별로 20대 이하의 모바일 서비스의 평균 사용 비중이 더 높은 반면, 40대 이상은 유선 온라인 서비스의 평균 사용 비중이 더 높은 것으로 나타남. 한편, 30대의 경우 유선 온라인 서비스(49.5%)와 모바일 서비스(50.5%)의 평균 사용 비중이 비슷한 수준으로 나타남.

Q 귀하의 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스와 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스의 사용시간의 비중은 어느 정도입니까? 비중의 합계가 100%가 되도록 작성해주시시오.  
(n=1,000, 단위 : %)

45.8		
	38.6	
		15.6
유선 온라인 서비스 비중 높음	유선,모바일 비중 같음	모바일 서비스 비중 높음

[ 유선·모바일 인터넷 사용 비중 ]

구분	사례수	유선 온라인 서비스 평균	모바일 서비스 평균	유선 온라인 서비스 비중 높음	유선 온라인·모바일 서비스 비중 같음	모바일 서비스 비중 높음
전체	(1000)	51.8	48.2	45.8	15.6	38.6
성별	남성 (512)	55.6	44.4	51.6	16.6	31.8
	여성 (488)	47.7	52.3	39.8	14.5	45.7
연령별	만 15-18세 (67)	35.1	64.9	25.4	7.5	67.2
	만 19-29세 (218)	47.4	52.6	36.7	16.5	46.8
	30대 (216)	49.5	50.5	43.1	18.1	38.9
	40대 (253)	54.5	45.5	49.8	17.0	33.2
	50대 (246)	59.4	40.6	57.7	13.4	28.9
지역별	서울 (196)	55.0	45.0	53.1	14.3	32.7
	인천,경기 (315)	51.6	48.4	47.0	13.0	40.0
	대전,세종,충청 (105)	51.7	48.3	46.7	16.2	37.1
	광주,전라 (91)	50.5	49.5	44.0	18.7	37.4
	대구,경북 (98)	52.1	47.9	41.8	18.4	39.8
	부산,울산,경남 (152)	50.2	49.8	40.1	18.4	41.4
학력별	강원,제주 (43)	45.8	54.2	34.9	16.3	48.8
	중졸 이하 (207)	48.6	51.4	42.5	13.0	44.4
	고졸 이하 (702)	52.2	47.8	46.4	15.1	38.5
	대학교 졸업 (91)	55.9	44.1	48.4	25.3	26.4
직업별	자영업 (69)	54.1	45.9	42.0	21.7	36.2
	블루칼라 (94)	47.1	52.9	31.9	21.3	46.8
	화이트칼라 (529)	56.4	43.6	55.0	15.7	29.3
	가정주부 (117)	43.7	56.3	34.2	11.1	54.7
	학생 (108)	39.2	60.8	26.9	9.3	63.9
	무직/기타/무응답 (83)	53.6	46.4	47.0	18.1	34.9
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (198)	46.5	53.5	35.4	20.7	43.9
	2~4시간 (347)	51.9	48.1	45.2	15.6	39.2
	4~6시간 (224)	50.6	49.4	42.9	15.2	42.0
	6시간 초과 (231)	57.3	42.7	58.4	11.7	29.9
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	75.0	25.0	100.0	0.0	0.0
	유선 모바일 비중 같음 (156)	50.0	50.0	0.0	100.0	0.0
	모바일 비중 높음 (386)	25.0	75.0	0.0	0.0	100.0

### 3. 유선 온라인 서비스 사용 이유 [1순위]

- 유선 온라인 서비스를 주로 사용하는 이유는 1순위를 기준으로 '큰 화면이 필요해서'가 42.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '속도가 빨라서' (21.2%), '동시에 여러 서비스를 이용하여야 해서' (11.4%), '키보드 등 이용조작이 편리해서' (11.2%) 등의 순임
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 20대 이상의 모든 연령에서 '큰 화면이 필요해서'가 가장 높게 나타난 가운데, 20대(25.0%)와 30대(25.8%)에서 '속도가 빨라서'가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 하루 사용시간별로 2시간 이하 층은 '큰 화면이 필요해서' (36.9%)와 '속도가 빨라서' (31.5%)의 두 항목이 비슷하게 나타났으며, 이 외 다른 층은 '큰 화면이 필요해서'가 가장 높게 나타남.

Q 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 해당하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 유선 비중 높음 & 유선 모바일 비중 같음 응답자, n=614, 단위 : %, 1순위 기준)

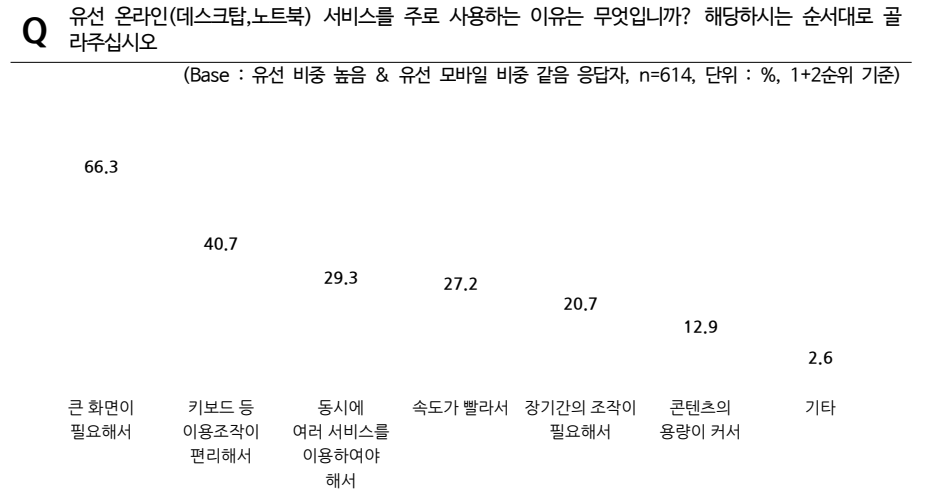
42.0						
	21.2					
		11.4	11.2	8.8	3.7	1.6
큰 화면이 필요해서	속도가 빨라서	동시에 여러 서비스를 이용하여야 해서	키보드 등 이용조작이 편리해서	장기간의 조작이 필요해서	콘텐츠의 용량이 커서	기타

[ 유선 온라인 서비스 사용 이유 (1순위) ]

구분	사례 수	큰 화면이 필요해서	속도가 빨라서	동시에 여러 서비스를 이용해야 해서	이용 조작성이 편리해서	장기간의 조작성이 필요해서	콘텐츠의 용량이 커서	기타
전체	(614)	42.0	21.2	11.4	11.2	8.8	3.7	1.6
성별	남성 (349)	37.8	28.1	10.6	12.3	6.6	4.0	0.6
	여성 (265)	47.5	12.1	12.5	9.8	11.7	3.4	3.0
연령별	만 15-18세 (22)	31.8	36.4	9.1	13.6	0.0	4.5	4.5
	만 19-29세 (116)	32.8	25.0	6.9	14.7	9.5	6.9	4.3
	30대 (132)	35.6	25.8	13.6	9.1	12.1	3.0	0.8
	40대 (169)	42.6	17.8	14.2	12.4	10.1	2.4	0.6
	50대 (175)	53.7	16.6	10.3	9.1	5.7	3.4	1.1
지역별	서울 (132)	48.5	18.9	7.6	15.2	6.1	3.0	0.8
	인천,경기 (189)	39.7	21.7	12.7	10.6	10.6	3.7	1.1
	대전,세종,충청 (66)	31.8	18.2	13.6	12.1	16.7	4.5	3.0
	광주,전라 (57)	43.9	28.1	10.5	7.0	7.0	0.0	3.5
	대구,경북 (59)	42.4	25.4	8.5	10.2	8.5	3.4	1.7
	부산,울산,경남 (89)	47.2	16.9	13.5	9.0	4.5	6.7	2.2
	강원,제주 (22)	27.3	27.3	18.2	13.6	9.1	4.5	0.0
학력별	고졸 이하 (115)	39.1	20.9	12.2	9.6	9.6	6.1	2.6
	대학교 졸업 (432)	43.3	21.1	10.4	12.3	8.6	3.2	1.2
	대학원 이상 (67)	38.8	22.4	16.4	7.5	9.0	3.0	3.0
직업별	자영업 (44)	38.6	20.5	11.4	13.6	11.4	4.5	0.0
	블루칼라 (50)	42.0	32.0	6.0	12.0	4.0	4.0	0.0
	화이트칼라 (374)	42.5	20.9	12.6	9.9	9.4	2.7	2.1
	가정주부 (53)	56.6	9.4	7.5	15.1	9.4	1.9	0.0
	학생 (39)	35.9	28.2	7.7	15.4	2.6	5.1	5.1
	무직/기타/무응답 (54)	31.5	20.4	14.8	11.1	11.1	11.1	0.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (111)	36.9	31.5	11.7	9.0	3.6	6.3	0.9
	2~4시간 (211)	47.4	21.3	10.0	10.4	6.2	2.8	1.9
	4~6시간 (130)	43.8	16.2	10.8	16.9	10.8	0.8	0.8
	6시간 초과 (162)	37.0	17.9	13.6	9.3	14.2	5.6	2.5
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	42.1	16.2	13.8	12.0	10.0	3.7	2.2
	유선 모바일 같음 (156)	41.7	35.9	4.5	9.0	5.1	3.8	0.0
	모바일 비중 높음 (0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 4. 유선 온라인 서비스 사용 이유 [1+2순위]

- 유선 온라인 서비스를 주로 사용하는 이유는 1+2순위를 기준으로 ‘큰 화면이 필요해서’가 66.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘키보드 등 이용조작이 편리해서’(40.7%), ‘동시에 여러 서비스를 이용하여야 해서’(29.3%), ‘속도가 빨라서’(27.2%) 등의 순임
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 50대에서 ‘큰 화면이 필요해서’(77.7%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - 인터넷 하루 사용시간별로 모든 층에서 ‘큰 화면이 필요해서’가 가장 높게 나타난 가운데, 6시간 초과층은 ‘동시에 여러 서비스를 이용해야 해서’(36.4%)가 상대적으로 높음.



[ 유선 온라인 서비스 사용 이유 (1+2순위) ]

구분	사례 수	큰 화면이 필요해서	이용 조작이 편리해서	동시에 여러 서비스를 이용해야 해서	속도가 빨라서	장기간의 조작이 필요해서	콘텐츠의 용량이 커서	기타
전체	(614)	66.3	40.7	29.3	27.2	20.7	12.9	2.6
성별	남성 (349)	63.3	40.7	28.4	34.7	18.1	13.2	1.4
	여성 (265)	70.2	40.8	30.6	17.4	24.2	12.5	4.2
연령별	만 15-18세 (22)	59.1	40.9	18.2	40.9	13.6	13.6	13.6
	만 19-29세 (116)	51.7	37.9	29.3	33.6	23.3	19.0	5.2
	30대 (132)	63.6	42.4	34.1	31.1	17.4	10.6	0.8
	40대 (169)	67.5	40.8	30.8	22.5	26.0	11.2	1.2
	50대 (175)	77.7	41.1	25.7	22.9	17.1	12.0	2.3
지역별	서울 (132)	71.2	49.2	24.2	27.3	12.9	13.6	1.5
	인천,경기 (189)	63.0	37.6	32.3	26.5	26.5	12.2	2.1
	대전,세종,충청 (66)	56.1	40.9	37.9	21.2	22.7	16.7	4.5
	광주,전라 (57)	63.2	33.3	24.6	36.8	21.1	15.8	5.3
	대구,경북 (59)	71.2	40.7	20.3	32.2	20.3	10.2	3.4
	부산,울산,경남 (89)	73.0	41.6	32.6	22.5	18.0	9.0	2.2
강원,제주 (22)	63.6	31.8	31.8	31.8	22.7	18.2	0.0	
학력별	고졸 이하 (115)	64.3	36.5	25.2	27.0	24.3	17.4	4.3
	대학교 졸업 (432)	67.4	42.8	29.4	26.9	19.7	11.6	2.1
	대학원 이상 (67)	62.7	34.3	35.8	29.9	20.9	13.4	3.0
직업별	자영업 (44)	61.4	52.3	29.5	25.0	20.5	9.1	0.0
	블루칼라 (50)	70.0	44.0	30.0	36.0	12.0	8.0	0.0
	화이트칼라 (374)	66.3	38.5	31.6	27.0	22.2	11.8	2.4
	가정주부 (53)	88.7	41.5	17.0	15.1	20.8	13.2	3.8
	학생 (39)	53.8	43.6	25.6	35.9	12.8	20.5	7.7
	무직/기타/무응답 (54)	53.7	40.7	27.8	27.8	24.1	22.2	3.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (111)	69.4	42.3	24.3	36.9	8.1	15.3	1.8
	2~4시간 (211)	71.6	39.8	28.9	27.5	17.1	12.8	2.4
	4~6시간 (130)	68.5	47.7	25.4	22.3	22.3	10.8	3.1
	6시간 초과 (162)	55.6	35.2	36.4	24.1	32.7	13.0	3.1
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	64.4	43.4	30.6	23.1	22.7	12.2	3.1
	유선 모바일 같음 (156)	71.8	32.7	25.6	39.1	14.7	14.7	1.3
	모바일 비중 높음 (0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 5. 모바일 서비스 사용 이유 [1순위]

- 모바일 서비스를 주로 사용하는 이유는 1순위를 기준으로 '장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에' (66.8%)가 가장 높게 나타났고, 다음으로 '짧은 시간에 수시로 이용해서' (16.2%)가 높으며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 모든 연령층에서 '장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에'가 높게 나타났으나, 15-18세의 경우 '짧은 시간에 수시로 이용해서'가 22.0%로 상대적으로 높음.

### Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 해당하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 모바일 비중 높음 & 유선 모바일 비중 같음 응답자, n=542, 단위 : %, 1순위 기준)

66.8

16.2

6.6

6.1

3.3

0.9

장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에

짧은 시간에 수시로 이용해서

부팅 및 접속에 소요되는 시간이 짧아서

이용조작이 간단해서

개인성이 보장되기 때문에 간단한 내용이라서

[ 모바일 서비스 사용 이유 (1순위) ]

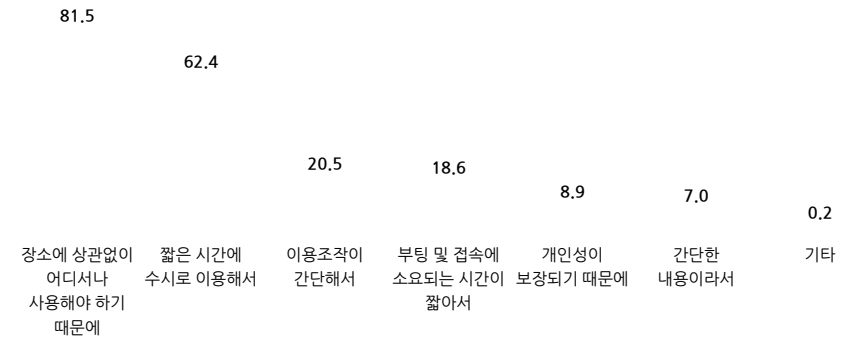
구분	사례 수	장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에	짧은 시간에 수시로 이용해서	부팅 및 접속에 소요되는 시간이 짧아서	이용 조작성이 간단해서	개인성이 보장되기 때문에	간단한 내용이라서	기타
전체	(542)	66.8	16.2	6.6	6.1	3.3	0.9	0.0
성별	남성 (248)	67.3	15.7	7.7	4.8	3.2	1.2	0.0
	여성 (294)	66.3	16.7	5.8	7.1	3.4	0.7	0.0
연령별	만 15-18세 (50)	68.0	22.0	2.0	6.0	0.0	2.0	0.0
	만 19-29세 (138)	60.1	17.4	8.0	9.4	3.6	1.4	0.0
	30대 (123)	68.3	16.3	7.3	4.9	3.3	0.0	0.0
	40대 (127)	67.7	16.5	6.3	5.5	3.1	0.8	0.0
	50대 (104)	72.1	11.5	6.7	3.8	4.8	1.0	0.0
지역별	서울 (92)	72.8	13.0	4.3	5.4	4.3	0.0	0.0
	인천,경기 (167)	70.7	18.0	4.8	4.2	1.2	1.2	0.0
	대전,세종,충청 (56)	67.9	17.9	0.0	5.4	7.1	1.8	0.0
	광주,전라 (51)	58.8	11.8	13.7	7.8	5.9	2.0	0.0
	대구,경북 (57)	57.9	15.8	14.0	8.8	1.8	1.8	0.0
학력별	부산,울산,경남 (91)	67.0	14.3	7.7	7.7	3.3	0.0	0.0
	강원,제주 (28)	53.6	28.6	7.1	7.1	3.6	0.0	0.0
	고졸 이하 (119)	68.9	16.8	3.4	6.7	1.7	2.5	0.0
	대학교 졸업 (376)	67.0	16.5	7.2	5.9	2.9	0.5	0.0
	대학원 이상 (47)	59.6	12.8	10.6	6.4	10.6	0.0	0.0
직업별	자영업 (40)	67.5	10.0	10.0	5.0	7.5	0.0	0.0
	블루칼라 (64)	75.0	6.3	4.7	10.9	1.6	1.6	0.0
	화이트칼라 (238)	66.4	15.5	8.0	5.5	3.8	0.8	0.0
	가정주부 (77)	62.3	23.4	5.2	5.2	3.9	0.0	0.0
	학생 (79)	68.4	21.5	3.8	5.1	0.0	1.3	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답 (44)	61.4	18.2	6.8	6.8	4.5	2.3	0.0
	2시간 이하 (128)	65.6	16.4	5.5	5.5	6.3	0.8	0.0
	2~4시간 (190)	66.3	14.2	8.4	7.4	2.6	1.1	0.0
	4~6시간 (128)	68.8	18.8	7.0	3.1	1.6	0.8	0.0
서비스 사용 비중	6시간 초과 (96)	66.7	16.7	4.2	8.3	3.1	1.0	0.0
	유선 비중 높음 (0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	유선 모바일 같음 (156)	65.4	7.7	11.5	6.4	7.7	1.3	0.0
모바일 비중 높음 (386)	67.4	19.7	4.7	6.0	1.6	0.8	0.0	

## 6. 모바일 서비스 사용 이유 [1+2순위]

- 모바일 서비스를 주로 사용하는 이유는 1+2순위를 기준으로 '장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에'가 81.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '짧은 시간에 수시로 이용해서' (62.4%)가 높게 나타났으며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 모든 연령층에서 '장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에'가 높으나, 30대의 경우 '짧은 시간에 수시로 이용해서'가 69.9%로 상대적으로 높음.

Q 모바일 (태블릿,스마트폰) 서비스를 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 해당하시는 순서대로 골라주세요

(Base : 모바일 비중 높음 & 유선 모바일 비중 같음 응답자, n=542, 단위 : %, 1+2순위 기준)





[ 모바일 서비스 사용 이유 (1+2순위) ]

구분	사례 수	장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에	짧은 시간에 수시로 이용해서	이용 조작이 간단해서	부팅 및 접속에 소요되는 시간이 짧아서	개인성이 보장되기 때문에	간단한 내용이라서	기타
전체	(542)	81.5	62.4	20.5	18.6	8.9	7.0	0.2
성별	남성 (248)	81.5	63.7	21.0	17.3	9.3	6.9	0.0
	여성 (294)	81.6	61.2	20.1	19.7	8.5	7.1	0.3
연령별	만 15~18세 (50)	90.0	56.0	22.0	18.0	2.0	8.0	0.0
	만 19~29세 (138)	73.2	63.8	25.4	20.3	11.6	5.8	0.0
	30대 (123)	79.7	69.9	13.8	22.8	8.1	5.7	0.0
	40대 (127)	82.7	58.3	23.6	15.7	10.2	8.7	0.0
	50대 (104)	89.4	59.6	17.3	15.4	7.7	7.7	1.0
지역별	서울 (92)	82.6	65.2	13.0	20.7	10.9	6.5	1.1
	인천,경기 (167)	85.6	65.3	21.6	14.4	6.6	5.4	0.0
	대전,세종,충청 (56)	83.9	62.5	19.6	8.9	12.5	8.9	0.0
	광주,전라 (51)	76.5	52.9	21.6	29.4	11.8	7.8	0.0
	대구,경북 (57)	75.4	57.9	22.8	22.8	8.8	12.3	0.0
	부산,울산,경남 (91)	81.3	62.6	18.7	19.8	8.8	7.7	0.0
학력별	강원,제주 (28)	71.4	60.7	39.3	25.0	3.6	0.0	0.0
	고졸 이하 (119)	89.1	60.5	16.8	14.3	5.9	10.1	0.0
	대학교 졸업 (376)	81.1	62.8	20.7	19.4	9.0	6.4	0.3
	대학원 이상 (47)	66.0	63.8	27.7	23.4	14.9	4.3	0.0
직업별	대학원 이상 (47)	66.0	63.8	27.7	23.4	14.9	4.3	0.0
	자영업 (40)	72.5	65.0	20.0	15.0	20.0	7.5	0.0
	블루칼라 (64)	84.4	53.1	29.7	20.3	3.1	9.4	0.0
	화이트칼라 (238)	81.9	63.0	18.5	18.5	11.3	6.3	0.0
	가정주부 (77)	81.8	66.2	18.2	19.5	6.5	3.9	1.3
	학생 (79)	86.1	60.8	17.7	22.8	3.8	6.3	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답 (44)	75.0	65.9	27.3	11.4	6.8	13.6	0.0
	2시간 이하 (128)	82.0	52.3	21.1	18.8	10.9	12.5	0.0
	2~4시간 (190)	80.5	63.2	24.7	15.8	10.5	5.3	0.0
	4~6시간 (128)	82.8	66.4	18.8	23.4	3.1	3.9	0.8
	6시간 초과 (96)	81.3	68.8	13.5	17.7	10.4	7.3	0.0
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	유선 모바일 같음 (156)	75.0	49.4	22.4	26.9	16.0	9.6	0.6
	모바일 비중 높음 (386)	84.2	67.6	19.7	15.3	6.0	6.0	0.0

## 7. 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 [1순위]

- 주로 이용하는 유선 온라인 서비스는 1순위를 기준으로 '검색포털'이 46.2%로 가장 높게 나타났고, 그 외 서비스는 비슷한 수준으로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 성별로 모든 성별에서 '검색포털'이 높은 가운데, 남성은 '게임'(11.5%), 여성은 '뱅킹'(12.5%) 이 상대적으로 높게 나타남.
  - 연령별로 모든 연령층에서 '검색포털'이 높은 가운데, 10대(19.4%)와 20대(14.7%)는 '게임'이 상대적으로 높게 나타남.

Q 다음 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(n=1,000, 단위 : %, 1순위 기준)

46.2									
9.3	9.3	8.5	7.6	6.3	5.1	3.1	1.8	2.8	
검색포털	동영상 콘텐츠	뱅킹	메신저	게임	쇼핑	커뮤니티	소셜 네트워크 서비스	음악 콘텐츠	기타

[ 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 (1순위) ]

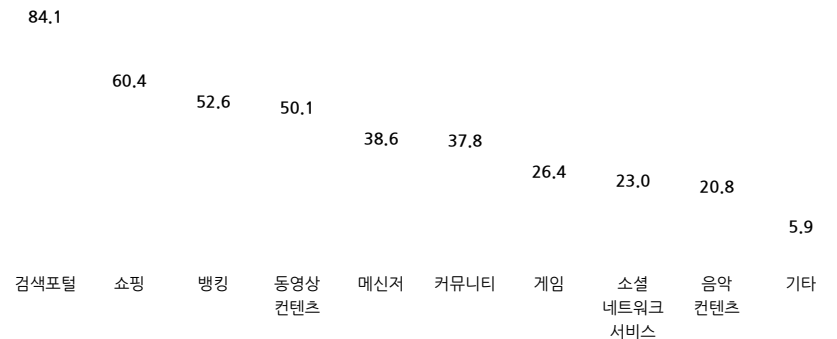
구분	사례 수	검색포털	동영상 콘텐츠	뱅킹	메신저	게임	쇼핑	커뮤니티	소셜네트워크서비스	음악 콘텐츠	기타	
전체	(1000)	46.2	9.3	9.3	8.5	7.6	6.3	5.1	3.1	1.8	2.8	
성별	남성	(512)	48.0	9.4	6.3	8.4	11.5	3.7	5.5	3.3	1.6	2.3
	여성	(488)	44.3	9.2	12.5	8.6	3.5	9.0	4.7	2.9	2.0	3.3
연령별	만 15-18세	(67)	25.4	16.4	1.5	13.4	19.4	6.0	4.5	7.5	3.0	3.0
	만 19-29세	(218)	38.5	13.8	6.0	9.6	14.7	5.5	6.0	1.8	1.4	2.8
	30대	(216)	44.4	8.3	9.3	9.3	7.9	6.0	7.9	2.8	1.4	2.8
	40대	(253)	52.2	9.1	11.1	8.3	3.2	5.9	3.2	2.8	2.4	2.0
	50대	(246)	54.1	4.5	12.6	5.7	2.4	7.7	4.1	3.7	1.6	3.7
지역별	서울	(196)	44.9	11.7	10.2	9.2	6.1	6.1	3.6	4.6	1.5	2.0
	인천,경기	(315)	48.3	9.2	9.8	7.9	7.3	6.7	4.4	1.6	1.3	3.5
	대전,세종,충청	(105)	47.6	12.4	9.5	6.7	5.7	4.8	4.8	2.9	2.9	2.9
	광주,전라	(91)	39.6	6.6	9.9	6.6	11.0	11.0	5.5	3.3	3.3	3.3
	대구,경북	(98)	51.0	6.1	10.2	8.2	5.1	5.1	7.1	5.1	1.0	1.0
	부산,울산,경남	(152)	42.8	7.9	7.9	10.5	11.2	5.9	6.6	2.6	2.0	2.6
강원,제주	(43)	48.8	9.3	2.3	11.6	7.0	2.3	7.0	4.7	2.3	4.7	
학력별	고졸 이하	(207)	40.1	9.7	6.3	7.7	15.0	5.8	5.3	3.4	2.4	4.3
	대학교 졸업	(702)	46.7	9.1	11.0	8.8	5.6	6.7	5.3	3.3	1.3	2.3
	대학원 이상	(91)	56.0	9.9	3.3	7.7	6.6	4.4	3.3	1.1	4.4	3.3
직업별	자영업	(69)	44.9	7.2	7.2	8.7	8.7	4.3	8.7	4.3	4.3	1.4
	블루칼라	(94)	38.3	13.8	9.6	6.4	16.0	6.4	4.3	1.1	2.1	2.1
	화이트칼라	(529)	51.2	8.1	9.5	8.9	4.2	5.5	4.0	3.4	1.5	3.8
	가정주부	(117)	46.2	5.1	21.4	7.7	0.9	11.1	5.1	0.9	0.0	1.7
	학생	(108)	34.3	15.7	0.9	10.2	18.5	3.7	7.4	4.6	2.8	1.9
	무직/기타/무응답	(83)	39.8	10.8	3.6	7.2	14.5	9.6	7.2	3.6	2.4	1.2
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	43.9	7.1	11.1	11.6	7.1	6.6	6.1	2.5	2.5	1.5
	2~4시간	(347)	47.8	9.2	10.7	9.2	6.3	5.8	4.3	3.5	2.0	1.2
	4~6시간	(224)	49.1	8.5	8.5	7.1	8.0	7.1	4.9	2.7	1.3	2.7
	6시간 초과	(231)	42.9	12.1	6.5	6.1	9.5	6.1	5.6	3.5	1.3	6.5
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	56.8	8.1	7.9	4.1	6.6	4.6	3.9	2.6	1.1	4.4
	유선 모바일 같음	(156)	41.0	7.1	11.5	6.4	7.7	7.1	5.8	3.8	6.4	3.2
	모바일 비중 높음	(386)	35.8	11.7	10.1	14.5	8.8	8.0	6.2	3.4	0.8	0.8

## 8. 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 [1+2+3+4순위]

- 주로 이용하는 유선 온라인 서비스는 1+2+3+4순위를 기준으로 ‘검색포털’이 84.1%로 가장 높게 나타났고, 그 외 서비스는 비슷한 수준으로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 성별로 모든 성별에서 ‘검색포털’이 높게 나타났으나, 남성은 ‘게임’(34.0%)이, 여성은 ‘쇼핑’(68.9%)과 ‘뱅킹’(60.9%)이 상대적으로 높음.
  - : 연령별로 모든 연령층에서 ‘검색포털’이 높은 가운데, ‘쇼핑’의 비율은 연령이 높을수록 높음.

Q 다음 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(n=1,000, 단위 : %, 1+2+3+4순위 기준)



[ 주로 이용하는 유선 온라인 서비스 (1+2+3+4순위) ]

구분	사례 수	검색포털	쇼핑	뱅킹	동영상 콘텐츠	메신저	커뮤니티	게임	소셜네트워크서비스	음악콘텐츠	기타	
전체	(1000)	84.1	60.4	52.6	50.1	38.6	37.8	26.4	23.0	20.8	5.9	
성별	남성	(512)	82.8	52.3	44.7	52.9	39.1	40.8	34.0	26.2	21.9	4.9
	여성	(488)	85.5	68.9	60.9	47.1	38.1	34.6	18.4	19.7	19.7	7.0
연령별	만 15-18세	(67)	77.6	37.3	16.4	73.1	43.3	19.4	55.2	29.9	40.3	6.0
	만 19-29세	(218)	78.9	50.0	43.6	58.3	40.8	33.0	37.6	24.3	25.7	7.3
	30대	(216)	83.8	63.4	46.8	47.2	44.4	48.6	23.1	22.2	14.4	6.0
	40대	(253)	84.2	64.0	62.5	46.6	37.2	36.0	17.4	25.7	21.7	4.3
	50대	(246)	90.7	69.5	65.4	42.7	31.7	39.4	20.7	17.9	15.9	6.1
지역별	서울	(196)	81.1	55.6	56.6	54.6	41.8	32.1	27.0	28.6	16.8	5.1
	인천,경기	(315)	88.9	61.0	53.0	48.6	39.0	37.8	26.3	21.3	16.5	7.0
	대전,세종,충청	(105)	82.9	65.7	46.7	54.3	30.5	41.9	24.8	19.0	26.7	7.6
	광주,전라	(91)	80.2	64.8	51.6	47.3	37.4	34.1	36.3	13.2	29.7	5.5
	대구,경북	(98)	83.7	54.1	45.9	51.0	41.8	38.8	23.5	30.6	25.5	5.1
	부산,울산,경남	(152)	80.3	62.5	56.6	48.0	38.2	42.1	23.7	21.1	23.0	4.6
강원,제주	(43)	88.4	62.8	48.8	41.9	37.2	44.2	23.3	30.2	18.6	4.7	
학력별	고졸 이하	(207)	83.1	54.6	45.4	56.5	33.8	30.0	37.7	21.7	28.0	8.2
	대학교 졸업	(702)	83.9	62.3	54.8	48.4	40.6	39.7	23.6	23.1	18.4	5.0
	대학원 이상	(91)	87.9	59.3	51.6	48.4	34.1	40.7	22.0	25.3	23.1	7.7
직업별	자영업	(69)	81.2	71.0	65.2	53.6	33.3	36.2	24.6	15.9	17.4	1.4
	블루칼라	(94)	81.9	52.1	51.1	59.6	33.0	35.1	38.3	19.1	25.5	4.3
	화이트칼라	(529)	84.3	62.2	57.1	42.2	42.7	41.0	19.8	25.5	18.1	7.0
	가정주부	(117)	90.6	76.1	70.1	42.7	29.9	39.3	17.9	15.4	12.0	6.0
	학생	(108)	79.6	42.6	22.2	75.0	37.0	25.0	50.0	24.1	37.0	5.6
	무직/기타/무응답	(83)	84.3	50.6	30.1	65.1	37.3	36.1	37.3	26.5	26.5	4.8
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	79.3	63.1	51.0	47.0	40.4	39.9	28.3	20.2	25.3	5.1
	2~4시간	(347)	87.3	60.8	57.9	47.0	38.6	37.2	25.6	25.1	17.0	3.2
	4~6시간	(224)	85.3	59.4	47.8	55.8	37.9	36.2	26.3	23.7	21.4	6.3
	6시간 초과	(231)	82.3	58.4	50.6	51.9	37.7	38.5	26.0	21.6	22.1	10.4
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	88.6	63.8	55.7	49.8	35.4	38.4	22.5	22.1	15.7	7.9
	유선 모바일 같음	(156)	78.2	62.2	53.2	50.0	35.9	36.5	26.9	23.1	27.6	5.8
	모바일 비중 높음	(386)	81.1	55.7	48.7	50.5	43.5	37.6	30.8	24.1	24.1	3.6

## 9. 주로 이용하는 모바일 서비스 [1순위]

- 주로 이용하는 모바일 서비스는 1순위를 기준으로 '메신저'가 32.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '검색포털'이 22.7%로 높음. 그 외 서비스는 비슷한 수준으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 40대는 '검색포털'(32.0%), '메신저'(28.9%)의 두 항목이 비슷한 수준으로 나타났으며, 그 외 연령층은 '메신저'의 비율이 가장 높게 나타남. 15-18세는 '동영상 콘텐츠'(22.4%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 다음 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(n=1,000, 단위 : %, 1순위 기준)



[ 주로 이용하는 모바일 서비스 (1순위) ]

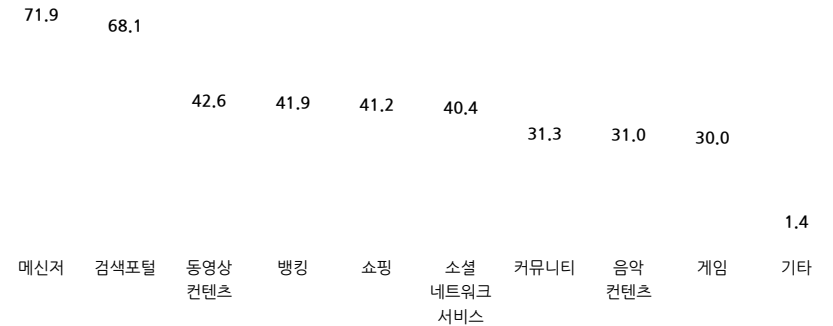
구분	사례 수	메신저	검색포털	동영상 콘텐츠	소셜네트워크서비스	게임	뱅킹	커뮤니티	음악콘텐츠	쇼핑	기타
전체	(1000)	32.6	22.7	8.6	8.4	7.5	6.5	4.5	4.3	4.2	0.7
성별	남성 (512)	29.1	25.4	9.2	8.4	8.6	6.8	4.5	4.7	2.9	0.4
	여성 (488)	36.3	19.9	8.0	8.4	6.4	6.1	4.5	3.9	5.5	1.0
연령별	만 15-18세 (67)	32.8	14.9	22.4	13.4	7.5	0.0	1.5	7.5	0.0	0.0
	만 19-29세 (218)	36.7	13.8	13.3	9.6	8.7	3.2	4.6	4.6	4.1	1.4
	30대 (216)	32.9	20.4	7.4	10.6	6.0	5.6	6.0	4.6	6.5	0.0
	40대 (253)	28.9	32.0	4.7	5.1	8.3	5.1	5.1	4.7	5.5	0.4
	50대 (246)	32.5	25.2	5.7	7.3	6.9	13.4	3.3	2.4	2.0	1.2
지역별	서울 (196)	41.8	18.9	8.2	10.2	5.1	5.6	2.6	3.6	4.1	0.0
	인천,경기 (315)	31.1	25.4	7.9	6.3	7.6	7.3	4.1	5.1	4.4	0.6
	대전,세종,충청 (105)	28.6	21.0	10.5	8.6	7.6	5.7	7.6	2.9	5.7	1.9
	광주,전라 (91)	26.4	19.8	7.7	15.4	6.6	7.7	4.4	6.6	3.3	2.2
	대구,경북 (98)	30.6	25.5	10.2	11.2	9.2	5.1	2.0	2.0	3.1	1.0
	부산,울산,경남 (152)	27.6	25.7	8.6	4.6	9.9	6.6	7.9	4.6	4.6	0.0
강원,제주 (43)	46.5	14.0	9.3	7.0	7.0	7.0	2.3	4.7	2.3	0.0	
학력별	고졸 이하 (207)	27.1	19.8	18.4	7.2	9.2	5.3	1.4	4.3	5.3	1.9
	대학교 졸업 (702)	35.8	23.5	6.4	8.5	7.1	6.0	5.1	3.4	3.7	0.4
	대학원 이상 (91)	20.9	23.1	3.3	9.9	6.6	13.2	6.6	11.0	5.5	0.0
직업별	자영업 (69)	33.3	23.2	7.2	8.7	13.0	5.8	1.4	2.9	2.9	1.4
	블루칼라 (94)	19.1	22.3	13.8	6.4	12.8	9.6	4.3	7.4	3.2	1.1
	화이트칼라 (529)	35.9	23.1	6.0	8.9	4.7	7.0	6.2	3.4	4.5	0.2
	가정주부 (117)	33.3	28.2	1.7	5.1	6.8	7.7	1.7	5.1	8.5	1.7
	학생 (108)	35.2	13.9	18.5	10.2	8.3	0.9	2.8	8.3	0.9	0.9
	무직/기타/무응답 (83)	21.7	24.1	16.9	9.6	14.5	6.0	2.4	1.2	2.4	1.2
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (198)	31.8	20.7	9.6	9.6	9.1	7.1	3.5	4.5	4.0	0.0
	2~4시간 (347)	35.4	25.1	4.0	8.9	5.8	7.5	4.0	3.7	4.6	0.9
	4~6시간 (224)	30.8	23.7	10.7	7.1	6.3	5.4	6.3	6.3	3.1	0.4
	6시간 초과 (231)	30.7	19.9	12.6	7.8	10.0	5.6	4.3	3.0	4.8	1.3
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	35.4	22.5	7.6	8.3	7.4	8.3	3.3	3.7	2.8	0.7
	유선 모바일 같음 (156)	25.6	17.9	7.1	9.6	7.1	9.6	5.8	10.3	6.4	0.6
	모바일 비중 높음 (386)	32.1	24.9	10.4	8.0	7.8	3.1	5.4	2.6	4.9	0.8

## 10. 주로 이용하는 모바일 서비스 [1+2+3+4순위]

- 주로 이용하는 모바일 서비스는 1+2+3+4순위를 기준으로 ‘메신저’ (71.9%)와 ‘검색포털’ (68.1%) 이 높게 나타났으며, 그 외 서비스는 비슷한 수준으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 15-18세는 ‘메신저’ (73.1%)와 ‘동영상 콘텐츠’ (73.1%)가 비슷한 수준으로 나타남. 20대는 ‘메신저’ (72.9%)가 높게 나타났으며 40대 이상은 ‘메신저’와 ‘검색포털’ 두 항목이 비슷한 수준으로 나타남.

Q 다음 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서 대로 골라주십시오

(n=1,000, 단위 : %, 1+2+3+4순위 기준)



[ 주로 이용하는 모바일 서비스 (1+2+3+4순위) ]

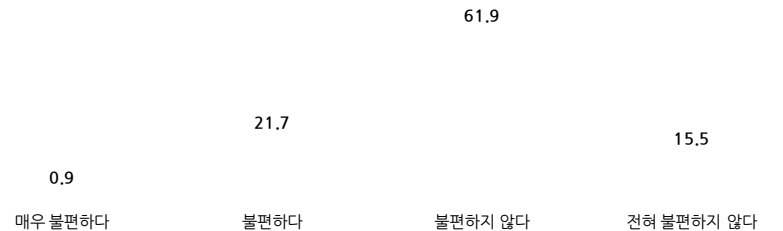
구분	사례 수	메신저	검색포털	동영상 콘텐츠	뱅킹	쇼핑	소셜네트워크서비스	커뮤니티	음악콘텐츠	게임	기타
전체	(1000)	71.9	68.1	42.6	41.9	41.2	40.4	31.3	31.0	30.0	1.4
성별	남성 (512)	72.1	68.6	43.9	41.2	34.6	43.0	31.6	30.9	33.4	0.8
	여성 (488)	71.7	67.6	41.2	42.6	48.2	37.7	30.9	31.1	26.4	2.0
연령별	만 15-18세 (67)	73.1	59.7	73.1	6.0	19.4	53.7	20.9	44.8	46.3	1.5
	만 19-29세 (218)	72.9	58.3	48.6	36.7	37.6	44.0	28.9	40.8	30.3	1.8
	30대 (216)	74.5	71.8	40.3	43.5	46.8	42.6	31.9	21.8	26.4	0.5
	40대 (253)	68.0	72.7	35.2	43.9	45.1	34.0	35.2	32.4	32.8	0.4
	50대 (246)	72.4	71.1	38.6	52.8	41.5	38.2	31.7	25.2	25.6	2.8
지역별	서울 (196)	78.1	69.4	44.4	37.8	44.4	42.9	25.5	28.6	28.6	0.5
	인천,경기 (315)	72.4	73.7	41.3	44.8	39.0	39.0	31.7	29.8	26.7	1.3
	대전,세종,충청 (105)	64.8	64.8	50.5	39.0	41.9	39.0	35.2	30.5	30.5	3.8
	광주,전라 (91)	67.0	63.7	38.5	39.6	44.0	44.0	29.7	37.4	34.1	2.2
	대구,경북 (98)	72.4	72.4	41.8	40.8	39.8	41.8	34.7	21.4	32.7	2.0
	부산,울산,경남 (152)	70.4	59.9	39.5	44.7	40.1	36.2	37.5	35.5	34.9	0.7
학력별	고졸 이하 (207)	67.1	67.1	52.2	30.9	40.1	44.0	24.6	37.7	32.9	2.9
	대학교 졸업 (702)	74.1	69.2	40.2	44.0	40.9	39.5	32.8	29.6	28.6	1.0
	대학원 이상 (91)	65.9	61.5	39.6	50.5	46.2	39.6	35.2	26.4	34.1	1.1
직업별	자영업 (69)	65.2	56.5	39.1	49.3	43.5	47.8	26.1	31.9	39.1	1.4
	블루칼라 (94)	67.0	64.9	46.8	45.7	34.0	40.4	26.6	36.2	35.1	3.2
	화이트칼라 (529)	75.2	67.9	37.4	46.5	43.5	39.9	32.9	28.0	28.2	0.6
	가정주부 (117)	63.2	81.2	33.3	43.6	58.1	35.0	35.0	23.1	23.9	2.6
	학생 (108)	75.9	63.9	70.4	11.1	21.3	47.2	25.9	47.2	34.3	1.9
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답 (83)	68.7	69.9	50.6	39.8	34.9	36.1	32.5	33.7	31.3	2.4
	2시간 이하 (198)	69.7	70.2	40.9	41.4	41.9	39.4	33.8	31.3	29.8	1.0
	2~4시간 (347)	74.1	69.2	40.6	43.5	40.6	39.8	28.2	31.4	31.1	1.4
	4~6시간 (224)	72.8	71.4	41.1	41.1	43.8	40.2	35.3	27.7	25.4	0.9
서비스 사용 비중	6시간 초과 (231)	69.7	61.5	48.5	40.7	39.0	42.4	29.9	33.3	32.9	2.2
	유선 비중 높음 (458)	74.0	69.7	40.6	42.1	40.0	40.6	32.3	28.4	31.0	1.3
	유선 모바일 같음 (156)	67.3	61.5	35.9	50.6	45.5	44.9	30.1	34.6	28.2	1.3
모바일 비중 높음 (386)	71.2	68.9	47.7	38.1	40.9	38.3	30.6	32.6	29.5	1.6	

## 11. 유선 온라인 서비스 불편 정도

- 유선 온라인 서비스에 대해서 ‘불편하지 않다(불편하지 않다+전혀 불편하지 않다)’고 느끼는 사람이 77.4%로 나타났으며, ‘불편하다(불편하다+매우 불편하다)’는 22.6%로 나타남.  
: 세부적으로 ‘불편하지 않다’가 61.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘불편하다’ 21.7%, ‘전혀 불편하지 않다’ 15.5%, ‘매우 불편하다’ 0.9% 순임.
- 응답자 특성별로는,  
: 연령별로 모든 연령층에서 ‘불편하지 않다’가 높은 가운데, 50대(82.1%)에서 상대적으로 더 높게 나타남.  
: 서비스 사용 비중별로 모든 층에서 ‘불편하지 않다’가 높은 가운데 모바일의 비중이 높은 층에서 ‘불편하다’(36.3%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하지 않고 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

(n=1,000, 단위 : %)



[ 유선 온라인 서비스 불편 정도 ]

구분	사례수	매우 불편하다	불편하다	불편하지 않다	전혀 불편하지 않다	불편	비불편	
전체	(1000)	0.9	21.7	61.9	15.5	22.6	77.4	
성별	남성	(512)	1.2	17.0	63.1	18.8	18.2	81.8
	여성	(488)	0.6	26.6	60.7	12.1	27.3	72.7
연령별	만 15-18세	(67)	0.0	22.4	64.2	13.4	22.4	77.6
	만 19-29세	(218)	0.9	22.9	65.1	11.0	23.9	76.1
	30대	(216)	0.9	23.1	60.2	15.7	24.1	75.9
	40대	(253)	1.6	23.3	57.3	17.8	24.9	75.1
	50대	(246)	0.4	17.5	64.6	17.5	17.9	82.1
지역별	서울	(196)	0.0	21.4	61.2	17.3	21.4	78.6
	인천,경기	(315)	1.0	21.9	62.2	14.9	22.9	77.1
	대전,세종,충청	(105)	1.9	18.1	58.1	21.9	20.0	80.0
	광주,전라	(91)	0.0	26.4	59.3	14.3	26.4	73.6
	대구,경북	(98)	3.1	24.5	61.2	11.2	27.6	72.4
	부산,울산,경남	(152)	0.7	19.7	65.8	13.8	20.4	79.6
	강원,제주	(43)	0.0	20.9	65.1	14.0	20.9	79.1
학력별	고졸 이하	(207)	0.5	20.3	62.3	16.9	20.8	79.2
	대학교 졸업	(702)	1.1	22.1	61.3	15.5	23.2	76.8
	대학원 이상	(91)	0.0	22.0	65.9	12.1	22.0	78.0
직업별	자영업	(69)	2.9	23.2	56.5	17.4	26.1	73.9
	블루칼라	(94)	0.0	23.4	62.8	13.8	23.4	76.6
	화이트칼라	(529)	0.6	18.7	63.7	17.0	19.3	80.7
	가정주부	(117)	0.9	34.2	53.8	11.1	35.0	65.0
	학생	(108)	1.9	20.4	62.0	15.7	22.2	77.8
	무직/기타/무응답	(83)	1.2	21.7	65.1	12.0	22.9	77.1
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	0.5	24.2	64.6	10.6	24.7	75.3
	2~4시간	(347)	0.9	19.6	64.3	15.3	20.5	79.5
	4~6시간	(224)	1.8	24.6	58.0	15.6	26.3	73.7
	6시간 초과	(231)	0.4	19.9	59.7	19.9	20.3	79.7
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	0.4	12.7	62.9	24.0	13.1	86.9
	유선 모바일 같음	(156)	1.3	15.4	69.9	13.5	16.7	83.3
	모바일 비중 높음	(386)	1.3	35.0	57.5	6.2	36.3	63.7

## 12. 유선 온라인 서비스 불편 이유

- 유선 온라인 서비스 불편 이유로 ‘사용 장소에 제약이 있어서’가 54.4%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서’(34.1%)이며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 모든 층에서 ‘사용 장소에 제약이 있어서’가 가장 높게 나타난 가운데, 40대의 경우 ‘사용 장소에 제약이 있어서’(42.9%)와 ‘부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서’(39.7%)의 두 의견이 비슷하게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하지 않고 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

(Base : 유선 온라인 서비스 불편 응답자, n=226, 단위 : %)

54.4

34.1

6.2

4.4

0.9

사용 장소에 제약이 있어서

부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서

상대적으로 개인성이 보장되지 않아서

이용조작이 복잡해서

기타

[ 유선 온라인 서비스 불편 이유 ]

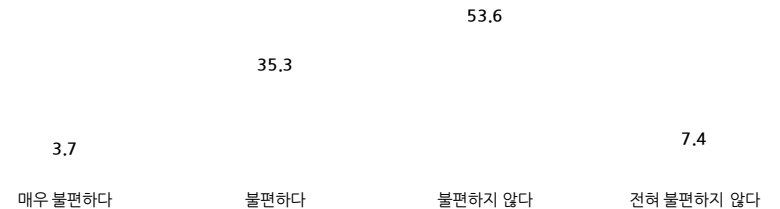
구분	사례수	사용 감소에 제약이 있어서	부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서	상대적으로 개인성이 보장되지 않아서	이용조작이 복잡해서	기타	
전체	(226)	54.4	34.1	6.2	4.4	0.9	
성별	남성	(93)	52.7	33.3	8.6	5.4	0.0
	여성	(133)	55.6	34.6	4.5	3.8	1.5
연령별	만 15-18세	(15)	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	만 19-29세	(52)	59.6	32.7	5.8	1.9	0.0
	30대	(52)	51.9	38.5	5.8	1.9	1.9
	40대	(63)	42.9	39.7	6.3	9.5	1.6
	50대	(44)	59.1	27.3	9.1	4.5	0.0
지역별	서울	(42)	52.4	35.7	4.8	4.8	2.4
	인천,경기	(72)	58.3	29.2	8.3	2.8	1.4
	대전,세종,충청	(21)	52.4	33.3	9.5	4.8	0.0
	광주,전라	(24)	58.3	33.3	0.0	8.3	0.0
	대구,경북	(27)	48.1	40.7	7.4	3.7	0.0
	부산,울산,경남	(31)	54.8	32.3	6.5	6.5	0.0
학력별	강원,제주	(9)	44.4	55.6	0.0	0.0	0.0
	고졸 이하	(43)	58.1	37.2	0.0	2.3	2.3
	대학교 졸업	(163)	55.2	30.7	8.0	5.5	0.6
직업별	대학원 이상	(20)	40.0	55.0	5.0	0.0	0.0
	자영업	(18)	50.0	22.2	22.2	5.6	0.0
	블루칼라	(22)	54.5	31.8	9.1	4.5	0.0
	화이트칼라	(102)	49.0	36.3	5.9	6.9	2.0
	가정주부	(41)	53.7	43.9	2.4	0.0	0.0
	학생	(24)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(19)	63.2	26.3	5.3	5.3	0.0
	2시간 이하	(49)	61.2	24.5	10.2	4.1	0.0
	2~4시간	(71)	50.7	36.6	8.5	2.8	1.4
	4~6시간	(59)	55.9	39.0	1.7	3.4	0.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(47)	51.1	34.0	4.3	8.5	2.1
	유선 비중 높음	(60)	50.0	30.0	8.3	8.3	3.3
	유선 모바일 같음	(26)	26.9	50.0	19.2	3.8	0.0
모바일 비중 높음	(140)	61.4	32.9	2.9	2.9	0.0	

### 13. 모바일 서비스 불편 정도

- 모바일 서비스에 대해서 ‘불편하지 않다(불편하지 않다+매우 불편하지 않다)’고 느끼는 사람이 61.0%로 나타났으며, ‘불편하다(불편하다+매우 불편하다)’는 39.0%로 나타남.  
: 세부적으로 ‘불편하지 않다’가 53.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘불편하다’ 35.3%, ‘전혀 불편하지 않다’ 7.4%, ‘매우 불편하다’ 3.7% 순임.
- 응답자 특성별로는,  
: 연령별로 모든 연령층에서 ‘불편하지 않다’가 높은 가운데, 40대에서 ‘불편하다’(44.7%)가 상대적으로 높게 나타남.  
: 서비스 사용 비중별로 유선의 비중이 높은 층은 ‘불편하다’(54.4%)가 더 높게 나타난 반면, 그 외의 층은 모두 ‘불편하지 않다’가 높게 나타남.

Q 귀하는 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하지 않고 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스만으로 온라인 서비스를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

(n=1,000, 단위 : %)



[ 모바일 서비스 불편 정도 ]

구분	사레수	매우 불편하다	불편하다	불편하지 않다	전혀 불편하지 않다	불편	비불편	
전체	(1000)	3.7	35.3	53.6	7.4	39.0	61.0	
성별	남성	(512)	4.5	34.4	52.5	8.6	38.9	61.1
	여성	(488)	2.9	36.3	54.7	6.1	39.1	60.9
연령별	만 15-18세	(67)	7.5	23.9	59.7	9.0	31.3	68.7
	만 19-29세	(218)	2.8	34.4	57.3	5.5	37.2	62.8
	30대	(216)	1.9	34.3	54.2	9.7	36.1	63.9
	40대	(253)	3.2	41.5	49.0	6.3	44.7	55.3
	50대	(246)	5.7	33.7	52.8	7.7	39.4	60.6
지역별	서울	(196)	5.1	41.3	48.5	5.1	46.4	53.6
	인천, 경기	(315)	1.9	36.2	53.7	8.3	38.1	61.9
	대전, 세종, 충청	(105)	4.8	41.0	42.9	11.4	45.7	54.3
	광주, 전라	(91)	5.5	37.4	51.6	5.5	42.9	57.1
	대구, 경북	(98)	3.1	31.6	59.2	6.1	34.7	65.3
	부산, 울산, 경남	(152)	3.9	28.9	58.6	8.6	32.9	67.1
	강원, 제주	(43)	4.7	14.0	76.7	4.7	18.6	81.4
학력별	고졸 이하	(207)	5.3	27.5	58.5	8.7	32.9	67.1
	대학교 졸업	(702)	3.3	36.6	53.0	7.1	39.9	60.1
	대학원 이상	(91)	3.3	42.9	47.3	6.6	46.2	53.8
직업별	자영업	(69)	0.0	30.4	58.0	11.6	30.4	69.6
	블루칼라	(94)	4.3	29.8	57.4	8.5	34.0	66.0
	화이트칼라	(529)	3.2	37.8	51.8	7.2	41.0	59.0
	가정주부	(117)	2.6	36.8	53.8	6.8	39.3	60.7
	학생	(108)	7.4	28.7	58.3	5.6	36.1	63.9
	무직/기타/무응답	(83)	6.0	36.1	50.6	7.2	42.2	57.8
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	1.5	28.8	65.7	4.0	30.3	69.7
	2~4시간	(347)	4.3	34.0	55.9	5.8	38.3	61.7
	4~6시간	(224)	4.5	38.8	47.8	8.9	43.3	56.7
	6시간 초과	(231)	3.9	39.4	45.5	11.3	43.3	56.7
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	5.7	48.7	40.6	5.0	54.4	45.6
	유선 모바일 같음	(156)	1.9	26.9	63.5	7.7	28.8	71.2
	모바일 비중 높음	(386)	2.1	22.8	65.0	10.1	24.9	75.1

### 14. 모바일 서비스 불편 이유

- 모바일 서비스 불편 이유로 ‘화면이 작아서’가 42.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘동시에 여러 서비스를 이용하기 어려워’(26.2%)이며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 40대(45.1%)와 50대(49.5%)에서 ‘화면이 작아서’가 상대적으로 높게 나타남
  - 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 ‘화면이 작아서’가 가장 높은 가운데, 2시간 이하층은 ‘화면이 작아서’(35.0%)와 ‘동시에 여러 서비스를 이용하기 어려워’(30.0%)의 두 의견이 비슷하게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하지 않고 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

(Base : 모바일 서비스 불편 응답자, n=390, 단위 : %)





[ 모바일 서비스 불편 이유 ]

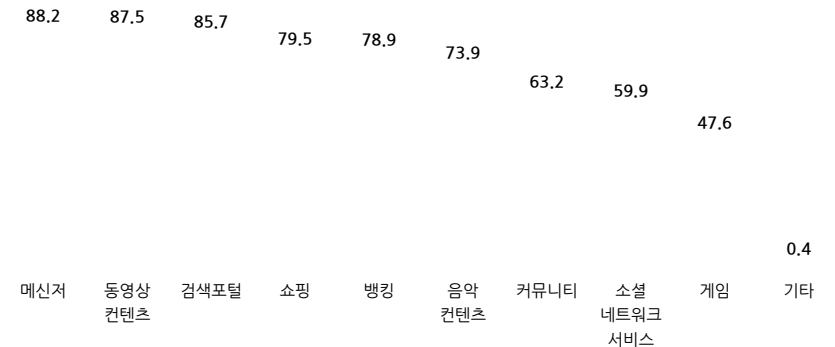
구분	사례수	화면이 작아서	동시에 여러 서비스를 이용하기 어려워서	이용조작이 불편해서	장기간의 조작이 불편해서	속도가 느려서	기타	
전체	(390)	42.3	26.2	14.1	9.7	3.8	3.8	
성별	남성	(199)	39.2	23.1	16.1	11.6	6.5	3.5
	여성	(191)	45.5	29.3	12.0	7.9	1.0	4.2
연령별	만 15-18세	(21)	42.9	23.8	14.3	0.0	4.8	14.3
	만 19-29세	(81)	33.3	30.9	17.3	12.3	2.5	3.7
	30대	(78)	38.5	29.5	11.5	9.0	6.4	5.1
	40대	(113)	45.1	26.5	13.3	7.1	4.4	3.5
	50대	(97)	49.5	19.6	14.4	13.4	2.1	1.0
지역별	서울	(91)	42.9	22.0	19.8	5.5	4.4	5.5
	인천,경기	(120)	41.7	26.7	12.5	11.7	3.3	4.2
	대전,세종,충청	(48)	45.8	31.3	4.2	12.5	2.1	4.2
	광주,전라	(39)	41.0	25.6	10.3	15.4	5.1	2.6
	대구,경북	(34)	41.2	17.6	20.6	11.8	5.9	2.9
	부산,울산,경남	(50)	44.0	30.0	16.0	4.0	4.0	2.0
학력별	강원,제주	(8)	25.0	50.0	12.5	12.5	0.0	0.0
	고졸 이하	(68)	41.2	25.0	14.7	10.3	1.5	7.4
	대학교 졸업	(280)	44.3	26.1	14.3	8.6	3.9	2.9
직업별	대학원 이상	(42)	31.0	28.6	11.9	16.7	7.1	4.8
	자영업	(21)	61.9	19.0	0.0	9.5	9.5	0.0
	블루칼라	(32)	40.6	25.0	12.5	12.5	3.1	6.3
	화이트칼라	(217)	42.4	24.9	13.8	11.5	4.1	3.2
	가정주부	(46)	45.7	26.1	17.4	4.3	0.0	6.5
	학생	(39)	38.5	28.2	15.4	5.1	5.1	7.7
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(35)	31.4	37.1	20.0	8.6	2.9	0.0
	2시간 이하	(60)	35.0	30.0	16.7	13.3	1.7	3.3
	2~4시간	(133)	48.1	18.8	14.3	9.8	3.8	5.3
	4~6시간	(97)	42.3	27.8	12.4	9.3	4.1	4.1
서비스 사용 비중	6시간 초과	(100)	39.0	32.0	14.0	8.0	5.0	2.0
	유선 비중 높음	(249)	43.0	26.5	17.3	8.8	3.2	1.2
	유선 모바일 같음	(45)	48.9	20.0	13.3	15.6	2.2	0.0
모바일 비중 높음	(96)	37.5	28.1	6.3	9.4	6.3	12.5	

### 15. 3개월 이내 이용경험이 있는 모바일 서비스

- 3개월 이내 이용경험이 있는 모바일 서비스로 ‘메신저’(88.2%)와 ‘동영상 콘텐츠’(87.5%), ‘검색포털’(85.7%)이 높게 나타났으며, 그 외 서비스는 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는, : 서비스 사용 비중별로 유선과 모바일 사용 비중이 같은 층에서 ‘동영상 콘텐츠’(84.6%)가 가장 높게 나타났으며, 그 외 사용층은 모두 ‘메신저’가 가장 높게 나타남.

Q 다음 중 최근 3개월 이내에 사용 경험이 있는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 모두 선택해주세요 (복수응답)

(복수응답, n=1,000, 단위 : %)



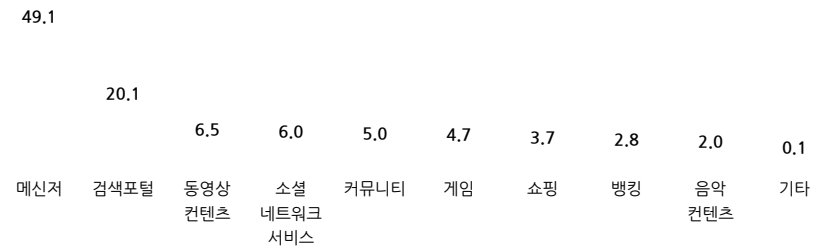
[ 3개월 이내 이용경험이 있는 모바일 서비스 (복수응답) ]

구분	사례 수	메신저	동영상 콘텐츠	검색포털	쇼핑	뱅킹	음악 콘텐츠	커뮤니티	소셜네트워크서비스	게임	기타
전체	(1000)	88.2	87.5	85.7	79.5	78.9	73.9	63.2	59.9	47.6	0.4
성별	남성 (512)	86.3	88.1	82.4	76.8	78.3	71.7	61.5	60.5	49.8	0.2
	여성 (488)	90.2	86.9	89.1	82.4	79.5	76.2	65.0	59.2	45.3	0.6
연령별	만 15-18세 (67)	91.0	88.1	86.6	77.6	58.2	88.1	58.2	77.6	67.2	1.5
	만 19-29세 (218)	89.0	91.3	83.0	81.7	82.6	80.7	60.6	67.4	58.7	0.9
	30대 (216)	88.9	91.7	87.5	81.9	87.5	71.3	72.7	61.6	46.8	0.0
	40대 (253)	88.5	82.2	86.2	79.1	76.7	73.5	62.1	54.9	43.9	0.4
	50대 (246)	85.8	85.8	85.8	76.4	76.0	66.7	59.8	52.0	37.0	0.0
지역별	서울 (196)	88.3	88.8	83.7	73.5	74.5	71.9	61.2	63.8	47.4	0.5
	인천,경기 (315)	90.5	88.9	87.6	84.1	81.6	74.6	68.6	58.4	52.4	0.3
	대전,세종,충청 (105)	93.3	85.7	90.5	77.1	80.0	78.1	59.0	61.0	45.7	1.0
	광주,전라 (91)	83.5	91.2	82.4	80.2	79.1	81.3	59.3	63.7	44.0	1.1
	대구,경북 (98)	85.7	82.7	84.7	75.5	74.5	63.3	60.2	56.1	43.9	0.0
	부산,울산,경남 (152)	84.2	82.9	82.2	80.9	78.3	71.1	63.2	55.3	42.8	0.0
강원,제주 (43)	88.4	95.3	90.7	81.4	88.4	86.0	58.1	67.4	51.2	0.0	
학력별	고졸 이하 (207)	86.5	84.1	82.1	76.3	68.6	74.4	56.0	57.5	48.8	0.5
	대학교 졸업 (702)	89.3	88.0	86.8	81.1	81.6	73.9	64.0	60.8	49.4	0.3
	대학원 이상 (91)	83.5	91.2	85.7	74.7	81.3	72.5	73.6	58.2	30.8	1.1
직업별	자영업 (69)	81.2	85.5	79.7	75.4	88.4	65.2	53.6	55.1	44.9	2.9
	블루칼라 (94)	86.2	85.1	81.9	79.8	77.7	68.1	60.6	56.4	44.7	0.0
	화이트칼라 (529)	90.4	88.8	85.6	81.7	82.8	76.2	64.1	60.3	47.6	0.0
	가정주부 (117)	86.3	86.3	93.2	79.5	75.2	67.5	74.4	55.6	46.2	0.0
	학생 (108)	92.6	88.9	90.7	76.9	65.7	85.2	63.0	76.9	58.3	0.9
	무직/기타/무응답 (83)	79.5	83.1	78.3	72.3	69.9	67.5	53.0	49.4	41.0	1.2
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (198)	83.8	78.8	81.8	66.7	68.2	64.1	48.5	48.0	37.4	0.0
	2~4시간 (347)	86.5	87.6	84.1	81.3	78.4	72.0	68.0	60.2	47.6	0.3
	4~6시간 (224)	91.5	92.4	91.1	81.7	85.3	75.0	64.7	67.0	50.0	0.0
	6시간 초과 (231)	91.3	90.0	86.1	85.7	82.7	84.0	67.1	62.8	54.1	1.3
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	86.5	85.8	83.6	74.5	73.6	69.7	58.5	52.8	42.1	0.0
	유선 모바일 같음 (156)	78.2	84.6	72.4	76.3	80.1	69.9	58.3	55.1	37.2	0.6
	모바일 비중 높음 (386)	94.3	90.7	93.5	86.8	84.7	80.6	70.7	70.2	58.3	0.8

### 16. 3개월 이내 가장 많이 이용한 모바일 서비스 [1순위]

- 3개월 이내에 가장 많이 이용한 모바일 서비스는 1순위를 기준으로 '메신저'(49.1%)가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '검색포털'(20.1%)이 가장 높게 나타났고 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,
  - 성별로 여성에서 '메신저'(52.5%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - 연령별로 '검색포털'의 경우, 연령층이 높을수록 더 높게 나타나는 경향을 보였으며, 15-18세의 경우 '동영상 콘텐츠'(16.4%), '소셜네트워크서비스'(14.9%), '게임'(14.9%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 그렇다면 최근 3개월 이내에 이용하신 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스중 가장 많이 사용한 서비스는 무엇입니까? 사용 비중이 높은 순서대로 선택해주세요. (n=1,000, 단위 : %, 1순위 기준)



[ 3개월 이내 가장 많이 이용한 모바일 서비스 (1순위) ]

구분	사례 수	메신저	검색포털	동영상 콘텐츠	소셜네트워크서비스	커뮤니티	게임	쇼핑	뱅킹	음악 콘텐츠	기타
전체	(1000)	49.1	20.1	6.5	6.0	5.0	4.7	3.7	2.8	2.0	0.1
성별	남성 (512)	45.9	23.0	6.3	6.6	4.7	6.6	2.3	2.9	1.6	0.0
	여성 (488)	52.5	17.0	6.8	5.3	5.3	2.7	5.1	2.7	2.5	0.2
연령별	만 15-18세 (67)	44.8	1.5	16.4	14.9	0.0	14.9	3.0	1.5	3.0	0.0
	만 19-29세 (218)	52.8	14.2	11.5	5.5	6.0	3.7	2.3	0.5	3.2	0.5
	30대 (216)	54.6	16.7	4.6	4.6	7.4	4.6	5.1	1.4	0.9	0.0
	40대 (253)	45.1	27.3	3.2	5.5	4.7	5.1	4.3	2.8	2.0	0.0
	50대 (246)	46.3	26.0	4.5	5.7	3.7	2.4	3.3	6.5	1.6	0.0
지역별	서울 (196)	59.7	16.3	5.6	7.7	4.1	3.6	0.5	0.5	2.0	0.0
	인천,경기 (315)	48.9	21.6	6.7	3.2	6.3	6.0	3.2	1.0	3.2	0.0
	대전,세종,충청 (105)	47.6	20.0	10.5	5.7	1.9	3.8	5.7	4.8	0.0	0.0
	광주,전라 (91)	42.9	18.7	3.3	12.1	4.4	4.4	6.6	5.5	1.1	1.1
	대구,경북 (98)	46.9	24.5	3.1	8.2	3.1	5.1	7.1	2.0	0.0	0.0
	부산,울산,경남 (152)	41.4	21.7	7.9	5.3	7.9	4.6	3.9	5.3	2.0	0.0
	강원,제주 (43)	51.2	14.0	9.3	4.7	2.3	2.3	2.3	9.3	4.7	0.0
학력별	고졸 이하 (207)	43.5	14.0	13.5	6.3	4.3	7.7	3.9	4.3	2.4	0.0
	대학교 졸업 (702)	51.3	21.2	5.1	5.7	4.7	4.1	3.6	2.4	1.7	0.1
	대학원 이상 (91)	45.1	25.3	1.1	7.7	8.8	2.2	4.4	2.2	3.3	0.0
직업별	자영업 (69)	42.0	24.6	5.8	8.7	4.3	4.3	4.3	2.9	1.4	1.4
	블루칼라 (94)	38.3	19.1	10.6	8.5	5.3	7.4	2.1	5.3	3.2	0.0
	화이트칼라 (529)	56.0	20.0	3.0	5.7	4.7	3.2	3.2	2.3	1.9	0.0
	가정주부 (117)	43.6	29.9	3.4	1.7	6.0	3.4	6.8	3.4	1.7	0.0
	학생 (108)	41.7	10.2	14.8	9.3	4.6	12.0	2.8	0.9	3.7	0.0
	무직/기타/무응답 (83)	41.0	16.9	18.1	4.8	6.0	3.6	4.8	4.8	0.0	0.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (198)	47.5	25.3	4.5	6.6	2.5	5.1	3.0	4.5	1.0	0.0
	2~4시간 (347)	49.3	20.5	5.5	6.9	4.6	4.3	3.7	3.2	2.0	0.0
	4~6시간 (224)	45.1	22.8	8.5	4.9	6.3	3.1	4.5	1.8	3.1	0.0
	6시간 초과 (231)	54.1	12.6	7.8	5.2	6.5	6.5	3.5	1.7	1.7	0.4
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (458)	52.8	19.2	4.8	6.1	4.4	5.5	1.7	3.5	2.0	0.0
	유선 모바일 같음 (156)	48.7	19.2	3.2	7.7	5.1	5.1	5.8	2.6	2.6	0.0
	모바일 비중 높음 (386)	44.8	21.5	9.8	5.2	5.7	3.6	5.2	2.1	1.8	0.3

## 17. 모바일 서비스 주 이용 방법

- 각 모바일 서비스 주 이용 방법에 대해, 평균적으로 ‘모바일 앱 이용’이 69.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘모바일 웹 이용’(19.8%), ‘모바일 웹 경유하여 모바일 앱 이용’(10.3%) 순으로 나타남.
- 모든 유형의 앱에서 ‘모바일 앱 이용’, ‘모바일 웹 이용’, ‘모바일 웹 경유하여 모바일 앱 이용’ 순으로 순위가 동일하게 나타남.
- ‘모바일 웹 이용’은 ‘검색포털’(42.2%)이 상대적으로 높으며, ‘음악 감상’(7.8%)은 상대적으로 낮음.  
‘모바일 앱 이용’은 ‘음악 감상’(84.7%)이 상대적으로 높으며, ‘검색포털’(47.0%)은 상대적으로 낮음.  
‘모바일 웹 경유하여 모바일 앱 이용’은 모든 서비스가 비슷한 수준으로 나타난 가운데 ‘음악 감상’(7.4%), ‘메신저’(7.4%)은 상대적으로 낮음.

**Q** 다음의 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스 이용 시 ‘모바일 웹(WEB)’과 ‘모바일 앱(APP)’ 중 주로 이용하는 방법은 무엇입니까? 다음 설명을 읽고, 해당하시는 내용에 체크해주시시오  
(n=1,000, 단위 : %)

모바일 웹 이용    모바일 앱 이용    모바일 웹 경유하여 모바일 앱 이용

전체 평균    메신저    소셜 네트워크 서비스    커뮤니티    쇼핑    검색포털    동영상    음악    게임    뱅킹

[ 모바일 서비스 주 이용 방법 : 모바일 웹 이용 ]

구분	사례수	메신저	소셜네트워크서비스	커뮤니티	쇼핑	검색포털	동영상	음악	게임	뱅킹	
전체	(1000)	20.3	19.9	28.6	20.3	42.2	14.3	7.8	13.2	8.5	
성별	남성	(512)	21.3	22.9	31.1	19.3	48.3	14.6	7.6	14.9	9.0
	여성	(488)	19.3	16.6	26.2	21.1	36.3	13.9	8.1	11.3	8.0
연령별	만 15-18세	(67)	14.8	17.3	33.3	15.4	44.8	15.3	8.5	22.2	12.8
	만 19-29세	(218)	11.9	12.2	36.4	19.7	43.6	14.6	3.4	5.5	6.1
	30대	(216)	15.6	19.5	26.8	22.6	42.3	12.6	5.2	9.9	6.3
	40대	(253)	23.7	26.6	21.7	19.0	38.1	13.0	8.1	14.4	10.8
	50대	(246)	30.3	22.7	29.9	21.3	44.5	16.6	14.6	22.0	9.6
지역별	서울	(196)	18.5	22.4	25.0	14.6	43.9	15.5	5.7	15.1	8.2
	인천,경기	(315)	20.7	17.9	26.9	24.9	41.3	14.3	9.4	13.9	8.9
	대전,세종,충청	(105)	21.4	20.3	29.0	17.3	37.9	21.1	9.8	16.7	4.8
	광주,전라	(91)	18.4	17.2	25.9	20.5	45.3	12.0	13.5	7.5	12.5
	대구,경북	(98)	16.7	23.6	33.9	21.6	41.0	13.6	3.2	7.0	9.6
	부산,울산,경남	(152)	26.6	20.2	37.5	18.7	47.2	11.1	6.5	15.4	8.4
강원,제주	(43)	13.2	17.2	20.0	17.1	33.3	9.8	2.7	9.1	5.3	
학력별	고졸 이하	(207)	22.9	16.8	31.9	18.4	39.4	14.4	7.8	17.8	10.6
	대학교 졸업	(702)	19.3	18.3	26.7	19.7	42.9	14.2	7.7	12.1	8.4
	대학원 이상	(91)	22.4	39.6	35.8	29.4	43.6	14.5	9.1	10.7	5.4
직업별	자영업	(69)	26.8	15.8	29.7	17.3	34.5	11.9	4.4	3.2	4.9
	블루칼라	(94)	27.2	18.9	29.8	17.3	36.4	11.3	9.4	11.9	9.6
	화이트칼라	(529)	21.3	21.0	25.4	20.1	41.5	13.6	8.7	11.9	8.4
	가정주부	(117)	21.8	20.0	27.6	19.4	42.2	15.8	10.1	22.2	10.2
	학생	(108)	13.0	18.1	39.7	25.3	50.0	17.7	7.6	19.0	9.9
무직/기타/무응답	(83)	7.6	19.5	36.4	21.7	49.2	17.4	0.0	8.8	6.9	
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	20.5	20.0	22.9	22.7	43.2	13.5	10.2	14.9	7.4
	2~4시간	(347)	23.3	21.5	27.5	19.5	43.5	15.8	8.8	16.4	9.2
	4~6시간	(224)	16.1	20.0	32.4	17.5	37.7	13.0	6.5	8.9	6.8
	6시간 초과	(231)	19.9	17.2	30.3	22.2	44.2	13.9	6.2	12.0	9.9
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	23.5	19.8	31.3	17.3	44.1	14.5	7.8	15.5	8.9
	유선 모바일 같음	(156)	25.4	23.3	27.5	22.7	39.8	14.4	5.5	8.6	6.4
	모바일 비중 높음	(386)	15.1	18.8	26.4	22.4	41.0	14.0	8.7	12.4	8.9

[ 모바일 서비스 주 이용 방법 : 개별 앱 이용 ]

구분	사례수	메신저	소셜네트워크서비스	커뮤니티	쇼핑	검색포털	동영상	음악	게임	뱅킹	
전체	(1000)	72.3	69.1	57.9	65.9	47.0	75.8	84.7	75.6	82.5	
성별	남성	(512)	72.2	63.2	58.1	68.4	39.8	73.8	85.3	74.1	83.8
	여성	(488)	72.5	75.4	57.7	63.4	54.0	77.8	84.1	77.4	81.2
연령별	만 15-18세	(67)	75.4	69.2	48.7	69.2	44.8	64.4	83.1	66.7	84.6
	만 19-29세	(218)	85.1	83.7	53.8	70.2	51.4	80.9	94.9	89.1	90.0
	30대	(216)	77.6	65.4	58.6	61.6	46.0	78.8	85.7	81.2	83.6
	40대	(253)	67.4	64.7	64.3	70.0	50.0	77.4	80.6	70.3	78.9
	50대	(246)	60.2	60.9	56.5	60.6	41.7	69.7	78.0	61.5	77.5
지역별	서울	(196)	72.8	68.8	60.0	66.0	48.2	74.7	87.2	74.2	81.5
	인천,경기	(315)	71.9	72.3	59.7	64.5	48.6	74.6	83.8	76.4	83.7
	대전,세종,충청	(105)	71.4	65.6	53.2	70.4	48.4	68.9	82.9	62.5	85.7
	광주,전라	(91)	76.3	72.4	63.0	67.1	45.3	83.1	77.0	82.5	77.8
	대구,경북	(98)	76.2	67.3	57.6	64.9	47.0	75.3	90.3	88.4	82.2
	부산,울산,경남	(152)	66.4	64.3	50.0	63.4	42.4	77.0	85.2	70.8	83.2
강원,제주	(43)	78.9	69.0	64.0	74.3	46.2	85.4	89.2	81.8	78.9	
학력별	고졸 이하	(207)	67.6	69.7	50.0	65.2	45.3	70.7	83.1	66.3	78.9
	대학교 졸업	(702)	74.8	71.4	60.6	68.0	47.8	77.0	84.8	77.8	83.8
	대학원 이상	(91)	63.2	49.1	53.7	50.0	44.9	77.1	87.9	82.1	79.7
직업별	자영업	(69)	69.6	71.1	62.2	71.2	47.3	76.3	84.4	77.4	86.9
	블루칼라	(94)	60.5	58.5	50.9	72.0	42.9	73.8	81.3	66.7	78.1
	화이트칼라	(529)	72.4	69.6	62.5	65.3	49.2	77.9	84.6	79.8	82.2
	가정주부	(117)	68.3	70.8	58.6	63.4	45.0	72.3	81.0	59.3	78.4
	학생	(108)	77.0	72.3	42.6	62.7	43.9	68.8	85.9	71.4	83.1
무직/기타/무응답	(83)	87.9	68.3	50.0	66.7	44.6	78.3	92.9	88.2	91.4	
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	70.5	64.2	56.3	67.4	44.4	76.3	81.1	73.0	79.3
	2~4시간	(347)	69.3	67.9	59.3	64.9	44.9	75.0	83.6	72.7	83.5
	4~6시간	(224)	75.1	69.3	55.2	66.1	49.5	74.9	88.7	77.7	84.3
	6시간 초과	(231)	75.4	73.8	59.4	66.2	49.7	77.4	85.1	79.2	81.7
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	70.7	69.4	56.3	69.2	47.0	77.4	85.3	74.1	84.0
	유선 모바일 같음	(156)	64.8	68.6	57.1	61.3	42.5	73.5	81.7	77.6	80.8
	모바일 비중 높음	(386)	76.6	69.0	59.7	64.2	48.5	74.9	85.2	76.4	81.7

[ 모바일 서비스 주 이용 방법 : 모바일 웹 경유하여 개별 앱 이용 ]

구분	사례수	메신저	소셜네트워크서비스	커뮤니티	쇼핑	검색포털	동영상	음악	게임	뱅킹	
전체	(1000)	7.4	11.0	13.4	13.8	10.7	9.9	7.4	11.1	9.0	
성별	남성	(512)	6.6	13.9	10.8	12.2	11.8	11.5	7.1	11.0	7.2
	여성	(488)	8.2	8.0	16.1	15.4	9.7	8.3	7.8	11.3	10.8
연령별	만 15-18세	(67)	9.8	13.5	17.9	15.4	10.3	20.3	8.5	11.1	2.6
	만 19-29세	(218)	3.1	4.1	9.8	10.1	5.0	4.5	1.7	5.5	3.9
	30대	(216)	6.8	15.0	14.6	15.8	11.6	8.6	9.1	8.9	10.1
	40대	(253)	8.9	8.6	14.0	11.0	11.9	9.6	11.3	15.3	10.3
	50대	(246)	9.5	16.4	13.6	18.1	13.7	13.7	7.3	16.5	12.8
지역별	서울	(196)	8.7	8.8	15.0	19.4	7.9	9.8	7.1	10.8	10.3
	인천,경기	(315)	7.4	9.8	13.4	10.6	10.1	11.1	6.8	9.7	7.4
	대전,세종,충청	(105)	7.1	14.1	17.7	12.3	13.7	10.0	7.3	20.8	9.5
	광주,전라	(91)	5.3	10.3	11.1	12.3	9.3	4.8	9.5	10.0	9.7
	대구,경북	(98)	7.1	9.1	8.5	13.5	12.0	11.1	6.5	4.7	8.2
학력별	부산,울산,경남	(152)	7.0	15.5	12.5	17.9	10.4	11.9	8.3	13.8	8.4
	강원,제주	(43)	7.9	13.8	16.0	8.6	20.5	4.9	8.1	9.1	15.8
	고졸 이하	(207)	9.5	13.4	18.1	16.5	15.3	14.9	9.1	15.8	10.6
학력별	대학교 졸업	(702)	5.9	10.3	12.7	12.3	9.4	8.7	7.5	10.1	7.9
	대학원 이상	(91)	14.5	11.3	10.4	20.6	11.5	8.4	3.0	7.1	14.9
직업별	자영업	(69)	3.6	13.2	8.1	11.5	18.2	11.9	11.1	19.4	8.2
	블루칼라	(94)	12.3	22.6	19.3	10.7	20.8	15.0	9.4	21.4	12.3
	화이트칼라	(529)	6.3	9.4	12.1	14.6	9.3	8.5	6.7	8.3	9.4
	가정주부	(117)	9.9	9.2	13.8	17.2	12.8	11.9	8.9	18.5	11.4
	학생	(108)	10.0	9.6	17.6	12.0	6.1	13.5	6.5	9.5	7.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	4.5	12.2	13.6	11.7	6.2	4.3	7.1	2.9	1.7
	2시간 이하	(198)	9.0	15.8	20.8	9.8	12.3	10.3	8.7	12.2	13.3
	2~4시간	(347)	7.3	10.5	13.1	15.6	11.6	9.2	7.6	10.9	7.4
	4~6시간	(224)	8.8	10.7	12.4	16.4	12.7	12.1	4.8	13.4	8.9
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	4.7	9.0	10.3	11.6	6.0	8.7	8.8	8.8	8.4
	유선 비중 높음	(458)	5.8	10.7	12.3	13.5	8.9	8.1	6.9	10.4	7.1
	유선 모바일 같음	(156)	9.8	8.1	15.4	16.0	17.7	12.1	12.8	13.8	12.8
서비스 사용 비중	모바일 비중 높음	(386)	8.2	12.2	13.9	13.4	10.5	11.1	6.1	11.1	9.5

## PART B. 모바일 인터넷 시장 이용 행태

### 1. 앱 다운로드 경험

- 앱스토어 등을 통해 추가로 앱을 다운로드한 경험은 ‘있다’ 85.2%, ‘없다’ 14.8%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 ‘있다’가 높은 가운데 2시간 이하층에서 ‘없다’가 25.8%로 상대적으로 높게 나타남.
  - : 서비스 사용 비중별로 모바일의 비중이 높은 층에서 ‘있다’가 91.5%로 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등) 구매 시 설치되어 있던 앱(APP) 이외에 추가로 앱스토어 등을 통해 앱(APP)을 다운로드 받은 적이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : 분)

[ 앱 다운로드 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	85.2	14.8
성별	남성	(512)	85.4	14.6
	여성	(488)	85.0	15.0
연령별	만 15-18세	(67)	89.6	10.4
	만 19-29세	(218)	83.0	17.0
	30대	(216)	88.0	12.0
	40대	(253)	85.4	14.6
	50대	(246)	83.3	16.7
지역별	서울	(196)	83.2	16.8
	인천,경기	(315)	87.3	12.7
	대전,세종,충청	(105)	86.7	13.3
	광주,전라	(91)	87.9	12.1
	대구,경북	(98)	82.7	17.3
	부산,울산,경남	(152)	80.9	19.1
학력별	강원,제주	(43)	90.7	9.3
	고졸 이하	(207)	82.6	17.4
	대학교 졸업	(702)	86.2	13.8
직업별	대학원 이상	(91)	83.5	16.5
	자영업	(69)	85.5	14.5
	블루칼라	(94)	83.0	17.0
	화이트칼라	(529)	87.3	12.7
	가정주부	(117)	85.5	14.5
	학생	(108)	82.4	17.6
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	77.1	22.9
	2시간 이하	(198)	74.2	25.8
	2~4시간	(347)	87.3	12.7
	4~6시간	(224)	89.3	10.7
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	87.4	12.6
	유선 비중 높음	(458)	83.2	16.8
	유선 모바일 같음	(156)	75.6	24.4
	모바일 비중 높음	(386)	91.5	8.5

## 2. 현재 다운로드 앱 개수

- 현재 모바일 기기에 직접 다운로드 받은 앱의 개수는 '10-15개' (24.5%)와 '5-10개' (21.7%)의 비중이 높은 편으로 나타났으며, 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 20대(22.7%)와 30대(23.7%)에서 '30개 이상'의 비중이 상대적으로 높음.
  - : 인터넷 사용 시간별로는, 인터넷 사용 시간이 높을수록 '30개 이상'의 비중이 높게 나타남.

Q 현재 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 직접 다운로드 받은 앱(APP)은 몇 개 가량 있습니까?

(Base : 앱 다운로드 경험자, n=852, 단위 : %)



[ 현재 다운로드 앱 개수 ]

구분	사례수	5개 미만	5개 ~10개	10개 ~15개	15개 ~20개	20개 ~25개	25개 ~30개	30개 이상	
전체	(852)	6.0	21.7	24.5	16.0	8.9	6.2	16.7	
성별	남성	(437)	4.6	24.0	22.4	16.5	8.5	6.6	17.4
	여성	(415)	7.5	19.3	26.7	15.4	9.4	5.8	15.9
연령별	만 15~18세	(60)	3.3	28.3	25.0	11.7	15.0	6.7	10.0
	만 19~29세	(181)	2.8	14.9	27.6	16.6	11.0	4.4	22.7
	30대	(190)	5.3	15.3	20.0	21.6	7.4	6.8	23.7
	40대	(216)	5.6	28.2	27.8	13.9	6.9	6.9	10.6
	50대	(205)	10.7	24.9	22.4	13.7	8.8	6.3	13.2
지역별	서울	(163)	3.7	20.2	25.8	14.1	8.0	5.5	22.7
	인천,경기	(275)	6.9	21.5	24.7	14.5	8.4	5.5	18.5
	대전,세종,충청	(91)	9.9	20.9	23.1	19.8	11.0	4.4	11.0
	광주,전라	(80)	7.5	26.3	20.0	13.8	11.3	10.0	11.3
	대구,경북	(81)	4.9	21.0	17.3	21.0	13.6	7.4	14.8
	부산,울산,경남	(123)	4.9	22.8	27.6	17.9	5.7	7.3	13.8
강원,제주	(39)	2.6	20.5	35.9	12.8	7.7	5.1	15.4	
학력별	고졸 이하	(171)	8.8	24.0	33.3	11.1	5.3	5.3	12.3
	대학교 졸업	(605)	5.3	20.8	22.5	17.5	9.4	6.9	17.5
	대학원 이상	(76)	5.3	23.7	21.1	14.5	13.2	2.6	19.7
직업별	자영업	(59)	11.9	16.9	30.5	18.6	5.1	8.5	8.5
	블루칼라	(78)	7.7	23.1	24.4	17.9	9.0	3.8	14.1
	화이트칼라	(462)	5.2	22.3	22.7	16.5	8.2	5.8	19.3
	가정주부	(100)	6.0	21.0	25.0	17.0	11.0	9.0	11.0
	학생	(89)	3.4	19.1	25.8	11.2	13.5	6.7	20.2
	무직/기타/무응답	(64)	7.8	25.0	29.7	12.5	7.8	4.7	12.5
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(147)	6.1	30.6	22.4	19.7	5.4	4.8	10.9
	2~4시간	(303)	7.9	20.8	26.7	13.9	8.6	7.3	14.9
	4~6시간	(200)	3.0	22.0	22.5	16.0	12.0	5.0	19.5
	6시간 초과	(202)	5.9	16.3	24.8	16.3	8.9	6.9	20.8
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(381)	8.1	24.9	25.2	13.9	7.6	7.1	13.1
	유선 모바일 같음	(118)	5.1	22.0	29.7	14.4	5.1	3.4	20.3
	모바일 비중 높음	(353)	4.0	18.1	22.1	18.7	11.6	6.2	19.3

### 3. 앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부

- 모바일 앱을 다운로드하여 설치 및 이용하는 데에 ‘부담이나 어려움이 없는 편이다’가 88.0%, ‘부담이나 어려움이 있는 편이다’가 12.0%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 모든 연령층에서 ‘부담이나 어려움이 없는 편이다’가 높은 가운데, 40대(13.0%)와 50대(18.3%)에서 ‘부담이나 어려움이 있는 편이다’가 상대적으로 높게 나타남.
  - 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 없는 층에서 ‘부담이나 어려움이 있는 편이다’가 33.8%로 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일 앱(APP)을 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 다운로드하여 설치 및 이용하는 데에 특별히 어려움이나 부담을 느끼는 편입니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 앱 다운로드 및 이용의 어려움 여부 ]

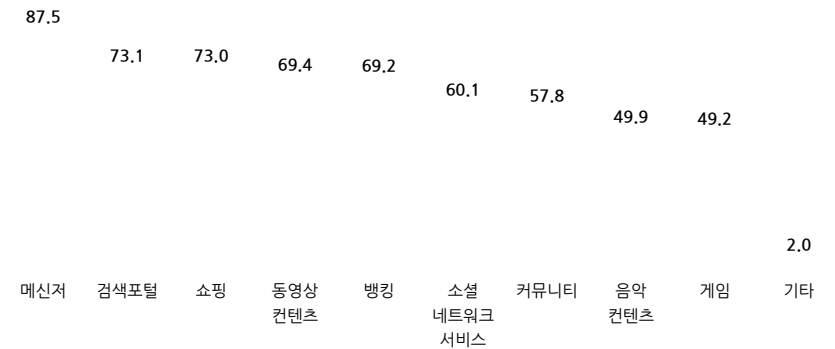
구분		사례수	다운로드 받는 데에 부담이나 어려움이 없는 편이다	다운로드 받는 데에 부담이나 어려움이 있는 편이다
전체		(1000)	88.0	12.0
성별	남성	(512)	89.5	10.5
	여성	(488)	86.5	13.5
연령별	만 15-18세	(67)	92.5	7.5
	만 19-29세	(218)	92.7	7.3
	30대	(216)	90.3	9.7
	40대	(253)	87.0	13.0
	50대	(246)	81.7	18.3
지역별	서울	(196)	89.3	10.7
	인천,경기	(315)	87.0	13.0
	대전,세종,충청	(105)	86.7	13.3
	광주,전라	(91)	86.8	13.2
	대구,경북	(98)	83.7	16.3
	부산,울산,경남	(152)	90.1	9.9
	강원,제주	(43)	97.7	2.3
학력별	고졸 이하	(207)	87.9	12.1
	대학교 졸업	(702)	89.0	11.0
	대학원 이상	(91)	80.2	19.8
직업별	자영업	(69)	87.0	13.0
	블루칼라	(94)	90.4	9.6
	화이트칼라	(529)	88.7	11.3
	가정주부	(117)	80.3	19.7
	학생	(108)	92.6	7.4
	무직/기타/무응답	(83)	86.7	13.3
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	84.3	15.7
	2~4시간	(347)	87.3	12.7
	4~6시간	(224)	92.0	8.0
	6시간 초과	(231)	88.3	11.7
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	84.5	15.5
	유선 모바일 같음	(156)	84.6	15.4
	모바일 비중 높음	(386)	93.5	6.5
추가 앱 다운로드	있음	(852)	91.8	8.2
	없음	(148)	66.2	33.8

### 4. 현재 설치된 앱 유형

- 현재 이용 중인 모바일 기기에 설치된 앱 유형으로는 ‘메신저’가 87.5%로 가장 높게 나타났고, ‘검색포털’(73.1%), ‘쇼핑’(73.0%), ‘동영상 콘텐츠’(69.4%), ‘뱅킹’(69.2%) 등의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 성별로 모든 성별에서 ‘메신저’가 가장 높게 나타났으며, 여성은 ‘쇼핑’(77.9%)이 상대적으로 높게 나타남.
- 연령별로 모든 연령층에서 ‘메신저’가 가장 높은 가운데, ‘검색포털’은 연령이 높아질수록 높게 나타남.

Q 현재 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 설치되어 있는 앱(APP)의 유형을 모두 골라주십시오 (복수응답)

(복수응답, n=1,000, 단위 : %)





[ 현재 설치된 앱 유형 (복수응답) ]

구분	사례 수	메신저	검색포털	쇼핑	동영상 콘텐츠	뱅킹	소셜네트워크 서비스	커뮤니티	음악 콘텐츠	게임	기타	
전체	(1000)	87.5	73.1	73.0	69.4	69.2	60.1	57.8	49.9	49.2	2.0	
성별	남성	(512)	86.7	71.3	68.4	71.1	67.8	62.9	57.2	48.4	54.3	1.4
	여성	(488)	88.3	75.0	77.9	67.6	70.7	57.2	58.4	51.4	43.9	2.7
연령별	만 15-18세	(67)	91.0	62.7	47.8	88.1	46.3	76.1	53.7	64.2	68.7	4.5
	만 19-29세	(218)	84.4	66.1	66.5	73.9	75.2	66.5	47.7	61.9	58.3	2.8
	30대	(216)	89.8	69.9	80.6	73.1	74.5	60.6	64.8	47.2	49.5	1.4
	40대	(253)	87.0	75.5	73.1	62.1	66.4	57.3	58.5	46.6	45.8	2.0
	50대	(246)	87.8	82.5	78.9	64.6	68.3	52.4	61.0	41.1	39.0	1.2
지역별	서울	(196)	87.2	77.6	75.5	71.9	67.9	63.3	59.7	57.7	52.6	2.6
	인천,경기	(315)	90.8	73.7	74.3	71.1	74.3	60.0	58.4	51.4	50.8	1.0
	대전,세종,충청	(105)	90.5	72.4	60.0	72.4	68.6	60.0	54.3	44.8	45.7	3.8
	광주,전라	(91)	83.5	70.3	71.4	64.8	67.0	60.4	51.6	47.3	50.5	4.4
	대구,경북	(98)	83.7	70.4	69.4	61.2	57.1	56.1	53.1	36.7	42.9	1.0
	부산,울산,경남	(152)	83.6	69.7	77.0	68.4	68.4	57.9	59.2	50.0	45.4	1.3
학력별	고졸 이하	(207)	85.0	72.5	69.6	69.1	57.5	57.5	49.8	50.7	52.7	1.9
	대학교 졸업	(702)	88.3	74.1	74.5	70.4	72.8	60.5	59.1	51.0	49.6	2.0
	대학원 이상	(91)	86.8	67.0	69.2	62.6	68.1	62.6	65.9	39.6	38.5	2.2
직업별	자영업	(69)	82.6	69.6	72.5	59.4	72.5	59.4	55.1	43.5	46.4	2.9
	블루칼라	(94)	84.0	73.4	73.4	75.5	66.0	56.4	59.6	45.7	48.9	3.2
	화이트칼라	(529)	89.8	76.6	76.7	67.3	72.6	62.0	59.5	52.2	49.1	1.5
	가정주부	(117)	88.0	75.2	80.3	63.2	69.2	51.3	67.5	41.0	47.9	0.9
	학생	(108)	89.8	68.5	53.7	87.0	59.3	71.3	53.7	66.7	59.3	3.7
무직/기타/무응답	(83)	77.1	56.6	63.9	69.9	61.4	50.6	38.6	36.1	41.0	2.4	
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	82.3	72.2	66.7	59.1	61.6	48.5	50.5	43.4	40.9	1.5
	2~4시간	(347)	86.2	70.9	74.9	66.9	67.4	57.9	58.8	46.4	45.8	0.9
	4~6시간	(224)	91.1	79.5	74.1	75.4	75.4	69.6	60.7	51.3	52.2	2.2
	6시간 초과	(231)	90.5	71.0	74.5	76.2	72.3	64.1	59.7	59.3	58.4	3.9
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	88.2	74.0	71.8	64.8	65.5	56.1	54.1	44.5	45.9	1.5
	유선 모바일 같음	(156)	76.9	62.8	67.3	57.7	61.5	56.4	50.6	42.9	40.4	3.2
	모바일 비중 높음	(386)	90.9	76.2	76.7	79.5	76.7	66.3	65.0	59.1	56.7	2.1

## 5. 동일 유형 온라인 서비스 이용 시 단일 앱 이용 여부

- 동일 유형의 개별 온라인 서비스 이용 시 ‘많은 경우 복수의 앱을 설치 및 이용한다’가 62.0%, ‘하나의 앱만으로 충분하다’가 38.0%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 모든 연령층에서 ‘복수의 앱 사용’이 가장 높게 나타난 가운데, 40대(42.7%)와 50대(43.9%)에서 ‘하나의 앱 사용’이 상대적으로 높게 나타남.
  - 서비스 사용 비중별로 모바일의 비중이 높은 층에서 ‘복수의 앱 사용’이 69.7%로 상대적으로 높게 나타남.
  - 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 있는 층은 ‘복수의 앱 사용’(65.7%)이, 경험이 없는 층은 ‘하나의 앱 사용’(59.5%)이 더 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스 이용 시, 동일 유형의 개별 온라인서비스를 위해 하나의 앱(APP)만을 설치 및 이용하고 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 동일 유형 온라인 서비스 이용 시 단일 앱 이용 여부 ]

구분		사례수	하나의 앱 사용	복수의 앱 사용
전체		(1000)	38.0	62.0
성별	남성	(512)	40.4	59.6
	여성	(488)	35.5	64.5
연령별	만 15-18세	(67)	34.3	65.7
	만 19-29세	(218)	33.0	67.0
	30대	(216)	31.9	68.1
	40대	(253)	42.7	57.3
	50대	(246)	43.9	56.1
지역별	서울	(196)	39.3	60.7
	인천,경기	(315)	35.6	64.4
	대전,세종,충청	(105)	34.3	65.7
	광주,전라	(91)	35.2	64.8
	대구,경북	(98)	38.8	61.2
	부산,울산,경남	(152)	41.4	58.6
학력별	강원,제주	(43)	51.2	48.8
	고졸 이하	(207)	39.6	60.4
	대학교 졸업	(702)	37.2	62.8
직업별	대학원 이상	(91)	40.7	59.3
	자영업	(69)	39.1	60.9
	블루칼라	(94)	43.6	56.4
	화이트칼라	(529)	38.2	61.8
	가정주부	(117)	37.6	62.4
	학생	(108)	30.6	69.4
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	39.8	60.2
	2시간 이하	(198)	41.9	58.1
	2~4시간	(347)	38.0	62.0
	4~6시간	(224)	33.0	67.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	39.4	60.6
	유선 비중 높음	(458)	43.0	57.0
	유선 모바일 같음	(156)	42.3	57.7
추가 앱 다운로드	모바일 비중 높음	(386)	30.3	69.7
	있음	(852)	34.3	65.7
	없음	(148)	59.5	40.5

## 6. 3개월 이내 모바일 서비스로 동영상 시청 경험

- 3개월 이내 모바일 서비스로 동영상 시청 경험은 '있다'가 87.5%, '없다'가 12.5%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 40대(17.8%)에서 '없다'가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 2시간 이하층은 '없다'가 21.2%로 상대적으로 높음.
  - : 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 없는 층은 '없다' (48.0%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 최근 3개월 이내에 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 동영상을 시청해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 모바일 서비스로 동영상 시청 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	87.5	12.5
성별	남성	(512)	88.1	11.9
	여성	(488)	86.9	13.1
연령별	만 15-18세	(67)	88.1	11.9
	만 19-29세	(218)	91.3	8.7
	30대	(216)	91.7	8.3
	40대	(253)	82.2	17.8
	50대	(246)	85.8	14.2
지역별	서울	(196)	88.8	11.2
	인천,경기	(315)	88.9	11.1
	대전,세종,충청	(105)	85.7	14.3
	광주,전라	(91)	91.2	8.8
	대구,경북	(98)	82.7	17.3
	부산,울산,경남	(152)	82.9	17.1
학력별	강원,제주	(43)	95.3	4.7
	고졸 이하	(207)	84.1	15.9
	대학교 졸업	(702)	88.0	12.0
직업별	대학원 이상	(91)	91.2	8.8
	자영업	(69)	85.5	14.5
	블루칼라	(94)	85.1	14.9
	화이트칼라	(529)	88.8	11.2
	가정주부	(117)	86.3	13.7
	학생	(108)	88.9	11.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	83.1	16.9
	2시간 이하	(198)	78.8	21.2
	2~4시간	(347)	87.6	12.4
	4~6시간	(224)	92.4	7.6
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	90.0	10.0
	유선 비중 높음	(458)	85.8	14.2
	유선 모바일 같음	(156)	84.6	15.4
추가 앱 다운로드	모바일 비중 높음	(386)	90.7	9.3
	있음	(852)	93.7	6.3
	없음	(148)	52.0	48.0

## 7. 모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형

- 모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형으로는 ‘영화나 TV프로그램’이 67.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘뮤직비디오’ (49.6%), ‘뉴스’ (49.5%) 등의 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 성별로 모든 성별에서 ‘영화나 TV프로그램’이 높으나 남성은 ‘스포츠’ (55.2%)가 상대적으로 높음.
  - : 연령별로 15-18세는 ‘뮤직비디오’ (72.9%)가 가장 높게 나타났으며, 그 외 연령층은 ‘영화나 TV프로그램’이 높게 나타남.

Q 귀하가 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 시청하는 동영상의 유형을 모두 골라주십시오 (복수응답)

(복수응답, Base : 모바일 서비스로 동영상 시청 경험자, n=875, 단위 : %)



[ 모바일 서비스로 시청하는 동영상 유형 (복수응답) ]

구분	사례수	영화나 TV 프로그램	뮤직 비디오	뉴스	스포츠	애니메이션	기타	
전체	(875)	67.8	49.6	49.5	39.1	19.5	10.1	
성별	남성	(451)	63.6	49.2	52.3	55.2	19.7	9.5
	여성	(424)	72.2	50.0	46.5	21.9	19.3	10.6
연령별	만 15-18세	(59)	66.1	72.9	23.7	30.5	39.0	15.3
	만 19-29세	(199)	75.9	57.3	36.7	37.2	26.6	19.1
	30대	(198)	66.2	49.0	47.0	41.9	19.7	9.1
	40대	(208)	71.6	49.5	58.7	41.8	18.8	4.8
	50대	(211)	58.3	36.5	62.1	37.9	8.1	6.2
지역별	서울	(174)	68.4	54.6	45.4	40.8	19.0	10.3
	인천,경기	(280)	66.1	49.3	49.3	41.4	24.6	8.9
	대전,세종,충청	(90)	73.3	43.3	47.8	40.0	17.8	10.0
	광주,전라	(83)	65.1	45.8	55.4	37.3	15.7	9.6
	대구,경북	(81)	64.2	51.9	55.6	43.2	11.1	13.6
	부산,울산,경남	(126)	69.0	46.8	51.6	33.3	19.8	11.9
학력별	강원,제주	(41)	73.2	56.1	41.5	26.8	14.6	4.9
	고졸 이하	(174)	59.8	50.6	47.1	30.5	20.7	10.3
	대학교 졸업	(618)	70.4	49.5	49.5	41.3	19.6	10.4
직업별	대학원 이상	(83)	65.1	48.2	54.2	41.0	16.9	7.2
	자영업	(59)	55.9	39.0	47.5	50.8	18.6	3.4
	블루칼라	(80)	66.3	43.8	55.0	38.8	16.3	10.0
	화이트칼라	(470)	70.4	47.9	51.5	41.9	19.1	8.5
	가정주부	(101)	62.4	45.5	58.4	18.8	10.9	6.9
	학생	(96)	68.8	68.8	31.3	35.4	31.3	18.8
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(69)	68.1	56.5	43.5	44.9	23.2	18.8
	2시간 이하	(156)	58.3	43.6	44.2	34.6	12.8	12.2
	2~4시간	(304)	63.8	44.4	50.7	38.5	16.8	7.9
	4~6시간	(207)	73.4	51.7	49.3	41.5	19.8	7.2
서비스 사용 비중	6시간 초과	(208)	75.0	59.6	51.9	40.9	28.4	14.4
	유선 비중 높음	(393)	60.3	47.3	49.1	39.2	16.0	9.2
	유선 모바일 같음	(132)	62.9	50.0	55.3	41.7	16.7	12.9
모바일 비중 높음	(350)	78.0	52.0	47.7	38.0	24.6	10.0	

## 8. 동영상 시청 시 주 이용 앱 [1순위]

- 모바일 서비스로 동영상 시청 시 주로 이용하는 앱은 1순위 기준으로 '유튜브'가 55.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '검색포털 앱'(25.1%), '통신사 관련 앱'(10.4%), '방송사 관련 앱'(8.0%) 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 '유튜브'가 가장 높은 가운데, 40대(30.8%)와 50대(29.4%)는 '검색포털 앱'이 상대적으로 높게 나타남.
  - : 직업별로 학생에서 '유튜브'(76.0%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 모바일 서비스로 동영상 시청 경험자, n=875, 단위 : %, 1순위 기준)

55.9				
	25.1			
		10.4		
			8.0	
				0.6
유튜브	검색포털 앱	통신사 관련 앱	동영상서비스 제공 방송사 관련 앱	기타

[ 동영상 시청 시 주 이용 앱 (1순위) ]

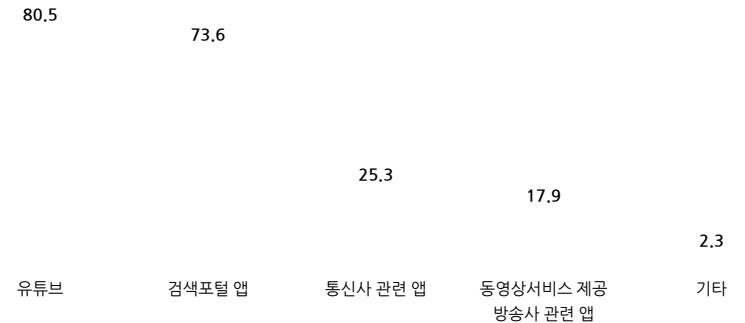
구분	사례수	유튜브	검색포털 앱	통신사 관련 앱	동영상 서비스 제공 방송사 관련 앱	기타	
전체	(875)	55.9	25.1	10.4	8.0	0.6	
성별	남성	(451)	57.2	24.8	10.9	7.1	0.0
	여성	(424)	54.5	25.5	9.9	9.0	1.2
연령별	만 15-18세	(59)	72.9	13.6	6.8	3.4	3.4
	만 19-29세	(199)	64.8	22.1	9.0	4.0	0.0
	30대	(198)	56.1	21.2	12.1	10.1	0.5
	40대	(208)	45.7	30.8	12.0	11.5	0.0
	50대	(211)	52.6	29.4	9.5	7.6	0.9
지역별	서울	(174)	55.2	20.7	10.9	12.6	0.6
	인천,경기	(280)	55.7	28.2	8.9	6.4	0.7
	대전,세종,충청	(90)	57.8	25.6	12.2	3.3	1.1
	광주,전라	(83)	51.8	28.9	8.4	10.8	0.0
	대구,경북	(81)	51.9	29.6	12.3	6.2	0.0
	부산,울산,경남	(126)	57.9	20.6	12.7	7.9	0.8
학력별	강원,제주	(41)	65.9	19.5	7.3	7.3	0.0
	고졸 이하	(174)	55.2	23.6	10.3	9.8	1.1
	대학교 졸업	(618)	56.0	26.1	10.4	7.3	0.3
직업별	대학원 이상	(83)	56.6	21.7	10.8	9.6	1.2
	자영업	(59)	49.2	28.8	8.5	13.6	0.0
	블루칼라	(80)	60.0	28.8	6.3	5.0	0.0
	화이트칼라	(470)	52.1	26.4	11.7	9.1	0.6
	가정주부	(101)	51.5	28.7	10.9	8.9	0.0
	학생	(96)	76.0	12.5	8.3	2.1	1.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(69)	60.9	21.7	10.1	5.8	1.4
	2시간 이하	(156)	53.2	26.3	11.5	8.3	0.6
	2~4시간	(304)	57.2	27.6	8.9	6.3	0.0
	4~6시간	(207)	57.5	24.6	9.7	6.8	1.4
서비스 사용 비중	6시간 초과	(208)	54.3	21.2	12.5	11.5	0.5
	유선 비중 높음	(393)	51.9	27.0	10.2	10.2	0.8
	유선 모바일 같음	(132)	50.0	28.0	11.4	9.1	1.5
모바일 비중 높음	(350)	62.6	22.0	10.3	5.1	0.0	

## 9. 동영상 시청 시 주 이용 앱 [1+2순위]

- 모바일 서비스로 동영상 시청 시 주로 이용하는 앱은 1+2순위 기준으로 '유튜브'가 80.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '검색포털 앱'(73.6%), '통신사 관련 앱'(25.3%), '방송사 관련 앱'(17.9%) 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 15-18세(94.9%)와 20대(83.9%)에서 '유튜브'가 상대적으로 높게 나타남.
  - 서비스 사용 비중별로 모바일의 비중이 높은 층에서 '유튜브'(84.9%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 모바일 서비스로 동영상 시청 경험자, n=875, 단위 : %, 1+2순위 기준)



[ 동영상 시청 시 주 이용 앱 (1+2순위) ]

구분	사례수	유튜브	검색포털 앱	통신사 관련 앱	동영상 서비스 제공 방송사 관련 앱	기타	
전체	(875)	80.5	73.6	25.3	17.9	2.3	
성별	남성	(451)	80.3	74.7	24.6	18.2	1.8
	여성	(424)	80.7	72.4	25.9	17.7	2.8
연령별	만 15-18세	(59)	94.9	61.0	23.7	10.2	8.5
	만 19-29세	(199)	83.9	76.9	22.6	12.1	4.0
	30대	(198)	77.3	73.2	29.3	18.7	0.5
	40대	(208)	77.4	74.5	24.0	23.6	0.5
	50대	(211)	79.1	73.5	25.6	19.4	2.4
지역별	서울	(174)	77.0	71.3	27.0	23.0	1.1
	인천,경기	(280)	82.5	73.6	24.6	16.8	2.1
	대전,세종,충청	(90)	83.3	81.1	21.1	8.9	5.6
	광주,전라	(83)	78.3	72.3	20.5	24.1	4.8
	대구,경북	(81)	81.5	82.7	25.9	8.6	0.0
	부산,울산,경남	(126)	78.6	64.3	33.3	20.6	2.4
학력별	강원,제주	(41)	82.9	80.5	14.6	22.0	0.0
	고졸 이하	(174)	79.3	73.6	25.9	17.2	3.4
	대학교 졸업	(618)	80.4	74.4	25.6	17.6	1.6
직업별	대학원 이상	(83)	83.1	67.5	21.7	21.7	4.8
	자영업	(59)	74.6	67.8	30.5	25.4	1.7
	블루칼라	(80)	77.5	75.0	25.0	22.5	0.0
	화이트칼라	(470)	77.4	74.3	26.0	19.4	2.3
	가정주부	(101)	86.1	76.2	22.8	14.9	0.0
	학생	(96)	95.8	68.8	19.8	9.4	5.2
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(69)	79.7	75.4	27.5	13.0	4.3
	2시간 이하	(156)	79.5	76.9	22.4	17.9	2.6
	2~4시간	(304)	82.9	72.0	26.3	17.1	1.0
	4~6시간	(207)	83.1	76.8	23.7	14.5	1.9
서비스 사용 비중	6시간 초과	(208)	75.0	70.2	27.4	22.6	4.3
	유선 비중 높음	(393)	79.1	74.3	24.4	18.8	2.8
	유선 모바일 같음	(132)	72.7	75.0	27.3	23.5	1.5
모바일 비중 높음	(350)	84.9	72.3	25.4	14.9	2.0	

## 10. 동영상 시청 시 유튜브 이용 이유

- 동영상 시청 시 유튜브를 이용하는 이유로는 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 60.7%로 가장 많았고, 다음으로 '검색이 편리해서'(33.5%), '콘텐츠의 품질이 좋아서'(4.9%) 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 성별로 모든 성별에서 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 가장 높은 가운데, 여성은 '검색이 편리해서'(36.8%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 가장 높은 가운데, 2시간 이하층(39.8%)과 2~4시간층(36.2%)은 '검색이 편리해서'가 상대적으로 높게 나타남.

### Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 유튜브를 이용하는 이유는 무엇입니까?

(Base : 동영상 시청 시 유튜브 주 이용자, n=489, 단위 : %)

60.7	33.5	4.9	0.8
제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서	검색이 편리해서	콘텐츠의 품질이 좋아서	기타

[ 동영상 시청 시 유튜브 이용 이유 ]

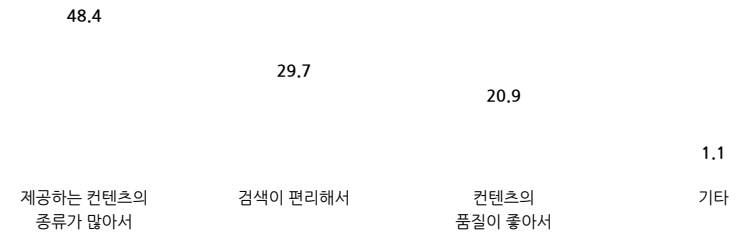
구분	사례수	제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서	검색이 편리해서	콘텐츠의 품질이 좋아서	기타	
전체	(489)	60.7	33.5	4.9	0.8	
성별	남성	(258)	62.4	30.6	6.2	0.8
	여성	(231)	58.9	36.8	3.5	0.9
연령별	만 15-18세	(43)	60.5	32.6	7.0	0.0
	만 19-29세	(129)	65.1	27.9	5.4	1.6
	30대	(111)	60.4	34.2	4.5	0.9
	40대	(95)	60.0	34.7	4.2	1.1
	50대	(111)	56.8	38.7	4.5	0.0
지역별	서울	(96)	65.6	30.2	4.2	0.0
	인천,경기	(156)	64.1	29.5	5.8	0.6
	대전,세종,충청	(52)	63.5	32.7	3.8	0.0
	광주,전라	(43)	46.5	46.5	2.3	4.7
	대구,경북	(42)	40.5	50.0	9.5	0.0
	부산,울산,경남	(73)	65.8	28.8	4.1	1.4
학력별	강원,제주	(27)	59.3	37.0	3.7	0.0
	고졸 이하	(96)	62.5	32.3	5.2	0.0
	대학교 졸업	(346)	60.1	33.2	5.5	1.2
직업별	대학원 이상	(47)	61.7	38.3	0.0	0.0
	자영업	(29)	58.6	41.4	0.0	0.0
	블루칼라	(48)	68.8	22.9	8.3	0.0
	화이트칼라	(245)	60.4	35.1	4.1	0.4
	가정주부	(52)	59.6	32.7	5.8	1.9
	학생	(73)	58.9	34.2	5.5	1.4
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(42)	59.5	31.0	7.1	2.4
	2시간 이하	(83)	53.0	39.8	7.2	0.0
	2~4시간	(174)	58.6	36.2	4.6	0.6
	4~6시간	(119)	68.1	26.9	4.2	0.8
서비스 사용 비중	6시간 초과	(113)	61.9	31.9	4.4	1.8
	유선 비중 높음	(204)	61.3	31.4	5.9	1.5
	유선 모바일 같음	(66)	42.4	51.5	6.1	0.0
	모바일 비중 높음	(219)	65.8	30.1	3.7	0.5

## 11. 동영상 시청 시 통신사 앱 이용 이유

- 동영상 시청 시 통신사 앱을 이용하는 이유로는 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 48.4%로 가장 많았고, 다음으로 '검색이 편리해서'(29.7%), '콘텐츠의 품질이 좋아서'(20.9%) 순으로 나타남.

Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 통신사 앱을 이용하는 이유는 무엇입니까?

(Base : 동영상 시청 시 통신사 앱 주 이용자, n=91, 단위 : %)



[ 동영상 시청 시 통신사 앱 이용 이유 ]

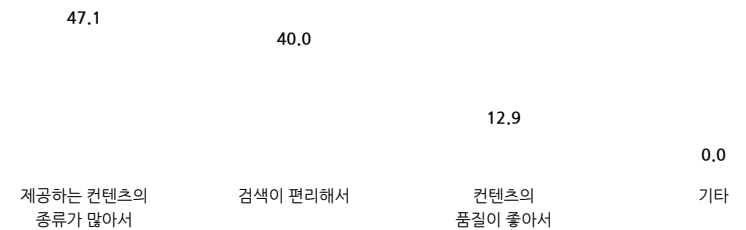
구분	사례수	제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서	검색이 편리해서	콘텐츠의 품질이 좋아서	기타	
전체	(91)	48.4	29.7	20.9	1.1	
성별	남성	(49)	53.1	36.7	10.2	0.0
	여성	(42)	42.9	21.4	33.3	2.4
연령별	만 15-18세	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0
	만 19-29세	(18)	61.1	33.3	5.6	0.0
	30대	(24)	45.8	12.5	37.5	4.2
	40대	(25)	56.0	28.0	16.0	0.0
	50대	(20)	35.0	45.0	20.0	0.0
지역별	서울	(19)	47.4	26.3	21.1	5.3
	인천,경기	(25)	52.0	24.0	24.0	0.0
	대전,세종,충청	(11)	45.5	36.4	18.2	0.0
	광주,전라	(7)	28.6	57.1	14.3	0.0
	대구,경북	(10)	50.0	30.0	20.0	0.0
	부산,울산,경남	(16)	50.0	25.0	25.0	0.0
학력별	강원,제주	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0
	고졸 이하	(18)	55.6	27.8	11.1	5.6
	대학교 졸업	(64)	43.8	29.7	26.6	0.0
직업별	대학원 이상	(9)	66.7	33.3	0.0	0.0
	자영업	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0
	블루칼라	(5)	80.0	20.0	0.0	0.0
	화이트칼라	(55)	49.1	29.1	20.0	1.8
	가정주부	(11)	27.3	18.2	54.5	0.0
	학생	(8)	50.0	37.5	12.5	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(7)	42.9	42.9	14.3	0.0
	2시간 이하	(18)	44.4	38.9	16.7	0.0
	2~4시간	(27)	48.1	25.9	25.9	0.0
	4~6시간	(20)	45.0	25.0	25.0	5.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(26)	53.8	30.8	15.4	0.0
	유선 비중 높음	(40)	47.5	35.0	15.0	2.5
	유선 모바일 같음	(15)	60.0	20.0	20.0	0.0
	모바일 비중 높음	(36)	44.4	27.8	27.8	0.0

## 12. 동영상 시청 시 방송사 앱 이용 이유

- 동영상 시청 시 통신사 앱을 이용하는 이유로는 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 47.1%로 가장 높게 나타났고, '검색이 편리해서'(40.0%), '콘텐츠의 품질이 좋아서'(12.9%) 순으로 나타남.

Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 방송사 앱을 이용하는 이유는 무엇입니까?

(Base : 동영상 시청 시 방송사 앱 주 이용자, n=70, 단위 : %)





[ 동영상 시청 시 방송사 앱 이용 이유 ]

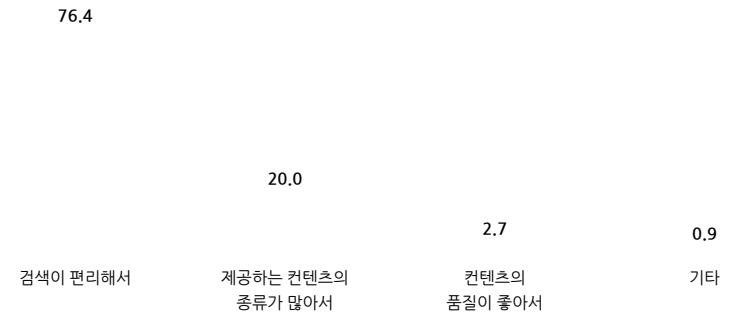
구분	사례수	제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서	검색이 편리해서	콘텐츠의 품질이 좋아서	기타	
전체	(70)	47.1	40.0	12.9	0.0	
성별	남성	(32)	53.1	37.5	9.4	0.0
	여성	(38)	42.1	42.1	15.8	0.0
연령별	만 15-18세	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
	만 19-29세	(8)	37.5	37.5	25.0	0.0
	30대	(20)	60.0	40.0	0.0	0.0
	40대	(24)	41.7	41.7	16.7	0.0
	50대	(16)	43.8	43.8	12.5	0.0
지역별	서울	(22)	59.1	27.3	13.6	0.0
	인천,경기	(18)	44.4	44.4	11.1	0.0
	대전,세종,충청	(3)	33.3	0.0	66.7	0.0
	광주,전라	(9)	33.3	55.6	11.1	0.0
	대구,경북	(5)	20.0	80.0	0.0	0.0
	부산,울산,경남	(10)	60.0	30.0	10.0	0.0
학력별	강원,제주	(3)	33.3	66.7	0.0	0.0
	고졸 이하	(17)	47.1	41.2	11.8	0.0
	대학교 졸업	(45)	46.7	42.2	11.1	0.0
직업별	대학원 이상	(8)	50.0	25.0	25.0	0.0
	자영업	(8)	50.0	50.0	0.0	0.0
	블루칼라	(4)	75.0	0.0	25.0	0.0
	화이트칼라	(43)	46.5	41.9	11.6	0.0
	가정주부	(9)	33.3	55.6	11.1	0.0
	학생	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0
	2시간 이하	(13)	46.2	46.2	7.7	0.0
	2~4시간	(19)	26.3	52.6	21.1	0.0
	4~6시간	(14)	50.0	28.6	21.4	0.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(24)	62.5	33.3	4.2	0.0
	유선 비중 높음	(40)	47.5	40.0	12.5	0.0
	유선 모바일 같음	(12)	50.0	41.7	8.3	0.0
	모바일 비중 높음	(18)	44.4	38.9	16.7	0.0

### 13. 동영상 시청 시 검색포털 앱 이용 이유

- 동영상 시청 시 검색포털 앱을 이용하는 이유로는 '검색이 편리해서'가 76.4%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서' (20.0%), '콘텐츠의 품질이 좋아서' (2.7%)의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 50대에서 '검색이 편리해서' (88.7%)가 상대적으로 높게 나타남.

#### Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 검색포털 앱을 이용하는 이유는 무엇입니까?

(Base : 동영상 시청 시 검색포털 앱 주 이용자, n=220, 단위 : %)



[ 동영상 시청 시 검색포털 앱 이용 이유 ]

구분	사례수	검색이 편리해서	제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서	콘텐츠의 품질이 좋아서	기타	
전체	(220)	76.4	20.0	2.7	0.9	
성별	남성	(112)	73.2	21.4	3.6	1.8
	여성	(108)	79.6	18.5	1.9	0.0
연령별	만 15-18세	(8)	75.0	25.0	0.0	0.0
	만 19-29세	(44)	68.2	29.5	2.3	0.0
	30대	(42)	69.0	26.2	4.8	0.0
	40대	(64)	75.0	18.8	4.7	1.6
	50대	(62)	88.7	9.7	0.0	1.6
지역별	서울	(36)	75.0	22.2	0.0	2.8
	인천,경기	(79)	77.2	17.7	3.8	1.3
	대전,세종,충청	(23)	73.9	26.1	0.0	0.0
	광주,전라	(24)	62.5	33.3	4.2	0.0
	대구,경북	(24)	87.5	4.2	8.3	0.0
	부산,울산,경남	(26)	76.9	23.1	0.0	0.0
학력별	강원,제주	(8)	87.5	12.5	0.0	0.0
	고졸 이하	(41)	80.5	19.5	0.0	0.0
	대학교 졸업	(161)	74.5	21.1	3.7	0.6
직업별	대학원 이상	(18)	83.3	11.1	0.0	5.6
	자영업	(17)	88.2	11.8	0.0	0.0
	블루칼라	(23)	87.0	13.0	0.0	0.0
	화이트칼라	(124)	73.4	21.0	4.0	1.6
	가정주부	(29)	79.3	20.7	0.0	0.0
	학생	(12)	75.0	25.0	0.0	0.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(15)	66.7	26.7	6.7	0.0
	2시간 이하	(41)	78.0	19.5	2.4	0.0
	2~4시간	(84)	75.0	22.6	2.4	0.0
	4~6시간	(51)	78.4	13.7	3.9	3.9
서비스 사용 비중	6시간 초과	(44)	75.0	22.7	2.3	0.0
	유선 비중 높음	(106)	76.4	17.0	4.7	1.9
	유선 모바일 같음	(37)	67.6	29.7	2.7	0.0
모바일 비중 높음	(77)	80.5	19.5	0.0	0.0	

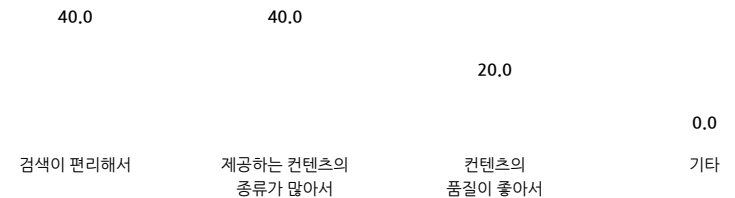
### 14. 동영상 시청 시 기타 앱 이용 이유

※ 사례수가 적어서 해석에 유의할 필요 있음

- 동영상 시청 시 기타 앱 이용 이유로 '검색이 편리해서'와 '제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서'가 각각 40.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '콘텐츠의 품질이 좋아서' (20.0%)로 나타남.

#### Q 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시 주로 기타 앱을 이용하는 이유는 무엇입니까?

(Base : 동영상 시청 시 기타 앱 주 이용자, n=5, 단위 : %)



## 15. 모바일 서비스로 동영상 검색 방식

- 모바일 서비스로 동영상 검색 시 ‘개별 동영상서비스 앱 이용’이 61.5%로 나타났고, ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 동영상서비스 앱 이용’은 38.5%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 ‘개별 동영상서비스 앱 이용’이 가장 높은 가운데 40대(44.7%)와 50대(44.5%)에서 ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 동영상서비스 앱 이용’이 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 사용 시간이 길수록 ‘개별 동영상서비스 앱 이용’이 높게 나타남.

**Q** 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 동영상 시청 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하십니까?

(Base : 모바일 서비스로 동영상 시청 경험자, n=875, 단위 : %)

[ 모바일 서비스로 동영상 검색 방식 ]

구분	사례수	개별 동영상서비스 앱 이용	검색포털 앱 경유하여 개별 동영상서비스 앱 이용	
전체	(875)	61.5	38.5	
성별	남성	(451)	63.9	36.1
	여성	(424)	59.0	41.0
연령별	만 15-18세	(59)	72.9	27.1
	만 19-29세	(199)	70.4	29.6
	30대	(198)	62.1	37.9
	40대	(208)	55.3	44.7
	50대	(211)	55.5	44.5
지역별	서울	(174)	61.5	38.5
	인천,경기	(280)	57.5	42.5
	대전,세종,충청	(90)	56.7	43.3
	광주,전라	(83)	63.9	36.1
	대구,경북	(81)	59.3	40.7
	부산,울산,경남	(126)	73.8	26.2
학력별	강원,제주	(41)	61.0	39.0
	고졸 이하	(174)	62.6	37.4
	대학교 졸업	(618)	63.1	36.9
직업별	대학원 이상	(83)	47.0	53.0
	자영업	(59)	72.9	27.1
	블루칼라	(80)	61.3	38.8
	화이트칼라	(470)	58.9	41.1
	가정주부	(101)	53.5	46.5
	학생	(96)	72.9	27.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(69)	65.2	34.8
	2시간 이하	(156)	59.6	40.4
	2~4시간	(304)	59.9	40.1
	4~6시간	(207)	61.4	38.6
서비스 사용 비중	6시간 초과	(208)	65.4	34.6
	유선 비중 높음	(393)	59.8	40.2
	유선 모바일 같음	(132)	62.9	37.1
	모바일 비중 높음	(350)	62.9	37.1

## 16. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험

- 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험은 '있다'가 79.1%, '없다'가 20.9%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 직업별로 가정주부의 경우 '없다' (29.9%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 서비스 사용 비중별로 2시간 이하층은 '없다'가 36.4%로 상대적으로 높음.

**Q** 귀하는 최근 3개월 이내에 유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스를 이용하여 동영상을 시청해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	79.1	20.9
성별	남성	(512)	85.2	14.8
	여성	(488)	72.7	27.3
연령별	만 15-18세	(67)	80.6	19.4
	만 19-29세	(218)	79.8	20.2
	30대	(216)	79.2	20.8
	40대	(253)	79.4	20.6
	50대	(246)	77.6	22.4
지역별	서울	(196)	82.7	17.3
	인천, 경기	(315)	79.7	20.3
	대전, 세종, 충청	(105)	77.1	22.9
	광주, 전라	(91)	76.9	23.1
	대구, 경북	(98)	76.5	23.5
	부산, 울산, 경남	(152)	75.7	24.3
	강원, 제주	(43)	86.0	14.0
학력별	고졸 이하	(207)	74.9	25.1
	대학교 졸업	(702)	79.6	20.4
	대학원 이상	(91)	84.6	15.4
직업별	자영업	(69)	81.2	18.8
	블루칼라	(94)	77.7	22.3
	화이트칼라	(529)	80.2	19.8
	가정주부	(117)	70.1	29.9
	학생	(108)	83.3	16.7
	무직/기타/무응답	(83)	79.5	20.5
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	63.6	36.4
	2~4시간	(347)	79.8	20.2
	4~6시간	(224)	84.4	15.6
	6시간 초과	(231)	86.1	13.9
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	83.8	16.2
	유선 모바일 같음	(156)	71.8	28.2
	모바일 비중 높음	(386)	76.4	23.6

## 17. 유선 온라인 서비스로 동영상 검색 방식

- 유선 온라인 서비스로 동영상 검색 시 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 동영상서비스 웹 이용’이 56.4%로 나타났고, ‘개별 동영상서비스 웹 이용’은 43.6%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 30대 이하는 ‘개별 동영상서비스 웹 이용’과 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 동영상서비스 웹 이용’의 비중이 비슷한 수준으로 나타났으며, 40대 이상은 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 동영상서비스 웹 이용’이 상대적으로 더 높게 나타남.

**Q** 유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스로 동영상 시청 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하십니까?

(Base : 유선 온라인 서비스로 동영상 시청 경험자, n=791, 단위 : %)

[ 유선 온라인 서비스로 동영상 검색 방식 ]

구분		사례수	개별 동영상서비스 웹 이용	검색포털 웹 경유하여 개별 동영상서비스 웹 이용
전체		(791)	43.6	56.4
성별	남성	(436)	45.4	54.6
	여성	(355)	41.4	58.6
연령별	만 15-18세	(54)	51.9	48.1
	만 19-29세	(174)	51.1	48.9
	30대	(171)	48.0	52.0
	40대	(201)	38.8	61.2
	50대	(191)	35.6	64.4
지역별	서울	(162)	48.8	51.2
	인천,경기	(251)	38.2	61.8
	대전,세종,충청	(81)	50.6	49.4
	광주,전라	(70)	42.9	57.1
	대구,경북	(75)	41.3	58.7
	부산,울산,경남	(115)	45.2	54.8
학력별	강원,제주	(37)	43.2	56.8
	고졸 이하	(155)	47.7	52.3
	대학교 졸업	(559)	42.0	58.0
직업별	대학원 이상	(77)	46.8	53.2
	자영업	(56)	42.9	57.1
	블루칼라	(73)	43.8	56.2
	화이트칼라	(424)	42.7	57.3
	가정주부	(82)	32.9	67.1
	학생	(90)	47.8	52.2
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(66)	57.6	42.4
	2시간 이하	(126)	42.1	57.9
	2~4시간	(277)	41.2	58.8
	4~6시간	(189)	43.9	56.1
서비스 사용 비중	6시간 초과	(199)	47.7	52.3
	유선 비중 높음	(384)	44.5	55.5
	유선 모바일 같음	(112)	57.1	42.9
모바일 비중 높음	(295)	37.3	62.7	

## 18. 3개월 이내 모바일 서비스로 음악 감상 경험

- 3개월 이내 모바일 서비스로 음악 감상 경험은 '있다'가 73.9%, '없다'가 26.1%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 15-18세(88.1%)와 20대(80.7%)에서 '있다'가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 사용 시간이 길수록 '있다'가 높게 나타남.
  - : 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 있는 층은 '있다'(79.2%)가, 경험이 없는 층은 '없다'(56.8%)가 더 높게 나타남.

**Q** 귀하는 최근 3개월 이내에 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 음악감상을 해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 모바일 서비스로 음악 감상 경험 ]

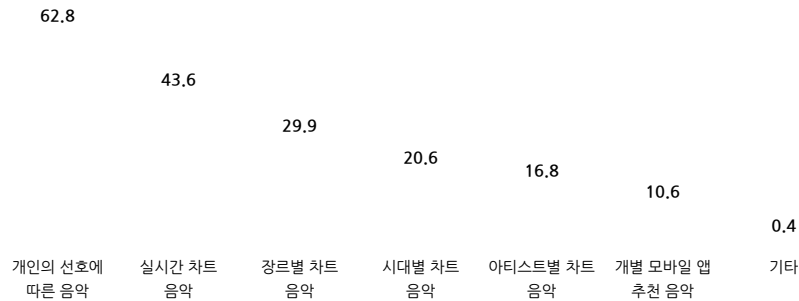
구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	73.9	26.1
성별	남성	(512)	71.7	28.3
	여성	(488)	76.2	23.8
연령별	만 15-18세	(67)	<b>88.1</b>	11.9
	만 19-29세	(218)	<b>80.7</b>	19.3
	30대	(216)	71.3	28.7
	40대	(253)	73.5	26.5
	50대	(246)	66.7	33.3
지역별	서울	(196)	71.9	28.1
	인천,경기	(315)	74.6	25.4
	대전,세종,충청	(105)	78.1	21.9
	광주,전라	(91)	81.3	18.7
	대구,경북	(98)	63.3	36.7
	부산,울산,경남	(152)	71.1	28.9
강원,제주	(43)	86.0	14.0	
학력별	고졸 이하	(207)	74.4	25.6
	대학교 졸업	(702)	73.9	26.1
	대학원 이상	(91)	72.5	27.5
직업별	자영업	(69)	65.2	34.8
	블루칼라	(94)	68.1	31.9
	화이트칼라	(529)	76.2	23.8
	가정주부	(117)	67.5	32.5
	학생	(108)	85.2	14.8
	무직/기타/무응답	(83)	67.5	32.5
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(198)	<b>64.1</b>	35.9
	2~4시간	(347)	<b>72.0</b>	28.0
	4~6시간	(224)	<b>75.0</b>	25.0
	6시간 초과	(231)	<b>84.0</b>	16.0
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(458)	69.7	30.3
	유선 모바일 같음	(156)	69.9	30.1
	모바일 비중 높음	(386)	80.6	19.4
추가 앱 다운로드	있음	(852)	<b>79.2</b>	20.8
	없음	(148)	43.2	<b>56.8</b>

## 19. 모바일 서비스로 감상하는 음악 유형

- 모바일 서비스로 감상하는 음악 유형으로는 '개인의 선호에 따른 음악'이 62.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '실시간 차트 음악'(43.6%), '장르별 차트 음악'(29.9%) 등의 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 15-18세에서 '개인의 선호에 따른 음악'(78.0%)이 상대적으로 높게 나타남. 또한 30대 이하에서 '실시간 차트 음악'이 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 최근 3개월 이내에 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 음악감상을 해본 경험이 있습니까? (복수응답)

(복수응답, Base : 모바일 서비스로 음악 감상 경험자, n=739, 단위 : %)



[ 모바일 서비스로 감상하는 음악 유형 (복수응답) ]

구분	사례수	개인의 선호에 따른 음악	실시간 차트 음악	장르별 차트 음악	시대별 차트 음악	아티스트별 차트 음악	개별 모바일 앱 추천 음악	기타	
전체	(739)	62.8	43.6	29.9	20.6	16.8	10.6	0.4	
성별	남성	(367)	60.5	43.1	30.0	23.2	15.0	9.3	0.3
	여성	(372)	65.1	44.1	29.8	18.0	18.5	11.8	0.5
연령별	만 15-18세	(59)	78.0	52.5	23.7	16.9	22.0	11.9	1.7
	만 19-29세	(176)	65.9	56.3	22.2	16.5	16.5	10.2	1.1
	30대	(154)	56.5	51.3	27.3	21.4	15.6	9.1	0.0
	40대	(186)	58.1	38.2	34.4	23.1	19.4	10.2	0.0
	50대	(164)	65.2	25.6	37.8	22.6	13.4	12.2	0.0
지역별	서울	(141)	64.5	46.1	32.6	20.6	20.6	10.6	0.7
	인천,경기	(235)	69.4	40.9	26.4	19.1	15.7	11.5	0.0
	대전,세종,충청	(82)	67.1	34.1	29.3	18.3	9.8	7.3	1.2
	광주,전라	(74)	51.4	51.4	31.1	20.3	14.9	9.5	1.4
	대구,경북	(62)	59.7	50.0	22.6	21.0	16.1	12.9	0.0
학력별	고졸 이하	(154)	68.2	46.8	27.9	18.2	12.3	5.8	1.3
	대학교 졸업	(519)	62.4	43.4	30.4	19.8	18.5	11.8	0.2
	대학원 이상	(66)	53.0	37.9	30.3	31.8	13.6	12.1	0.0
직업별	자영업	(45)	64.4	42.2	37.8	24.4	11.1	8.9	0.0
	블루칼라	(64)	50.0	53.1	39.1	23.4	14.1	6.3	0.0
	화이트칼라	(403)	61.3	44.2	28.3	21.6	17.6	11.2	0.0
	가정주부	(79)	59.5	32.9	30.4	21.5	16.5	11.4	0.0
	학생	(92)	81.5	46.7	28.3	14.1	19.6	14.1	2.2
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(56)	60.7	39.3	26.8	16.1	14.3	5.4	1.8
	2시간 이하	(127)	61.4	34.6	24.4	15.0	14.2	6.3	0.0
	2~4시간	(250)	64.0	43.2	32.0	22.4	16.8	13.6	0.4
	4~6시간	(168)	63.1	41.7	28.0	24.4	15.5	7.1	0.6
서비스 사용 비중	6시간 초과	(194)	61.9	51.5	32.5	18.6	19.6	12.4	0.5
	유선 비중 높음	(319)	63.0	37.9	27.3	18.2	13.5	7.8	0.6
	유선 모바일 같음	(109)	48.6	47.7	37.6	29.4	20.2	10.1	0.0
모바일 비중 높음	(311)	67.5	47.9	29.9	19.9	19.0	13.5	0.3	

## 20. 음악 감상 시 주 이용 앱 [1순위]

- 모바일 서비스로 음악 감상 시 주로 이용하는 앱은 1순위를 기준으로 '유튜브'(43.0%), '멜론'(28.1%) 순으로 나타났으며 그 외 항목은 비슷한 수준임.

- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 15-18세(47.5%), 40대(51.1%), 50대(56.7%)에서 '유튜브'가 상대적으로 높게 나타남. 20대는 멜론(35.2%)이 더 높게 나타났으며, 30대는 '유튜브'(34.4%)와 '멜론'(32.5%)이 비슷한 수준으로 나타남.

**Q** 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 음악 감상 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 모바일 서비스로 음악 감상 경험자, n=739, 단위 : %, 1순위 기준)

43.0							
	28.1						
		7.7	6.5	4.6	2.7	2.4	4.9
유튜브	멜론	지니뮤직	네이버뮤직	애플뮤직/삼성뮤직	벅스	엠넷	기타

[ 음악 감상 시 주 이용 앱 (1순위) ]

구분	사례수	유튜브	멜론	지니뮤직	네이버뮤직	애플/삼성뮤직	벅스	엠넷	기타	
전체	(739)	43.0	28.1	7.7	6.5	4.6	2.7	2.4	4.9	
성별	남성	(367)	45.8	26.4	7.6	6.8	5.4	2.7	1.6	3.5
	여성	(372)	40.3	29.8	7.8	6.2	3.8	2.7	3.2	6.2
연령별	만 15-18세	(59)	47.5	37.3	3.4	5.1	1.7	1.7	0.0	3.4
	만 19-29세	(176)	27.8	35.2	13.6	5.1	4.0	3.4	3.4	7.4
	30대	(154)	34.4	32.5	8.4	5.8	6.5	3.2	3.2	5.8
	40대	(186)	51.1	22.0	5.4	8.6	3.8	3.2	2.2	3.8
	50대	(164)	56.7	20.1	4.9	6.7	5.5	1.2	1.8	3.0
지역별	서울	(141)	39.7	36.2	3.5	3.5	5.7	0.7	2.1	8.5
	인천,경기	(235)	40.4	25.1	10.2	8.5	3.8	3.4	4.7	3.8
	대전,세종,충청	(82)	43.9	25.6	6.1	7.3	2.4	3.7	0.0	11.0
	광주,전라	(74)	45.9	24.3	12.2	4.1	5.4	1.4	4.1	2.7
	대구,경북	(62)	45.2	30.6	6.5	6.5	3.2	4.8	0.0	3.2
학력별	부산,울산,경남	(108)	50.0	29.6	5.6	5.6	4.6	2.8	0.0	1.9
	강원,제주	(37)	40.5	21.6	10.8	10.8	10.8	2.7	2.7	0.0
	고졸 이하	(154)	45.5	30.5	4.5	6.5	3.9	3.2	1.9	3.9
직업별	대학교 졸업	(519)	41.0	28.7	8.7	6.4	4.8	2.5	2.5	5.4
	대학원 이상	(66)	53.0	18.2	7.6	7.6	4.5	3.0	3.0	3.0
인터넷 사용 시간	자영업	(45)	60.0	17.8	2.2	13.3	2.2	2.2	0.0	2.2
	블루칼라	(64)	43.8	29.7	7.8	4.7	6.3	4.7	3.1	0.0
	화이트칼라	(403)	40.2	29.8	7.9	6.5	4.5	2.7	2.7	5.7
	가정주부	(79)	45.6	22.8	7.6	8.9	6.3	2.5	2.5	3.8
	학생	(92)	40.2	35.9	6.5	4.3	3.3	3.3	1.1	5.4
서비스 사용 비중	무직/기타/무응답	(56)	50.0	17.9	12.5	3.6	5.4	0.0	3.6	7.1
	2시간 이하	(127)	42.5	31.5	5.5	7.9	3.9	3.1	3.1	2.4
	2~4시간	(250)	46.8	24.8	10.4	5.6	4.4	2.4	1.6	4.0
	4~6시간	(168)	45.8	26.2	4.8	8.3	2.4	3.0	3.0	6.5
서비스 사용 비중	6시간 초과	(194)	36.1	32.0	8.2	5.2	7.2	2.6	2.6	6.2
	유선 비중 높음	(319)	43.9	26.6	5.3	7.5	5.3	3.1	1.9	6.3
	유선 모바일 같음	(109)	48.6	26.6	9.2	2.8	2.8	2.8	3.7	3.7
모바일 비중 높음	(311)	40.2	30.2	9.6	6.8	4.5	2.3	2.6	3.9	



## 21. 음악 감상 시 주 이용 앱 [1+2순위]

- 모바일 서비스로 음악 감상 시 주로 이용하는 앱은 1+2순위를 기준으로 '유튜브'(75.4%), '멜론'(47.4%), '네이버뮤직'(28.0%) 순으로 나타났으며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 모든 연령층에서 '유튜브'가 가장 높은 가운데, 15-18세에서 '멜론'(64.4%)이 상대적으로 높게 나타났으며, 40대(32.8%)와 50대(34.1%)에서 '네이버뮤직'이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 음악 감상 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주세요

(Base : 모바일 서비스로 음악 감상 경험자, n=739, 단위 : %, 1+2순위 기준)

75.4							
	47.4						
		28.0					
			15.7				
				9.5			
					7.4		
						6.4	
							7.6
유튜브	멜론	네이버뮤직	지니뮤직	애플뮤직/삼성뮤직	엠넷	벅스	기타

[ 음악 감상 시 주 이용 앱 (1+2순위) ]

구분	사례수	유튜브	멜론	네이버뮤직	지니뮤직	애플/삼성뮤직	엠넷	벅스	기타	
전체	(739)	75.4	47.4	28.0	15.7	9.5	7.4	6.4	7.6	
성별	남성	(367)	79.0	47.7	24.5	16.1	10.4	6.8	7.4	5.2
	여성	(372)	71.8	47.0	31.5	15.3	8.6	8.1	5.4	9.9
연령별	만 15-18세	(59)	79.7	64.4	13.6	13.6	8.5	3.4	3.4	11.9
	만 19-29세	(176)	72.7	44.9	22.7	18.8	9.7	7.4	6.8	11.4
	30대	(154)	68.8	49.4	27.3	16.2	9.7	10.4	6.5	8.4
	40대	(186)	76.9	44.1	32.8	14.5	8.6	7.5	7.5	5.9
	50대	(164)	81.1	45.7	34.1	14.0	10.4	6.1	5.5	3.0
지역별	서울	(141)	75.2	55.3	20.6	16.3	7.8	6.4	5.0	11.3
	인천,경기	(235)	76.6	43.8	31.1	14.5	9.8	8.5	6.0	6.0
	대전,세종,충청	(82)	74.4	43.9	34.1	14.6	8.5	1.2	7.3	14.6
	광주,전라	(74)	66.2	43.2	27.0	23.0	5.4	16.2	8.1	5.4
	대구,경북	(62)	77.4	46.8	29.0	11.3	12.9	8.1	4.8	9.7
	부산,울산,경남	(108)	80.6	50.0	25.9	15.7	10.2	3.7	7.4	3.7
학력별	강원,제주	(37)	70.3	48.6	29.7	16.2	16.2	10.8	8.1	0.0
	고졸 이하	(154)	76.0	50.6	27.3	16.2	9.1	5.8	5.2	7.8
	대학교 졸업	(519)	74.6	47.2	28.1	15.2	9.8	7.7	6.6	7.9
직업별	대학원 이상	(66)	80.3	40.9	28.8	18.2	7.6	9.1	7.6	4.5
	자영업	(45)	77.8	51.1	42.2	6.7	8.9	2.2	6.7	4.4
	블루칼라	(64)	68.8	51.6	21.9	20.3	10.9	9.4	9.4	3.1
	화이트칼라	(403)	73.4	48.4	28.0	15.6	9.2	7.2	7.4	7.7
	가정주부	(79)	77.2	44.3	38.0	15.2	8.9	7.6	3.8	5.1
	학생	(92)	82.6	53.3	17.4	13.0	8.7	5.4	5.4	12.0
	무직/기타/무응답	(56)	80.4	26.8	26.8	23.2	12.5	14.3	0.0	10.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(127)	69.3	52.8	26.0	19.7	10.2	10.2	3.9	4.7
	2~4시간	(250)	80.0	44.8	26.4	16.0	8.0	7.2	8.4	8.0
	4~6시간	(168)	77.4	44.6	35.1	11.3	7.1	6.5	6.0	8.3
	6시간 초과	(194)	71.6	49.5	25.3	16.5	12.9	6.7	5.7	8.2
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(319)	75.2	46.7	31.3	13.2	9.1	6.3	5.3	8.8
	유선 모바일 같음	(109)	77.1	48.6	24.8	16.5	10.1	10.1	6.4	4.6
	모바일 비중 높음	(311)	74.9	47.6	25.7	18.0	9.6	7.7	7.4	7.4

## 22. 모바일 서비스로 음악 검색 방식

- 모바일 서비스로 음악 검색 시 ‘개별 음악서비스 앱 이용’이 64.5%로 나타났고, ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 음악서비스 앱 이용’은 35.5%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 ‘개별 음악서비스 앱 이용’이 가장 높은 가운데 40대(45.7%)와 50대(43.3%)에서 ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 음악서비스 앱 이용’이 상대적으로 높게 나타남.
  - : 직업별로 학생은 ‘개별 음악서비스 앱 이용’ (73.9%)이 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 음악 감상 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 음악 콘텐츠를 검색하십니까?

(Base : 모바일 서비스로 음악 감상 경험자, n=739, 단위 : %)

[ 모바일 서비스로 음악 검색 방식 ]

구분	사례수	개별 음악서비스 제공 앱에서 직접 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 서비스 이용	검색포털 앱을 이용하여 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 개별 음악서비스 제공 앱으로 이동하여 서비스 이용	
전체	(739)	64.5	35.5	
성별	남성	(367)	64.6	35.4
	여성	(372)	64.5	35.5
연령별	만 15-18세	(59)	67.8	32.2
	만 19-29세	(176)	78.4	21.6
	30대	(154)	68.2	31.8
	40대	(186)	54.3	45.7
	50대	(164)	56.7	43.3
지역별	서울	(141)	70.9	29.1
	인천,경기	(235)	59.1	40.9
	대전,세종,충청	(82)	61.0	39.0
	광주,전라	(74)	67.6	32.4
	대구,경북	(62)	61.3	38.7
	부산,울산,경남	(108)	70.4	29.6
학력별	강원,제주	(37)	64.9	35.1
	고졸 이하	(154)	63.0	37.0
	대학교 졸업	(519)	65.5	34.5
직업별	대학원 이상	(66)	60.6	39.4
	자영업	(45)	62.2	37.8
	블루칼라	(64)	62.5	37.5
	화이트칼라	(403)	65.5	34.5
	가정주부	(79)	53.2	46.8
	학생	(92)	73.9	26.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(56)	62.5	37.5
	2시간 이하	(127)	63.8	36.2
	2~4시간	(250)	60.8	39.2
	4~6시간	(168)	67.9	32.1
서비스 사용 비중	6시간 초과	(194)	67.0	33.0
	유선 비중 높음	(319)	59.2	40.8
	유선 모바일 같음	(109)	65.1	34.9
모바일 비중 높음	(311)	69.8	30.2	

## 23. 기존 음악 감상 앱의 변경 경험

- 기존에 사용하던 음악감상 앱의 유료 이용기간이 종료된 경우, 다른 모바일 앱으로 변경하여 사용한 경험이 '없다' 59.4%, '있다' 40.6%로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 15-18세에서 '없다' (74.6%)가 상대적으로 높게 나타났으며, 30대의 경우 '없다' (53.2%), '있다' (46.8%)로 두 항목이 비슷한 비율을 보임.
  - : 인터넷 사용 시간별로 2시간 이하층에서 '없다'가 70.9%로 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 기존에 사용하던 음악감상 앱(APP)의 유료 이용기간이 종료된 경우, 다른 모바일 앱(APP)으로 변경하여 사용한 적이 있습니까?

(Base : 모바일 서비스로 음악 감상 경험자, n=739, 단위 : %)

[ 기존 음악 감상 앱의 변경 경험 ]

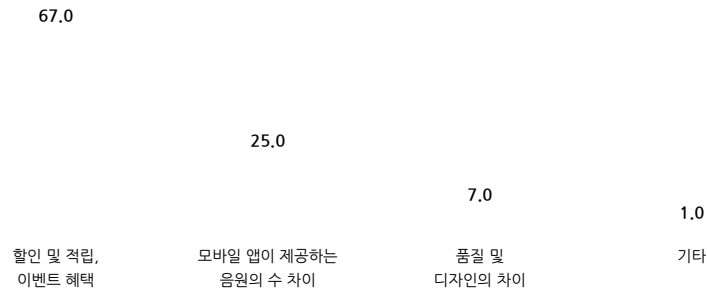
구분		사례수	있다	없다
전체		(739)	40.6	59.4
성별	남성	(367)	38.7	61.3
	여성	(372)	42.5	57.5
연령별	만 15-18세	(59)	25.4	74.6
	만 19-29세	(176)	40.3	59.7
	30대	(154)	46.8	53.2
	40대	(186)	41.4	58.6
	50대	(164)	39.6	60.4
지역별	서울	(141)	39.0	61.0
	인천,경기	(235)	34.5	65.5
	대전,세종,충청	(82)	29.3	70.7
	광주,전라	(74)	44.6	55.4
	대구,경북	(62)	53.2	46.8
	부산,울산,경남	(108)	51.9	48.1
학력별	강원,제주	(37)	48.6	51.4
	고졸 이하	(154)	31.2	68.8
	대학교 졸업	(519)	42.0	58.0
직업별	대학원 이상	(66)	51.5	48.5
	자영업	(45)	46.7	53.3
	블루칼라	(64)	42.2	57.8
	화이트칼라	(403)	41.7	58.3
	가정주부	(79)	49.4	50.6
	학생	(92)	32.6	67.4
	무직/기타/무응답	(56)	26.8	73.2
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(127)	29.1	70.9
	2~4시간	(250)	37.6	62.4
	4~6시간	(168)	47.0	53.0
	6시간 초과	(194)	46.4	53.6
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(319)	37.3	62.7
	유선 모바일 같음	(109)	47.7	52.3
	모바일 비중 높음	(311)	41.5	58.5

## 24. 기존 음악 감상 앱 변경 이유

- 기존에 사용하던 음악감상 앱의 유료 이용기간이 종료된 경우, 다른 모바일 앱으로 변경하여 사용한 이유로는 ‘할인 및 적립, 이벤트 혜택’이 67.0%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 ‘모바일 앱이 제공하는 음원의 수 차이’(25.0%), ‘품질 및 디자인의 차이’(7.0%) 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 20대에서 ‘할인 및 적립, 이벤트 혜택’이 상대적으로 높게 나타남.
  - 인터넷 사용 시간별로 ‘4-6시간’(77.2%)과 ‘6시간 초과’(72.2%)층에서 ‘할인 및 적립, 이벤트 혜택’이 상대적으로 높게 나타남.

Q 기존에 사용하던 음악감상 앱(APP)이 아닌 다른 모바일 앱(APP)으로 변경한 이유는 무엇입니까?

(Base : 음악 감상 앱 변경 경험자, n=300, 단위 : %)



[ 기존 음악 감상 앱 변경 이유 ]

구분	사례수	할인 및 적립, 이벤트 혜택	모바일 앱이 제공하는 음원의 수 차이	품질 및 디자인의 차이	기타	
전체	(300)	67.0	25.0	7.0	1.0	
성별	남성	(142)	62.0	28.9	7.0	2.1
	여성	(158)	71.5	21.5	7.0	0.0
연령별	만 15-18세	(15)	60.0	26.7	6.7	6.7
	만 19-29세	(71)	77.5	15.5	5.6	1.4
	30대	(72)	66.7	26.4	6.9	0.0
	40대	(77)	64.9	26.0	7.8	1.3
	50대	(65)	60.0	32.3	7.7	0.0
지역별	서울	(55)	69.1	25.5	5.5	0.0
	인천,경기	(81)	71.6	21.0	4.9	2.5
	대전,세종,충청	(24)	75.0	16.7	8.3	0.0
	광주,전라	(33)	66.7	24.2	9.1	0.0
	대구,경북	(33)	75.8	18.2	6.1	0.0
	부산,울산,경남	(56)	53.6	33.9	10.7	1.8
학력별	강원,제주	(18)	55.6	38.9	5.6	0.0
	고졸 이하	(48)	54.2	33.3	10.4	2.1
	대학교 졸업	(218)	72.9	19.7	6.4	0.9
직업별	대학원 이상	(34)	47.1	47.1	5.9	0.0
	자영업	(21)	71.4	23.8	4.8	0.0
	블루칼라	(27)	44.4	48.1	7.4	0.0
	화이트칼라	(168)	67.9	24.4	7.1	0.6
	가정주부	(39)	74.4	15.4	10.3	0.0
	학생	(30)	73.3	13.3	6.7	6.7
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(15)	60.0	40.0	0.0	0.0
	2시간 이하	(37)	56.8	32.4	10.8	0.0
	2~4시간	(94)	57.4	28.7	11.7	2.1
	4~6시간	(79)	77.2	19.0	3.8	0.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(90)	72.2	23.3	3.3	1.1
	유선 비중 높음	(119)	67.2	26.9	5.0	0.8
	유선 모바일 같음	(52)	46.2	38.5	15.4	0.0
모바일 비중 높음	(129)	75.2	17.8	5.4	1.6	

## 25. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험

- 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험은 '있다'가 62.9%, '없다'가 37.1%로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - 성별로 남성에서 '있다' (66.2%)가 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 최근 3개월 이내에 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하여 음악감상을 해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	62.9	37.1
성별	남성	(512)	66.2	33.8
	여성	(488)	59.4	40.6
연령별	만 15-18세	(67)	68.7	31.3
	만 19-29세	(218)	63.8	36.2
	30대	(216)	60.2	39.8
	40대	(253)	67.6	32.4
	50대	(246)	58.1	41.9
지역별	서울	(196)	62.2	37.8
	인천,경기	(315)	60.6	39.4
	대전,세종,충청	(105)	62.9	37.1
	광주,전라	(91)	70.3	29.7
	대구,경북	(98)	58.2	41.8
	부산,울산,경남	(152)	64.5	35.5
학력별	강원,제주	(43)	72.1	27.9
	고졸 이하	(207)	60.4	39.6
	대학교 졸업	(702)	63.0	37.0
직업별	대학원 이상	(91)	68.1	31.9
	자영업	(69)	59.4	40.6
	블루칼라	(94)	63.8	36.2
	화이트칼라	(529)	64.3	35.7
	가정주부	(117)	53.8	46.2
	학생	(108)	68.5	31.5
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	61.4	38.6
	2시간 이하	(198)	51.0	49.0
	2~4시간	(347)	61.4	38.6
	4~6시간	(224)	66.5	33.5
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	71.9	28.1
	유선 비중 높음	(458)	64.4	35.6
	유선 모바일 같음	(156)	60.9	39.1
모바일 비중 높음	(386)	61.9	38.1	

## 26. 유선 온라인 서비스로 음악 검색 방식

- 유선 온라인 서비스로 음악 검색 시 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 음악서비스 웹 이용’이 51.4%. ‘개별 음악서비스 웹 이용’이 48.6%로 두 항목이 비슷한 수준으로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 30대 이하는 ‘개별 음악서비스 웹 이용’이 더 높게 나타난 반면, 40대 이상은 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 음악서비스 웹 이용’이 더 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 4시간 이하 이용층은 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 음악서비스 웹 이용’이 더 높은 반면, 4시간 초과 이용층은 ‘개별 음악서비스 웹 이용’이 더 높게 나타남.

**Q** 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스로 음악 감상 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 음악 콘텐츠를 검색하십니까?

(Base : 유선 온라인 서비스로 음악 감상 경험자, n=629, 단위 : %)

[ 유선 온라인 서비스로 음악 검색 방식 ]

구분		사례수	음악서비스 전문 웹페이지에서 직접 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 서비스 이용	검색포털을 이용하여 원하는 음악 콘텐츠/전문 웹페이지를 검색하고 개별 음악서비스 전문 웹페이지로 이동하여 서비스이용
전체		(629)	48.6	51.4
성별	남성	(339)	48.1	51.9
	여성	(290)	49.3	50.7
연령별	만 15-18세	(46)	56.5	43.5
	만 19-29세	(139)	60.4	39.6
	30대	(130)	53.1	46.9
	40대	(171)	38.6	61.4
	50대	(143)	42.7	57.3
지역별	서울	(122)	50.0	50.0
	인천,경기	(191)	47.6	52.4
	대전,세종,충청	(66)	40.9	59.1
	광주,전라	(64)	56.3	43.8
	대구,경북	(57)	38.6	61.4
	부산,울산,경남	(98)	53.1	46.9
학력별	강원,제주	(31)	54.8	45.2
	고졸 이하	(125)	49.6	50.4
	대학교 졸업	(442)	48.2	51.8
직업별	대학원 이상	(62)	50.0	50.0
	자영업	(41)	51.2	48.8
	블루칼라	(60)	56.7	43.3
	화이트칼라	(340)	45.6	54.4
	가정주부	(63)	39.7	60.3
	학생	(74)	52.7	47.3
	무직/기타/무응답	(51)	62.7	37.3
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(101)	41.6	58.4
	2~4시간	(213)	45.1	54.9
	4~6시간	(149)	54.4	45.6
	6시간 초과	(166)	52.4	47.6
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(295)	46.8	53.2
	유선 모바일 같음	(95)	51.6	48.4
	모바일 비중 높음	(239)	49.8	50.2

## 27. 3개월 이내 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험

- 3개월 이내 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험은 '있다'가 78.9%, '없다'가 21.1%로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 '있다'가 더 높게 나타난 가운데, 15-18세에서 '없다'(41.8%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 이용 시간별로 모든 층에서 '있다'가 더 높은 가운데 2시간 이하층에서 '없다'(31.8%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 최근 3개월 이내에 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 금융서비스를 이용해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	78.9	21.1
성별	남성	(512)	78.3	21.7
	여성	(488)	79.5	20.5
연령별	만 15-18세	(67)	58.2	41.8
	만 19-29세	(218)	82.6	17.4
	30대	(216)	87.5	12.5
	40대	(253)	76.7	23.3
	50대	(246)	76.0	24.0
지역별	서울	(196)	74.5	25.5
	인천,경기	(315)	81.6	18.4
	대전,세종,충청	(105)	80.0	20.0
	광주,전라	(91)	79.1	20.9
	대구,경북	(98)	74.5	25.5
	부산,울산,경남	(152)	78.3	21.7
학력별	강원,제주	(43)	88.4	11.6
	고졸 이하	(207)	68.6	31.4
	대학교 졸업	(702)	81.6	18.4
직업별	대학원 이상	(91)	81.3	18.7
	자영업	(69)	88.4	11.6
	블루칼라	(94)	77.7	22.3
	화이트칼라	(529)	82.8	17.2
	가정주부	(117)	75.2	24.8
	학생	(108)	65.7	34.3
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	69.9	30.1
	2시간 이하	(198)	68.2	31.8
	2~4시간	(347)	78.4	21.6
	4~6시간	(224)	85.3	14.7
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	82.7	17.3
	유선 비중 높음	(458)	73.6	26.4
	유선 모바일 같음	(156)	80.1	19.9
모바일 비중 높음	(386)	84.7	15.3	

## 28. 모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형

- 모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형은 ‘계좌이체’가 92.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘신용카드 업무’(46.4%), ‘주식, 증권’(23.3%)의 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 ‘계좌이체’가 가장 높게 나타난 가운데, 30대(52.9%)와 40대(56.7%)는 ‘신용카드 업무’가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 직업별로 모든 층에서 ‘계좌이체’가 가장 높은 가운데, 자영업(27.9%)과 화이트칼라(28.8%)층에서 ‘주식, 증권’이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 금융서비스 이용 시, 주로 이용하는 금융서비스의 유형을 모두 골라주십시오 (복수응답)

(복수응답, Base : 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험자, n=789, 단위 : %)

92.4			
	46.4		
		23.3	
			2.2
계좌이체	신용카드 업무	주식, 증권	기타

[ 모바일 서비스로 이용하는 금융서비스 유형 (복수응답) ]

구분	사례수	계좌이체	신용카드 업무	주식, 증권	기타	
전체	(789)	92.4	46.4	23.3	2.2	
성별	남성	(401)	92.5	43.9	26.2	2.0
	여성	(388)	92.3	49.0	20.4	2.3
연령별	만 15~18세	(39)	92.3	17.9	2.6	2.6
	만 19~29세	(180)	96.7	38.3	15.0	2.2
	30대	(189)	92.6	52.9	27.0	1.6
	40대	(194)	87.6	56.7	31.4	2.1
	50대	(187)	93.0	42.8	23.5	2.7
지역별	서울	(146)	91.1	53.4	28.8	1.4
	인천,경기	(257)	93.4	47.1	24.1	2.3
	대전,세종,충청	(84)	92.9	42.9	15.5	3.6
	광주,전라	(72)	93.1	50.0	19.4	2.8
	대구,경북	(73)	90.4	52.1	24.7	2.7
	부산,울산,경남	(119)	90.8	32.8	24.4	1.7
강원,제주	(38)	97.4	47.4	15.8	0.0	
학력별	고졸 이하	(142)	90.1	35.2	9.9	4.2
	대학교 졸업	(573)	93.2	48.3	25.7	1.9
	대학원 이상	(74)	90.5	52.7	31.1	0.0
직업별	자영업	(61)	93.4	45.9	27.9	1.6
	블루칼라	(73)	89.0	47.9	11.0	5.5
	화이트칼라	(438)	94.5	52.1	28.8	1.4
	가정주부	(88)	81.8	48.9	22.7	2.3
	학생	(71)	94.4	25.4	8.5	4.2
	무직/기타/무응답	(58)	93.1	24.1	12.1	1.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(135)	91.9	43.7	22.2	3.0
	2~4시간	(272)	92.6	47.4	21.0	1.5
	4~6시간	(191)	92.7	46.6	28.3	2.1
	6시간 초과	(191)	92.1	46.6	22.5	2.6
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(337)	91.4	44.5	24.6	2.1
	유선 모바일 같음	(125)	89.6	48.0	21.6	0.8
	모바일 비중 높음	(327)	94.5	47.7	22.6	2.8



## 29. 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 [1순위]

- 모바일 서비스로 금융서비스 이용 시 주로 이용하는 앱은 1순위를 기준으로 '은행 앱'이 68.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '모바일 결제 앱'(12.9%)으로 나타남. 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,  
: 인터넷 사용 시간별로 사용 시간이 길수록 '은행 앱'이 낮게, '모바일 결제 앱'이 높게 나타남.

Q 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 금융서비스 이용 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까?  
이용하시는 순서대로 골라주십시오

(Base : 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험자, n=789, 단위 : %, 1순위 기준)

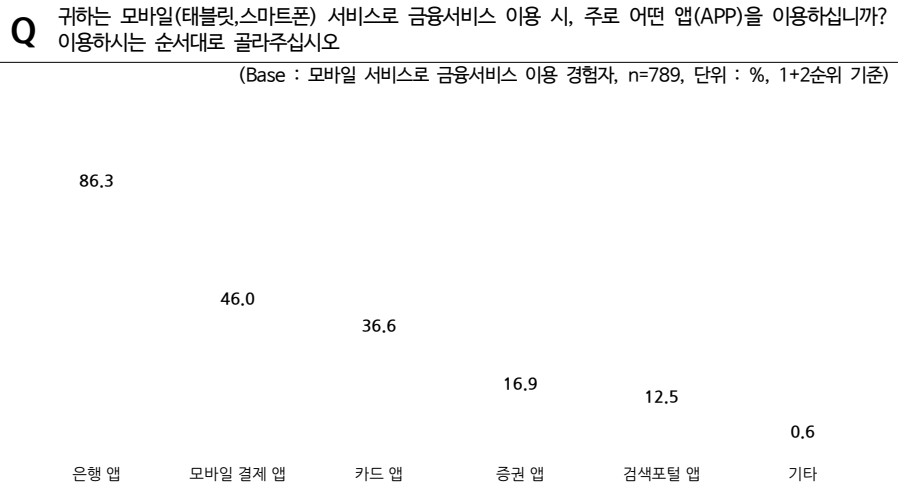
68.8	12.9	8.1	5.3	4.4	0.4
은행 앱	모바일 결제 앱	카드 앱	증권 앱	검색포털 앱	기타

[ 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 (1순위) ]

구분		사례수	은행 앱	모바일 결제 앱	카드 앱	증권 앱	검색포털 앱	기타
전체		(789)	68.8	12.9	8.1	5.3	4.4	0.4
성별	남성	(401)	67.1	12.5	8.0	7.2	4.5	0.7
	여성	(388)	70.6	13.4	8.2	3.4	4.4	0.0
연령별	만 15-18세	(39)	69.2	10.3	17.9	0.0	2.6	0.0
	만 19-29세	(180)	73.3	12.8	5.6	2.8	4.4	1.1
	30대	(189)	69.8	15.3	7.4	5.3	2.1	0.0
	40대	(194)	61.3	12.9	10.3	7.2	7.7	0.5
지역별	50대	(187)	71.1	11.2	7.0	7.0	3.7	0.0
	서울	(146)	67.1	14.4	9.6	6.8	2.1	0.0
	인천,경기	(257)	67.3	14.4	6.6	5.8	5.1	0.8
	대전,세종,충청	(84)	82.1	9.5	3.6	3.6	1.2	0.0
	광주,전라	(72)	66.7	13.9	8.3	2.8	8.3	0.0
	대구,경북	(73)	72.6	8.2	12.3	2.7	4.1	0.0
	부산,울산,경남	(119)	65.5	13.4	10.1	5.9	5.0	0.0
학력별	강원,제주	(38)	63.2	10.5	7.9	7.9	7.9	2.6
	고졸 이하	(142)	71.8	14.8	7.7	2.8	2.1	0.7
	대학교 졸업	(573)	68.6	12.9	8.2	4.7	5.2	0.3
직업별	대학원 이상	(74)	64.9	9.5	8.1	14.9	2.7	0.0
	자영업	(61)	67.2	8.2	6.6	4.9	13.1	0.0
	블루칼라	(73)	71.2	16.4	8.2	1.4	2.7	0.0
	화이트칼라	(438)	68.0	13.0	8.2	6.6	3.7	0.5
	가정주부	(88)	63.6	17.0	8.0	6.8	4.5	0.0
	학생	(71)	73.2	9.9	9.9	1.4	4.2	1.4
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(58)	75.9	10.3	6.9	3.4	3.4	0.0
	2시간 이하	(135)	73.3	8.9	5.9	5.9	5.9	0.0
	2~4시간	(272)	71.0	9.9	10.3	4.4	4.0	0.4
	4~6시간	(191)	67.0	13.6	7.3	7.3	4.7	0.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(191)	64.4	19.4	7.3	4.2	3.7	1.0
	유선 비중 높음	(337)	68.0	12.2	8.6	7.4	3.0	0.9
	유선 모바일 같음	(125)	62.4	12.8	9.6	4.0	11.2	0.0
	모바일 비중 높음	(327)	72.2	13.8	7.0	3.7	3.4	0.0

### 30. 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 [1+2순위]

- 모바일 서비스로 금융서비스 이용 시 주로 이용하는 앱은 1+2순위를 기준으로 '은행 앱'이 86.3%로 가장 높게 나타났으며, '모바일 결제 앱'(46.0%), '카드 앱'(36.6%) 등의 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - 직업별로 모든 층에서 '은행 앱'이 가장 높은 가운데, 학생(63.4%)과 무직/기타/무응답(58.6%)에서 '모바일 결제 앱'이 상대적으로 높게 나타남.



[ 금융서비스 이용 시 주 이용 앱 (1+2순위) ]

구분	사례수	은행 앱	모바일 결제 앱	카드 앱	증권 앱	검색포털 앱	기타
전체	(789)	86.3	46.0	36.6	16.9	12.5	0.6
성별	남성 (401)	85.5	42.4	36.4	21.4	13.2	1.0
	여성 (388)	87.1	49.7	36.9	12.1	11.9	0.3
연령별	만 15-18세 (39)	84.6	71.8	23.1	0.0	17.9	0.0
	만 19-29세 (180)	92.2	52.8	33.9	10.0	8.3	1.1
	30대 (189)	86.8	47.6	38.6	18.5	7.4	0.5
	40대 (194)	79.9	43.3	37.1	20.1	18.0	1.0
	50대 (187)	87.2	35.3	39.6	21.9	15.0	0.0
지역별	서울 (146)	87.0	40.4	37.0	21.2	12.3	0.7
	인천,경기 (257)	87.5	44.7	36.6	16.3	12.5	1.2
	대전,세종,충청 (84)	90.5	44.0	39.3	14.3	9.5	0.0
	광주,전라 (72)	86.1	48.6	29.2	16.7	18.1	0.0
	대구,경북 (73)	86.3	53.4	41.1	9.6	9.6	0.0
	부산,울산,경남 (119)	81.5	47.9	36.1	20.2	14.3	0.0
	강원,제주 (38)	81.6	55.3	36.8	13.2	10.5	2.6
학력별	고졸 이하 (142)	89.4	50.0	33.8	7.7	16.2	0.7
	대학교 졸업 (573)	85.9	46.8	36.8	17.6	11.3	0.7
	대학원 이상 (74)	83.8	32.4	40.5	28.4	14.9	0.0
직업별	자영업 (61)	83.6	41.0	37.7	13.1	24.6	0.0
	블루칼라 (73)	86.3	41.1	42.5	11.0	15.1	1.4
	화이트칼라 (438)	86.3	43.6	37.7	21.0	10.3	0.5
	가정주부 (88)	81.8	43.2	40.9	18.2	13.6	1.1
	학생 (71)	91.5	63.4	26.8	2.8	12.7	1.4
	무직/기타/무응답 (58)	89.7	58.6	25.9	12.1	12.1	0.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (135)	88.1	38.5	40.0	17.0	14.8	0.0
	2~4시간 (272)	86.0	40.8	41.5	17.6	12.5	0.4
	4~6시간 (191)	84.3	51.8	31.4	17.3	14.1	1.0
	6시간 초과 (191)	87.4	52.9	32.5	15.2	9.4	1.0
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (337)	87.2	43.9	34.7	19.9	11.9	0.9
	유선 모바일 같음 (125)	80.0	47.2	36.8	17.6	18.4	0.0
	모바일 비중 높음 (327)	87.8	47.7	38.5	13.5	11.0	0.6

### 31. 모바일 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식

- 모바일 서비스로 금융서비스 정보 검색 시 '개별 금융서비스 앱 이용'이 87.5%로 나타났고, '검색포털 앱을 경유하여 개별 금융서비스 앱 이용'은 12.5%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 모든 연령대에서 '개별 금융서비스 앱 이용'이 높은 가운데, 40대에서 '검색포털 앱을 경유하여 개별 금융서비스 앱 이용'(20.6%)이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 금융서비스 이용 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 금융서비스 정보를 검색하십니까?

(Base : 모바일 서비스로 금융서비스 이용 경험자, n=789, 단위 : %)

[ 모바일 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식 ]

구분	사례수	개별 금융서비스 제공 앱에서 직접 원하는 금융서비스를 검색하고 서비스 이용	검색포털 앱을 이용하여 원하는 금융서비스를 검색하고 개별 금융서비스 제공 앱으로 이동하여 서비스 이용	
전체	(789)	87.5	12.5	
성별	남성	(401)	86.8	13.2
	여성	(388)	88.1	11.9
연령별	만 15-18세	(39)	84.6	15.4
	만 19-29세	(180)	88.9	11.1
	30대	(189)	91.5	8.5
	40대	(194)	79.4	20.6
	50대	(187)	90.9	9.1
지역별	서울	(146)	88.4	11.6
	인천,경기	(257)	86.8	13.2
	대전,세종,충청	(84)	89.3	10.7
	광주,전라	(72)	86.1	13.9
	대구,경북	(73)	90.4	9.6
	부산,울산,경남	(119)	84.9	15.1
학력별	강원,제주	(38)	89.5	10.5
	고졸 이하	(142)	88.7	11.3
	대학교 졸업	(573)	88.0	12.0
직업별	대학원 이상	(74)	81.1	18.9
	자영업	(61)	88.5	11.5
	블루칼라	(73)	82.2	17.8
	화이트칼라	(438)	89.3	10.7
	가정주부	(88)	86.4	13.6
	학생	(71)	83.1	16.9
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(58)	86.2	13.8
	2시간 이하	(135)	86.7	13.3
	2~4시간	(272)	84.6	15.4
	4~6시간	(191)	89.0	11.0
서비스 사용 비중	6시간 초과	(191)	90.6	9.4
	유선 비중 높음	(337)	86.6	13.4
	유선 모바일 같음	(125)	82.4	17.6
모바일 비중 높음	(327)	90.2	9.8	

### 32. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험

- 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험은 '있다'가 78.4%, '없다'가 21.6%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 20대 이상은 모두 '있다'가 높게 나타난 가운데, 15-18세는 '없다' (53.7%)가 '있다' (46.3%)에 비해 더 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 '있다'가 가장 높은 가운데, 2시간 이하층에서 '없다'가 28.3%로 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 최근 3개월 이내에 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스를 이용하여 금융서비스를 이용해본 경험이 있습니까?  
(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험 ]

구분	사례수	있다	없다	
<b>전체</b>	<b>(1000)</b>	<b>78.4</b>	<b>21.6</b>	
성별	남성	(512)	76.8	23.2
	여성	(488)	80.1	19.9
연령별	만 15-18세	(67)	46.3	53.7
	만 19-29세	(218)	67.4	32.6
	30대	(216)	85.6	14.4
	40대	(253)	86.2	13.8
	50대	(246)	82.5	17.5
지역별	서울	(196)	83.2	16.8
	인천,경기	(315)	79.4	20.6
	대전,세종,충청	(105)	75.2	24.8
	광주,전라	(91)	79.1	20.9
	대구,경북	(98)	72.4	27.6
	부산,울산,경남	(152)	75.0	25.0
학력별	강원,제주	(43)	81.4	18.6
	고졸 이하	(207)	65.7	34.3
	대학교 졸업	(702)	81.8	18.2
직업별	대학원 이상	(91)	81.3	18.7
	자영업	(69)	84.1	15.9
	블루칼라	(94)	72.3	27.7
	화이트칼라	(529)	85.6	14.4
	가정주부	(117)	87.2	12.8
	학생	(108)	51.9	48.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	56.6	43.4
	2시간 이하	(198)	71.7	28.3
	2~4시간	(347)	79.8	20.2
	4~6시간	(224)	81.7	18.3
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	78.8	21.2
	유선 비중 높음	(458)	80.6	19.4
	유선 모바일 같음	(156)	76.3	23.7
모바일 비중 높음	(386)	76.7	23.3	

### 33. 유선 온라인 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식

- 유선 온라인 서비스로 금융서비스 정보 검색 시 '개별 금융서비스 웹 이용'이 65.1%로 나타났고, '검색포털 웹을 경유하여 개별 금융서비스 웹 이용'은 34.9%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 50대에서 '개별 금융서비스 웹 이용'(69.5%)이 상대적으로 더 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 6시간 초과층에서 '개별 금융서비스 웹 이용'(71.4%)이 상대적으로 더 높게 나타남.

**Q** 유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스로 금융서비스 이용 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 금융서비스를 검색하십니까?

(Base : 유선 온라인 서비스로 금융서비스 이용 경험자, n=784, 단위 : %)

[ 유선 온라인 서비스로 금융서비스 정보 검색 방식 ]

구분		사례수	금융서비스 전문 웹페이지에서 직접 원하는 금융서비스를 검색하고 서비스 이용	검색포털을 이용하여 원하는 금융서비스/전문 웹페이지를 검색하고 개별 금융서비스 전문 웹페이지로 이동하여 서비스 이용
전체		(784)	65.1	34.9
성별	남성	(393)	69.2	30.8
	여성	(391)	60.9	39.1
연령별	만 15-18세	(31)	61.3	38.7
	만 19-29세	(147)	64.6	35.4
	30대	(185)	63.2	36.8
	40대	(218)	63.3	36.7
	50대	(203)	69.5	30.5
지역별	서울	(163)	68.7	31.3
	인천,경기	(250)	63.6	36.4
	대전,세종,충청	(79)	67.1	32.9
	광주,전라	(72)	65.3	34.7
	대구,경북	(71)	62.0	38.0
	부산,울산,경남	(114)	66.7	33.3
학력별	강원,제주	(35)	54.3	45.7
	고졸 이하	(136)	62.5	37.5
	대학교 졸업	(574)	66.0	34.0
직업별	대학원 이상	(74)	62.2	37.8
	자영업	(58)	67.2	32.8
	블루칼라	(68)	72.1	27.9
	화이트칼라	(453)	66.4	33.6
	가정주부	(102)	51.0	49.0
	학생	(56)	62.5	37.5
	무직/기타/무응답	(47)	72.3	27.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(142)	62.0	38.0
	2~4시간	(277)	63.2	36.8
	4~6시간	(183)	63.9	36.1
	6시간 초과	(182)	71.4	28.6
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(369)	66.1	33.9
	유선 모바일 같음	(119)	66.4	33.6
	모바일 비중 높음	(296)	63.2	36.8

### 34. 3개월 이내 모바일 서비스로 상품 구매 경험

- 3개월 이내 모바일 서비스로 상품을 구매한 경험은 '있다'가 79.5%, '없다'가 20.5%로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 20대(81.7%)와 30대(81.9%)에서 '있다'가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 '있다'가 높은 가운데 2시간 이하층에서 '없다'(33.3%)가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 있는 층은 '있다'(85.7%)가, 경험이 없는 층은 '없다'(56.1%)가 더 높게 나타남.

**Q** 귀하는 최근 3개월 이내에 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 상품 등을 온라인으로 구매해 본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 모바일 서비스로 상품 구매 경험 ]

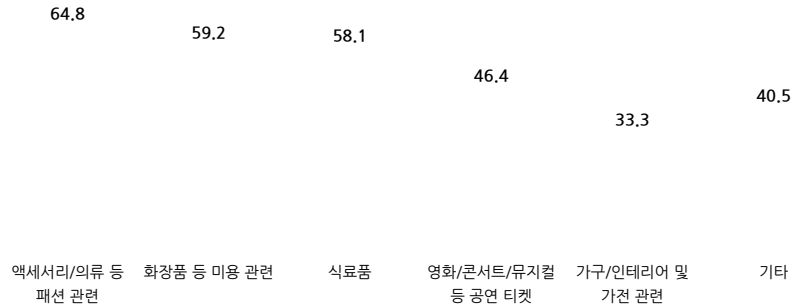
구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	79.5	20.5
성별	남성	(512)	76.8	23.2
	여성	(488)	82.4	17.6
연령별	만 15-18세	(67)	77.6	22.4
	만 19-29세	(218)	<b>81.7</b>	18.3
	30대	(216)	<b>81.9</b>	18.1
	40대	(253)	79.1	20.9
	50대	(246)	76.4	23.6
지역별	서울	(196)	73.5	26.5
	인천,경기	(315)	84.1	15.9
	대전,세종,충청	(105)	77.1	22.9
	광주,전라	(91)	80.2	19.8
	대구,경북	(98)	75.5	24.5
	부산,울산,경남	(152)	80.9	19.1
학력별	강원,제주	(43)	81.4	18.6
	고졸 이하	(207)	76.3	23.7
	대학교 졸업	(702)	81.1	18.9
직업별	대학원 이상	(91)	74.7	25.3
	자영업	(69)	75.4	24.6
	블루칼라	(94)	79.8	20.2
	화이트칼라	(529)	81.7	18.3
	가정주부	(117)	79.5	20.5
	학생	(108)	76.9	23.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	72.3	27.7
	2시간 이하	(198)	66.7	<b>33.3</b>
	2~4시간	(347)	81.3	18.7
	4~6시간	(224)	81.7	18.3
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	85.7	14.3
	유선 비중 높음	(458)	74.5	25.5
	유선 모바일 같음	(156)	76.3	23.7
추가 앱 다운로드	모바일 비중 높음	(386)	86.8	13.2
	있음	(852)	<b>85.7</b>	14.3
	없음	(148)	43.9	<b>56.1</b>

### 35. 모바일 서비스로 구매하는 상품 유형

- 모바일 서비스로 구매하는 상품 유형은 '액세서리/의류 등 패션 관련'(64.8%), '화장품 등 미용 관련'(59.2%), '식료품'(58.1%)순으로 나타났으며 그 외 항목은 비슷한 수준임.
- 응답자 특성별로는,
  - 성별로 남성은 '액세서리/의류 등 패션 관련'(56.2%), '식료품'(52.9%)순으로 나타난 반면, 여성은 '화장품 등 미용 관련'(75.6%), '액세서리/의류 등 패션 관련'(73.1%) 순으로 나타남.
  - 연령별로 30대는 '액세서리/의류 등 패션 관련'(66.1%)과 '화장품 등 미용 관련'(65.0%)이 비슷한 수준으로 나타났으며, 50대의 경우 '식료품'(66.0%), '액세서리/의류 등 패션 관련'(59.0%) 순으로 나타남.

**Q** 귀하가 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스를 이용하여 주로 구매하는 상품의 유형을 모두 골라주십시오 (복수응답)

(복수응답, Base : 모바일 서비스로 상품 구매 경험자, n=795, 단위 : %, 1+2순위 기준)



[ 모바일 서비스로 구매하는 상품 유형 (복수응답) ]

구분	사례수	액세서리/의류 등 패션 관련	화장품 등 미용 관련	식료품	영화/콘서트/뮤지컬 등 공연 티켓	가구/인테리어 및 가전 관련	기타
전체	(795)	64.8	59.2	58.1	46.4	33.3	40.5
성별	남성 (393)	56.2	42.5	52.9	42.0	33.1	42.0
	여성 (402)	73.1	75.6	63.2	50.7	33.6	39.1
연령별	만 15-18세 (52)	55.8	42.3	28.8	38.5	9.6	38.5
	만 19-29세 (178)	73.0	63.5	56.7	55.6	29.2	37.6
	30대 (177)	66.1	65.0	61.0	47.5	38.4	47.5
	40대 (200)	64.0	60.5	57.0	51.5	38.5	38.0
	50대 (188)	59.0	53.2	66.0	33.5	33.5	39.9
지역별	서울 (144)	66.7	61.8	63.2	52.8	27.8	32.6
	인천,경기 (265)	60.0	57.7	58.9	49.1	37.4	41.9
	대전,세종,충청 (81)	66.7	54.3	60.5	34.6	32.1	40.7
	광주,전라 (73)	68.5	58.9	61.6	41.1	30.1	45.2
	대구,경북 (74)	64.9	58.1	54.1	45.9	36.5	43.2
	부산,울산,경남 (123)	68.3	61.8	51.2	45.5	33.3	42.3
	강원,제주 (35)	68.6	65.7	51.4	42.9	28.6	40.0
학력별	고졸 이하 (158)	62.7	51.3	54.4	37.3	25.3	37.3
	대학교 졸업 (569)	66.8	60.1	58.9	48.2	35.7	41.1
	대학원 이상 (68)	52.9	70.6	60.3	52.9	32.4	42.6
직업별	자영업 (52)	59.6	40.4	61.5	42.3	38.5	42.3
	블루칼라 (75)	64.0	50.7	56.0	32.0	26.7	34.7
	화이트칼라 (432)	66.7	64.1	58.6	50.5	36.1	41.4
	가정주부 (93)	67.7	64.5	75.3	43.0	38.7	44.1
	학생 (83)	66.3	49.4	41.0	47.0	22.9	34.9
	무직/기타/무응답 (60)	50.0	56.7	51.7	43.3	23.3	41.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (132)	60.6	52.3	50.0	34.1	29.5	37.1
	2~4시간 (282)	63.1	57.4	58.2	44.3	28.7	34.8
	4~6시간 (183)	68.3	63.4	65.0	49.7	43.7	48.1
	6시간 초과 (198)	66.7	62.6	57.1	54.5	32.8	43.9
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (341)	60.7	53.4	54.0	42.8	29.0	40.2
	유선 모바일 같음 (119)	56.3	58.8	52.9	48.7	35.3	26.1
	모바일 비중 높음 (335)	71.9	65.4	64.2	49.3	37.0	46.0

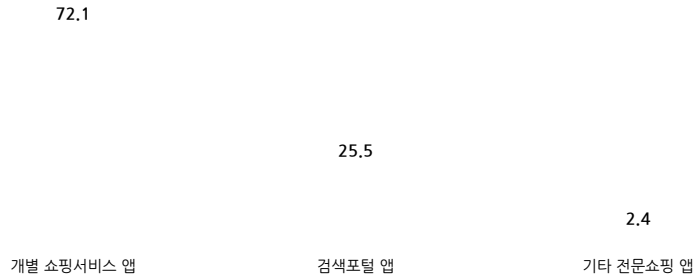
### 36. 상품 구매 시 주 이용 앱 [1순위]

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 주로 이용하는 앱은 1순위를 기준으로 '개별 쇼핑서비스 앱' (72.1%)이 가장 높게 나타났으며, '검색포털 앱' (25.5%), '기타 전문쇼핑 앱' (2.4%) 순임.

- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 연령이 높을수록 '개별 쇼핑서비스 앱'이 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 '개별 쇼핑서비스 앱'이 높게 나타난 가운데 6시간 초과층에서 '검색포털 앱' (30.8%)이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 상품 구매 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주세요

(Base : 모바일 서비스로 상품 구매 경험자, n=795, 단위 : %, 1순위 기준)



[ 상품 구매 시 주 이용 앱 (1순위) ]

구분	사례수	개별 쇼핑서비스 앱 (%)	검색포털 앱 (%)	기타 전문쇼핑 앱 (%)
전체	(795)	72.1	25.5	2.4
성별	남성 (393)	74.3	24.7	1.0
	여성 (402)	69.9	26.4	3.7
연령별	만 15-18세 (52)	61.5	32.7	5.8
	만 19-29세 (178)	65.7	29.2	5.1
	30대 (177)	66.1	31.1	2.8
	40대 (200)	74.0	25.5	0.5
	50대 (188)	84.6	14.9	0.5
지역별	서울 (144)	77.8	19.4	2.8
	인천,경기 (265)	67.2	30.6	2.3
	대전,세종,충청 (81)	71.6	24.7	3.7
	광주,전라 (73)	72.6	26.0	1.4
	대구,경북 (74)	75.7	24.3	0.0
	부산,울산,경남 (123)	73.2	25.2	1.6
	강원,제주 (35)	74.3	17.1	8.6
학력별	고졸 이하 (158)	70.9	25.9	3.2
	대학교 졸업 (569)	72.1	25.7	2.3
	대학원 이상 (68)	75.0	23.5	1.5
직업별	자영업 (52)	84.6	13.5	1.9
	블루칼라 (75)	69.3	28.0	2.7
	화이트칼라 (432)	71.5	27.1	1.4
	가정주부 (93)	79.6	20.4	0.0
	학생 (83)	62.7	30.1	7.2
	무직/기타/무응답 (60)	70.0	23.3	6.7
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (132)	73.5	24.2	2.3
	2~4시간 (282)	75.9	22.3	1.8
	4~6시간 (183)	71.0	25.7	3.3
	6시간 초과 (198)	66.7	30.8	2.5
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (341)	71.6	26.7	1.8
	유선 모바일 같음 (119)	65.5	32.8	1.7
	모바일 비중 높음 (335)	74.9	21.8	3.3

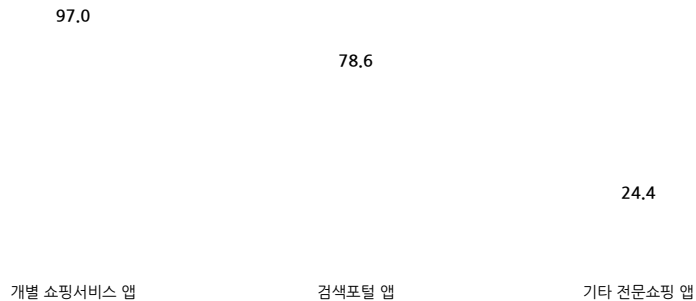


### 37. 상품 구매 시 주 이용 앱 [1+2순위]

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 주로 이용하는 앱은 1+2순위를 기준으로 '개별 쇼핑서비스 앱' (97.0%)이 가장 높게 나타났으며, '검색포털 앱' (78.6%), '기타 전문쇼핑 앱' (24.4%) 순임.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령에서 '개별 쇼핑서비스 앱'이 가장 높게 나타난 가운데 50대의 경우 '기타 전문쇼핑 앱' (35.1%)이 상대적으로 높게 나타남.
  - : 추가 앱 다운로드 경험별로 경험이 없는 층은 '개별 쇼핑서비스 앱' (95.4%)과 '검색포털 앱' (90.8%)이 비슷한 수준으로 나타남.

**Q** 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 상품 구매 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주세요

(Base : 모바일 서비스로 상품 구매 경험자, n=795, 단위 : %, 1+2순위 기준)

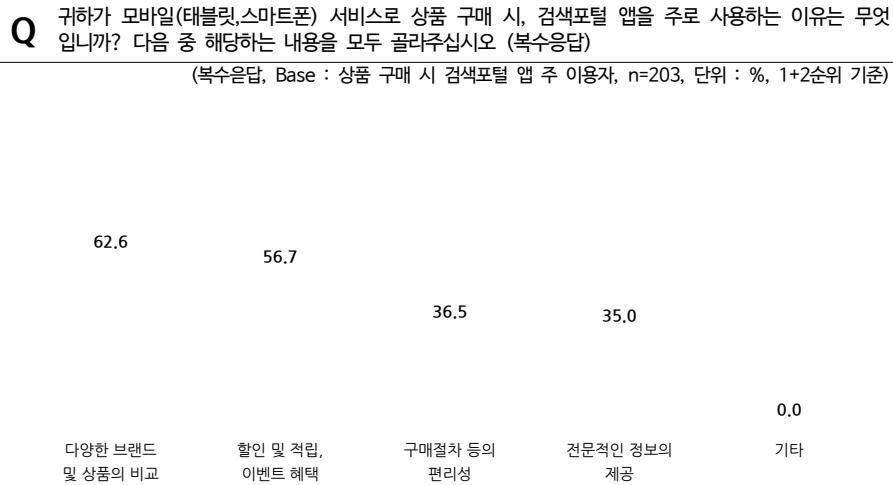


[ 상품 구매 시 주 이용 앱 (1+2순위) ]

구분	사례수	개별 쇼핑서비스 앱	검색포털 앱	기타 전문쇼핑 앱	
전체	(795)	97.0	78.6	24.4	
성별	남성	(393)	97.7	76.8	25.4
	여성	(402)	96.3	80.3	23.4
연령별	만 15-18세	(52)	94.2	80.8	25.0
	만 19-29세	(178)	96.1	82.0	21.9
	30대	(177)	96.0	82.5	21.5
	40대	(200)	98.0	83.0	19.0
	50대	(188)	98.4	66.5	35.1
지역별	서울	(144)	95.8	74.3	29.9
	인천,경기	(265)	97.0	79.2	23.8
	대전,세종,충청	(81)	97.5	86.4	16.0
	광주,전라	(73)	97.3	79.5	23.3
	대구,경북	(74)	97.3	85.1	17.6
	부산,울산,경남	(123)	100.0	74.0	26.0
	강원,제주	(35)	88.6	74.3	37.1
학력별	고졸 이하	(158)	95.6	79.7	24.7
	대학교 졸업	(569)	97.4	78.6	24.1
	대학원 이상	(68)	97.1	76.5	26.5
직업별	자영업	(52)	100.0	69.2	30.8
	블루칼라	(75)	98.7	78.7	22.7
	화이트칼라	(432)	96.8	79.4	23.8
	가정주부	(93)	98.9	76.3	24.7
	학생	(83)	94.0	78.3	27.7
	무직/기타/무응답	(60)	95.0	85.0	20.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하	(132)	97.7	80.3	22.0
	2~4시간	(282)	97.5	74.8	27.7
	4~6시간	(183)	95.6	81.4	23.0
	6시간 초과	(198)	97.0	80.3	22.7
서비스 사용 비중	유선 비중 높음	(341)	96.5	79.8	23.8
	유선 모바일 같음	(119)	99.2	82.4	18.5
	모바일 비중 높음	(335)	96.7	76.1	27.2
추가 앱 다운로드	있음	(730)	97.1	77.5	25.3
	없음	(65)	95.4	90.8	13.8

### 38. 상품 구매 시 검색포털 앱 이용 이유

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 검색포털 앱을 이용하는 이유로는 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'가 62.6%로 가장 높았고, 그 다음으로 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'(56.7%), '구매절차 등의 편리성'(36.5%), '전문적인 정보의 제공'(35.0%)의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 연령별로 30대는 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'(67.3%), '다양한 브랜드 및 상품의 비교'(60.0%) 순으로 나타남. 40대는 '다양한 브랜드 및 상품의 비교'(60.8%)가 가장 높은 가운데 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'(52.9%)과 '전문적인 정보의 제공'(51.0%)이 비슷한 수준으로 나타남.



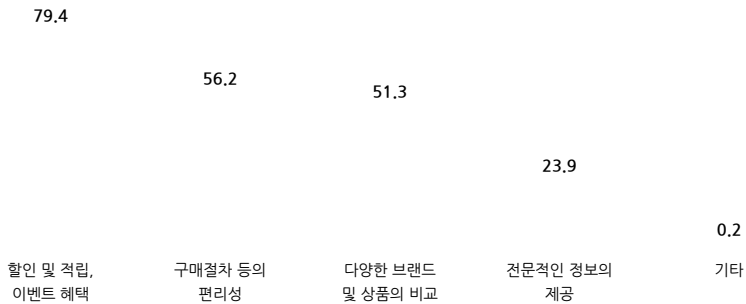
[ 상품 구매 시 검색포털 앱 이용 이유 (복수응답) ]

구분	사례수	다양한 브랜드 및 상품의 비교	할인 및 적립, 이벤트 혜택	구매절차 등의 편리성	전문적인 정보의 제공	기타
전체	(203)	62.6	56.7	36.5	35.0	0.0
성별	남성 (97)	55.7	50.5	36.1	33.0	0.0
	여성 (106)	68.9	62.3	36.8	36.8	0.0
연령별	만 15-18세 (17)	58.8	64.7	41.2	11.8	0.0
	만 19-29세 (52)	67.3	48.1	40.4	26.9	0.0
	30대 (55)	60.0	67.3	32.7	30.9	0.0
	40대 (51)	60.8	52.9	43.1	51.0	0.0
	50대 (28)	64.3	53.6	21.4	42.9	0.0
권역별	서울 (28)	75.0	53.6	32.1	28.6	0.0
	인천,경기 (81)	64.2	55.6	39.5	35.8	0.0
	대전,세종,충청 (20)	55.0	60.0	25.0	50.0	0.0
	광주,전라 (19)	63.2	63.2	31.6	26.3	0.0
	대구,경북 (18)	50.0	61.1	38.9	44.4	0.0
	부산,울산,경남 (31)	58.1	54.8	38.7	25.8	0.0
강원,제주 (6)	66.7	50.0	50.0	50.0	0.0	
학력별	고졸 이하 (41)	63.4	63.4	46.3	26.8	0.0
	대학교 졸업 (146)	62.3	54.8	35.6	36.3	0.0
	대학원 이상 (16)	62.5	56.3	18.8	43.8	0.0
직업별	자영업 (7)	14.3	42.9	42.9	28.6	0.0
	블루칼라 (21)	57.1	38.1	23.8	42.9	0.0
	화이트칼라 (117)	69.2	58.1	35.0	37.6	0.0
	가정주부 (19)	63.2	68.4	42.1	47.4	0.0
	학생 (25)	52.0	68.0	52.0	12.0	0.0
	무직/기타/무응답 (14)	57.1	42.9	28.6	28.6	0.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (32)	50.0	62.5	34.4	18.8	0.0
	2~4시간 (63)	60.3	52.4	38.1	47.6	0.0
	4~6시간 (47)	68.1	55.3	34.0	34.0	0.0
	6시간 초과 (61)	67.2	59.0	37.7	31.1	0.0
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (91)	64.8	56.0	31.9	34.1	0.0
	유선 모바일 같음 (39)	56.4	61.5	28.2	43.6	0.0
	모바일 비중 높음 (73)	63.0	54.8	46.6	31.5	0.0

### 39. 상품 구매 시 개별 쇼핑서비스 앱 이용 이유

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 개별 쇼핑서비스 앱을 이용하는 이유로는 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'이 79.4%로 가장 높았고, 그 다음으로 '구매절차 등의 편리성' (56.2%), '다양한 브랜드 및 상품의 비교' (51.3%), '전문적인 정보의 제공' (23.9%)의 순으로 나타남.
- 응답자 특성별로는, : 인터넷 사용 시간별로 6시간 초과층(86.4%)에서 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하가 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 상품 구매 시, 개별 쇼핑서비스 앱을 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 다음 중 해당하는 내용을 모두 골라주십시오 (복수응답)  
 (복수응답, Base : 상품 구매 시 개별 쇼핑서비스 앱 주 이용자, n=573, 단위 : %, 1+2순위 기준)



[ 상품 구매 시 개별 쇼핑서비스 앱 이용 이유 (복수응답) ]

구분	사례수	할인 및 적립, 이벤트 혜택	구매절차 등의 편리성	다양한 브랜드 및 상품의 비교	전문적인 정보의 제공	기타
전체	(573)	79.4	56.2	51.3	23.9	0.2
성별	남성 (292)	76.0	53.8	51.0	28.8	0.0
	여성 (281)	82.9	58.7	51.6	18.9	0.4
연령별	만 15-18세 (32)	75.0	56.3	59.4	21.9	0.0
	만 19-29세 (117)	81.2	56.4	44.4	20.5	0.9
	30대 (117)	84.6	54.7	50.4	28.2	0.0
	40대 (148)	83.8	54.1	53.4	22.3	0.0
	50대 (159)	71.1	59.1	53.5	25.2	0.0
권역별	서울 (112)	83.0	65.2	51.8	22.3	0.0
	인천,경기 (178)	80.9	58.4	51.1	22.5	0.0
	대전,세종,충청 (58)	77.6	55.2	56.9	22.4	1.7
	광주,전라 (53)	84.9	50.9	50.9	26.4	0.0
	대구,경북 (56)	80.4	53.6	48.2	17.9	0.0
	부산,울산,경남 (90)	72.2	47.8	54.4	34.4	0.0
강원,제주 (26)	69.2	50.0	34.6	15.4	0.0	
학력별	고졸 이하 (112)	75.9	61.6	59.8	22.3	0.0
	대학교 졸업 (410)	81.0	54.4	49.8	24.1	0.2
	대학원 이상 (51)	74.5	58.8	45.1	25.5	0.0
직업별	자영업 (44)	77.3	56.8	61.4	22.7	0.0
	블루칼라 (52)	73.1	57.7	51.9	32.7	0.0
	화이트칼라 (309)	79.9	55.3	48.9	24.9	0.0
	가정주부 (74)	79.7	59.5	54.1	17.6	0.0
	학생 (52)	76.9	50.0	50.0	21.2	1.9
	무직/기타/무응답 (42)	88.1	61.9	54.8	21.4	0.0
인터넷 사용 시간	2시간 이하 (97)	78.4	51.5	53.6	26.8	0.0
	2~4시간 (214)	74.8	55.6	50.5	25.7	0.5
	4~6시간 (130)	80.8	60.8	53.8	22.3	0.0
	6시간 초과 (132)	86.4	56.1	48.5	20.5	0.0
서비스 사용 비중	유선 비중 높음 (244)	82.4	52.5	46.7	23.0	0.4
	유선 모바일 같음 (78)	70.5	52.6	44.9	28.2	0.0
	모바일 비중 높음 (251)	79.3	61.0	57.8	23.5	0.0

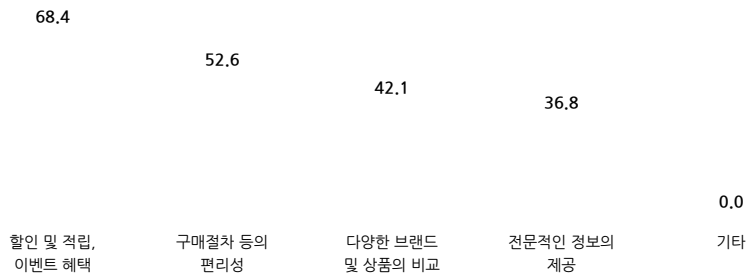
## 40. 상품 구매 시 기타 전문쇼핑 앱 이용 이유

※ 사례수가 적어서 해석에 유의할 필요 있음

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 기타 전문쇼핑 앱을 이용하는 이유로는 ‘할인 및 적립, 이벤트 혜택’이 68.4%로 가장 높았고, 그 다음으로 ‘구매절차 등의 편리성’(52.6%), ‘다양한 브랜드 및 상품의 비교’(42.1%), ‘전문적인 정보의 제공’(36.8%)의 순으로 나타남.

**Q** 귀하가 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 상품 구매 시, 기타 전문쇼핑 앱을 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 다음 중 해당하는 내용을 모두 골라주십시오 (복수응답)

(복수응답, Base : 상품 구매 시 기타 전문쇼핑 앱 주 이용자, n=19, 단위 : %, 1+2순위 기준)



## 41. 모바일 서비스로 상품 구매 방식

- 모바일 서비스로 상품 구매 시 ‘개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’이 58.2%로 나타났고, ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’은 41.8%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 ‘개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’이 가장 높게 나타난 가운데, 15-18세는 ‘개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’(51.9%)과 ‘검색포털 앱을 경유하여 개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’(48.1%)이 비슷한 수준으로 나타남.
  - : 서비스 사용 비중별로 유선의 비중이 높은 층에서 ‘개별 쇼핑서비스 앱/웹 이용’(61.9%)이 상대적으로 높게 나타남.

**Q** 귀하는 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스로 상품 구매 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 상품을 구매 하십니까?

(Base : 모바일 서비스로 상품 구매 경험자, n=795, 단위 : %)

[ 모바일 서비스로 상품 구매 방식 ]

구분	사례수	개별 쇼핑서비스 앱 내지 모바일 웹에서 원하는 상품을 구매	검색포털 앱의 가격비교서비스를 이용하여 상품의 가격을 검색하여 개별 쇼핑서비스 앱/모바일 웹으로 이동하여 구매	
전체	(795)	58.2	41.8	
성별	남성	(393)	60.3	39.7
	여성	(402)	56.2	43.8
연령별	만 15-18세	(52)	51.9	48.1
	만 19-29세	(178)	59.0	41.0
	30대	(177)	59.3	40.7
	40대	(200)	55.0	45.0
	50대	(188)	61.7	38.3
지역별	서울	(144)	61.1	38.9
	인천,경기	(265)	58.1	41.9
	대전,세종,충청	(81)	58.0	42.0
	광주,전라	(73)	65.8	34.2
	대구,경북	(74)	52.7	47.3
	부산,울산,경남	(123)	54.5	45.5
학력별	강원,제주	(35)	57.1	42.9
	고졸 이하	(158)	54.4	45.6
	대학교 졸업	(569)	60.1	39.9
직업별	대학원 이상	(68)	51.5	48.5
	자영업	(52)	69.2	30.8
	블루칼라	(75)	50.7	49.3
	화이트칼라	(432)	58.6	41.4
	가정주부	(93)	53.8	46.2
	학생	(83)	53.0	47.0
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(60)	70.0	30.0
	2시간 이하	(132)	57.6	42.4
	2~4시간	(282)	57.8	42.2
	4~6시간	(183)	58.5	41.5
서비스 사용 비중	6시간 초과	(198)	59.1	40.9
	유선 비중 높음	(341)	61.9	38.1
	유선 모바일 같음	(119)	54.6	45.4
	모바일 비중 높음	(335)	55.8	44.2

## 42. 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 상품 구매 경험

- 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 상품을 구매한 경험은 '있다'가 83.1%, '없다'가 16.9%로 나타남
- 응답자 특성별로는,
  - : 연령별로 모든 연령층에서 '있다'가 높게 나타난 가운데, 15-18세(31.3%)와 20대(22.5%)에서 '없다'가 상대적으로 높게 나타남.
  - : 인터넷 사용 시간별로 모든 층에서 '있다'가 높은 가운데, 2시간 이하층에서 '없다' (30.8%)가 상대적으로 높게 나타남.

Q 귀하는 최근 3개월 이내에 유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스를 이용하여 상품 등을 구매해본 경험이 있습니까?

(n=1,000, 단위 : %)

[ 3개월 이내 유선 온라인 서비스로 상품 구매 경험 ]

구분		사례수	있다	없다
전체		(1000)	83.1	16.9
성별	남성	(512)	81.6	18.4
	여성	(488)	84.6	15.4
연령별	만 15-18세	(67)	68.7	31.3
	만 19-29세	(218)	77.5	22.5
	30대	(216)	84.3	15.7
	40대	(253)	87.7	12.3
	50대	(246)	86.2	13.8
지역별	서울	(196)	83.7	16.3
	인천,경기	(315)	84.8	15.2
	대전,세종,충청	(105)	76.2	23.8
	광주,전라	(91)	89.0	11.0
	대구,경북	(98)	79.6	20.4
	부산,울산,경남	(152)	80.9	19.1
학력별	강원,제주	(43)	88.4	11.6
	고졸 이하	(207)	76.8	23.2
	대학교 졸업	(702)	84.6	15.4
직업별	대학원 이상	(91)	85.7	14.3
	자영업	(69)	82.6	17.4
	블루칼라	(94)	85.1	14.9
	화이트칼라	(529)	84.7	15.3
	가정주부	(117)	86.3	13.7
	학생	(108)	75.9	24.1
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(83)	75.9	24.1
	2시간 이하	(198)	69.2	30.8
	2~4시간	(347)	86.5	13.5
	4~6시간	(224)	85.7	14.3
서비스 사용 비중	6시간 초과	(231)	87.4	12.6
	유선 비중 높음	(458)	86.5	13.5
	유선 모바일 같음	(156)	80.1	19.9
	모바일 비중 높음	(386)	80.3	19.7

### 43. 유선 온라인 서비스로 상품 구매 방식

- 유선 온라인 서비스로 상품 구매 시 ‘개별 쇼핑서비스 웹 이용’이 54.2%로 나타났고, ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 쇼핑서비스 웹 이용’은 45.8%로 나타남.
- 응답자 특성별로는,
  - 연령별로 20대와 30대는 ‘개별 쇼핑서비스 웹 이용’과 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 쇼핑서비스 웹 이용’이 비슷한 수준으로 나타났으며, 40대 이상은 ‘개별 쇼핑서비스 웹 이용’이 더 높게 나타남.
  - 서비스 사용 비중별로 유선의 비중이 높은 층과 양 비중이 같은 층은 ‘개별 쇼핑서비스 웹 이용’이 더 높게 나타난 반면, 모바일 비중이 높은 층은 ‘검색포털 웹을 경유하여 개별 쇼핑서비스 웹 이용’(51.9%)과 ‘개별 쇼핑서비스 웹 이용’(48.1%)이 비슷한 수준으로 나타남.

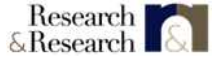
Q 유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스로 상품 구매 시, 주로 어떠한 방식으로 상품을 구입하십니까?

(Base : 유선 온라인 서비스로 상품 구매 경험자, n=831, 단위 : %)

[ 유선 온라인 서비스로 상품 구매 방식 ]

구분	사례수	개별 쇼핑서비스 웹에서 원하는 상품을 구매	검색포털의 가격비교서비스를 이용하여 상품의 가격을 검색하여 바로 개별 쇼핑서비스 웹으로 이동하여 구매	
전체	(831)	54.2	45.8	
성별	남성	(418)	55.7	44.3
	여성	(413)	52.5	47.5
연령별	만 15-18세	(46)	50.0	50.0
	만 19-29세	(169)	49.1	50.9
	30대	(182)	48.9	51.1
	40대	(222)	56.3	43.7
	50대	(212)	61.3	38.7
지역별	서울	(164)	55.5	44.5
	인천,경기	(267)	53.9	46.1
	대전,세종,충청	(80)	61.3	38.8
	광주,전라	(81)	61.7	38.3
	대구,경북	(78)	52.6	47.4
	부산,울산,경남	(123)	44.7	55.3
학력별	강원,제주	(38)	52.6	47.4
	고졸 이하	(159)	58.5	41.5
	대학교 졸업	(594)	54.4	45.6
직업별	대학원 이상	(78)	43.6	56.4
	자영업	(57)	52.6	47.4
	블루칼라	(80)	53.8	46.3
	화이트칼라	(448)	55.6	44.4
	가정주부	(101)	50.5	49.5
	학생	(82)	46.3	53.7
인터넷 사용 시간	무직/기타/무응답	(63)	61.9	38.1
	2시간 이하	(137)	55.5	44.5
	2~4시간	(300)	59.0	41.0
	4~6시간	(192)	47.9	52.1
서비스 사용 비중	6시간 초과	(202)	52.0	48.0
	유선 비중 높음	(396)	58.1	41.9
	유선 모바일 같음	(125)	56.8	43.2
	모바일 비중 높음	(310)	48.1	51.9

# 부록. 설문지



## 모바일 인터넷 시장 획정 조사

안녕하십니까? 저희는 여론조사 전문기관인 리서치앤리서치입니다. 본 조사는 모바일 인터넷 시장과 관련하여 국민 여러분의 이용 행태를 조사하기 위해 실시하고 있습니다.

선생님의 응답은 통계적 분석 외 목적에는 절대 사용하지 않습니다. 아울러 통계법 제33조(비밀의 보호)에 따라, 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격하게 보호받고, 개인정보는 절대 노출되지 않습니다. 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 솔직한 의견을 말씀해 주시면 감사하겠습니다.

2018. 03 / (주)리서치앤리서치(R&R) / 연구 담당자 : 장정에 연구원 (02-3484-3047)

### SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- 1) 남성
- 2) 여성



### SQ2. 귀하께서 현재 살고 계신 지역은 어디입니까?

- |        |            |        |        |
|--------|------------|--------|--------|
| 1) 서울  | 2) 부산      | 3) 대구  | 4) 인천  |
| 5) 광주  | 6) 대전      | 7) 울산  | 8) 경기  |
| 9) 강원  | 10) 충남(세종) | 11) 충북 | 12) 전남 |
| 13) 전북 | 14) 경남     | 15) 경북 | 16) 제주 |

### SQ3. 귀하의 연령은 만 몇 세입니까?

- 1) 만 15세 미만 ☞ 조사 종료
- 2) 만 15~18세
- 3) 만 19~29세
- 4) 만 30~39세
- 5) 만 40~49세
- 6) 만 50~59세
- 7) 만 60세 이상 ☞ 조사 종료

## PART A. 모바일 인터넷 시장 획정

<p><b>유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스</b></p> 	<p>☞ 본 설문에서의 <b>유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스</b>는 집, 사무실, PC방 등 특정 장소에서 <b>데스크탑</b>이나 <b>노트북</b>을 사용하여 (주로) 유선 초고속인터넷에 접속하여 검색, 커뮤니티, 소셜네트워킹, 쇼핑, 음악, 동영상, 게임 등을 이용하는 것을 의미합니다</p>
<p><b>모바일(스마트폰,태블릿) 서비스</b></p> 	<p>☞ 본 설문에서의 <b>모바일(스마트폰,태블릿) 서비스</b>는 <b>스마트폰</b>이나 <b>태블릿</b> 등과 같은 모바일 기기를 사용하여 장소에 구애 받지 않고 와이파이(WiFi)나 LTE 등과 같은 무선 인터넷에 접속하여 검색, 커뮤니티, 소셜네트워킹, 쇼핑, 음악, 동영상, 게임 등을 이용하는 것을 의미합니다.</p>

지금부터 귀하의 온라인 서비스 이용의 행태와 관련하여 질문하겠습니다.

질문을 잘 읽고, **업무 용도가 아닌 사적 용도로 사용하는 경우**를 기준으로 응답해주시기 바랍니다.

Q01. 귀하의 인터넷을 하루에 몇 시간 정도 사용하십니까? (데스크탑, 노트북, 모바일 기기 이용 등 모두 포함)

( )시간 ( )분

Q02. 귀하의 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**와 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**의 사용시간의 비중은 어느 정도입니까? 비중의 합계가 100%가 되도록 작성해주시시오.

유형	비중
1. <b>유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스</b>	%
2. <b>모바일(태블릿,스마트폰) 서비스</b>	%
합계	100 %



Q02-1. (Q02=①>②, ①=②) **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**를 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 해당하시는 순서대로 골라주십시오.

이유	1순위 ( )	2순위 ( )
보기	1) 속도가 빨라서 2) 큰 화면이 필요해서 3) 콘텐츠의 용량이 커서 4) 동시에 여러 서비스를 이용하여야 해서 5) 키보드 등 이용조작이 편리해서 6) 장기간의 조작이 필요해서 7) 기타 ( )	

Q02-2. (Q02=①<②, ①=②) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 주로 사용하는 이유는 무엇입니까? 해당하시는 순서대로 골라주십시오.

이유	1순위 ( )	2순위 ( )
보기	1) 장소에 상관없이 어디서나 사용해야 하기 때문에 2) 부팅 및 접속에 소요되는 시간이 짧아서 3) 개인성이 보장되기 때문에 4) 이용조작이 간단해서 5) 짧은 시간에 수시로 이용해서 6) 간단한 내용이라서 7) 기타 ( )	

Q03. 다음 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스** 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오. (보기 1~9 로테이션)

서비스	1순위 ( )	2순위 ( )	3순위 ( )	4순위 ( )
보기	1) 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등) 2) 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등) 3) 커뮤니티 (카페, 밴드 등) 4) 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등) 5) 검색포털 (네이버, 다음 등) 6) 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등) 7) 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등) 8) 게임 9) banking (은행, 카드, 금융 등) 10) 기타 ( )			

Q04. 다음 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스** 중에서 주로 이용하는 서비스는 무엇입니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오. (보기 1~9 로테이션)

서비스	1순위 ( )	2순위 ( )	3순위 ( )	4순위 ( )
보기	1) 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등) 2) 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등) 3) 커뮤니티 (카페, 밴드 등) 4) 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등) 5) 검색포털 (네이버, 다음 등) 6) 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등) 7) 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등) 8) 게임 9) banking (은행, 카드, 금융 등) 10) 기타 ( )			

Q05. 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 이용하지 않고 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

매우 불편하다	불편하다	불편하지 않다	전혀 불편하지 않다
1 <small>☞</small> Q05-1	2 <small>☞</small> Q05-1	3	4

Q05-1. (Q05=1,2) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**와 비교했을 때, **유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스**의 어떤 점이 가장 불편하십니까?

- 1) 사용 장소에 제약이 있어서
- 2) 부팅 및 접속에 많은 시간이 소요되어서
- 3) 상대적으로 개인성이 보장되지 않아서
- 4) 이용조작이 복잡해서
- 5) 기타 ( )

Q06. 귀하는 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**를 이용하지 않고 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**만으로 온라인 서비스를 이용하여 원하는 바를 달성하는데 불편이 있는 편입니까?

매우 불편하다	불편하다	불편하지 않다	전혀 불편하지 않다
1 <small>☞</small> Q06-1	2 <small>☞</small> Q06-1	3	4

Q06-1. (Q06=1,2) **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**와 비교했을 때, **모바일(태블릿,스마트폰)서비스**의 어떤 점이 가장 불편하십니까?

- 1) 속도가 느려서
- 2) 화면이 작아서
- 3) 동시에 여러 서비스를 이용하기 어려워서
- 4) 이용조작이 불편해서
- 5) 장기간의 조작이 불편해서
- 6) 기타 ( )

Q07. 다음 중 최근 3개월 이내에 사용 경험이 있는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 모두 선택해주세요. (보기 1~9 로테이션)

- 1) 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등)
- 2) 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등)
- 3) 커뮤니티 (카페, 밴드 등)
- 4) 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등)
- 5) 검색포털 (네이버, 다음 등)
- 6) 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등)
- 7) 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등)
- 8) 게임
- 9) banking (은행, 카드, 금융 등)
- 10) 기타 ( )

Q08. 그렇다면 최근 3개월 이내에 이용하신 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**중 가장 많이 사용한 서비스는 무엇입니까? 사용 비중이 높은 순서대로 선택해주세요. (보기=Q07 선택 항목만)

서비스	1순위 ( )	2순위 ( )	3순위 ( )	4순위 ( )	5순위 ( )	6순위 ( )	7순위 ( )	8순위 ( )	9순위 ( )	10순위 ( )
보기	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등)</li> <li>2) 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등)</li> <li>3) 커뮤니티 (카페, 밴드 등)</li> <li>4) 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등)</li> <li>5) 검색포털 (네이버, 다음 등)</li> <li>6) 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등)</li> <li>7) 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등)</li> <li>8) 게임</li> <li>9) banking (은행, 카드, 금융 등)</li> <li>10) 기타 ( )</li> </ol>									

Q09. 다음의 모바일(태블릿,스마트폰) 서비스 이용 시 '모바일 웹(WEB)'과 '모바일 앱(APP)' 중 주로 이용하는 방법은 무엇입니까? 다음 설명을 읽고, 해당하시는 내용에 체크해주시시오. (보기=Q07 선택 항목만)

- ① 모바일 웹(WEB) 페이지를 탐색 후, 해당 웹(WEB) 페이지에서 서비스 이용
- ② 앱(APP) 마켓을 통해 전문 앱(APP)을 설치하여 앱(APP)을 통해 서비스 이용
- ③ 모바일 웹(WEB) 페이지를 탐색 후, 해당 웹(WEB) 페이지에서 제공하는 전문 앱(APP)을 설치하고, 이후 앱(APP)을 통해 서비스 이용

유형	방법		
	①	②	③
1. 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등)			
2. 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등)			
3. 커뮤니티 (카페, 밴드 등)			
4. 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등)			
5. 검색포털 (네이버, 다음 등)			
6. 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등)			
7. 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등)			
8. 게임			
9. banking (은행, 카드, 금융 등)			
10. 기타 ( )			

## PART B. 온라인 서비스 이용 행태

Q10. 귀하는 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등) 구매시 설치되어 있던 앱(APP) 이외에 추가로 앱 스토어 등을 통해 앱(APP)을 다운로드 받은 적이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q10-1
- 2) 없다 ⇨ Q11

Q10-1. (Q10=1) 현재 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 직접 다운로드 받은 앱(APP)은 몇 개 가량 있습니까?

- 1) 5개 미만
- 2) 5개 이상 10개 미만
- 3) 10개 이상 15개 미만
- 4) 15개 이상 20개 미만
- 5) 20개 이상 25개 미만
- 6) 25개 이상 30개 미만
- 7) 30개 이상

Q11. 귀하는 모바일 앱(APP)을 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 다운로드하여 설치 및 이용하는 데에 특별히 어려움이나 부담을 느끼는 편입니까?

- 1) 다운로드 받는 데에 부담이나 어려움이 없는 편이다
- 2) 다운로드 받는 데에 부담이나 어려움이 있는 편이다

Q12. 현재 귀하의 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)에 설치되어 있는 앱(APP)의 유형을 모두 골라주시시오. (복수응답 가능)

- 1) 메신저 (카카오톡, 페이스북메신저 등)
- 2) 소셜네트워크서비스(SNS) (페이스북, 인스타그램 등)
- 3) 커뮤니티 (카페, 밴드 등)
- 4) 쇼핑 (G마켓, 11번가, 쿠팡 등)
- 5) 검색포털 (네이버, 다음 등)
- 6) 동영상 콘텐츠 (유튜브, 네이버TV, 옥수수 등)
- 7) 음악 콘텐츠 (멜론, 벅스 등)
- 8) 게임
- 9) banking (은행, 카드, 금융 등)
- 10) 기타 ( )

Q13. 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스** 이용 시, 동일 유형의 개별 온라인서비스를 위해 하나의 앱(APP)만을 설치 및 이용하고 있습니까?

(가령, 모바일 '쇼핑서비스'를 이용하기 위해 'G마켓' 앱(APP)만을 사용하는 경우)

- 1) 그렇다. 하나의 앱(APP)만으로 충분하다
- 2) 아니다, 많은 경우 복수의 앱(APP)을 설치 및 이용한다

Q14. 귀하는 최근 3개월 이내에 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 이용하여 동영상을 시청해본 경험이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q15
- 2) 없다 ⇨ Q18

Q15. (Q14=1) 귀하가 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 시청하는 동영상의 유형을 모두 골라주십시오. (복수응답 가능)

- 1) 영화나 TV프로그램
- 2) 뮤직비디오
- 3) 뉴스
- 4) 스포츠
- 5) 애니메이션
- 6) 기타 ( )

Q16. (Q14=1) 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 동영상 시청 시 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오. (보기 1~4 로테이션)

서비스	1순위 ( )	2순위 ( )
보기	1) 유튜브 2) 통신사 관련 앱(APP) (옥수수, 비디오포털, 올레TV 등) 3) 동영상서비스 제공 방송사 관련 앱(APP) (POOQ TV, tving 등) 4) 검색포털 앱(APP) (네이버, 다음 등) 5) 기타 ( )	

Q16-1. (Q14=1) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 동영상 시청 시 주로 (Q16 1순위 선택 보기)을(를) 이용하는 이유는 무엇입니까?

- 1) 검색이 편리해서
- 2) 제공하는 콘텐츠의 종류가 많아서
- 3) 콘텐츠의 품질(화질, 음량)이 좋아서
- 4) 기타( )

Q17. (Q14=1) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 동영상 시청 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하십니까?

- 1) 유튜브, 옥수수 등 개별 동영상서비스 제공 앱(APP)에서 직접 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하고 서비스 이용
- 2) 검색포털 앱(APP)(네이버, 다음 등)을 이용하여 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하고, 개별 동영상서비스 제공 앱(APP)으로 이동하여 서비스 이용

Q18. 귀하는 최근 3개월 이내에 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**를 이용하여 동영상을 시청해본 경험이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q19
- 2) 없다 ⇨ Q20

Q19. (Q18=1) **유선 온라인(데스크탑, 노트북) 서비스**로 동영상 시청 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하십니까?

- 1) 동영상서비스 전문 웹(WEB)페이지에서 직접 원하는 동영상 콘텐츠를 검색하고 서비스 이용
- 2) 검색포털(네이버, 다음 등)을 이용하여 원하는 동영상 콘텐츠 내지 동영상서비스 전문 웹(WEB)페이지를 검색하고 개별 동영상 서비스 전문 웹(WEB)페이지로 이동하여 서비스 이용

Q20. 귀하는 최근 3개월 이내에 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 이용하여 음악감상을 해본 경험이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q21
- 2) 없다 ⇨ Q25

Q21. (Q20=1) 귀하가 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**에서 주로 감상하는 음악의 유형을 모두 골라주십시오. (복수응답 가능)

- 1) 실시간 차트 음악
- 2) 시대별 차트 음악
- 3) 장르별 차트 음악
- 4) 아티스트별 차트 음악
- 5) 개별 모바일 앱(APP) 추천 음악
- 6) 개인의 선호에 따른 음악
- 7) 기타 ( )

Q22. (Q20=1) 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 음악 감상 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오. (보기 1~7 로테이션)

서비스	1순위 ( ) 2순위 ( )		
보기	1) 유튜브	2) 멜론	3) 지니뮤직
	4) 엠넷	5) 벅스	6) 네이버뮤직
	7) 애플뮤직/삼성뮤직	8) 기타 ( )	

Q23. (Q20=1) 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 음악 감상 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 음악 콘텐츠를 검색하십니까?

- 1) 멜론, 지니뮤직 등 개별 음악서비스 제공 앱(APP)에서 직접 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 서비스 이용
- 2) 검색포털 앱(APP)(네이버, 다음 등)을 이용하여 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 개별 음악서비스 제공 앱(APP)으로 이동하여 서비스 이용

Q24. (Q20=1) 귀하는 기존에 사용하던 음악감상 앱(APP)의 유료 이용기간이 종료된 경우, 다른 모바일 앱(APP)으로 변경하여 사용한 적이 있습니까?

(가령, 멜론 서비스 이용기간 종료 후 지니뮤직으로 변경하여 사용하는 경우)

- 1) 있다 ⇨ Q24-1
- 2) 없다 ⇨ Q25

Q24-1. (Q20=1, Q24=1) 기존에 사용하던 음악감상 앱(APP)이 아닌 다른 모바일 앱(APP)으로 변경한 이유는 무엇입니까?

- 1) 할인 및 적립, 이벤트 혜택
- 2) 모바일 앱(APP)이 제공하는 음원의 수 차이
- 3) 품질 및 디자인의 차이
- 4) 기타( )

Q25. 귀하는 최근 3개월 이내에 **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**를 이용하여 음악감상을 해본 경험이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q26
- 2) 없다 ⇨ Q27

Q26. (Q25=1) **유선 온라인(데스크탑,노트북) 서비스**로 음악 감상 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 음악 콘텐츠를 검색하십니까?

- 1) 음악서비스 전문 웹(WEB)페이지에서 직접 원하는 음악 콘텐츠를 검색하고 서비스이용
- 2) 검색포털(네이버, 다음 등)을 이용하여 원하는 음악 콘텐츠 내지 음악서비스 전문 웹(WEB)페이지를 검색하고 개별 음악서비스 전문 웹(WEB)페이지로 이동하여 서비스 이용

Q27. 귀하는 최근 3개월 이내에 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**를 이용하여 금융서비스를 이용해본 경험이 있습니까?

- 1) 있다 ⇨ Q28
- 2) 없다 ⇨ Q31

Q28. (Q27=1) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 금융서비스 이용 시, 주로 이용하는 금융서비스의 유형을 **모두** 골라주십시오. (복수응답 가능)

- 1) 계좌이체
- 2) 신용카드 업무
- 3) 주식, 증권
- 4) 기타 ( )

Q29. (Q27=1) 귀하는 **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 금융서비스 이용 시, 주로 어떤 앱(APP)을 이용하십니까? 이용하시는 순서대로 골라주십시오. (보기 1~5 로테이션)

서비스	1순위 ( ) 2순위 ( )		
보기	1) 은행 앱(APP)	2) 카드 앱(APP)	3) 모바일 결제 앱(APP)
	4) 증권 앱(APP)	5) 검색포털 앱(APP)	6) 기타 ( )

Q30. (Q27=1) **모바일(태블릿,스마트폰) 서비스**로 금융서비스 이용 시, 주로 어떠한 방식으로 원하는 금융서비스 정보를 검색하십니까?

- 1) 은행 앱(APP), 카드 앱(APP) 등 개별 금융서비스 제공 앱(APP)에서 직접 원하는 금융서비스를 검색하고 서비스 이용
- 2) 검색포털 앱(APP)(네이버, 다음 등)을 이용하여 원하는 금융서비스를 검색하고 개별 금융서비스 제공 앱(APP)으로 이동하여 서비스 이용



## 통계처리를 위한 문항

### DQ1. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- 1) 중학교 졸업 이하(고등학교 중퇴 포함)
- 2) 고등학교 졸업(대학교 중퇴 포함)
- 3) 대학교 재학 및 졸업
- 4) 대학원 석사 재학/수료/졸업
- 5) 대학원 박사 재학/수료 졸업

### DQ2. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- 1) 농업/임업/어업/축산업
- 2) 자영업 (상업, 소규모 장사, 개인택시운전사 등)
- 3) 판매/서비스직 (상점 점원, 세일즈맨, 방문 판매원, 미용사 등)
- 4) 기능/숙련공 (운전기사, 세탁, 선반, 목공, 기능공 등)
- 5) 일반작업직 (제조업 생산직, 현장직업, 일용노무직, 청소관리, 경비원 등)
- 6) 사무기술직 (차장이하 사무직, 초중고 교사, 6급이하 공무원)
- 7) 경영/관리직 (5급이상 공무원, 기업체 부장 이상)
- 8) 전문/자유직 (변호사, 의사, 건축사, 교수, 예술가, 종교지도자 등)
- 9) 가정주부 (가사와 육아만 하는 전업주부)
- 10) 학생
- 11) 무직
- 12) 기타 ( )

※ 조사에 응해주셔서 대단히 감사드립니다 ※