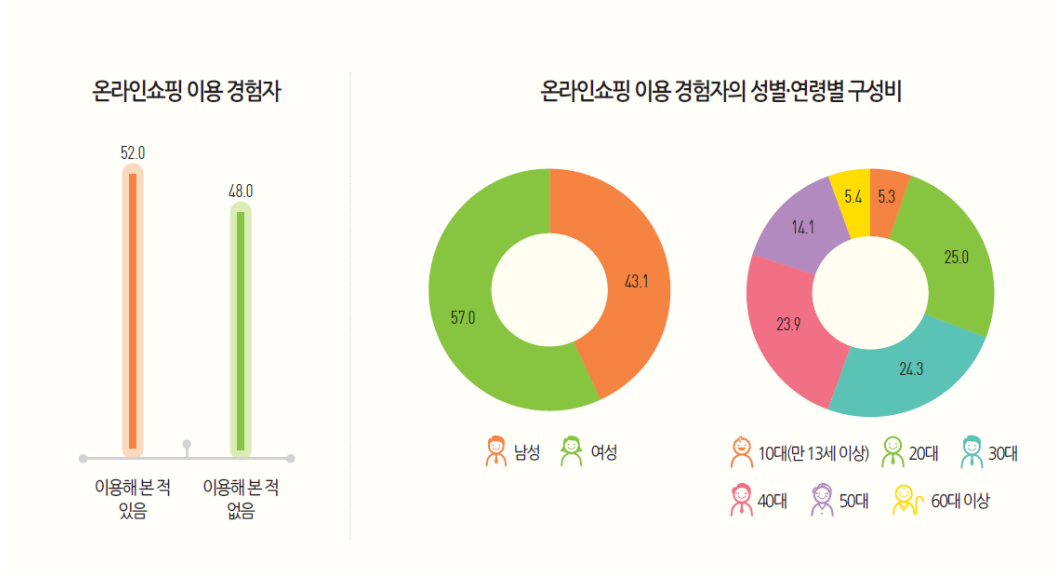


정보통신정책연구원(2016). "한국미디어패널조사"

정보통신정책연구원(2017). "온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석"

[그림 1] 온라인쇼핑 구매 경험자의 인구통계학적 구성비

(단위: %)

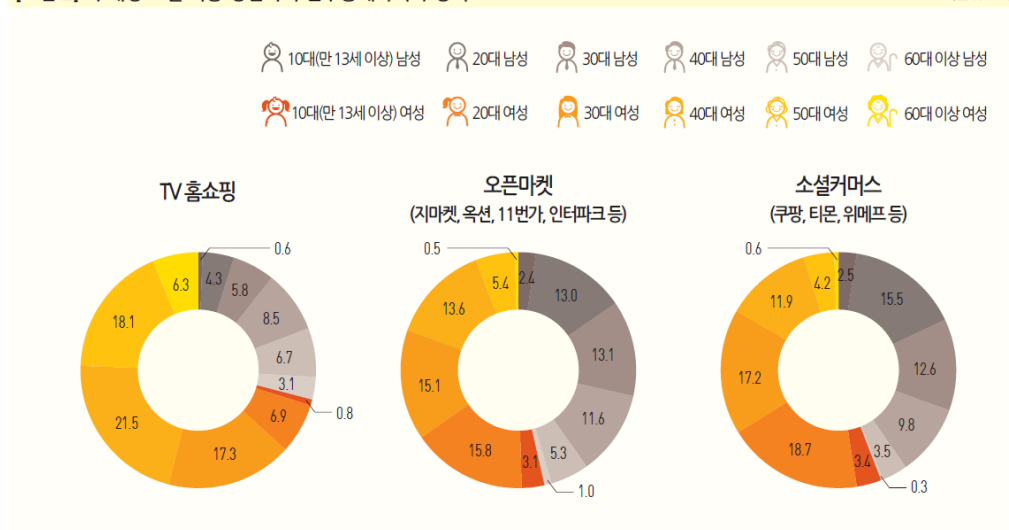


주: TV홈쇼핑 등 통신판매나 PC, 모바일을 이용한 전자상거래 경험이 있다고 응답한 응답자의 비율임

2016 년 한국미디어패널조사에서는 4,233 가구 및 9,788 명의 만 13 세 이상 응답자를 대상으로 온라인쇼핑(TV 홈쇼핑, 오픈마켓, 소셜커머스, 온라인 쇼핑몰)의 이용 현황을 조사하였다. 응답자 9,788 명 중 52%가 온라인 쇼핑을 이용해 본 경험이 있다. 경험자는 여성(57.0%)이 남성(43.1%)보다 많으며, 세대별로 살펴보면 20~40 대가 이용 경험자의 73.2%를 차지한다.

[그림 2] 구매경로 별 이용 경험자의 인구통계학적 구성비

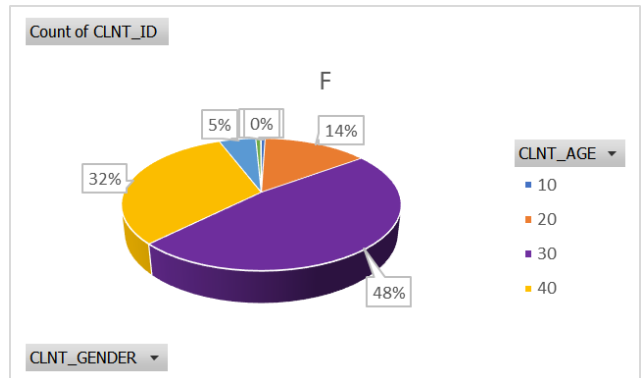
(단위: %)



오픈마켓과 소셜커머스 이용 경험자의 경우 20~40 대 남성과 여성이 고루 분포해 있다. 전체 가구를 조사했음에도 응답자 중 60 대 이상의 연령은 비교적 소수라 60 대 이상으로 묶어 나타낸 것으로 보인다.

L-Point 데이터셋 'Customer'

Count of CLNT_ID			
	F	M	Grand Total
10	3007	800	3807
20	82269	13028	95297
30	271712	41888	313600
40	180398	35819	216217
50	28881	7743	36624
60	3784	1472	5256
70	542	304	846
80	23	9	32
Grand Total	570616	101063	671679



Customer Dataset에서도 20~40대가 94%를 차지하므로 20~40대로 고객층을 제한하여도 좋을 듯하다.