

# 2017 인터넷이용실태조사 요약보고서



## 이용자 유의사항

1. 본 요약보고서는 2017년 인터넷이용실태조사(국가승인 지정통계 제120005호)의 결과를 수록한 것입니다.
2. 본 요약보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시 과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원의 자료임을 밝혀야 합니다.
3. 본 요약보고서에 등장하는 수치는 소수점 두 번째 자리에서 반올림된 것으로, 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다.
4. 일부 성, 연령, 지역별 통계량의 경우 표본의 크기가 충분하지 않아 상대표준오차(RSE)가 클 수 있으므로 이용 시 주의 바랍니다.
5. 복수응답은 한 개 이상(우선순위 또는 복수 선택)을 응답한 결과치를 집계한 것입니다.
6. 보다 자세한 내용은 최종보고서('18. 2월 발간)를 참고하여 주시기 바랍니다.

# 인터넷, 우리집은 어떻게 이용할까?

## 01. 가구 인터넷 접속률

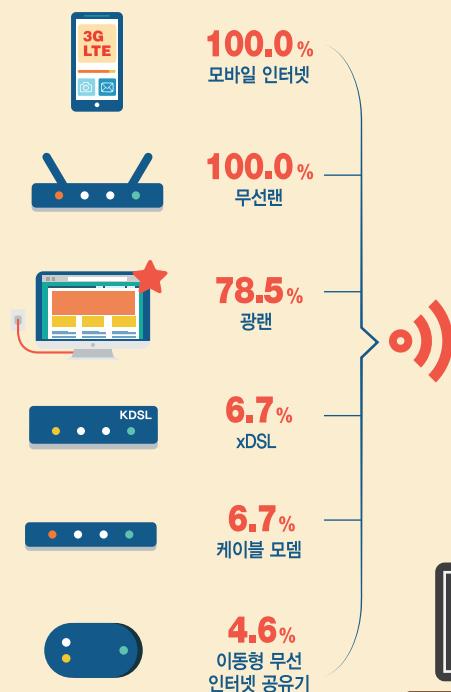
전체 가구 대상

우리나라 1,952만 가구 중 1,943만 가구 인터넷 접속 가능



## 02. 인터넷 접속방법

인터넷 접속가구 대상



## 03. 인터넷 접속기기

전체 가구 대상



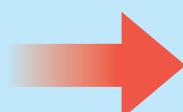
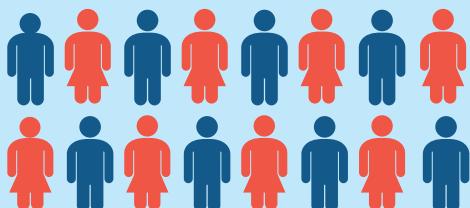
스마트패드  
11.2%

웨어러블기기  
5.8%

# 인터넷, 우리는 얼마나 이용할까?

## 01. 대한민국 인터넷이용자 수

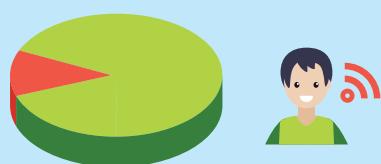
**45,283,046 명**



## 02. 인터넷 이용률

만3세 이상 국민 5,017만명 중

**90.3%** 차지



## 03. 연령별 인터넷 이용률



## 04. 성별 인터넷 이용률

**87.7%**

여자

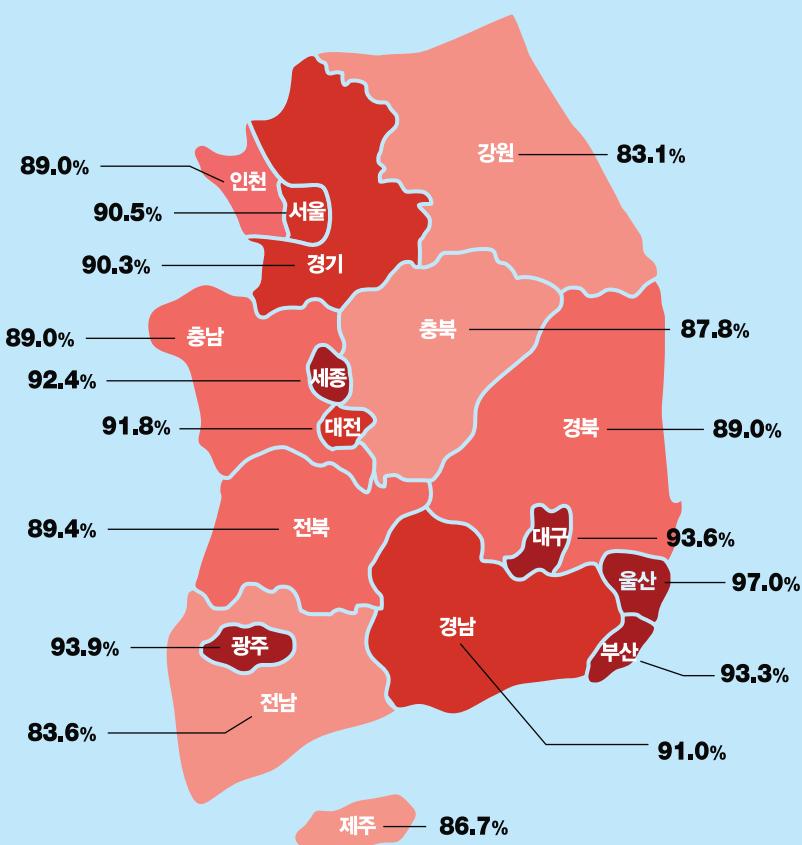


**92.7%**

남자



## 05. 지역별 인터넷 이용률



## 06. 인터넷 접속방법

만3세 이상 인터넷이용자 대상



# 인터넷이용자, 어떤 활동을 할까?

이미지, 동영상, 영화 보기  
**77.5%**



음악 듣기  
**65.2%**



게임 하기  
**57.1%**



상품, 서비스 정보 검색  
**79.5%**



인터넷쇼핑  
**59.6%**



신문, 잡지 읽기  
**89.6%**



정보화폐 활용



소비·금융 활용

인터넷뱅킹  
**63.1%**



이메일 이용  
**60.2%**



SNS 이용  
**68.2%**



인스턴트메신저 이용  
**95.1%**



# 인터넷, 세대별 어떤 차이를 보일까?

김부머(50대)

## 베이비붐 세대

1960년 전후에 태어나  
'58년 개띠'로 대표되는 세대.  
직장에서 처음으로 인터넷을 접한 후,  
급변하는 ICT 환경변화를 겪어옴



김제트(20대)

## Z세대

1990년대 중반에 태어나  
인터넷 환경에 노출되어 성장한 세대.  
새롭게 출시되는 제품·서비스에 대한  
관심이 많고 이를 소비에 적극 활용함

50대

스마트폰 이용률은 20대 못지않으나,  
인스턴트메신저 이용에 치우쳐진 경향이 있음  
아직 은행 업무나 쇼핑은 직접 가서 하는 것을 선호

2017

20대

인스턴트메신저부터 인터넷쇼핑까지  
다양한 인터넷 서비스를 섭렵하여 활용 중  
스마트폰 이용시간이 아빠 부모의 약 2배



## 생애 첫 스마트폰 구입

1.0%

40대 인터넷이용자의 인터넷 접속기기—스마트폰

2013

20대  
대학생활 시작

70.7%

대학 진학률



40대

2007

## 부모에게 즐라 생애 첫 스마트폰 구입

0.7%

10대 인터넷이용자의 인터넷 접속기기—스마트폰

2000

## 인터넷 게임에 끌 빠짐

53.4%

7~9세 인터넷 주이용목적—게임·오락



30대

1994

## 김제트 출생



## 직장에서 처음 인터넷 사용

\* 국내 인터넷 상용화 시작

1978

출처

- 1978년 '대학진학률': 「교육통계연보, 교육통계 DB」, 한국교육개발원
- 2000년 지표: 「2000년 인터넷 이용자수 및 이용행태에 관한 설문조사」, 한국인터넷진흥원
- 2007년 지표: 「2007년 하반기 정보화실태조사」, 한국인터넷진흥원
- 2013년 '대학진학률': 「교육통계연보, 교육통계 DB」, 한국교육개발원

20대

## 고등학교 졸업

22.0%

대학 진학률



김부머 출생

1960

# CONTENTS

[기본분석]

03

I. 조사개요

04

II. 인터넷, 대한민국을 열다

1. 가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수
2. 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수
3. 개인 인터넷 이용행태

09

III. 인터넷, 공간을 열다

1. 모바일 인터넷 이용행태
2. 스마트폰 이용행태
3. 웨어러블기기 이용행태

12

IV. 인터넷, 관계를 열다

1. 인스턴트메신저
2. 소셜네트워킹서비스(SNS)
3. 이메일(E-mail)

19

V. 인터넷, 생활을 열다

1. 인터넷쇼핑
2. 인터넷뱅킹
3. 클라우드 서비스

# 25

## I. 인터넷, 나 혼자 즐긴다

– 1인가구 인터넷 이용환경 분석

# 27

## II. 인터넷, 나이 제한은 없다

– 고령자 인터넷 이용행태 분석

# 29

## III. 인터넷, 나는 자연인이다

– 인터넷 비이용자 분석

# 33

## IV. 인터넷, 컴퓨터 없이 이용한다?

– 가구 컴퓨터 보유율 하락 원인 분석



# I. 조사개요

## 모집단

전국 가구 및 만3세 이상 인구

## 조사대상

전국 25,000 가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원

## 유효표본

25,000 가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원 62,540명

## 조사방법

가구방문 면접조사

## 조사기간

2017. 8. 1. ~ 9. 30.



## 표본추출

다단계종화집락추출

(Stratified Multi-stage Cluster Sampling)

## 추정

사후증화(다단계종화집락추출 추정식 적용)

- 가 구 : 통계청 장래가구추계의 2017년 추계가구
- 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2017년 추계인구

## 표본오차

인터넷 이용률 ±0.17%p (95%신뢰수준)

### 표본 설계

- 목표 가구 할당 : 25,000 가구를 17개 시도에 시도별 가구수(2017년 추계 가구)를 기준으로 제곱근 비례할당 후, 각 시도내 동/읍면부 가구수(2015년 인구주택총조사)를 기준으로 비례할당
- 가구 추출 : 2010년 인구주택총조사(통계청)의 일반가구 조사구를 추출틀로 사용. 3,000개 조사구를 지역별 17개 집락\*에 집락별 조사구 수를 기준으로 제곱근 비례할당 후 계통추출. 추출된 각 조사구 내 8~9개 가구를 계통추출

\* 지역 내 집락 구분 방법 : 주택유형, 주택점유형태, 가구방수, 가구주 연령대, 가구주 교육수준 등의 조사구 특성치를 활용한 K-평균 집락분석

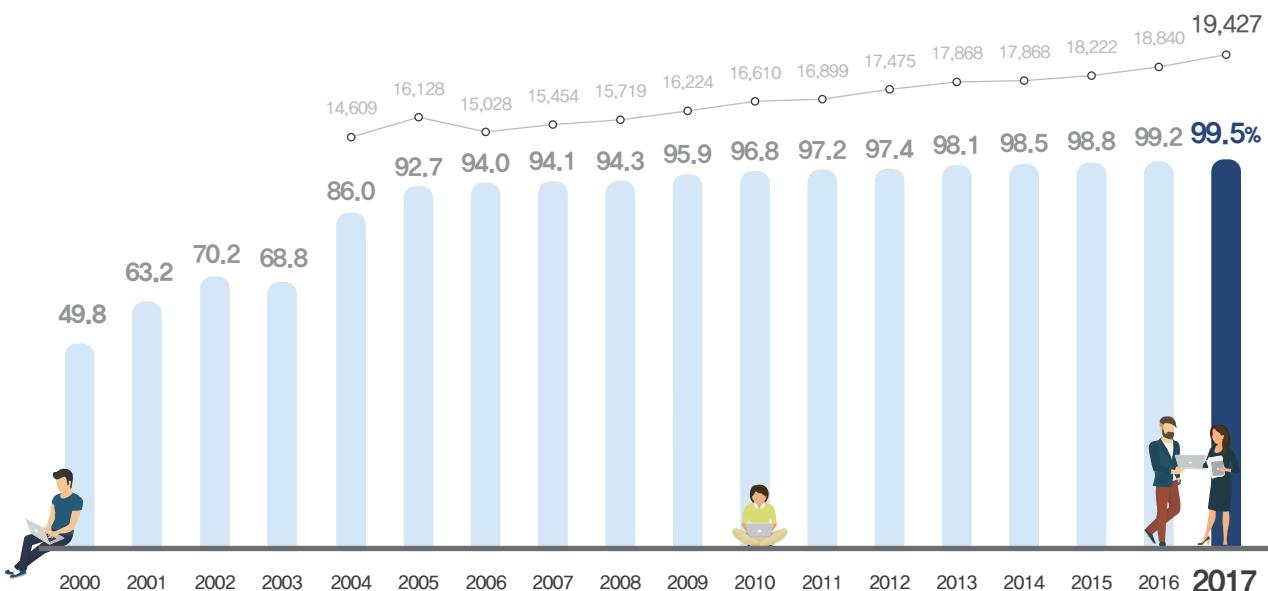
## II. 인터넷, 대한민국을 열다

### 1. 가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수

#### 국내 거의 모든 가구(99.5%)에서 인터넷 접속 가능

2017년 7월 기준 우리나라 전체 가구(19,524천 가구) 중 가구 내 인터넷 접속이 가능한 가구(19,427천 가구)의 비율은 99.5%로, 전년 대비 0.3%p(587천 가구) 증가

그림 1 • 가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수 추이(% 천 가구) – 국내 전체 가구

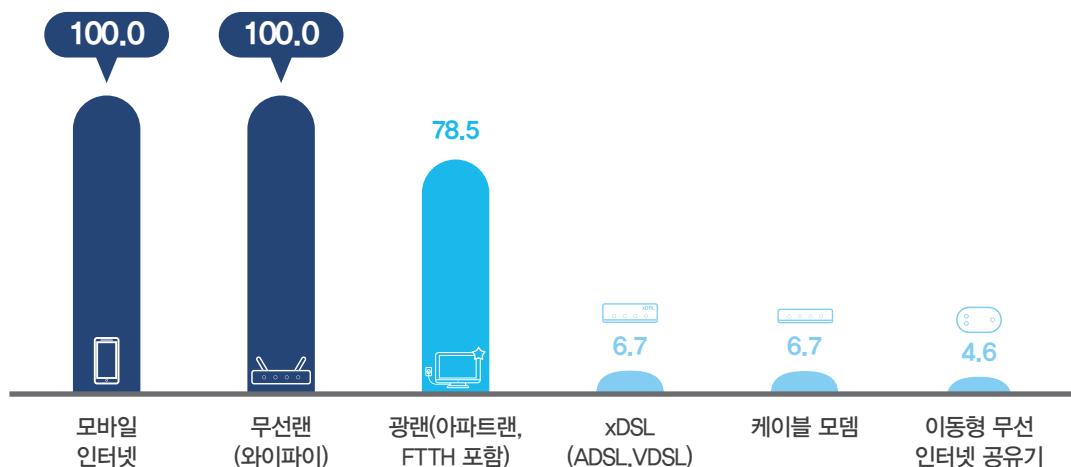


#### 가. 가구 인터넷 접속방법

#### 가구 내 모바일 인터넷(100.0%), 무선랜(100.0%), 광랜(78.5%)을 통해 인터넷 접속 가능

인터넷 접속가구 중 가구 내 ‘모바일 인터넷’, ‘무선랜’ 이용이 가능한 가구의 비율은 100.0%, ‘광랜’의 경우 78.5%, ‘xDSL’ 6.7%, ‘케이블 모뎀’ 6.7%, ‘이동형 무선인터넷 공유기’는 4.6%로 나타남

그림 2 • 가구 인터넷 접속방법(복수응답, %) – 인터넷 접속가구

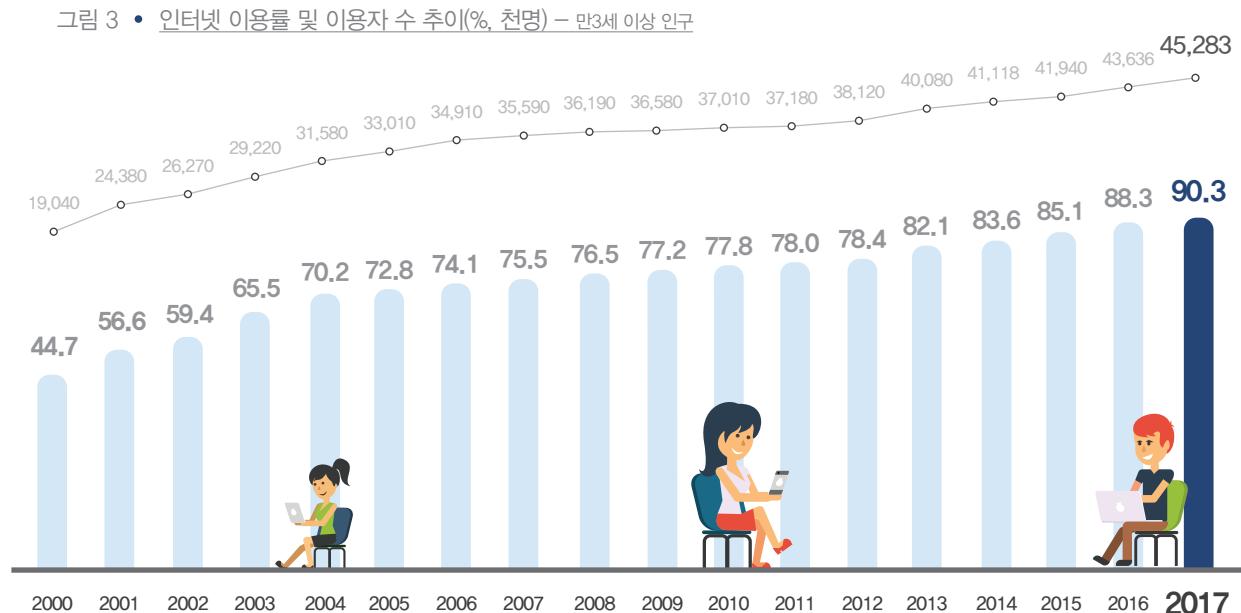


## II. 인터넷, 대한민국을 열다

### 2. 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

#### 만3세 이상 인구 10명 중 9명(90.3%)이 ‘인터넷이용자’

2017년 7월 기준 만3세 이상 인구(50,173천명) 중 인터넷이용자(최근 1개월 내 인터넷을 이용한 사람)의 비율은 90.3% (45,283천명)로, 10년 전 대비 14.8%p(9,693천명), 5년 전 대비 11.9%p(7,163천명) 증가

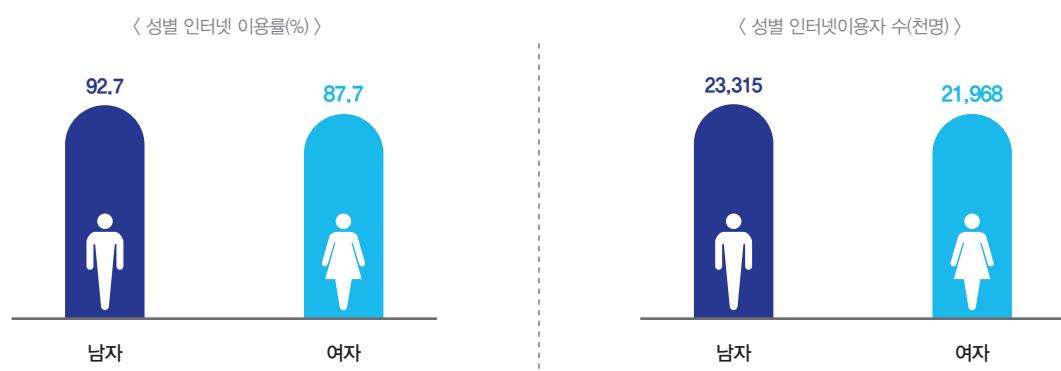


#### 가. 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

#### 인터넷 이용률은 남자(92.7%)가 여자(87.7%) 대비 다소 높음

만3세 이상 남자 중 인터넷이용자의 비율은 92.7%(23,315천명)로, 여자 대비 5.0%p(1,347천명) 높음

그림 4 • 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% 천명) – 만3세 이상 인구



## II. 인터넷, 대한민국을 열다

### 나. 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수

#### 60대 10명 중 8명(82.5%)이 인터넷이용자

10대 · 20대 · 30대(99.9%), 40대(99.7%), 50대(98.7%) 인구의 대부분이 인터넷이용자이며, 60대(82.5%)의 경우 10명 중 8명이 인터넷이용자로 나타남. 한편, 70세 이상의 경우 타 연령대 대비 낮은 이용률(31.8%)을 보이나, 매년 가파른 증가폭을 보이고 있음(2015년 17.9%, 2016년 25.9%)

그림 5 • 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% 천명) – 만3세 이상 인구

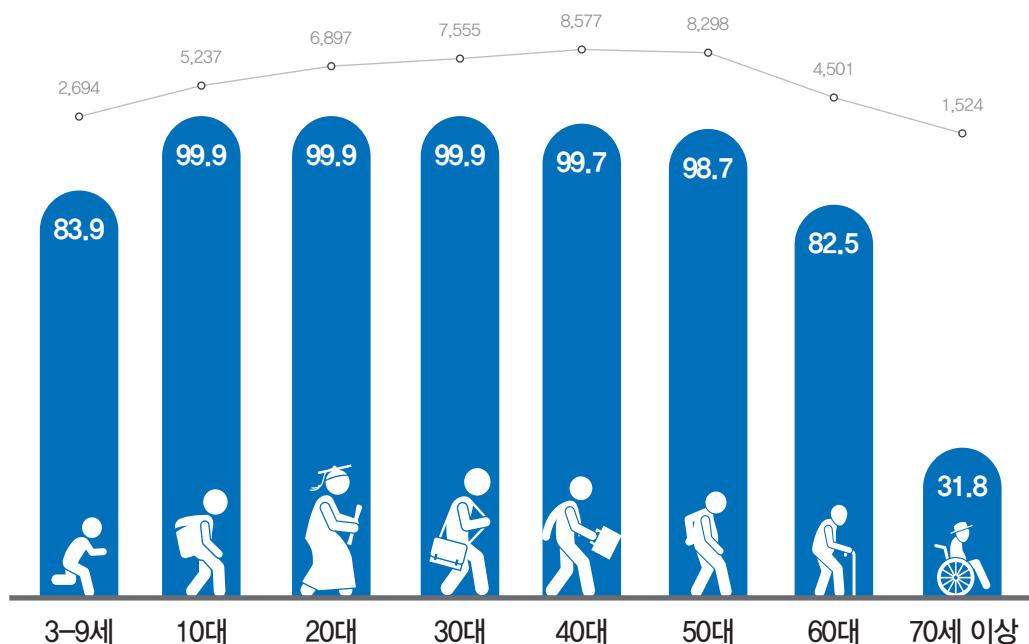
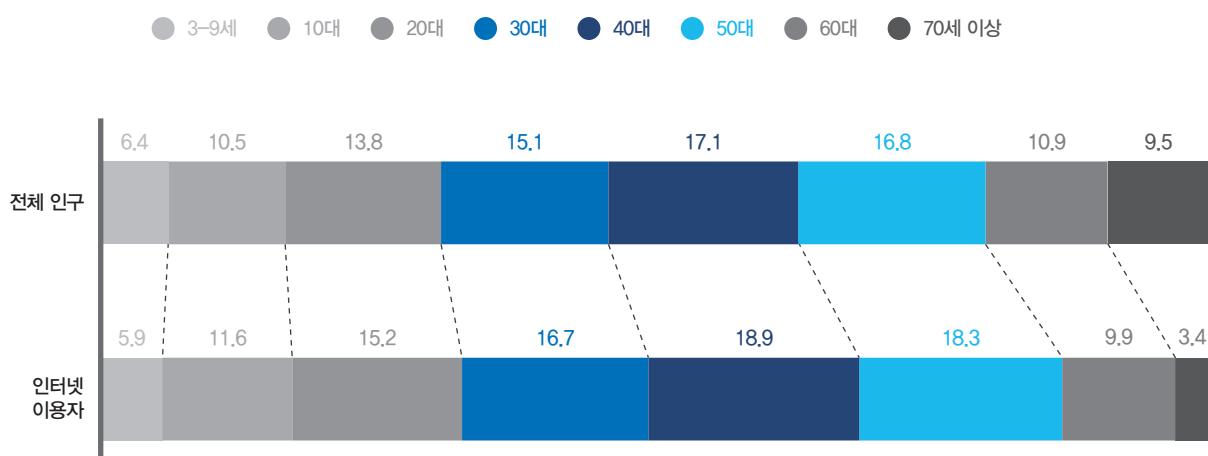


그림 6 • 전체 인구 및 인터넷이용자의 연령별 구성비 비교(%) – 만3세 이상 인구



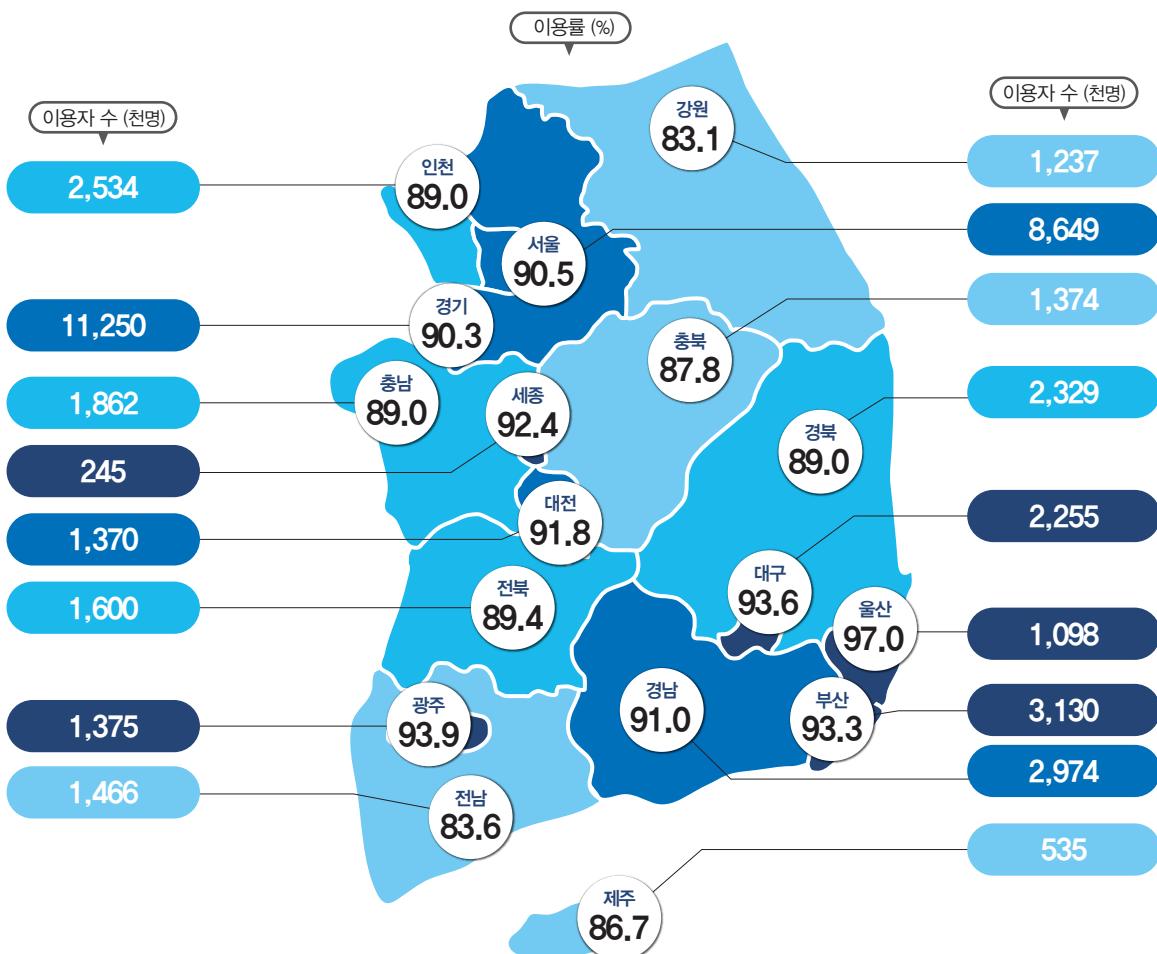
## II. 인터넷, 대한민국을 열다

### 다. 지역별 인터넷 이용률

#### 인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 울산(97.0%), 가장 낮은 지역은 강원(83.1%)

우리나라 17개 광역자치단체 중 울산(97.0%), 광주(93.9%), 대구(93.6%), 부산(93.3%), 세종(92.4%) 등에서 상대적으로 높은 인터넷 이용률을 보인 반면, 강원(83.1%), 전남(83.6%), 제주(86.7%), 충북(87.8%) 등에서 낮음

그림 7 • 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% 천명) – 만3세 이상 인구



## II. 인터넷, 대한민국을 열다

### 3. 개인 인터넷 이용행태

#### 가. 인터넷 이용빈도 및 시간

##### 인터넷이용자의 대부분(96.4%)이 적어도 하루에 1회 이상 인터넷 이용

만3세 이상 인터넷이용자 중 하루에 1회 이상 인터넷을 이용하는 사람의 비율은 96.4%이며, 주평균 14시간 이상 이용하는 사람은 54.9% 차지. 한편, 인터넷이용자의 주평균 인터넷 이용시간은 15시간 42분(일평균 약 2시간 15분)

그림 8 • 인터넷 이용빈도(%) – 만3세 이상 인터넷이용자

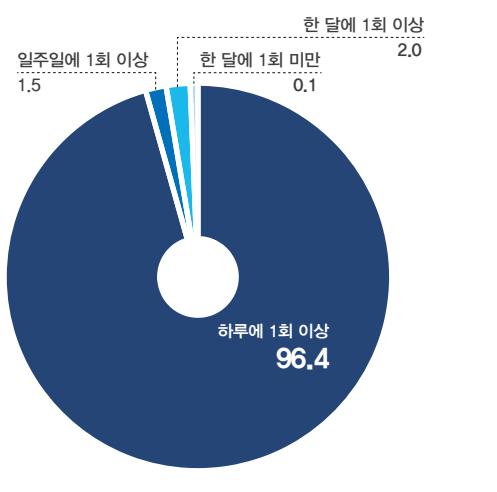
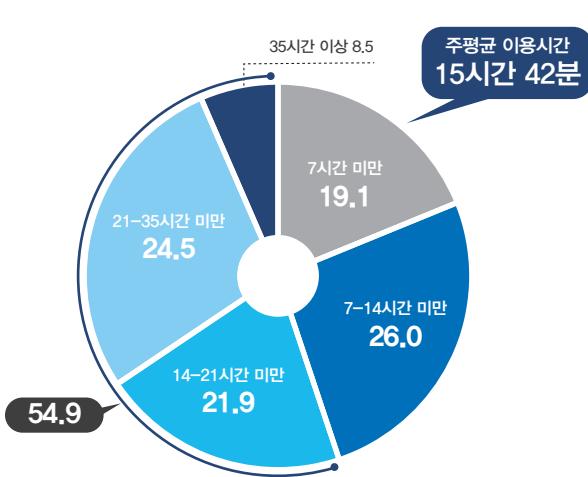


그림 9 • 주평균 인터넷 이용시간(%) – 만3세 이상 인터넷이용자

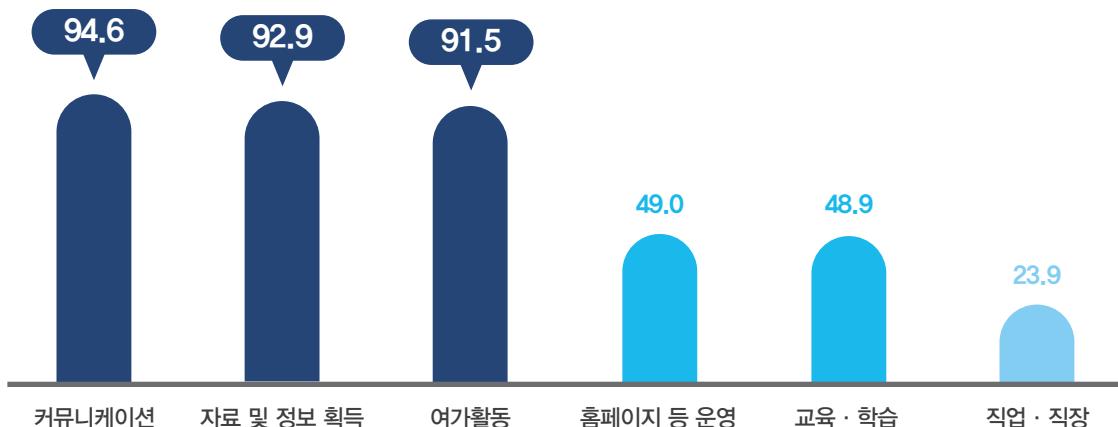


#### 나. 인터넷 이용목적

##### 주된 인터넷 이용목적은 커뮤니케이션(94.6%), 자료 및 정보 획득(92.9%), 여가활동(91.5%)

만3세 이상 인터넷이용자는 인스턴트메신저 · SNS · 이메일 이용 등의 ‘커뮤니케이션’ (94.6%), 정보검색 · 신문읽기 등의 ‘자료 및 정보 획득’ (92.9%), 음악듣기 · 동영상보기 · 온라인게임 등의 ‘여가활동’ (91.5%) 등을 위해 인터넷을 이용

그림 10 • 인터넷 이용목적(복수응답, %) – 만3세 이상 인터넷이용자



### III. 인터넷, 공간을 열다

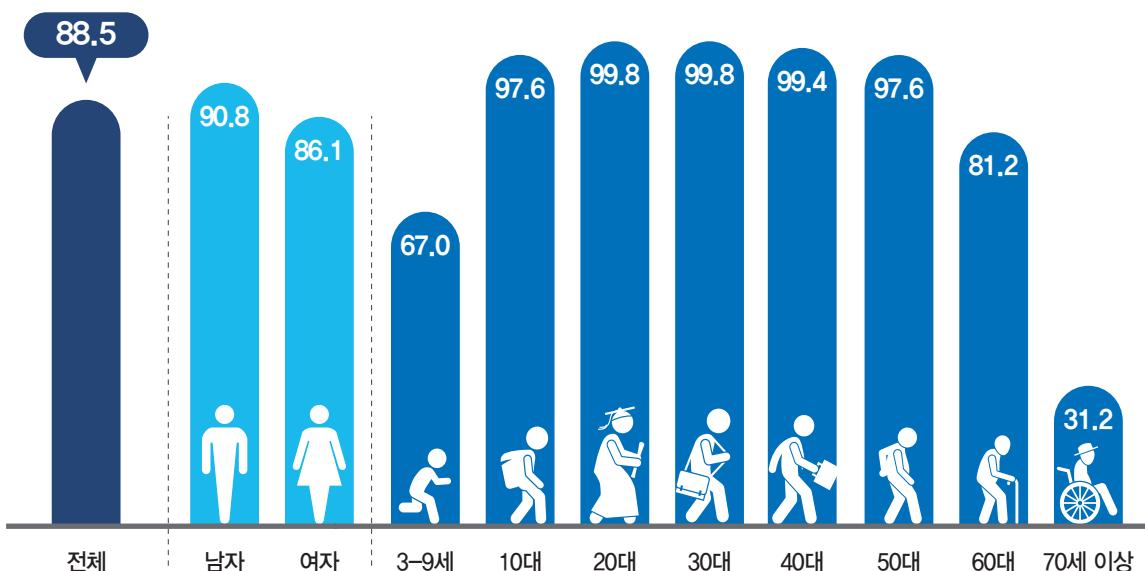
#### 1. 모바일 인터넷 이용행태

##### 가. 모바일 인터넷 이용률

###### 만3세 이상 인구의 88.5%가 모바일 인터넷이용자

2017년 7월 기준 만3세 이상 인구 중 모바일 인터넷이용자(최근 1개월 내 일반 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, 웨어러블기기 등을 통해 무선인터넷을 이용한 사람)의 비율은 88.5%로, 남자(90.8%)가 여자(86.1%) 대비 4.7%p 높고, 20대(99.8%) · 30대(99.8%) · 40대(99.4%)가 3~9세(67.0%) · 70세 이상(31.2%) 대비 높음

그림 11 • 모바일 인터넷 이용률(%) – 만3세 이상 인구



##### 나. 가구 및 개인 모바일기기 보유율

###### 대부분의 가구(94.1%)와 가구원(89.5%)이 스마트폰 보유

인터넷 이용여부와 관계없이 국내 전체 가구 중 가구 내 스마트폰을 보유한 가구의 비율은 94.1%이며, 만6세 이상 인구 중 스마트폰을 보유한 사람의 비율은 89.5%

그림 12 • 가구 모바일기기 보유율(복수응답, %) – 국내 전체 가구

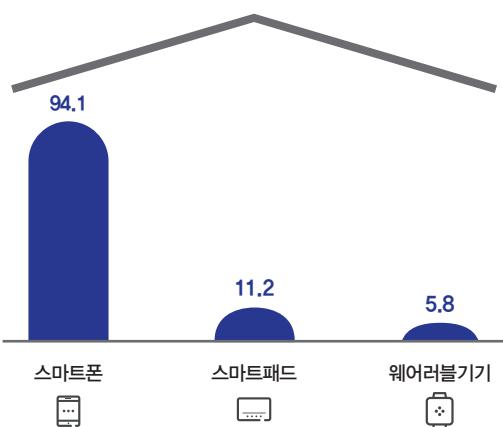
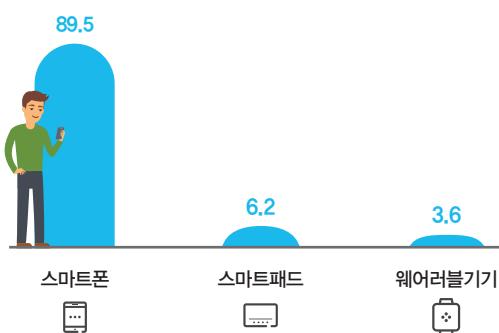


그림 13 • 개인 모바일기기 보유율(복수응답, %) – 만6세 이상 인구



# III. 인터넷, 공간을 열다

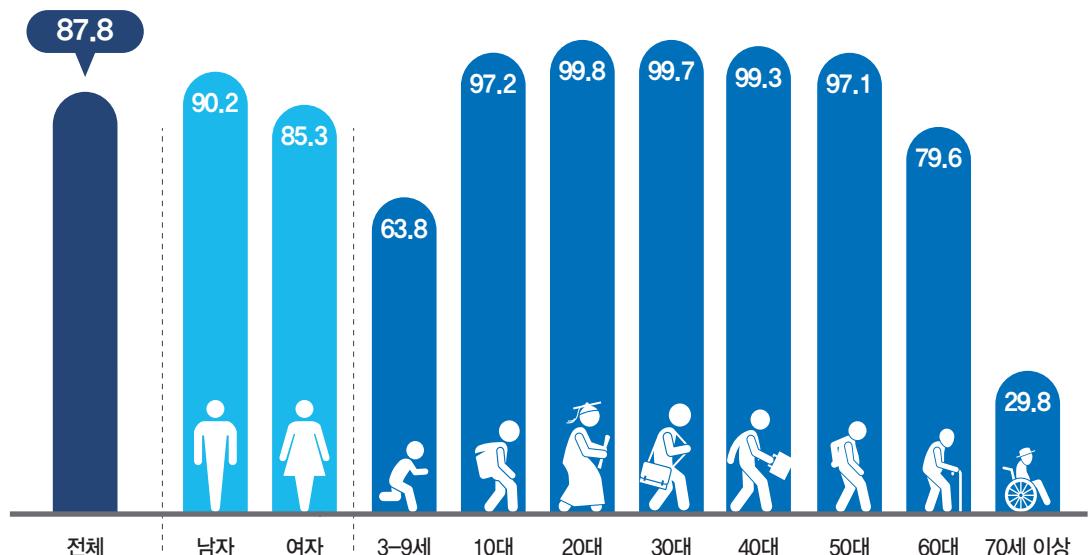
## 2. 스마트폰 이용행태

### 가. 스마트폰 이용률

#### 만3세 이상 인구의 87.8%가 스마트폰 이용자

만3세 이상 인구 중 스마트폰 이용자(최근 1개월 내 스마트폰을 통해 무선인터넷을 이용한 사람)의 비율은 87.8%로, 남자(90.2%)가 여자(85.3%) 대비 4.9%p 높고, 20대(99.8%) · 30대(99.7%) · 40대(99.3%)가 3~9세(63.8%) · 70세 이상(29.8%) 대비 높음

그림 14 • 스마트폰 이용률(%) – 만3세 이상 인구



### 나. 스마트폰 이용빈도 및 시간

#### 스마트폰 이용자 10명 중 9명(97.8%)이 ‘하루에 1회 이상’ 스마트폰 이용

만3세 이상 스마트폰 이용자 중 하루에 1회 이상 스마트폰을 이용하는 사람의 비율은 97.8%이며, 주평균 14시간 이상 이용하는 사람은 31.3% 차지. 한편, 스마트폰 이용자의 주평균 이용시간은 10시간 17분(일평균 약 1시간 28분)

그림 15 • 스마트폰 이용빈도(%) – 만3세 이상 스마트폰 이용자

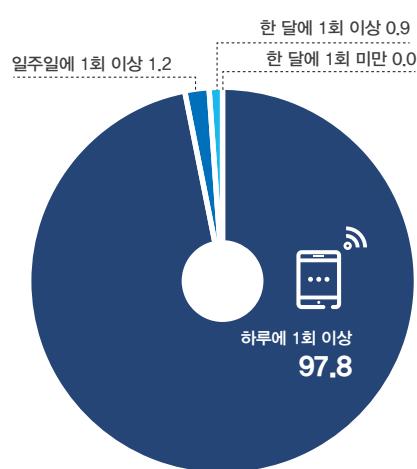
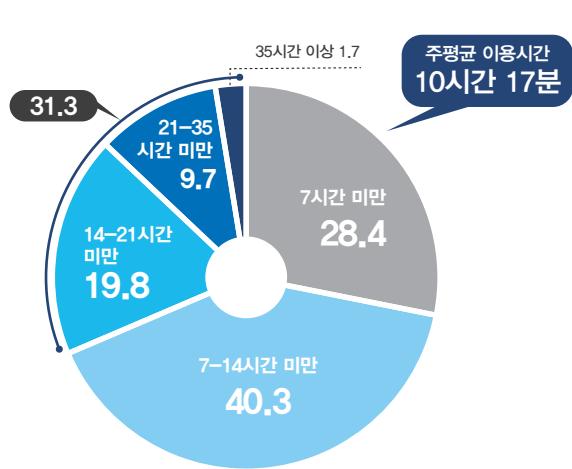


그림 16 • 주평균 스마트폰 이용시간(%) – 만3세 이상 스마트폰 이용자



# III. 인터넷, 공간을 열다

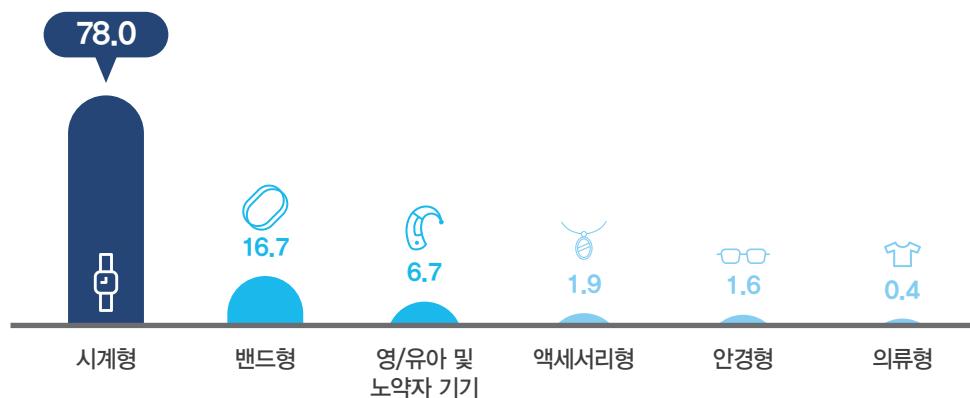
## 3. 웨어러블기기 이용행태

### 가. 웨어러블기기 종류별 보유현황

#### 웨어러블기기 보유자는 주로 ‘시계형’ (78.0%) 기기 보유

만6세 이상 웨어러블기기 보유자 중 ‘시계형’ 웨어러블기기를 보유한 사람의 비율은 78.0%, ‘밴드형’의 경우 16.7%, ‘영/유아 및 노약자 기기’ 6.7%, ‘액세서리형’ 1.9% 등으로 나타남

그림 17 • 웨어러블기기 종류별 보유현황(복수응답, %) – 만6세 이상 웨어러블기기 보유자

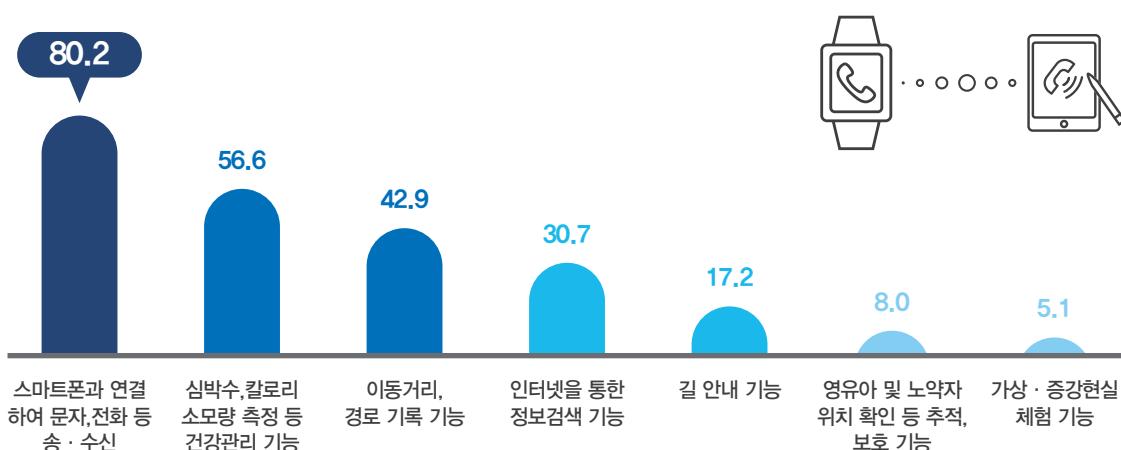


### 나. 웨어러블기기 이용기능

#### 주로 이용하는 웨어러블기기 기능은 ‘스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송/수신’ (80.2%)

웨어러블기기 보유자는 웨어러블기기를 통해 ‘스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송/수신’ (80.2%), ‘심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강관리 기능’ (56.6%), ‘이동거리, 경로 기록 기능’ (42.9%) 등을 이용

그림 18 • 웨어러블기기 이용기능(복수응답, %) – 만6세 이상 웨어러블기기 보유자



## IV. 인터넷, 관계를 열다

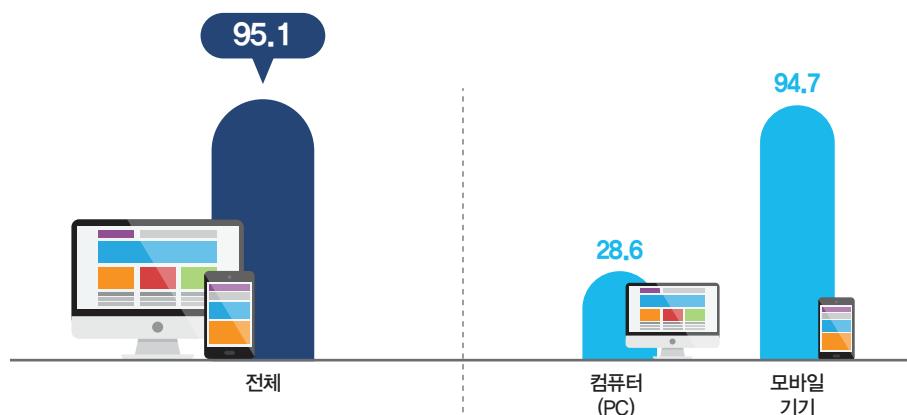
### 1. 인스턴트메신저

#### 가. 인스턴트메신저 이용률

##### 만6세 이상 인터넷이용자의 대부분(95.1%)이 인스턴트메신저 이용

만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트메신저를 이용한 사람의 비율은 95.1%이며, 스마트폰, 스마트패드 등 모바일기를 통한 이용률(94.7%)이 컴퓨터(PC)를 통한 이용률(28.6%) 보다 3배 이상 높음

그림 19 • 인스턴트메신저 이용률(%) – 만6세 이상 인터넷이용자

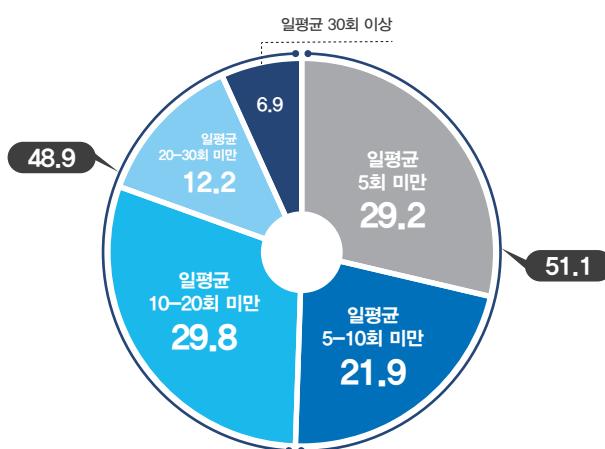


#### 나. 인스턴트메신저 이용빈도

##### 하루 평균 10~20회 미만 인스턴트메신저 이용(29.8%)

인스턴트메신저 이용자 중 일평균 10회 이상 20회 미만 인스턴트메신저를 이용하는 사람의 비율은 29.8%로, 10회 미만(51.1%)과 10회 이상(48.9%) 이용자 수는 비슷한 수준

그림 20 • 일평균 인스턴트메신저 이용빈도(%) – 만6세 이상 인스턴트메신저 이용자



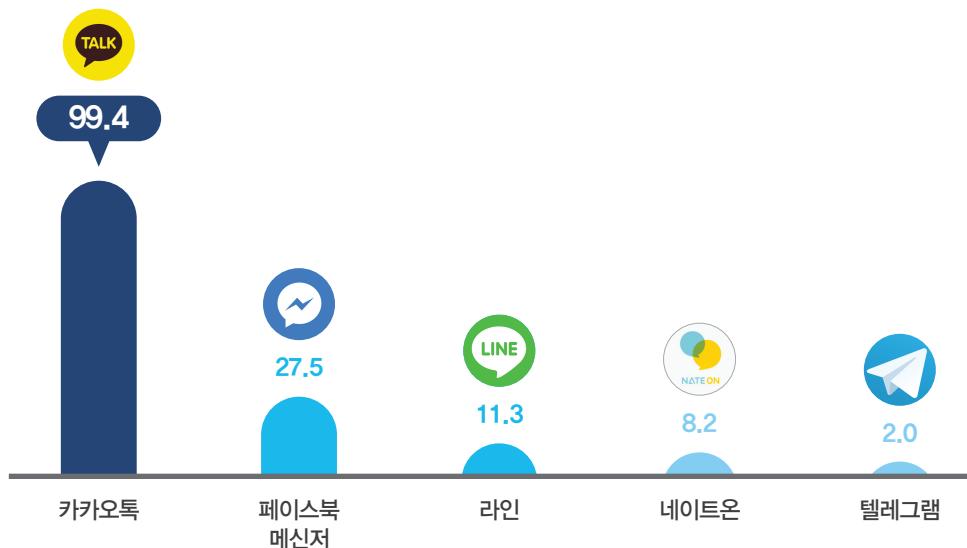
## IV. 인터넷, 관계를 열다

### 다. 자주 이용하는 인스턴트메신저 종류

#### 가장 자주 이용하는 인스턴트메신저는 ‘카카오톡’ (99.4%)

만6세 이상 인스턴트메신저 이용자 중 ‘카카오톡’을 자주 이용하는 사람의 비율은 99.4%, ‘페이스북 메신저’의 경우 27.5%, ‘라인’ 11.3%, ‘네이트온’ 8.2% 등의 순으로 나타남

그림 21 • 자주 이용하는 인스턴트메신저 5종(3개 항목 응답, %) – 만6세 이상 인스턴트메신저 이용자

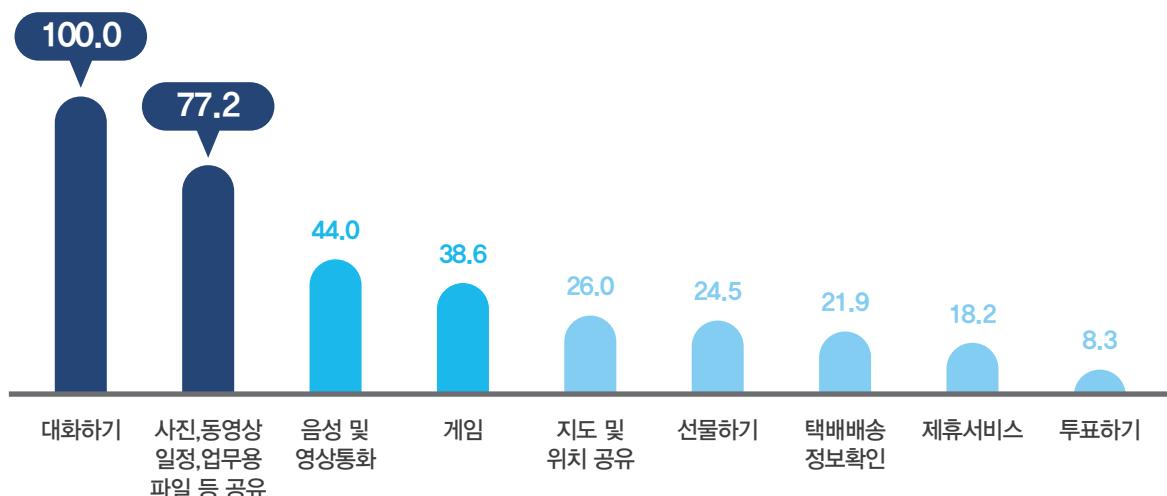


### 라. 인스턴트메신저 이용기능

#### ‘사진, 일정 등 공유’(77.2%), ‘음성 및 영상통화’(44.0%) 기능 이용

만6세 이상 인스턴트메신저 이용자는 ‘대화하기’ (100.0%) 기능 뿐만 아니라 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유’ (77.2%), ‘음성 및 영상통화’ (44.0%), ‘게임’ (38.6%) 등의 다양한 기능을 이용

그림 22 • 인스턴트메신저 이용기능(복수응답, %) – 만6세 이상 인스턴트메신저 이용자



## IV. 인터넷, 관계를 열다

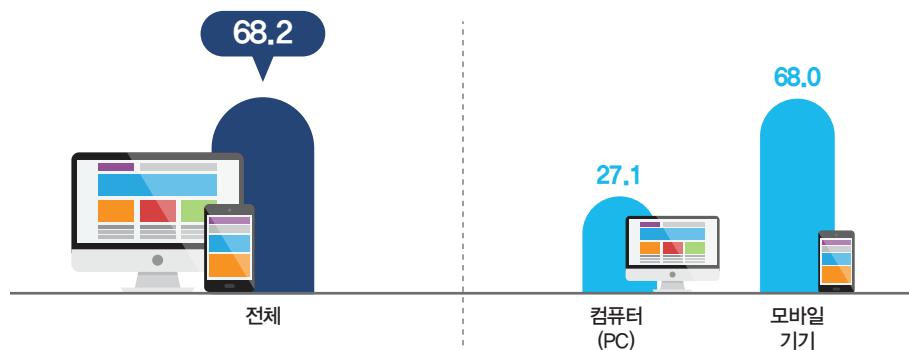
### 2. 소셜네트워킹서비스(SNS)

#### 가. SNS 이용률

##### 만6세 이상 인터넷이용자의 과반(68.2%)이 SNS 이용

만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 사람의 비율은 68.2%이며, 모바일기기를 통한 이용률(68.0%)이 컴퓨터(PC)를 통한 이용률(27.1%) 보다 2배 이상 높음

그림 23 • SNS 이용률(%) – 만6세 이상 인터넷이용자



#### 나. SNS 이용빈도 및 시간

##### SNS 이용자는 일주일 평균 23.7회 SNS 이용

만6세 이상 SNS 이용자 중 주평균 20회 이상 SNS를 이용하는 사람이 과반(55.5%)을 차지하며, 평균 23.7회(일평균 3.4회) 이용하는 것으로 나타남. 한편 주평균 SNS 이용시간은 1시간 2분(일평균 약 9분)

그림 24 • 주평균 SNS 이용빈도(%) – 만6세 이상 SNS 이용자

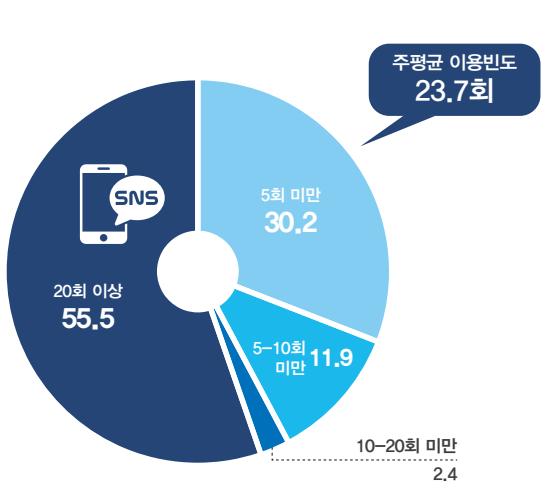
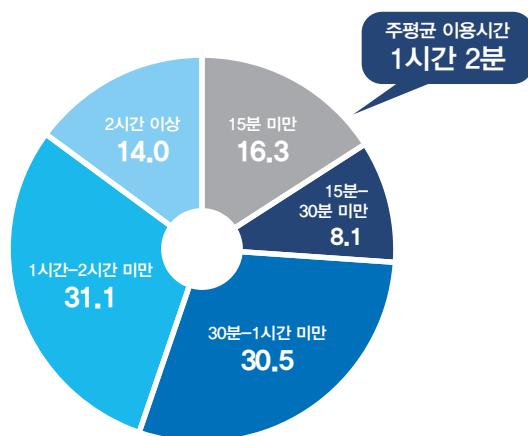


그림 25 • 주평균 SNS 이용시간(%) – 만6세 이상 SNS 이용자



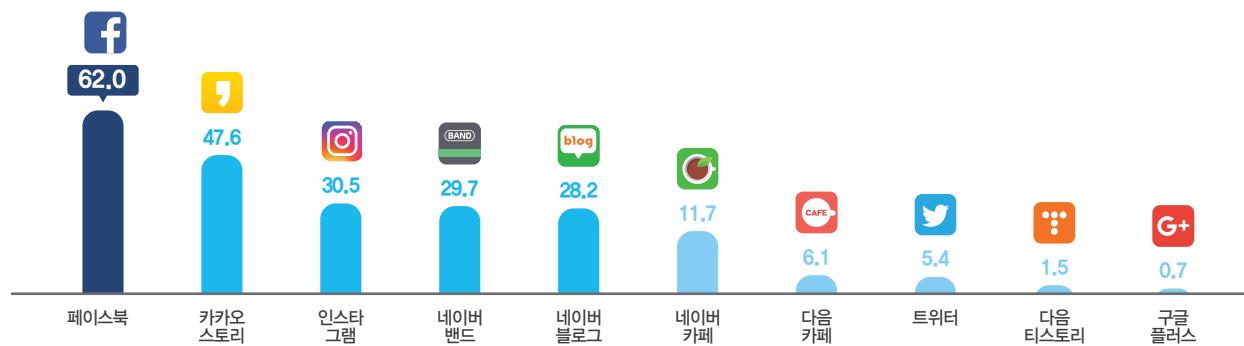
## IV. 인터넷, 관계를 열다

### 다. 주이용 SNS 서비스

주로 이용하는 SNS는 ‘페이스북’ (62.0%), ‘카카오스토리’ (47.6%)

만6세 이상 SNS 이용자 중 ‘페이스북’ 을 주로 이용하는 사람의 비율은 62.0%, ‘카카오스토리’ 의 경우 47.6%, ‘인스타그램’ 30.5%, ‘네이버밴드’ 29.7%, ‘네이버블로그’ 28.2% 등의 순으로 나타남

그림 26 • 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) – 만6세 이상 SNS 이용자



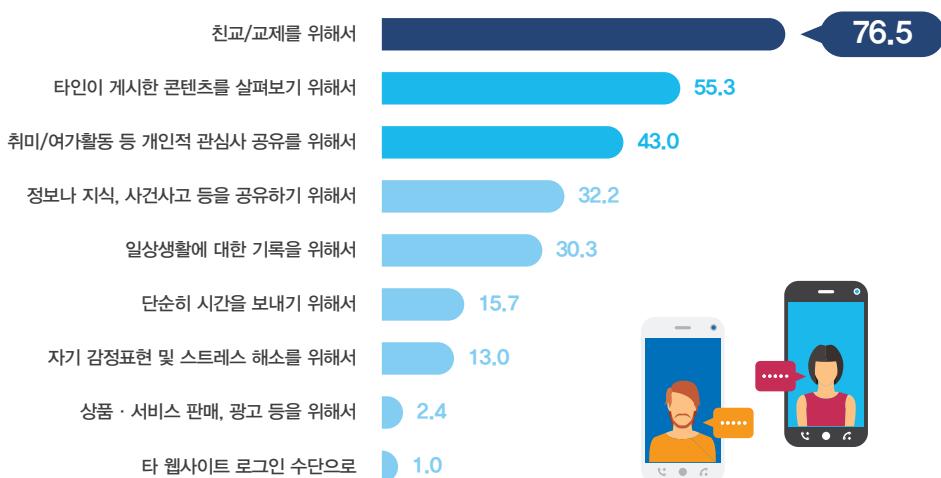
## IV. 인터넷, 관계를 열다

### 라. SNS 이용이유

#### SNS를 이용하는 가장 큰 이유는 ‘친교/교제를 위해서’ (76.5%)

만6세 이상 SNS 이용자 중 ‘친교/교제를 위해서’ SNS를 이용하는 사람의 비율은 76.5%, ‘타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서’는 55.3%, ‘취미/여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서’의 경우 43.0% 차지

그림 27 • SNS 이용이유(3개 항목 응답, %) – 만6세 이상 SNS 이용자

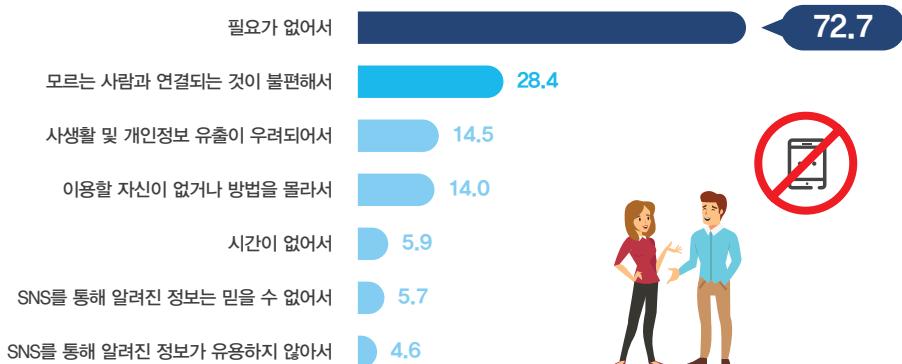


### 마. SNS 비이용이유

#### SNS를 이용하지 않는 가장 큰 이유는 ‘필요가 없어서’ (72.7%)

만6세 이상 SNS 비이용자 중 ‘필요가 없어서’ SNS를 이용하지 않는 사람의 비율은 72.7%, ‘모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서’의 경우 28.4% 차지

그림 28 • SNS 비이용이유(복수응답, %) – 만6세 이상 SNS 비이용자



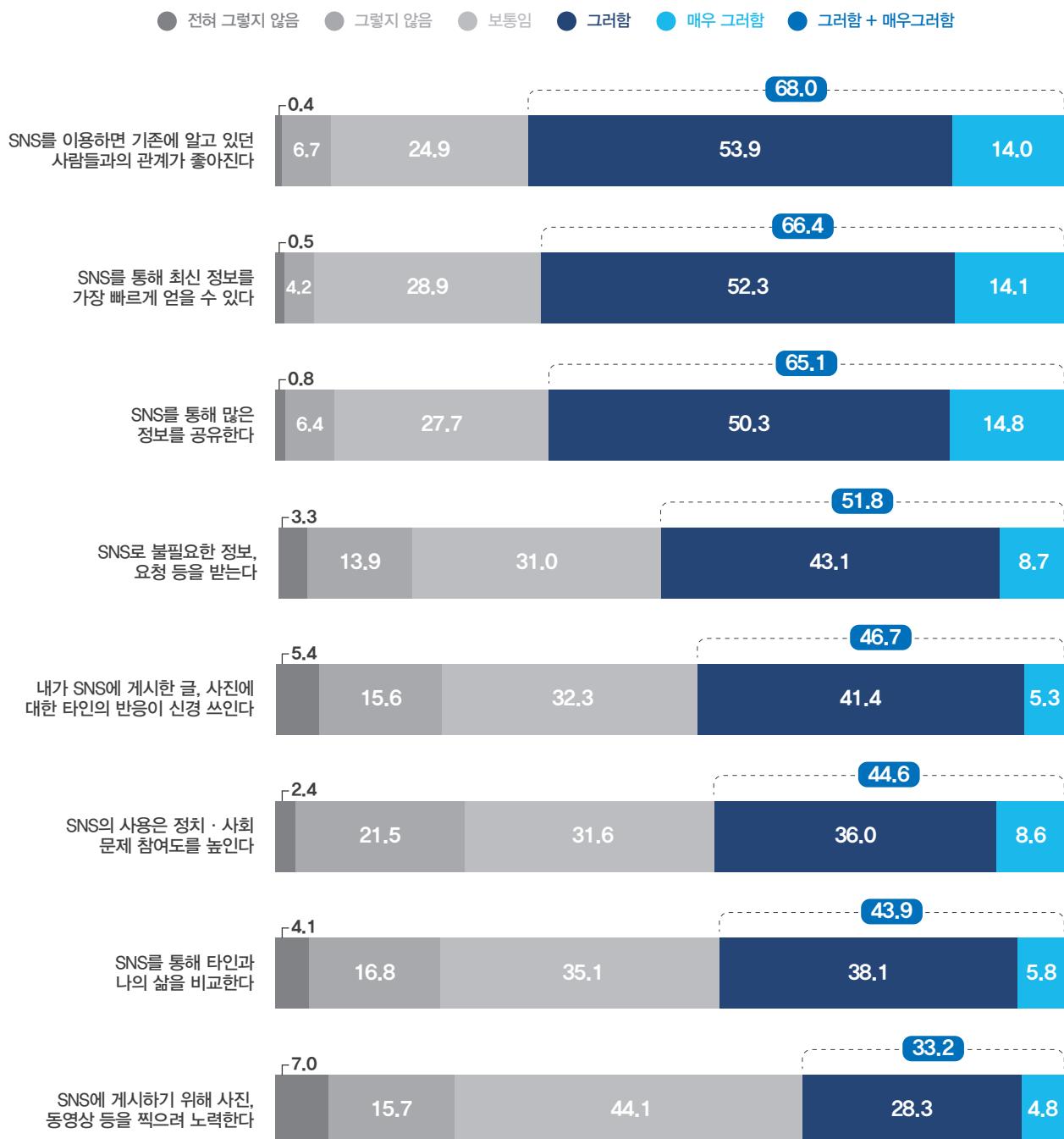
## IV. 인터넷, 관계를 열다

### 바. SNS 이용인식

#### ‘SNS를 이용하면 기존에 알고 있던 사람들과 관계가 좋아진다’ (68.0%)

만12세 이상 SNS 이용자 중 68.0%는 ‘SNS를 이용하면서 기존에 알고 있던 사람들과의 관계가 좋아진다’라고 생각하며, 66.4%는 ‘SNS를 통해 최신 정보를 가장 빠르게 얻을 수 있다’, 33.2%는 ‘SNS에 게시하기 위해 사진, 동영상 등을 찍으려 노력한다’고 생각

그림 29 • SNS 이용인식(%) – 만12세 이상 SNS 이용자



## IV. 인터넷, 관계를 열다

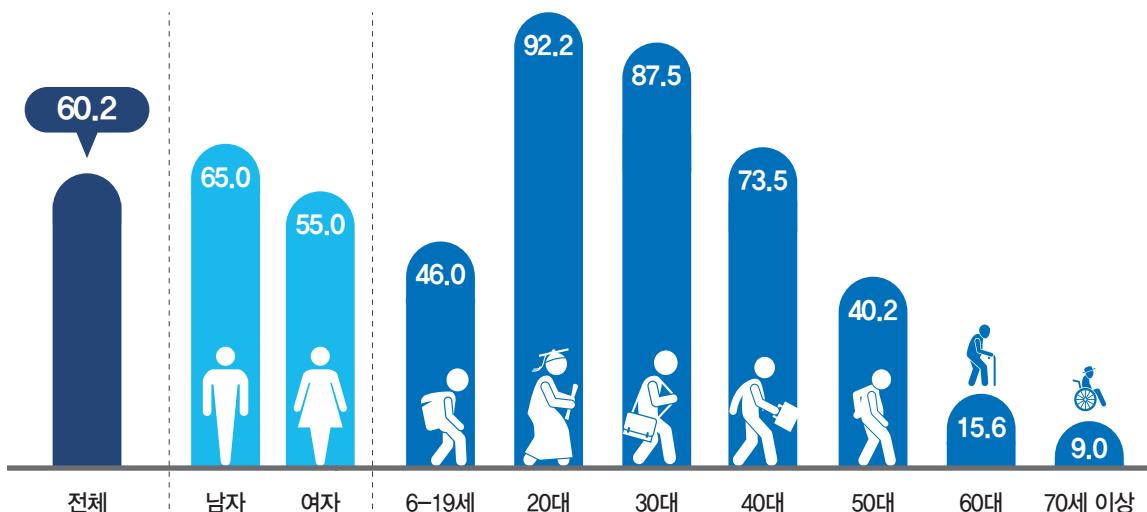
### 3. 이메일(E-mail)

#### 가. 이메일 이용률

##### 만6세 이상 인터넷이용자 10명 중 6명(60.2%)이 이메일 이용

만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 이메일 서비스를 이용한 사람의 비율은 60.2%이며, 20대(92.2%) · 30대(87.5%) 대비 60대(15.6%) · 70세 이상(9.0%)의 이용률은 낮은 편

그림 30 • 이메일 이용률(%) – 만6세 이상 인터넷이용자



# V. 인터넷, 생활을 열다

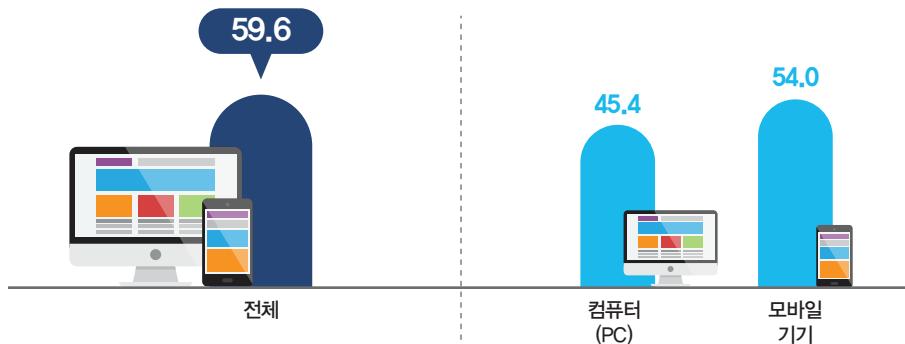
## 1. 인터넷쇼핑

### 가. 인터넷쇼핑 이용률

#### 만12세 이상 인터넷이용자의 과반(59.6%)이 인터넷쇼핑 이용

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 인터넷쇼핑을 이용한 사람의 비율은 59.6%이며, 모바일기기를 통한 이용률(54.0%)이 컴퓨터(PC)를 통한 이용률(45.4%) 보다 높음

그림 31 • 인터넷쇼핑 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자



### 나. 인터넷쇼핑 빈도 및 구매금액

#### 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자의 월평균 이용빈도는 2.7회, 이용금액은 90,718원

만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 중 ‘한 달에 1회 이상’ 인터넷쇼핑을 하는 사람의 비율은 90.8%이며, 월평균 이용빈도는 2.7회, 월평균 구매금액은 90,718원

그림 32 • 월평균 인터넷쇼핑 빈도 및 구매금액(%) – 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자



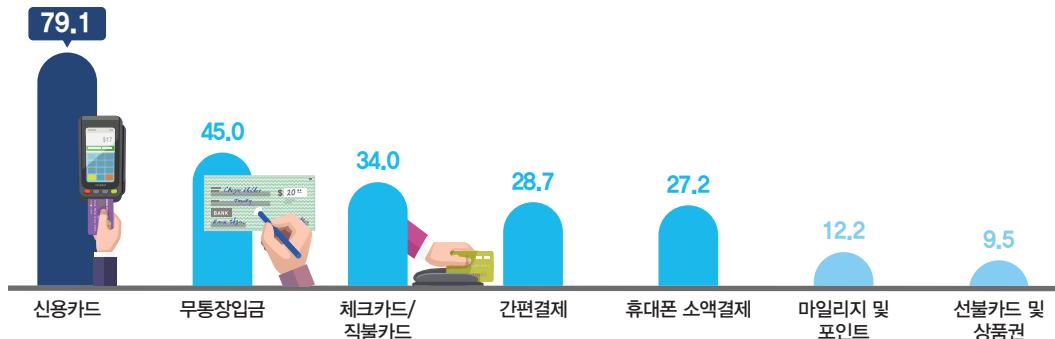
# V. 인터넷, 생활을 열다

## 다. 인터넷쇼핑 결제수단

### 인터넷쇼핑의 주요 결제수단은 ‘신용카드’ (79.1%)

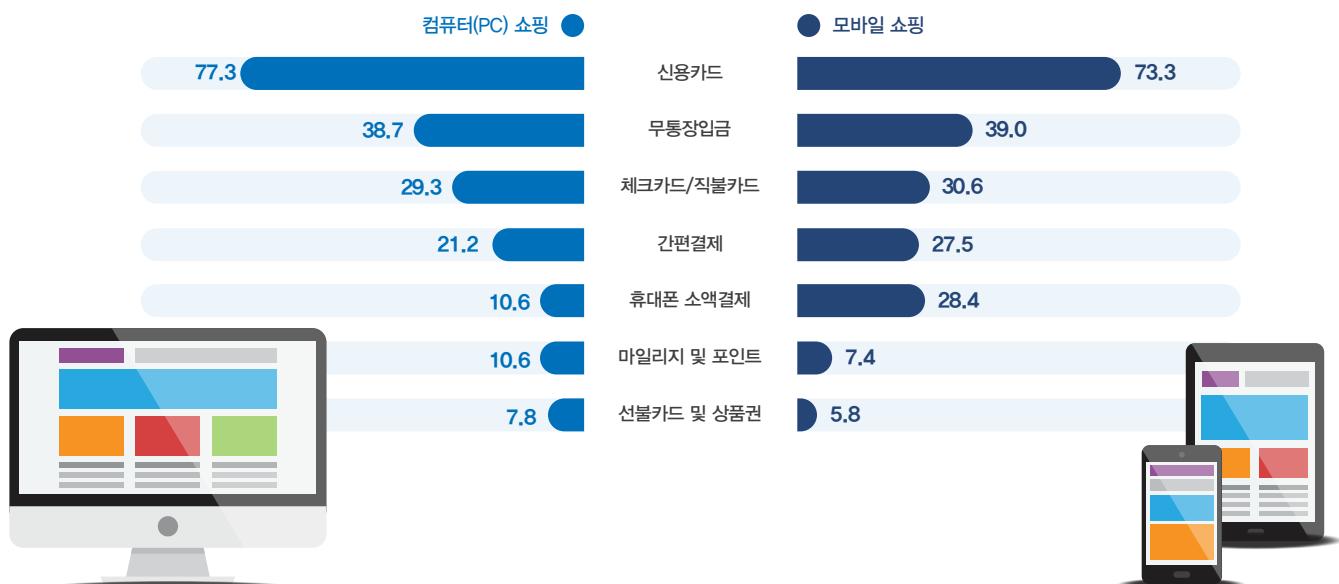
만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 중 ‘신용카드’로 결제한 사람의 비율은 79.1%, ‘무통장입금’의 경우 45.0%, ‘체크카드/직불카드’ 34.0%, ‘간편결제’ 28.7%, ‘휴대폰 소액결제’ 27.2% 등의 순으로 나타남

그림 33 • 인터넷쇼핑 결제수단(복수응답, %) – 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자



이용기기별로 살펴보면, 모바일기를 통한 인터넷쇼핑 이용자의 간편결제(27.5%) 및 휴대폰 소액결제(28.4%) 이용률이 컴퓨터(PC)를 통한 인터넷쇼핑 이용자 보다 높음

그림 34 • 인터넷쇼핑 결제수단(복수응답, %) – 만12세 이상 컴퓨터(PC) 쇼핑 이용자 / 모바일 쇼핑 이용자



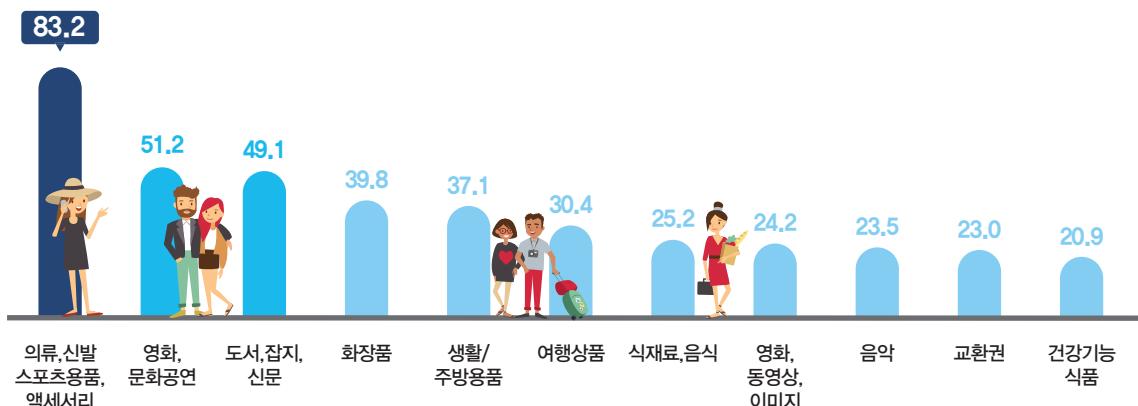
# V. 인터넷, 생활을 열다

## 라. 인터넷쇼핑 품목

### 인터넷쇼핑의 주요 품목은 ‘의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리’ (83.2%)

만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자의 구매 품목은 ‘의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리’ (83.2%), ‘영화, 문화공연’ (51.2%), ‘도서, 잡지, 신문’ (49.1%), ‘화장품’ (39.8%), ‘생활/주방용품’ (37.1%) 등

그림 35 • 인터넷쇼핑 품목(복수응답, %) – 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자



\* 그 외 휴대폰 통화연결음, 이모티콘, 배경화면 등(15.3%), 컴퓨터 및 컴퓨터주변기기(14.5%), 가전, 전자제품(11.8%), 유료앱(11.7%), 가구, 인테리어용품(11.3%), 유·아동용품(9.9%), 컴퓨터게임 또는 비디오게임 소프트웨어(6.2%), 금융상품(5.8%), 웹툰(4.6%), 게임아이템(4.5%), 컴퓨터 소프트웨어(게임제외)(4.3%), 교육(3.9%), 성인용 콘텐츠(0.6%) 순

# V. 인터넷, 생활을 열다

## 2. 인터넷뱅킹

### 가. 인터넷뱅킹 이용률

#### 만12세 이상 인터넷이용자 10명 중 6명(63.1%)이 인터넷뱅킹 이용

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 사람의 비율은 63.1%이며, 모바일기기를 통한 이용률(57.1%)이 컴퓨터(PC)를 통한 이용률(39.7%) 보다 높음. 응답자 특성별로 살펴보면, 남자(64.2%)가 여자(61.9%) 대비 높고, 30대(91.4%) · 20대(86.6%) · 40대(79.7%)가 60대(19.9%) · 70세 이상(6.4%) 대비 높음

그림 36 • 인터넷뱅킹 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자

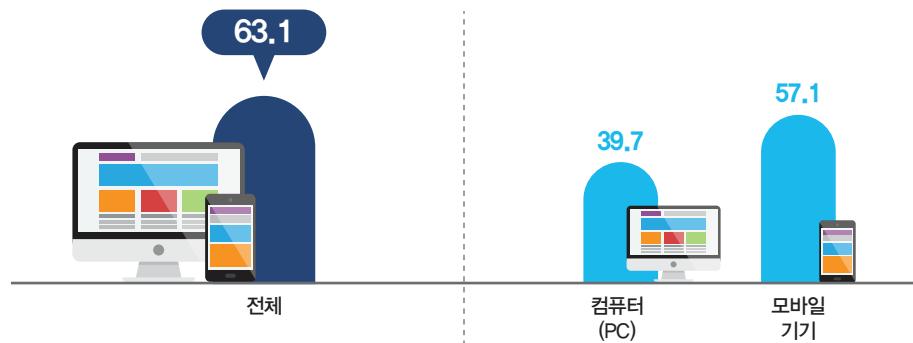
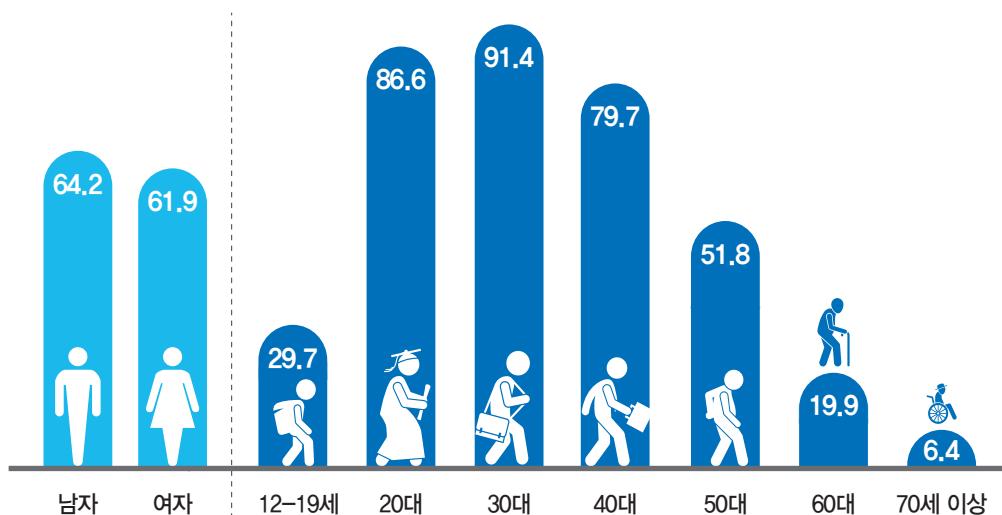


그림 37 • 성 · 연령별 인터넷뱅킹 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자



# V. 인터넷, 생활을 열다

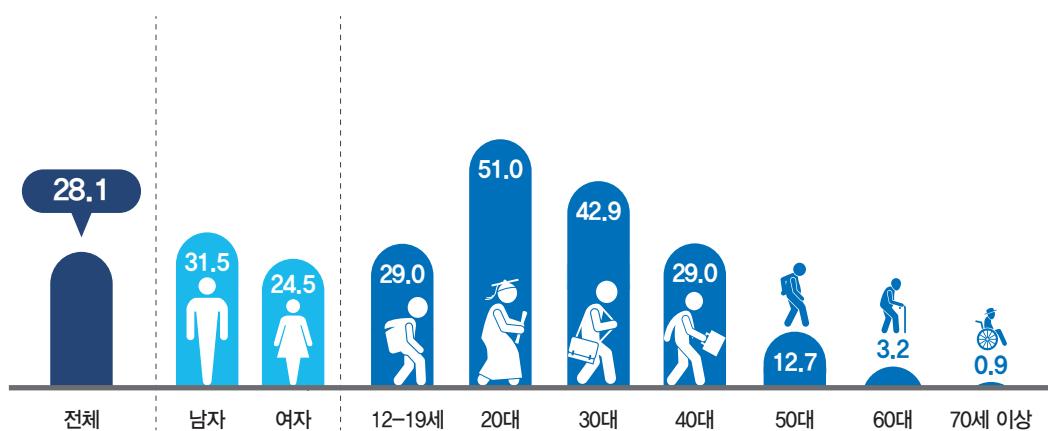
## 3. 클라우드 서비스

### 가. 클라우드 서비스 이용률

#### 만12세 이상 인터넷이용자의 클라우드 서비스 이용률은 28.1%

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 사람의 비율은 28.1%이며, 남자(31.5%)가 여자(24.5%) 대비 높고, 20대(51.0%) · 30대(42.9%)가 60대(3.2%) · 70세 이상(0.9%) 대비 높음

그림 38 • 클라우드 서비스 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자

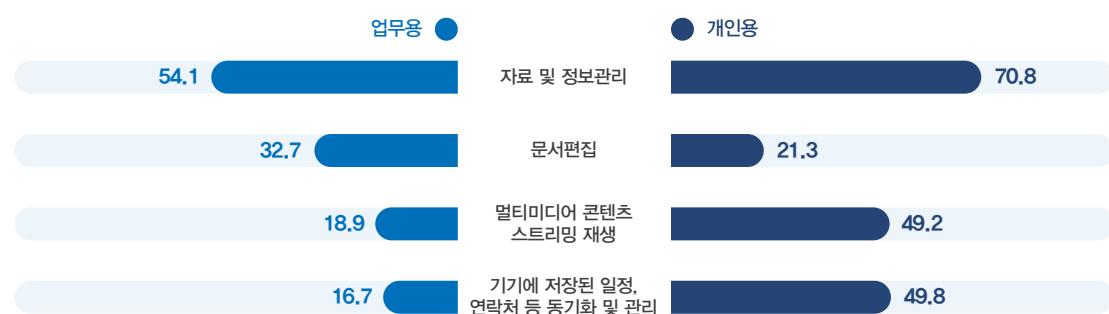


### 나. 클라우드 서비스 이용목적

#### 클라우드 서비스 이용목적은 ‘자료 및 정보관리’ (업무용 54.1%, 개인용 70.8%)

만12세 이상 클라우드 서비스 이용자는 ‘자료 및 정보관리’ (업무용 54.1%, 개인용 70.8%)를 위해 클라우드 서비스를 이용. 용도별로 살펴보면, 업무용도의 경우 ‘문서편집’ (32.7%), 개인용도의 경우 ‘기기에 저장된 일정, 연락처 등 동기화 및 관리’ (49.8%)를 위해 클라우드 서비스 이용

그림 39 • 클라우드 서비스 이용목적(복수응답, %) – 만12세 이상 클라우드 서비스 이용자



# 심층분석

# 인터넷, 새로운 세상을 열다



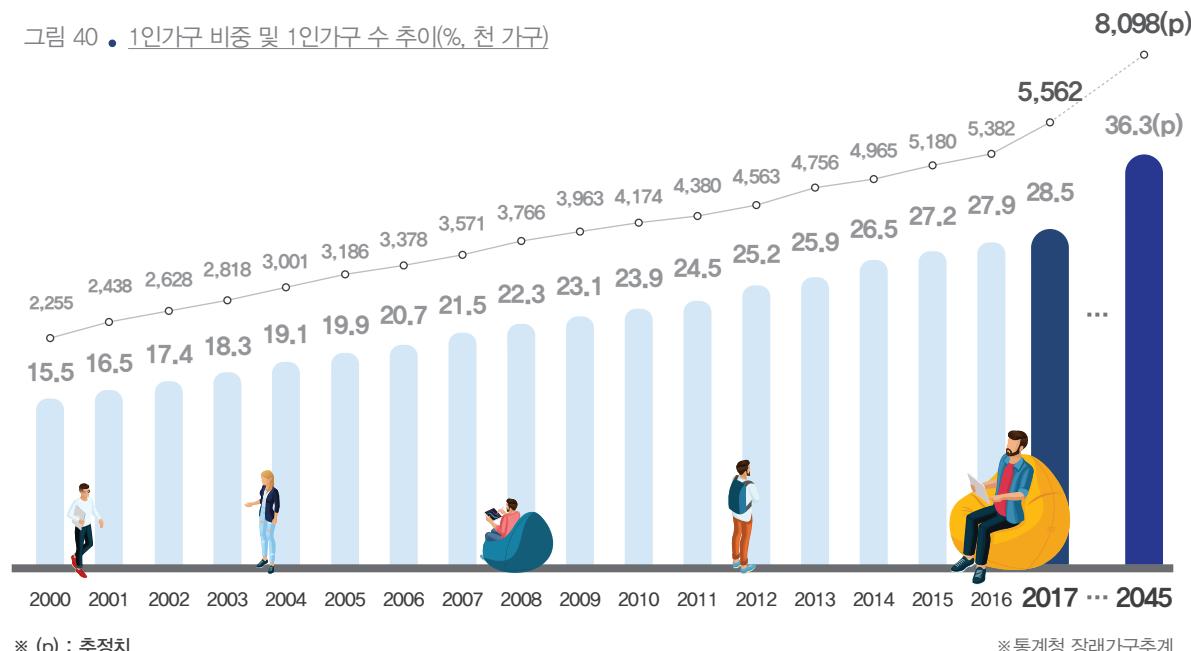
# I. 인터넷, 나 혼자 즐긴다

## 가. 1인가구 현황

### 2017년 1인가구 비중 28.5%, 2045년까지 지속 증가할 전망

통계청 「장래가구추계」에 따르면, 2017년 우리나라 전체 가구 중 1인가구의 비중은 28.5%(5,562천 가구)로, 2인(26.9%), 3인(21.4%), 4인(17.5%), 5인 이상(5.7%) 가구 대비 높음. 또한, 2045년 1인가구의 비중은 36.3% (2017년 대비 7.8%p ↑)로 예상되어 매년 지속 증가할 전망

그림 40 • 1인가구 비중 및 1인가구 수 추이(% 천 가구)



※ (p) : 추정치

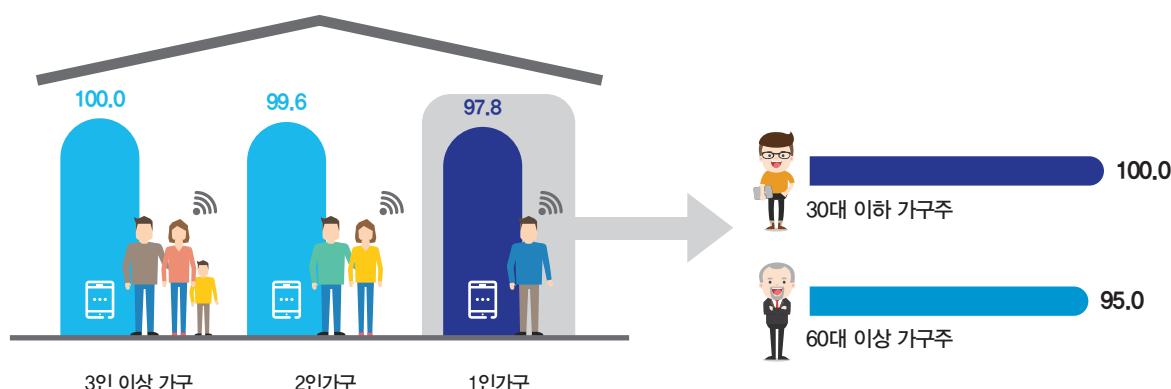
※ 통계청 장래가구추계

## 나. 1인가구 인터넷 접속률

### 1인가구(97.8%), 2인가구(99.6%), 3인 이상 가구(100.0%)의 인터넷 접속률은 비슷한 수준

2017년 7월 기준 1인가구의 인터넷 접속률은 97.8%이며, 2인가구(99.6%) 및 3인 이상 가구(100.0%)와 비슷한 수준. 한편, 1인가구 중 가구주 연령대가 30대 이하인 가구의 인터넷 접속률(100.0%)이 60대 이상(95.0%) 대비 5.0%p 높음

그림 41 • 가구원수별 및 1인가구 가구주 연령대별 가구 인터넷 접속률(%)



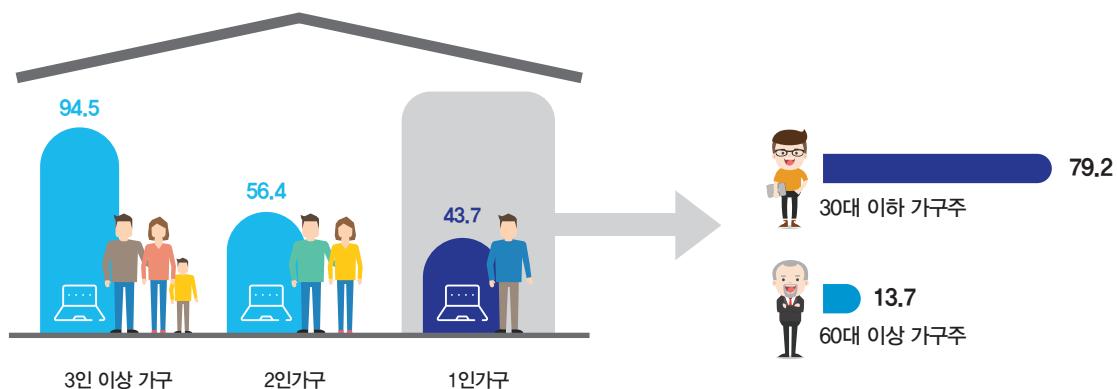
# I. 인터넷, 나 혼자 즐긴다

## 다. 1인가구 컴퓨터 보유율

### 1인가구의 컴퓨터 보유율은 3인 이상 가구의 절반 수준

1인가구 중 가구 내 컴퓨터(데스크탑, 노트북, 스마트패드 포함)를 보유한 가구의 비율은 43.7%로, 3인 이상 가구(94.5%)의 절반 수준. 한편, 1인가구 중 가구주 연령대가 30대 이하인 가구의 컴퓨터 보유율(79.2%)이 60대 이상(13.7%) 대비 5배 이상 높음

그림 42 • 가구원수별 및 1인가구 가구주 연령대별 컴퓨터 보유율(%)

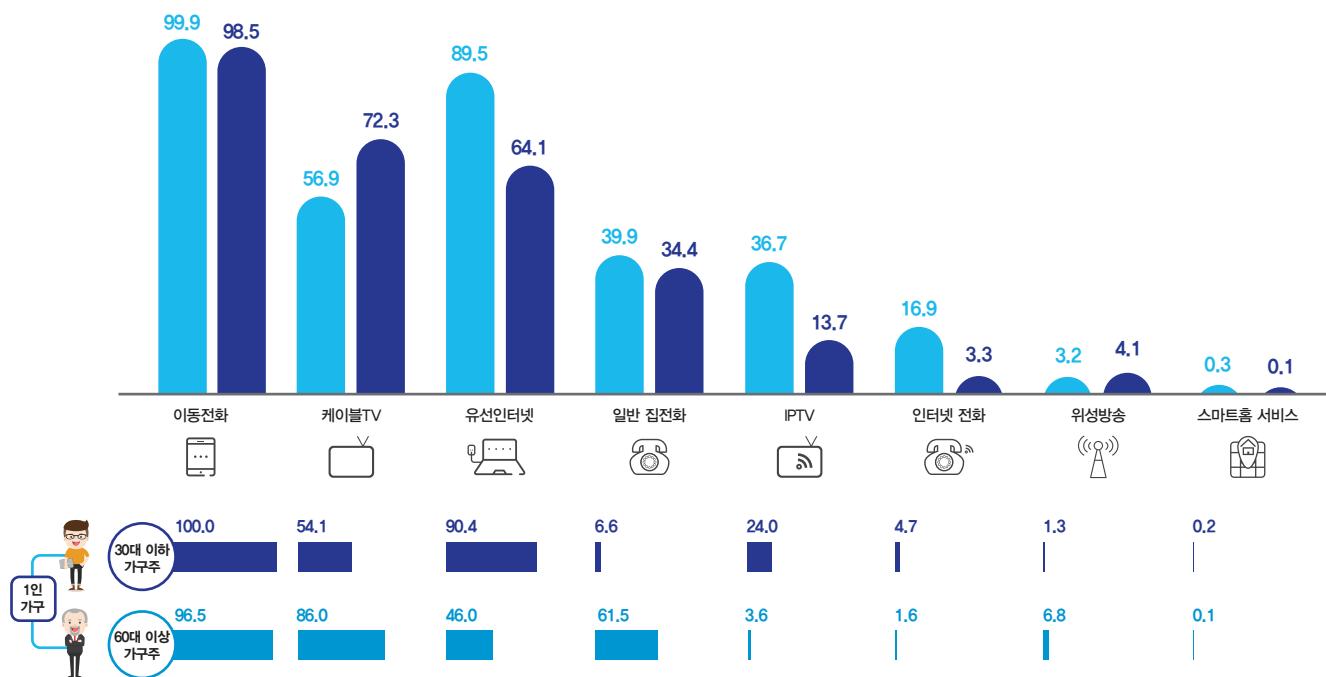


## 라. 1인가구 정보통신서비스 이용현황

### 1인가구는 다인가구 대비 케이블TV를 더 보고(15.4%p ↑), 유선 인터넷은 덜 써(25.4%p ↓)

가구 정보통신서비스 중 케이블TV의 경우 1인가구의 이용률이 다인가구(가구원 수 2인 이상 가구) 대비 15.4%p 높으며, 유선 인터넷의 경우 25.4%p 낮음. 특히, 1인가구의 가구주 연령대별로 살펴보면, 일반 집전화의 경우 30대 이하 가구는 거의(6.6%) 쓰지 않는 반면 60대 이상 가구는 과반(61.5%)이 이용

그림 43 • 1인가구 · 다인가구 및 1인가구 가구주 연령대별 정보통신서비스 이용률(복수응답, %) ● 다인가구 ● 1인 가구



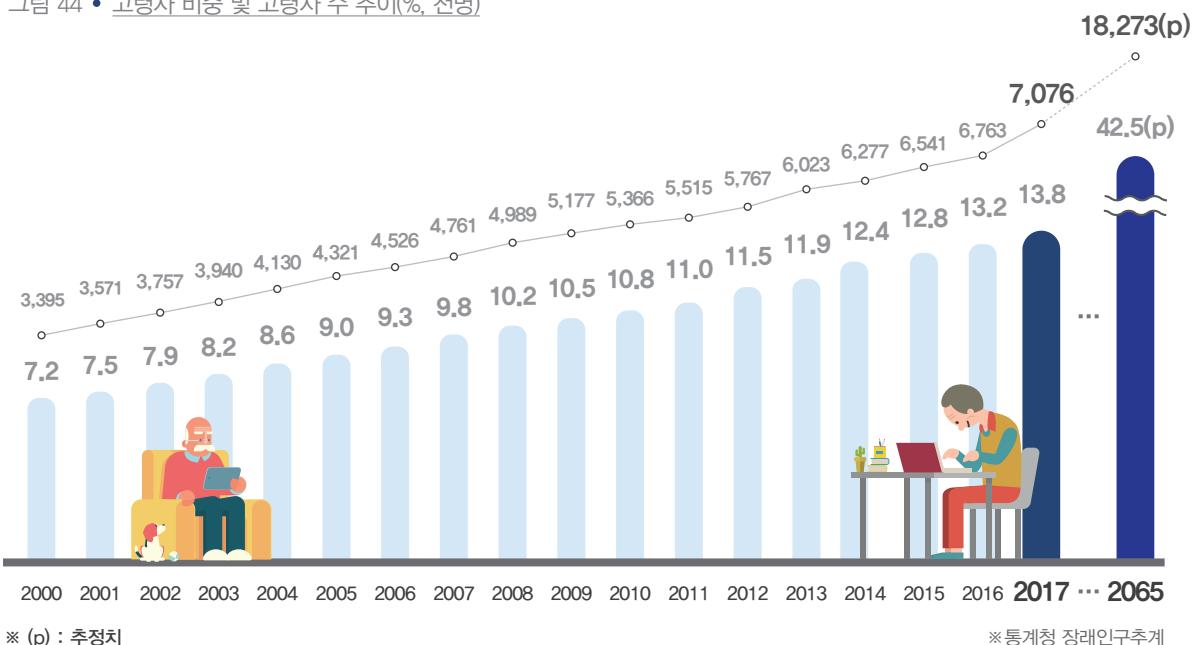
## II. 인터넷, 나이 제한은 없다

### 가. 고령자 현황

#### 2017년 고령자 비중 13.8%, 2065년까지 지속 증가할 전망

통계청 「장래인구추계」에 따르면, 2017년 우리나라 전체 인구 중 고령자(만65세 이상)의 비중은 13.8%(7,076천명)이며, 2065년 고령자 비중은 42.5%(2017년 대비 28.7%p ↑)로 예상되어 지속 증가할 전망

그림 44 • 고령자 비중 및 고령자 수 추이(%, 천명)

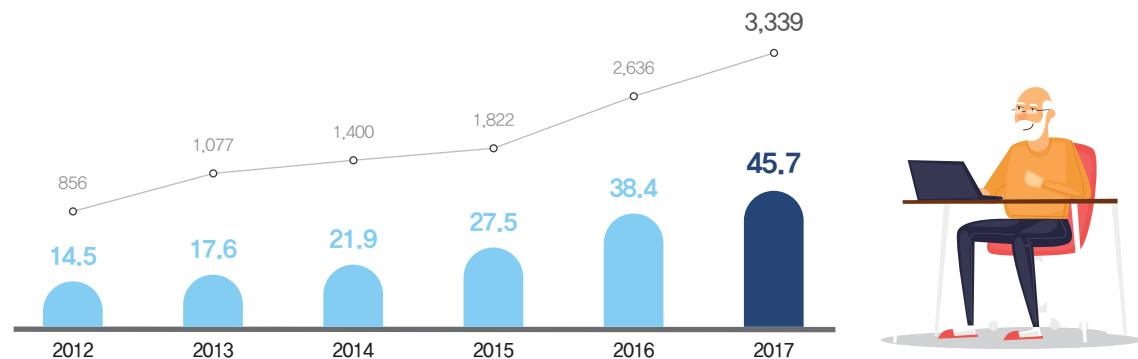


### 나. 고령자 인터넷 이용률

#### 고령자 인터넷 이용률 5년 전 대비 3배 이상 증가

2017년 7월 기준 만65세 이상 고령자 중 인터넷이용자의 비율은 45.7%(3,339천명)로 5년 전 대비 3배 이상 증가한 것으로 나타남

그림 45 • 고령자 인터넷 이용률(%), 천명) – 고령자 인구



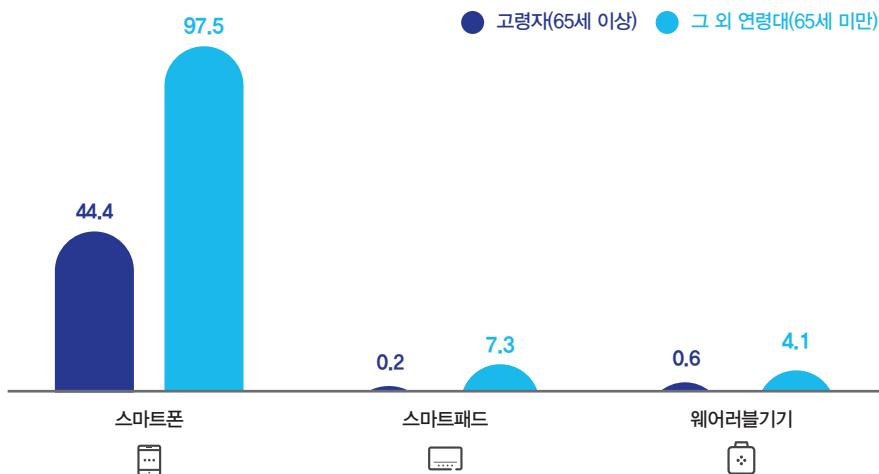
## II. 인터넷, 나이 제한은 없다

### 다. 고령자 모바일기기 보유율

#### 고령자의 10명 중 4명(44.4%)이 스마트폰 보유

만65세 이상 고령자의 스마트폰 보유율은 44.4%로, 그 외 연령대(97.5%)의 절반 수준으로 나타남. 고령자의 스마트 패드(0.2%), 웨어러블기기(0.6%) 보유율 역시 타연령대 대비 낮음

그림 46 • 고령자 · 비고령자 모바일기기 보유율(복수응답, %) – 고령자 · 비고령자 인구

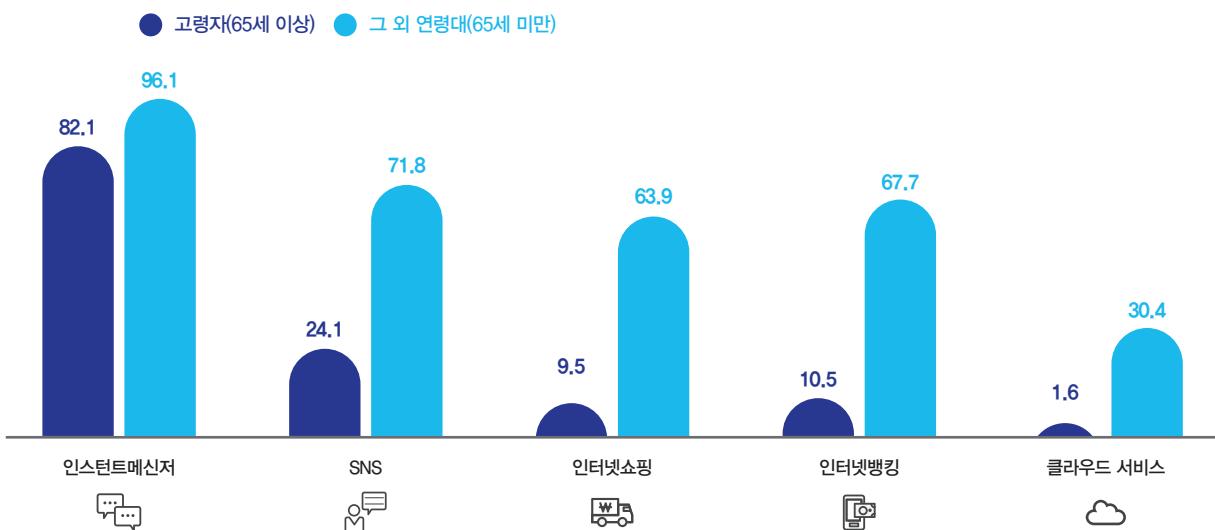


### 라. 고령자 인터넷 서비스 이용행태

#### 고령자의 인스턴트메신저 이용률 82.1%

인터넷 서비스 중 고령자와 비고령자 간의 ‘인스턴트메신저’ (고령자 82.1%, 그 외 96.1%) 이용률 격차가 14.0%p로 가장 작은 반면, 인터넷뱅킹(고령자 10.5%, 그 외 67.7%) 이용률 격차(57.2%p)가 가장 큼

그림 47 • 고령자 · 비고령자 인터넷 서비스 이용률(%) – 고령자 · 비고령자 인구



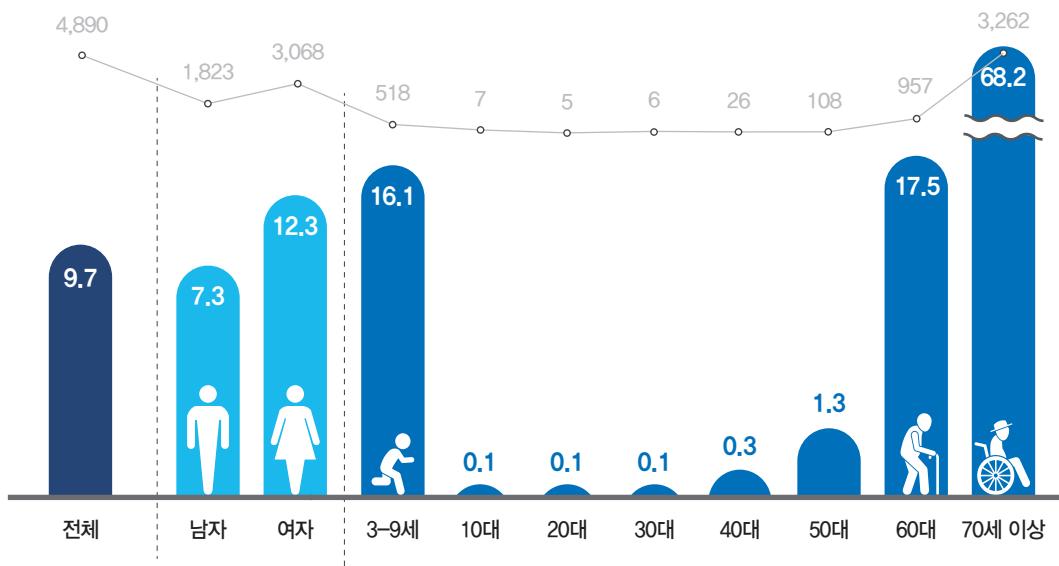
# III. 인터넷, 나는 자연인이다

## 가. 인터넷 비이용자 현황

### 만3세 이상 인구 중 인터넷 비이용자는 4,890천명으로 9.7% 차지

만3세 이상 인구(50,173천명) 중 최근 1개월 이내 인터넷을 이용하지 않은 사람의 비율은 9.7%(4,890천명)

그림 48 • 인터넷 비이용률 및 비이용자 수(% 천명) – 만3세 이상 인구



인터넷 비이용자 비중은 여자(62.7%)가 남자(37.3%) 대비 높고, 연령대별로는 60세 이상(60대 19.6%, 70세 이상 66.7%)의 비중이 80% 이상 차지. 직업별로는 주부(39.5%) · 무직/기타(37.8%)가 상대적으로 높고, 학력별로는 초등졸이하(초등학생 포함)의 비중이 64.4%로 가장 높음

그림 49 • 인터넷 비이용자 구성비(%) – 만3세 이상 인터넷 비이용자



### III. 인터넷, 나는 자연인이다

#### 나. 비이용자 특성별 구분

##### 인터넷 비이용자는 이용중단자(23.1%)와 미경험자(76.9%)로 구성

인터넷 비이용자(4,890천명) 중 인터넷을 이용한 경험이 있으나 최근 1개월 내 이용하지 않은 ‘이용중단자’ 가 23.1% (1,130천명), 출생 후 한 번도 인터넷 이용경험이 없는 ‘미경험자’ 는 76.9%(3,761천명)를 차지.

그림 50 • 인터넷 비이용자 특성별 구성비 : 성, 연령별(%) — 만3세 이상 인터넷 비이용자

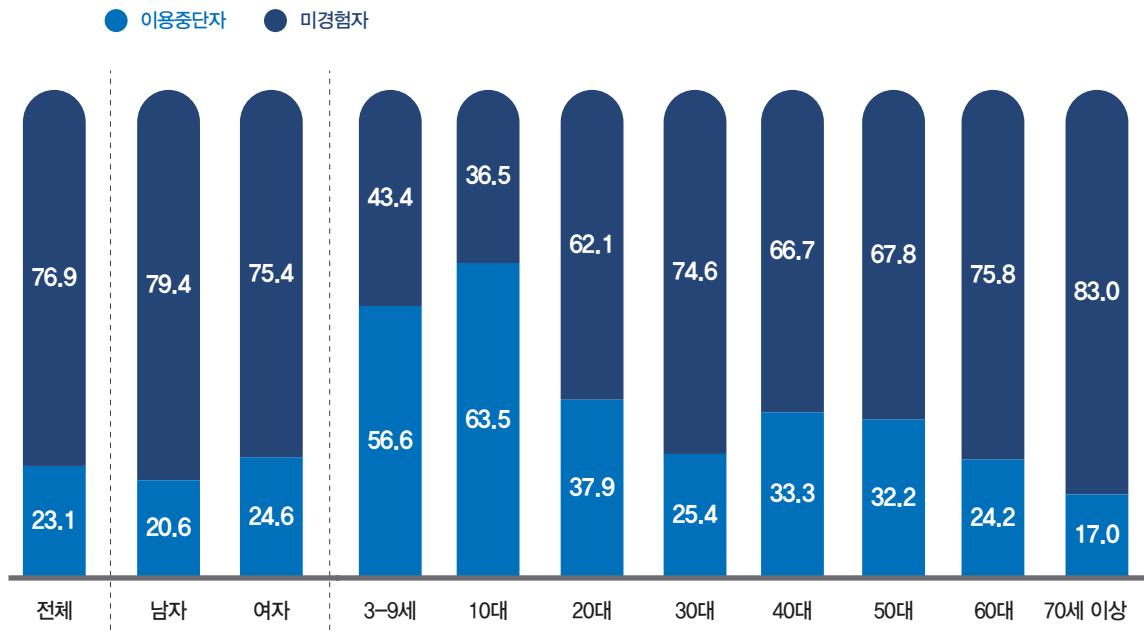
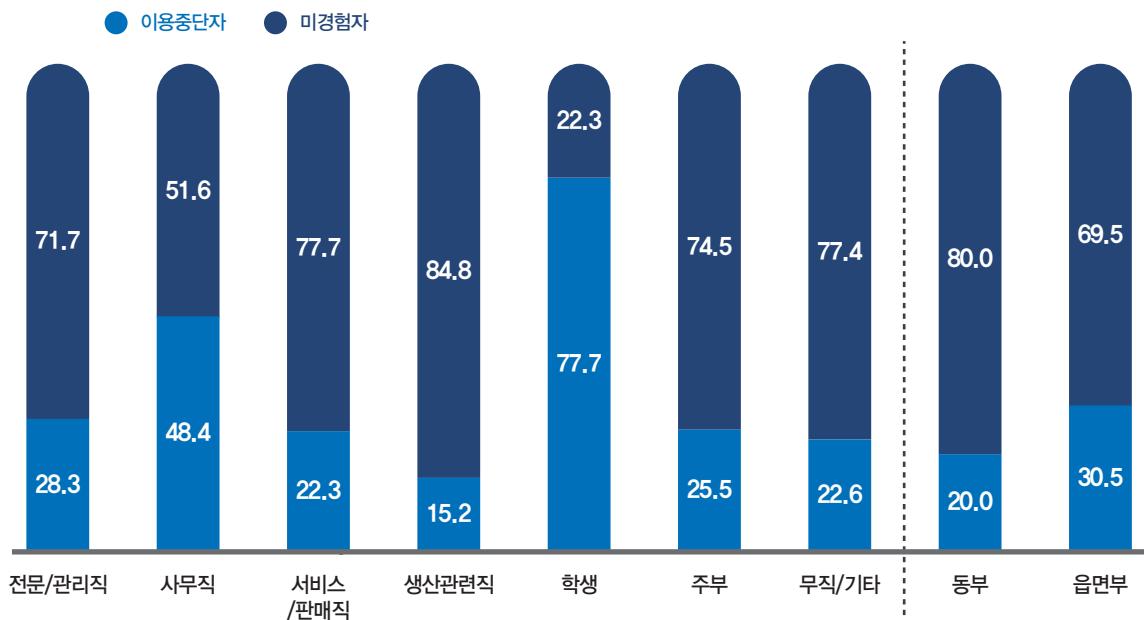


그림 51 • 인터넷 비이용자 특성별 구성비 : 직업, 지역규모별(%) — 만3세 이상 인터넷 비이용자



- 인터넷 이용중단자 : 인터넷을 이용한 경험이 있으나 최근 1개월 내 이용하지 않은 자
- 인터넷 미경험자 : 출생 후 한 번도 인터넷을 이용해본 적이 없는 자

# III. 인터넷, 나는 자연인이다

## 다. 인터넷 비이용 이유

### 인터넷을 이용하지 않는 주된 이유는 ‘관심 또는 필요가 없어서’

인터넷 이용중단자와 미경험자는 ‘관심 또는 필요가 없어서’ (이용중단자 69.9%, 미경험자 75.1%), ‘이용할 자신이 없거나 이용방법을 몰라서’ (이용중단자 45.4%, 미경험자 58.1%) 인터넷을 이용하지 않음

그림 52 • 인터넷 비이용이유(복수응답, %) – 만3세 이상 인터넷 비이용자



인터넷 비이용이유를 10년 전과 비교하면, 이용중단자의 경우 ‘시간이 없어서’ (2007년 42.1%, 2017년 1.7%) 인터넷을 이용하지 않는 경우는 40.4%p 감소. 미경험자의 경우 ‘이용할 자신이 없거나 이용 방법을 몰라서’ (2007년 80.4%, 2017년 58.1%)가 22.3%p 감소한 것으로 나타남

그림 53 • 인터넷 비이용이유–2007년 · 2017년 비교(복수응답, %) – 만3세 이상 인터넷 비이용자



### III. 인터넷, 나는 자연인이다

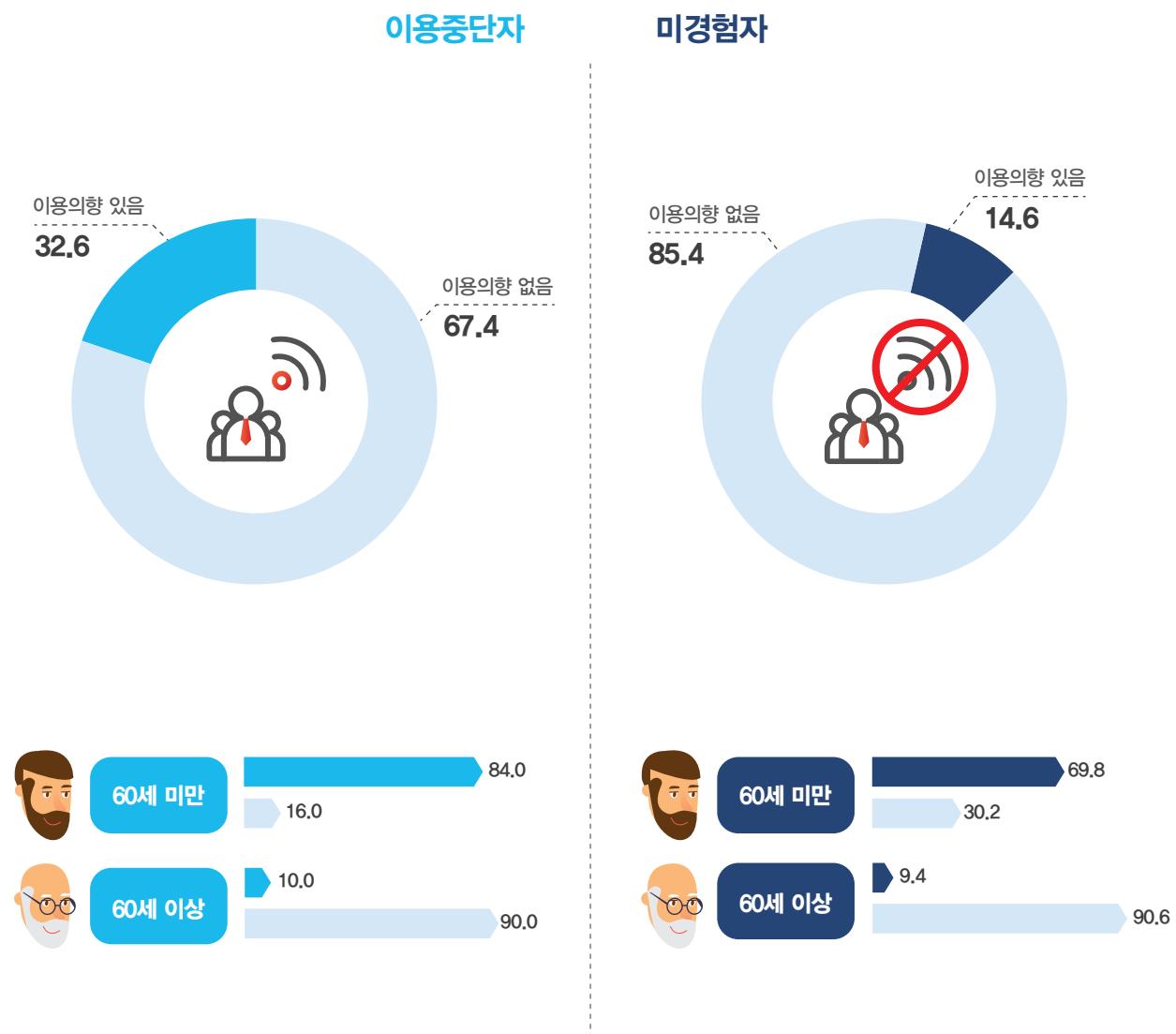
#### 라. 향후 인터넷 이용의향

##### 인터넷 미경험자 10명 중 1명(14.6%)만이 향후 이용의향 있음

만3세 이상 인구 중 인터넷 이용중단자의 향후 인터넷 이용의향은 32.6%(60세 미만 84.0%, 60세 이상 10.0%), 미경험자는 14.6%(60세 미만 69.8%, 60세 이상 9.4%)에 그침. 연령대별로 60세 미만의 이용의향률(이용중단자 84.0% 미경험자 69.8%)이 60세 이상(10.0%, 9.4%) 보다 높음

그림 54 • 인터넷 이용의향(%) – 만3세 이상 인터넷 비이용자

● 이용의향 있음 ● 이용의향 없음



- 인터넷 이용중단자 : 인터넷을 이용한 경험이 있으나 최근 1개월 내 이용하지 않은 자
- 인터넷 미경험자 : 출생 후 한 번도 인터넷을 이용해본 적이 없는 자

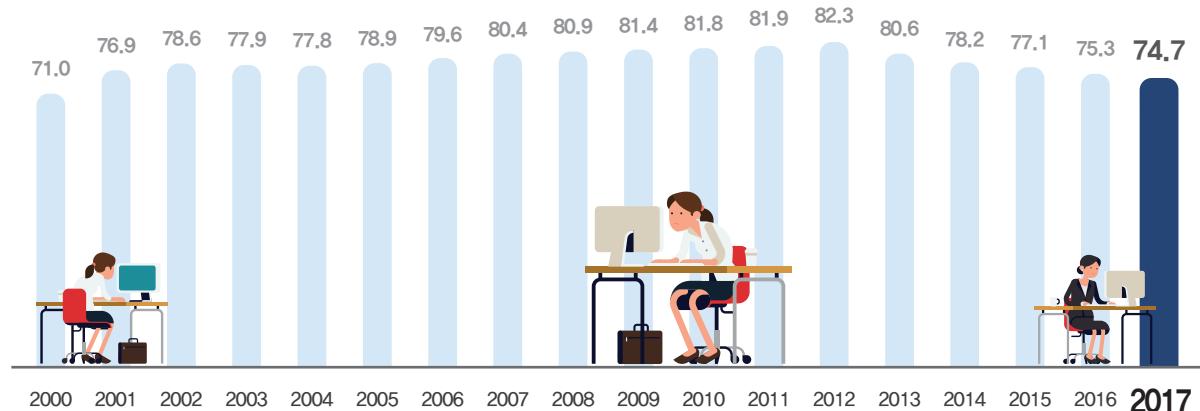
## IV. 인터넷, 컴퓨터 없이 이용한다?

### 가. 가구 컴퓨터 보유율 추이

#### 2012년을 기점으로 가구 컴퓨터 보유율 점진 하락 중

2017년 7월 기준 우리나라 전체 가구 중 가구 내 컴퓨터(데스크탑, 노트북, 스마트패드 포함)를 보유한 가구의 비율은 74.7%로, 2000년 71.0%를 시작으로 점진 상승하다가 2012년 82.3%를 기점으로 하락세

그림 55 • 컴퓨터 보유율 추이(%) – 국내 전체 가구



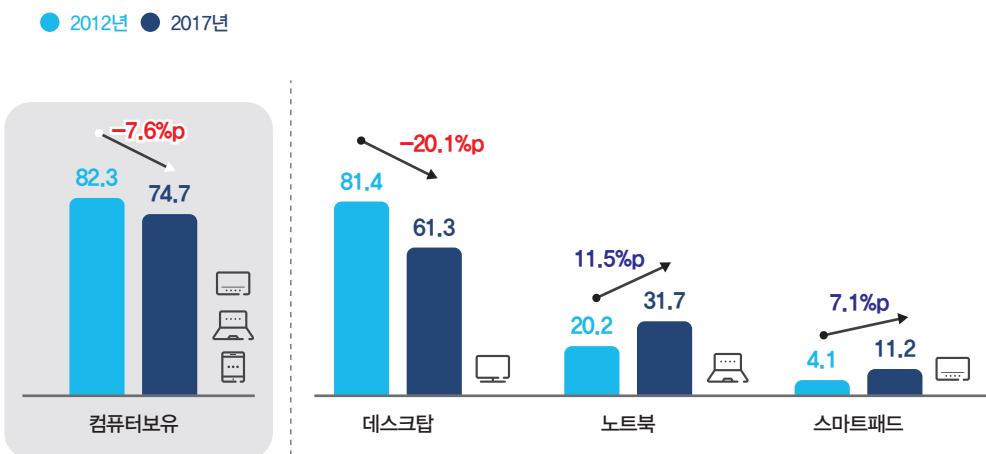
### 나. 가구 컴퓨터 보유율 하락 원인

#### 1) 컴퓨터 종류별 보유율

#### 데스크탑 보유율 하락(20.1%p)이 전체 컴퓨터 보유율 하락을 견인

컴퓨터 세부기기 중 노트북과 스마트패드 보유율은 5년 전 대비 각각 11.5%p, 7.1%p 증가한 반면, 데스크탑 보유율의 경우 20.1%p 감소하여 전체 컴퓨터 보유율 하락을 견인함

그림 56 • 컴퓨터 종류별 보유율 – 2012년 · 2017년 비교(복수응답, %) – 국내 전체 가구



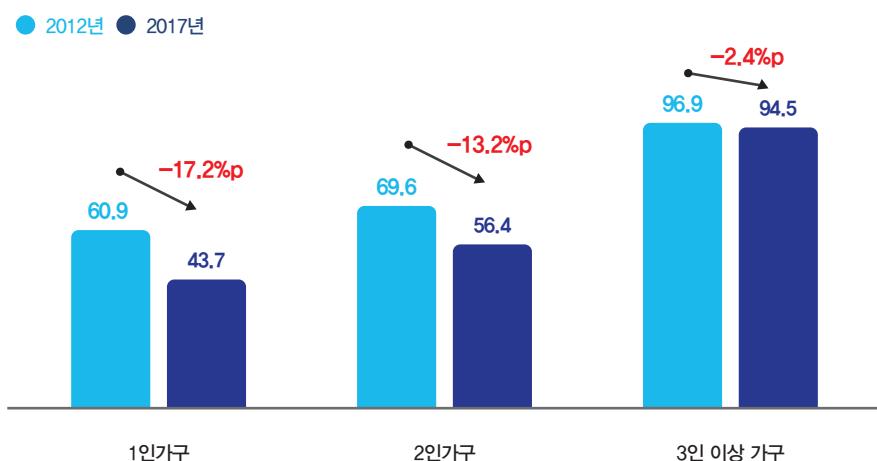
## IV. 인터넷, 컴퓨터 없이 이용한다?

### 2) 1인가구 · 다인가구 컴퓨터 보유율

#### 5년 전 대비 1인가구 컴퓨터 보유율 감소(17.2%p ↓ ), 3인 이상 가구는 보합세(2.4%p ↓ )

가구원수별 컴퓨터 보유율을 살펴보면, 2017년 1인가구의 컴퓨터 보유율은 43.7%로 3인 이상 가구(94.5%)의 절반 수준이며, 5년 전(60.9%) 대비 17.2%p 하락한 것으로 나타남. 반면, 3인 이상 가구의 컴퓨터 보유율은 2.4%p 감소함

그림 57 • 가구원수별 컴퓨터 보유율—2012년 · 2017년 비교(%) — 국내 전체 가구



# 2017 인터넷이용실태조사 요약보고서



과학기술정보통신부



KISA 한국인터넷진흥원