



2018 인터넷이용실태조사

요약보고서



이용자 유의사항

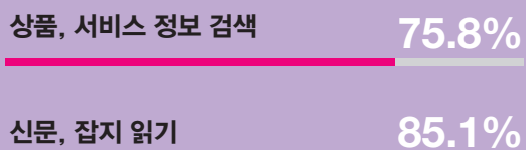
1. 본 요약보고서는 2018년 인터넷이용실태조사(국가승인 지정통계 제120005호)의 결과를 수록한 것입니다.
2. 본 요약보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시 과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원의 자료임을 밝혀야 합니다.
3. 본 요약보고서에 등장하는 수치는 소수점 두 번째 자리에서 반올림된 것으로, 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다.
4. 일부 성, 연령, 지역별 통계량의 경우 표본의 크기가 충분하지 않아 상대표준오차(RSE)가 클 수 있으므로 이용 시 주의 바랍니다.
5. 복수응답은 한 개 이상(우선순위 또는 복수 선택)을 응답한 결과치를 집계한 것입니다.
6. 보다 자세한 내용은 최종보고서('19.3월 발간)를 참고하여 주시기 바랍니다.

인터넷 이용자, 어떤 활동을 할까?

여가 활동



정보획득 활동



소비·금융 활동

인터넷쇼핑 62.0%

인터넷뱅킹 63.7%

인터넷 쇼핑 · 인터넷뱅킹(만12세 이상
인터넷이용자 대상)을 제외한 모든 활동은 만 6세 이상
인터넷이용자를 대상으로 산출



커뮤니케이션 활동

이메일 이용 62.1%

SNS 이용 65.2%

인스턴트메신저 이용 95.9%

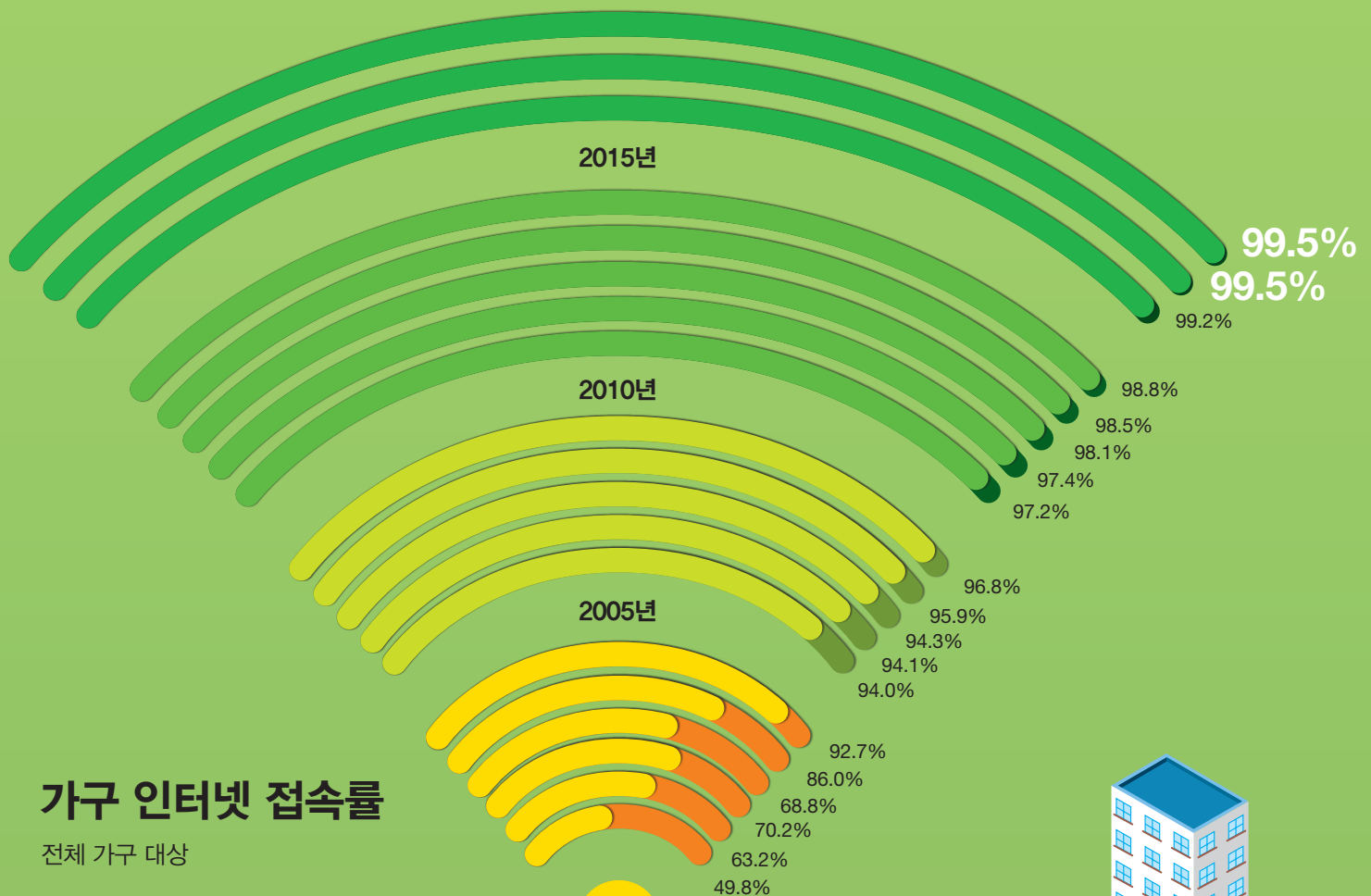


인터넷, 우리 집은 어떻게 이용할까?



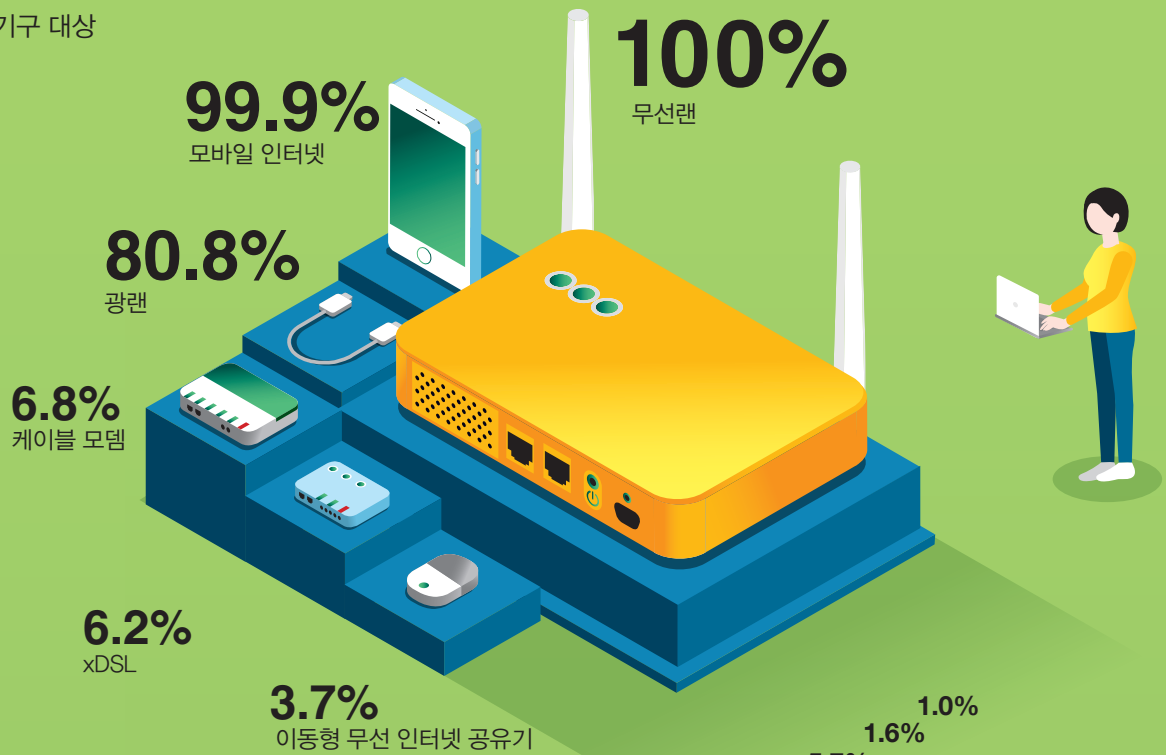
2018년

우리나라 1,975만 가구 중 1,965만 가구 인터넷 접속 가능



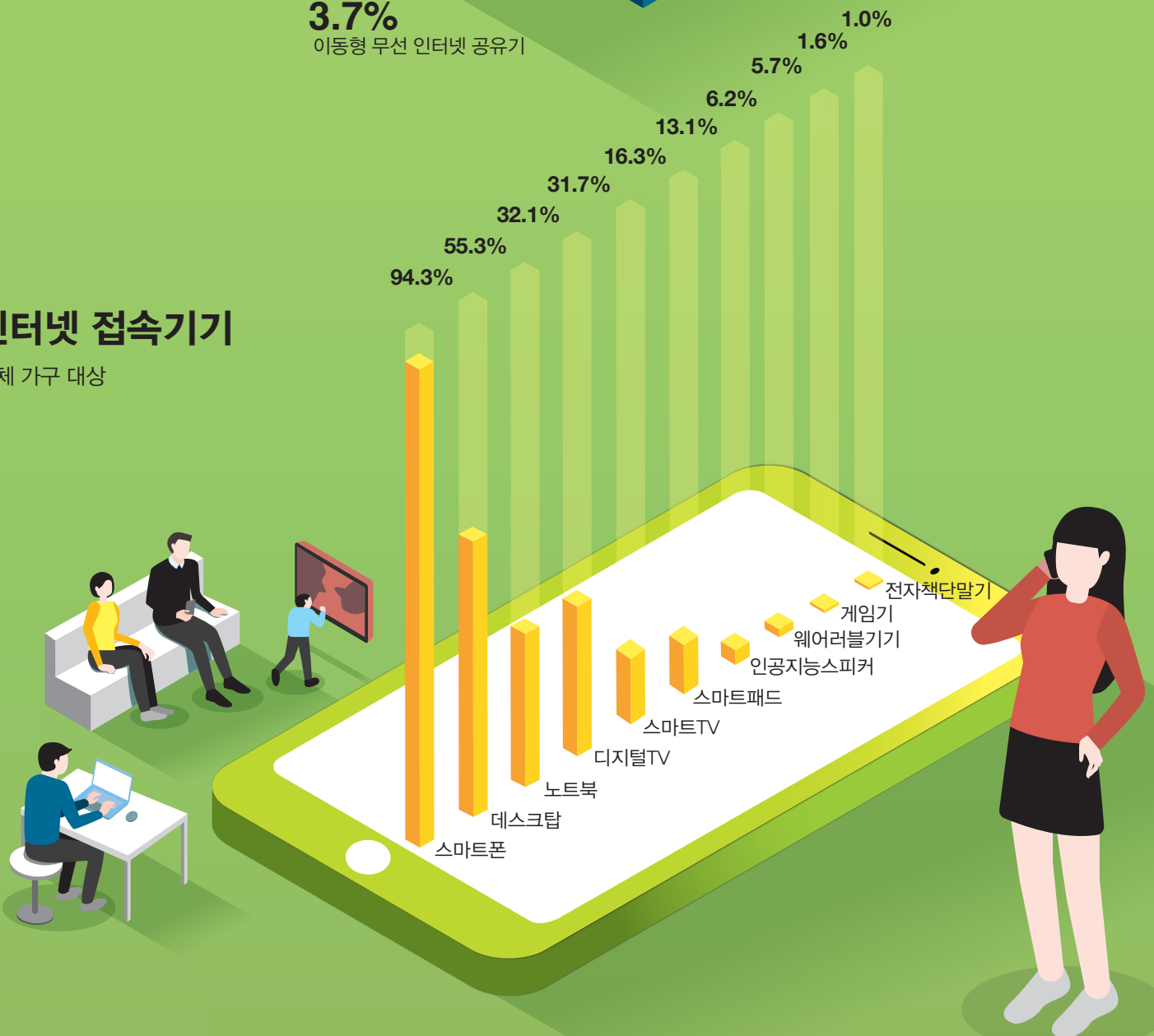
인터넷 접속방법

인터넷 접속기구 대상



인터넷 접속기기

전체 가구 대상



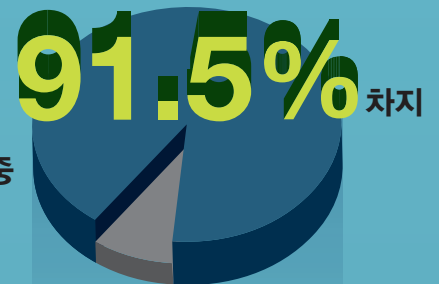
인터넷,
우리는 얼마나
이용할까?

46,124,694

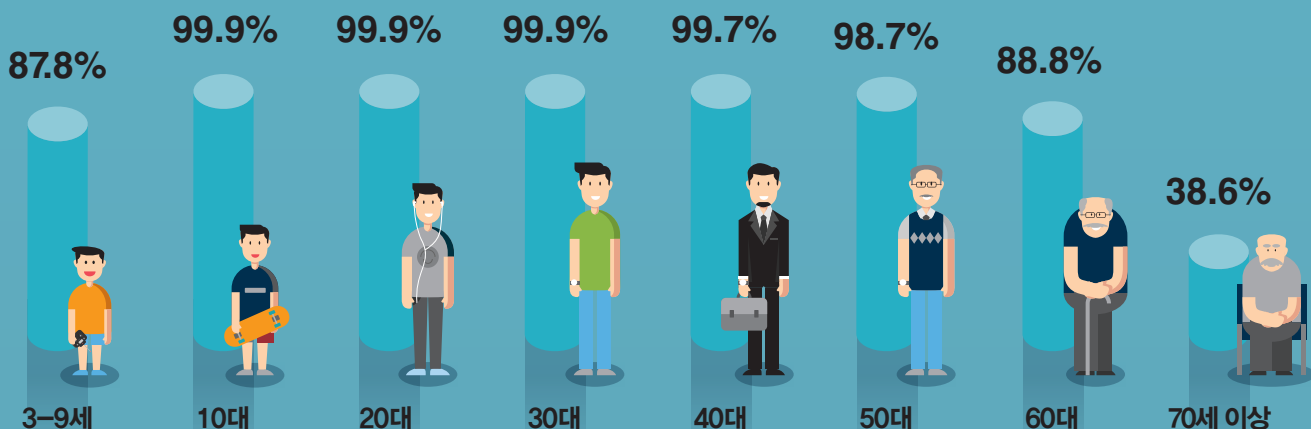
대한민국 인터넷 이용자수

인터넷 이용률

만3세 이상 국민 5,039만명 중



연령별 인터넷 이용률



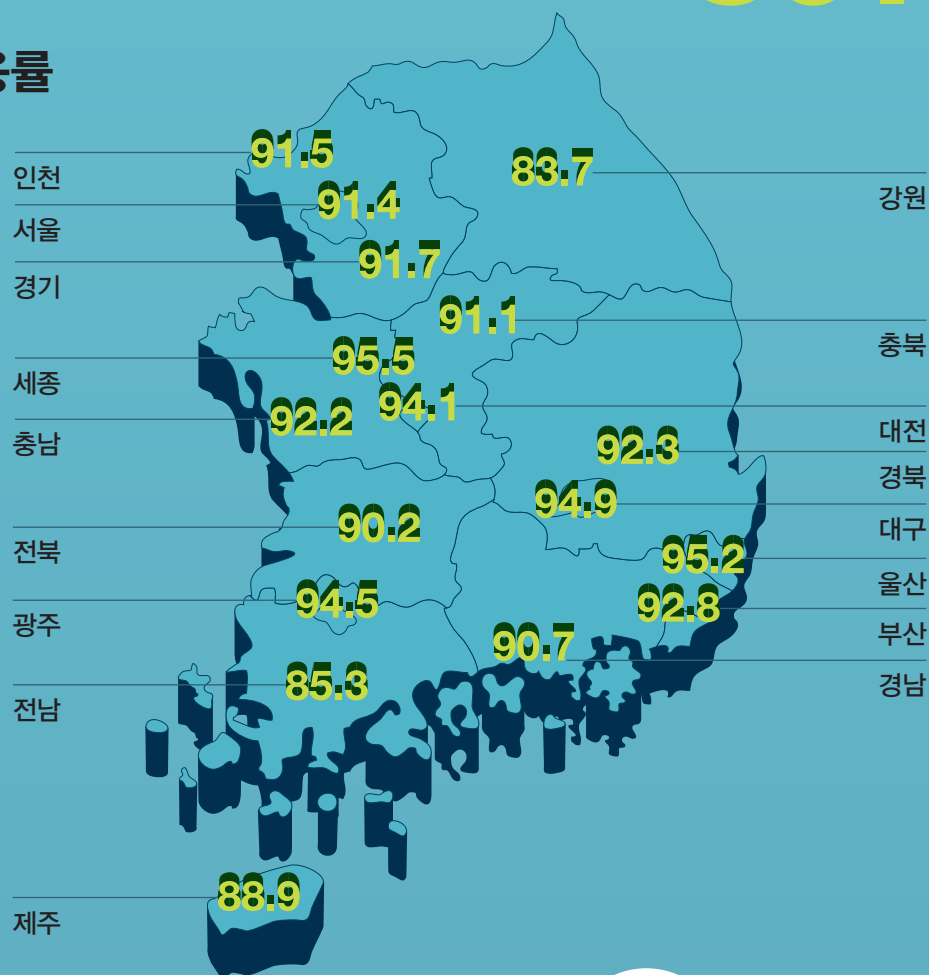
성별 인터넷 이용률

93.9%

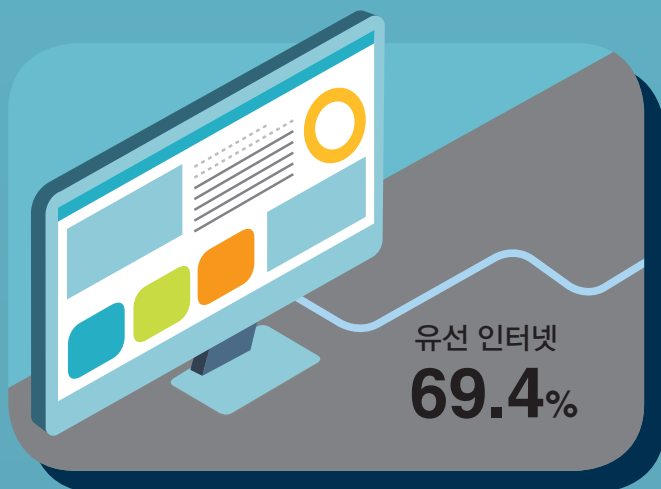
89.1%



지역별 인터넷 이용률



인터넷 접속방법



인터넷, 모바일 중심으로

2009년 아이폰이 국내에 첫 등장한 후,
가구의 스마트기기 보유율은 급속히 증가하여,
2013년을 기점으로 모바일 점유율이
데스크탑보다 높아짐

가구 정보통신기기 보유현황

전체 가구 대상

56.3%

94.9%

2018



데스크탑

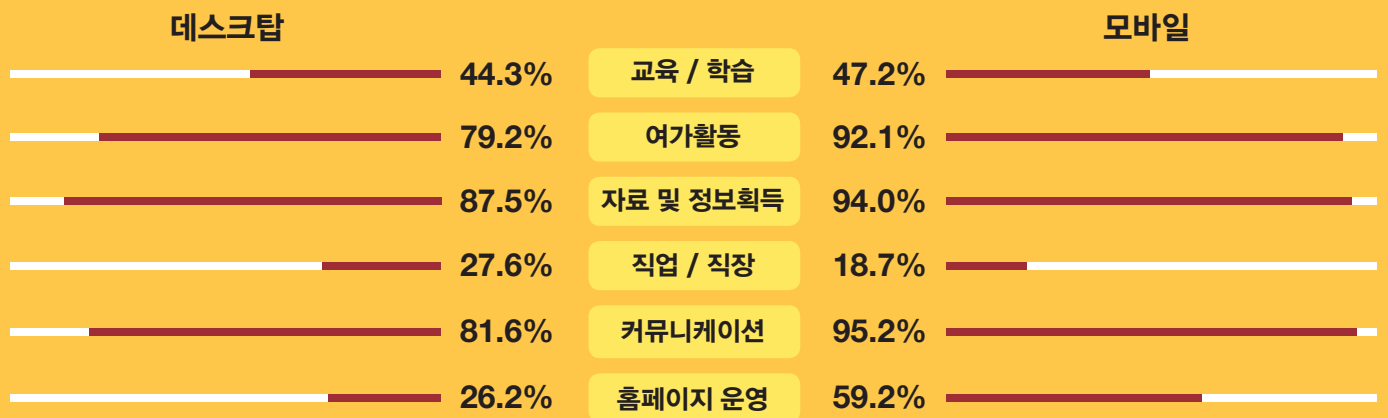
2010

모바일 기기
(스마트 폰/스마트패드 등)

81.4%

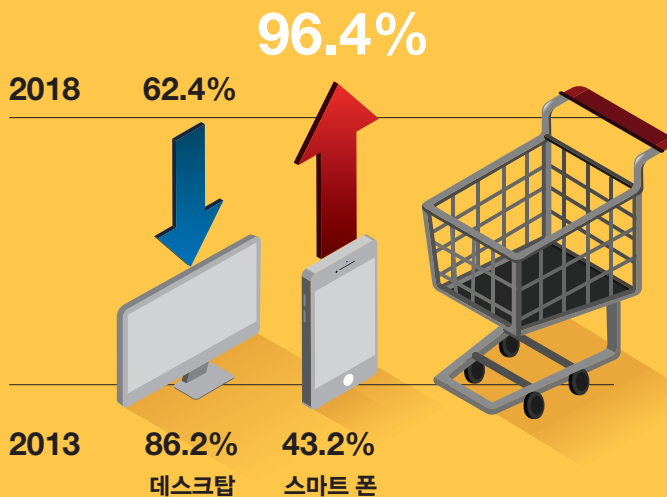
4.9%

2018년 기기별 인터넷 활동 비율



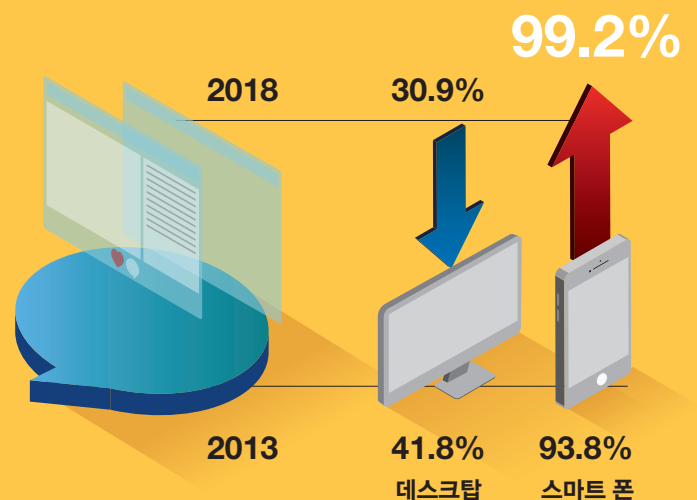
인터넷 쇼핑 이용기기

만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자 대상



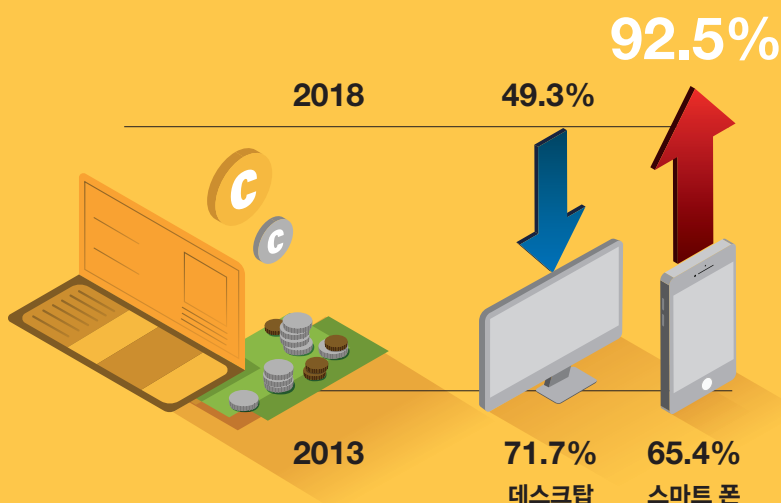
SNS 이용기기

만 6세 이상 SNS 이용자 대상



인터넷뱅킹 이용기기

만 12세 이상 인터넷 뱅킹 이용자 대상



Contents

기본 분석

04

조사개요

05

인터넷 ‘접속’

10

인터넷 ‘기반’

11

인터넷 ‘휴대’

14

인터넷 ‘소통’

19

인터넷 ‘생활’

심층 분석

26

인터넷 ‘나 혼자 즐긴다’

28

인터넷 ‘나이 제한은 없다’

30

인터넷 ‘나는 집에서 쇼핑한다’

32

인터넷 ‘언제 어디서나 이용한다’

1

조사 개요



모집단	전국 가구 및 만3세 이상 인구
조사대상	전국 25,000 가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원
유효표본	25,000가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원 59,970명
조사방법	가구방문 면접조사
조사기간	2018. 7. 30. – 9. 30.
기준시점	2018. 9. 1.

표본추출	다단계층화집락추출 (Stratified Multi-stage Cluster Sampling)
추정	사후층화(다단계층화집락추출 추정식 적용) · 가구 : 통계청 장래가구추계의 2018년 추계가구 · 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2018년 추계인구
표본오차	· 가구 : 인터넷 접속률 $\pm 0.09\%p$ (95% 신뢰수준) · 가구원 : 인터넷 이용률 $\pm 0.22\%p$ (95% 신뢰수준)

표본 설계

목표 가구 할당 : 25,000 가구를 17개 시도에 시도별 가구수(2018년 추계가구)를 기준으로 제곱근 비례할당 후, 각 시도내 동/읍면부 가구수(2015년 인구주택총조사)를 기준으로 비례할당

가구 추출 : 2015년 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

2 인터넷 ‘접속’

가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수

국내 가구 99.5%에서 인터넷 접속 가능

우리나라 전체 가구(19,752천 가구) 중 가구 내 인터넷 접속이 가능한 가구(19,649천 가구)의 비율은 99.5%로 전년과 동일하지만, 전체 가구 수의 증가로 인터넷 이용 가능 가구 수는 약 222천 가구 증가



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

가구 인터넷 접속방법

인터넷 접속 시 ‘무선랜’(100.0%), ‘모바일 인터넷’(99.9%), ‘광랜’(80.8%) 이용

인터넷 접속가구 중 가구 내 ‘무선랜’ 이용이 가능한 가구의 비율은 100.0%로 나타났고, ‘모바일 인터넷’은 99.9%, ‘광랜’ 80.8%, ‘케이블 모뎀’ 6.8%, ‘xDSL’ 6.2%, ‘이동형 무선인터넷 공유기’ 3.7%로 나타남

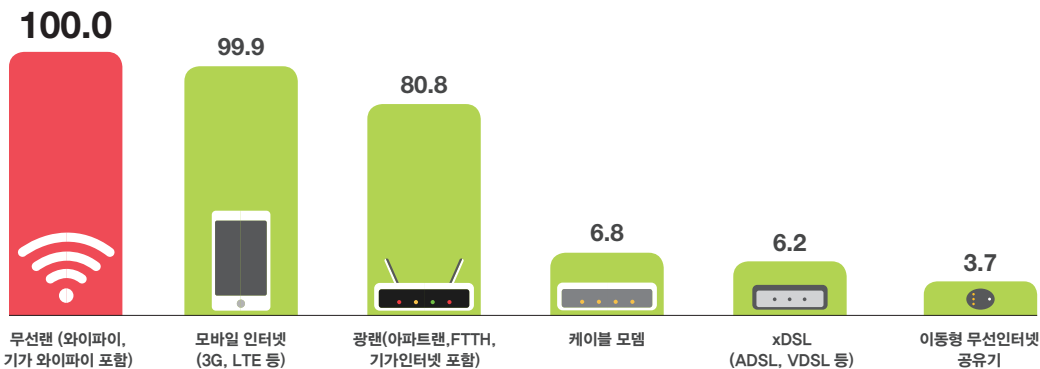


그림 2) 가구 인터넷 접속방법(복수응답, %) – 인터넷 접속가구

개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

만3세 이상 인구의 91.5%가 '인터넷이용자'

만 3세 이상 인구(50,393천명) 중 인터넷이용자(최근 1개월 내 인터넷을 이용한 사람)의 비율은 91.5%(46,125천명)로, 전년 대비 1.2%p(842천명) 증가

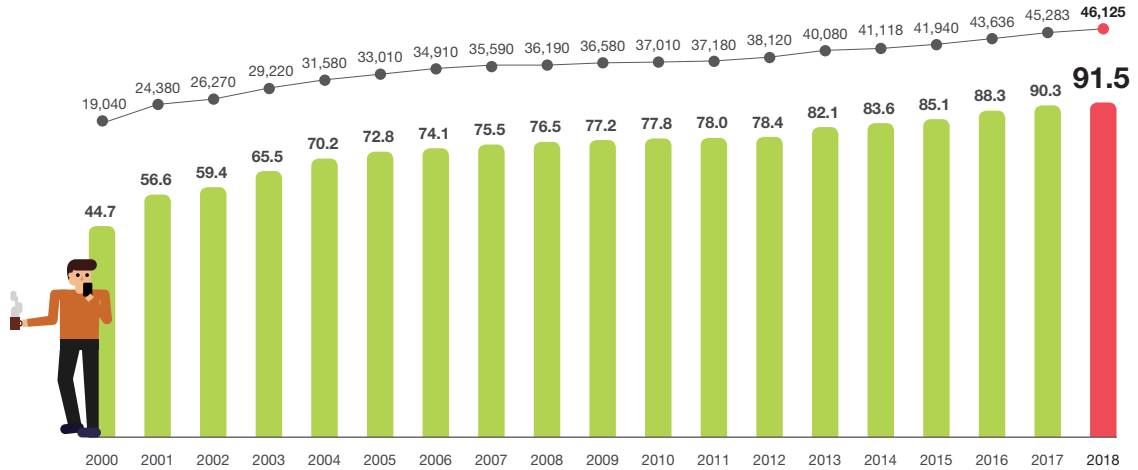


그림 3) 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명) – 만3세 이상 인구

성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

'남자'(93.9%)의 인터넷 이용률이 '여자'(89.1%)보다 다소 높음

만 3세 이상 '남자'의 인터넷이용자 비율은 93.9%(23,708천명)로 '여자' 대비 4.8%p(1,291천명) 높음

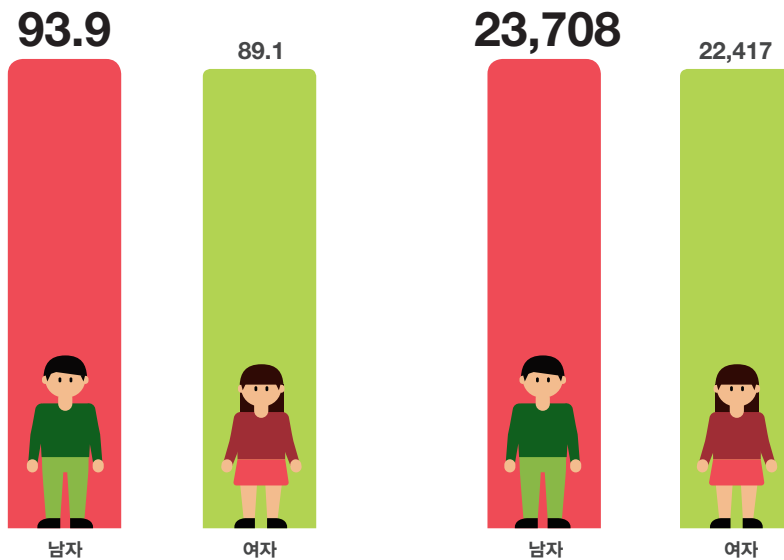


그림 4) 성별 인터넷 이용률(%)

그림 5) 성별 인터넷이용자 수(천명)

연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수

‘40대’ 인터넷이용자 수가 가장 많음(8,484천명)

‘10대’(99.9%), ‘20대’(99.9%), ‘30대’(99.9%), ‘40대’(99.7%), ‘50대’(98.7%) 대부분이 인터넷이용자로 나타났으며, ‘3-9세’(전년 대비 3.9%p 증가)와 ‘60대’(전년 대비 6.3%p 증가) ‘70세 이상’(전년 대비 6.8%p 증가)의 인터넷이용률이 큰 폭으로 증가

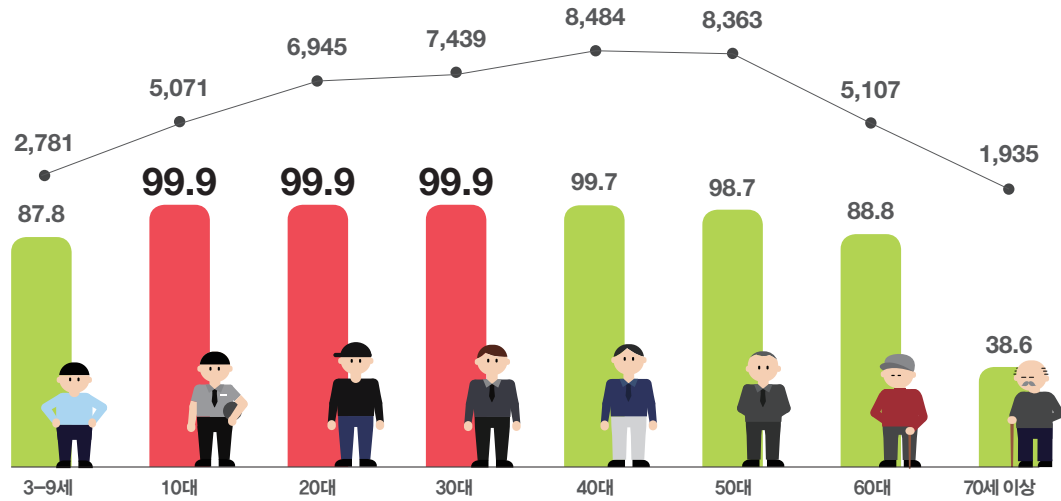


그림 6) 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천명) – 만3세 이상 인구

전체 인구



인터넷 이용자

● 3-9세 ● 10대 ● 20대 ● 30대 ● 40대 ● 50대 ● 60대 ● 70세 이상

그림 7) 전체 인구 및 인터넷이용자의 연령별 구성비 비교(%) – 만3세 이상 인구

지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수

인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 '세종'(95.5%), 가장 낮은 지역은 '강원'(83.7%)

17개 광역자치단체별로 인터넷 이용률을 살펴보면, '세종'(95.5%), '울산'(95.2%), '대구'(94.9%), '광주'(94.5%), '대전'(94.1%)에서 상대적으로 높은 이용률을 보인 반면, 상대적으로 낮은 이용률을 보인 지역으로는 '강원'(83.7%), '전남'(85.3%), '제주'(88.9%) 등으로 나타남

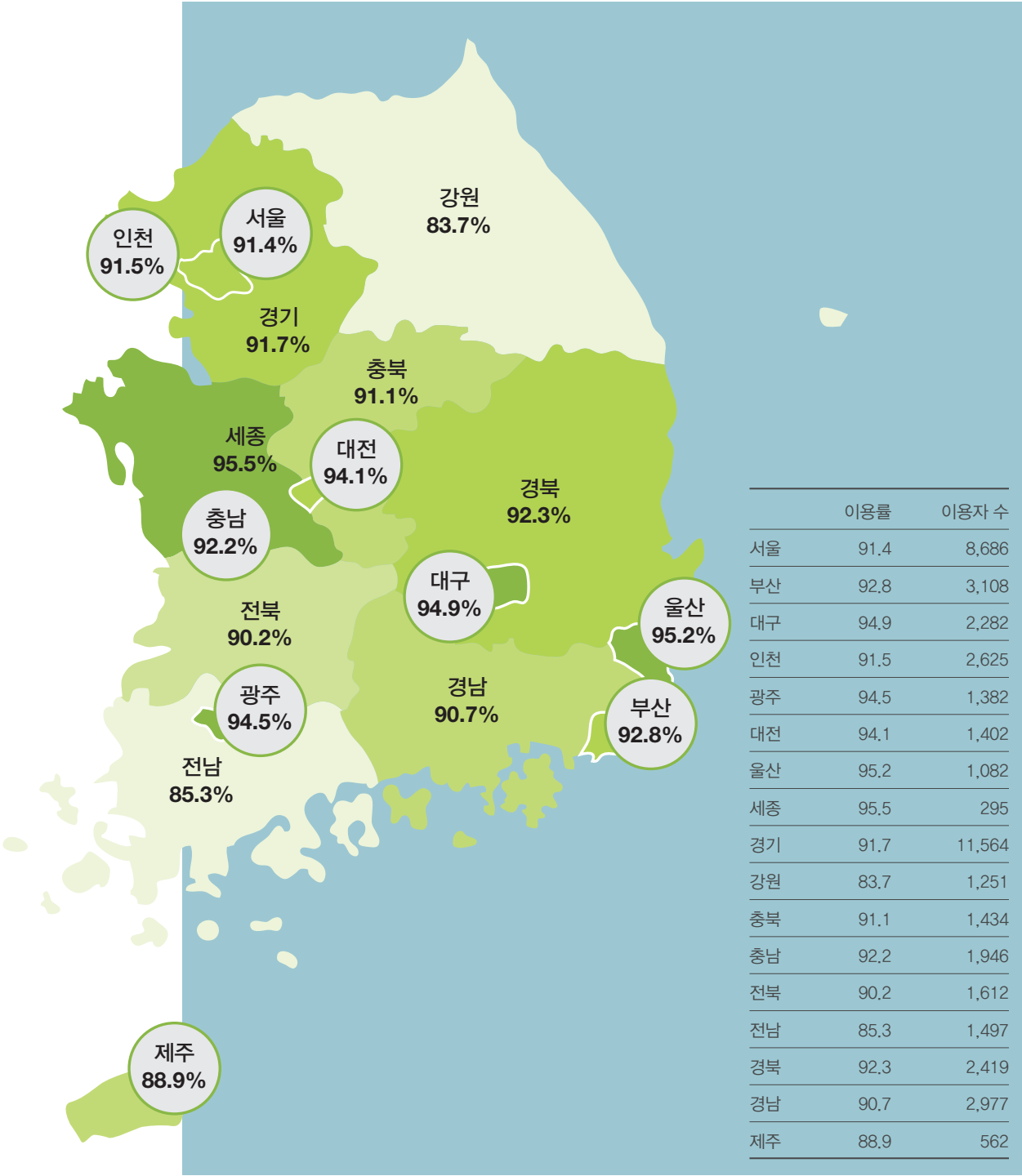


그림 8) 지역별 인터넷이용률 및 이용자 수(% , 천명) - 만3세 이상 인구

인터넷 이용빈도 및 시간

인터넷이용자의 95.3%는 하루에 1회 이상 이용, 주 평균 이용시간은 16시간 30분

만3세 이상 인터넷이용자 중 95.3%가 ‘하루에 1회 이상 인터넷을 이용’하며, 주 평균 16시간 30분을 이용함. 59.4%가 주 평균 14시간 이상(14~21시간 미만 24.9%, 21~35시간 미만 25.8%, 35시간 이상 8.7%) 이용함

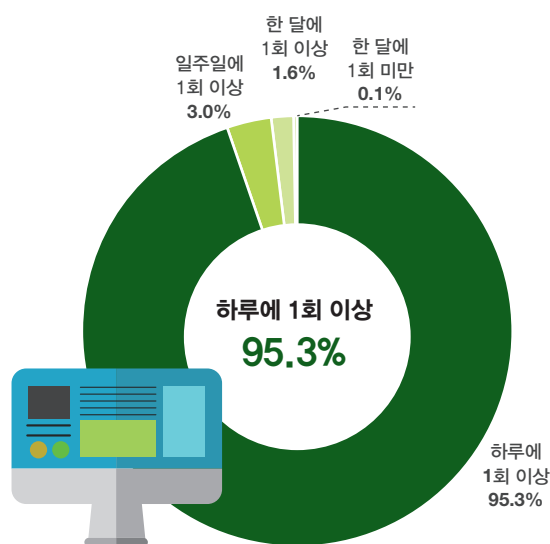


그림 9) 인터넷 이용빈도(%) – 만3세 이상 인터넷이용자

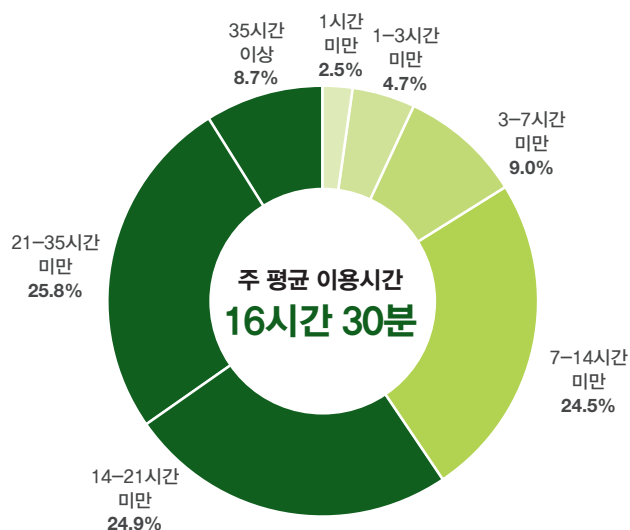


그림 10) 주 평균 인터넷 이용시간(%) – 만3세 이상 인터넷이용자

인터넷 이용목적

인터넷 주 이용목적은 ‘커뮤니케이션’(94.8%), ‘자료 및 정보획득’(93.7%), ‘여가활동’(92.5%)

만3세 이상 인터넷이용자는 주로 ‘커뮤니케이션’(94.8%), ‘자료 및 정보획득’(93.7%), ‘여가활동’(92.5%) 등을 목적으로 인터넷을 이용

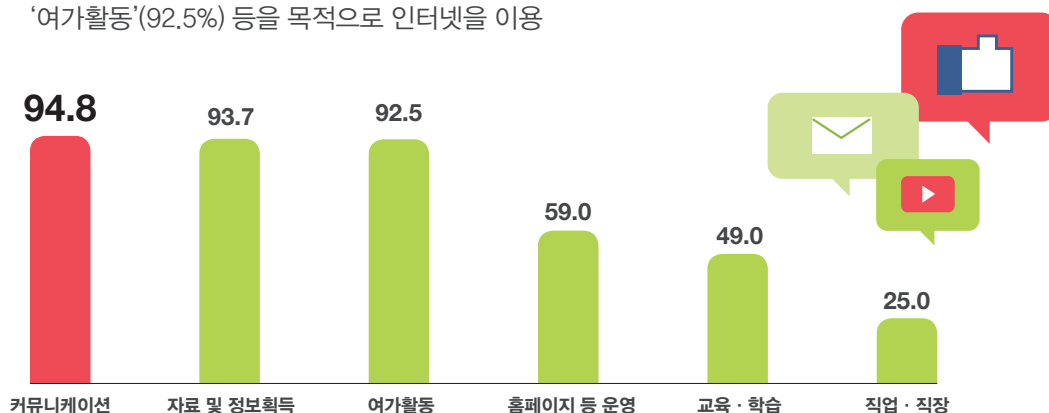


그림 11) 인터넷 이용목적(복수응답, %) – 만3세 이상 인터넷 이용자

3

인터넷 ‘기반’

가구 정보통신기기 현황

대부분의 가구(94.9%)가 스마트기기 보유

국내 전체 가구 중 94.9%가 스마트기기(‘스마트폰’ 94.8%, ‘스마트패드’ 13.9%, ‘웨어러블기기’ 7.7%)를 보유하고, PC는 ‘데스크탑’이 56.3%, ‘노트북’ 34.2%로 나타남

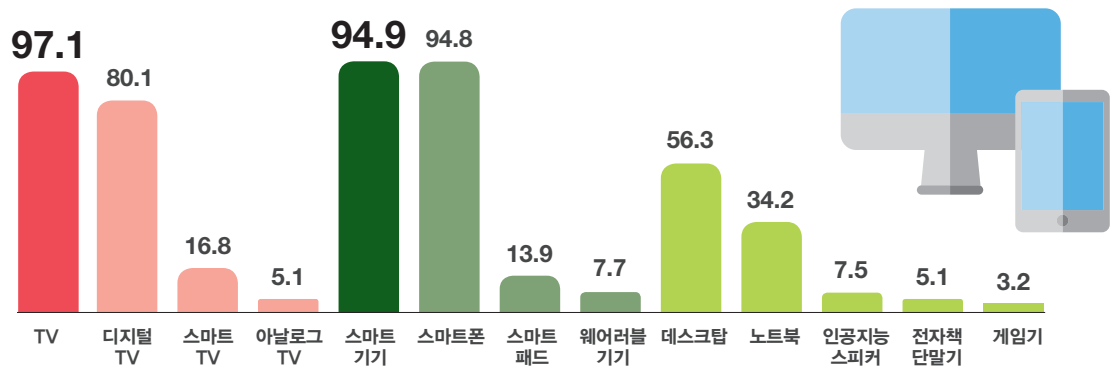


그림 12) 가구 정보통신기기 보유현황(복수응답, %) - 국내 전체 가구

개인 휴대형 정보통신기기 현황

만6세 이상 인구의 91.0%가 ‘스마트폰’ 보유

만6세 이상 인구 중 ‘스마트폰’을 보유한 비율은 91.0%이며, ‘노트북컴퓨터’는 26.6%, ‘일반이동전화’ 8.2%, ‘스마트패드’ 8.1% 등으로 나타남

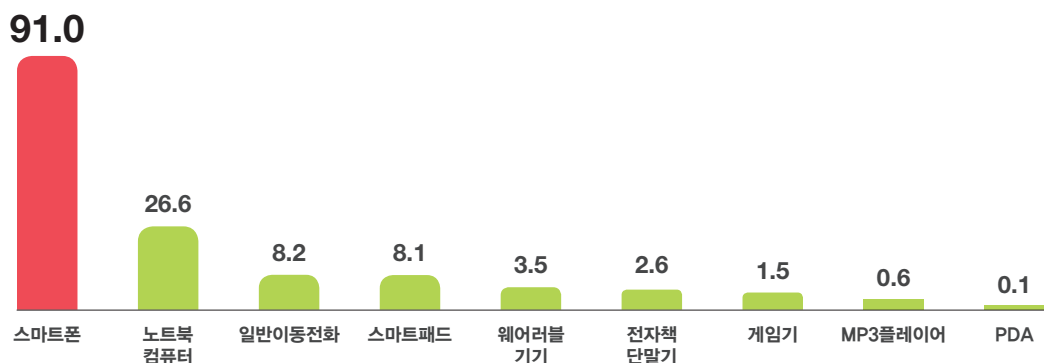


그림 13) 개인 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, %) - 만6세 이상 인구

4

인터넷 ‘휴대’



모바일 인터넷 이용률

만3세 이상 인구의 90.4%가 모바일 인터넷이용자

만3세 이상 인구 중 모바일 인터넷이용자(최근 1개월 내 일반 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, 웨어러블기기 등을 통해 무선인터넷을 이용한 사람)의 비율은 90.4%로, ‘남자’(92.8%)가 ‘여자’(88.0%) 대비 4.8%p 높고, ‘20대’(99.9%), ‘30대’(99.9%), ‘40대’(99.7%)의 이용률이 타 연령대 대비 높음

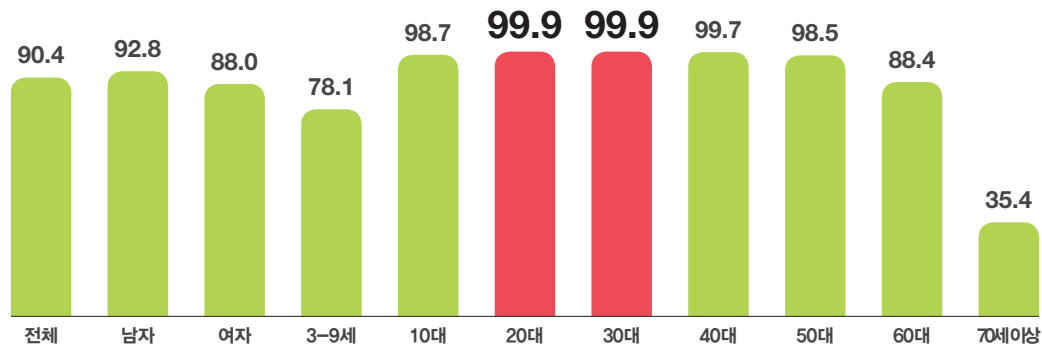


그림 14) 모바일 인터넷 이용률(%) - 만3세 이상 인구

스마트폰 이용률

만3세 이상 인구의 89.6%가 스마트폰 이용자



만3세 이상 인구 중 스마트폰 이용자(최근 1개월 내 스마트폰을 통한 무선인터넷 이용자)의 비율은 89.6%로, ‘남자’(92.0%)가 ‘여자’(87.2%) 대비 4.8%p 높고, ‘20대’(99.9%), ‘30대’(99.9%), ‘40대’(99.5%)의 이용률이 타 연령대 대비 높음

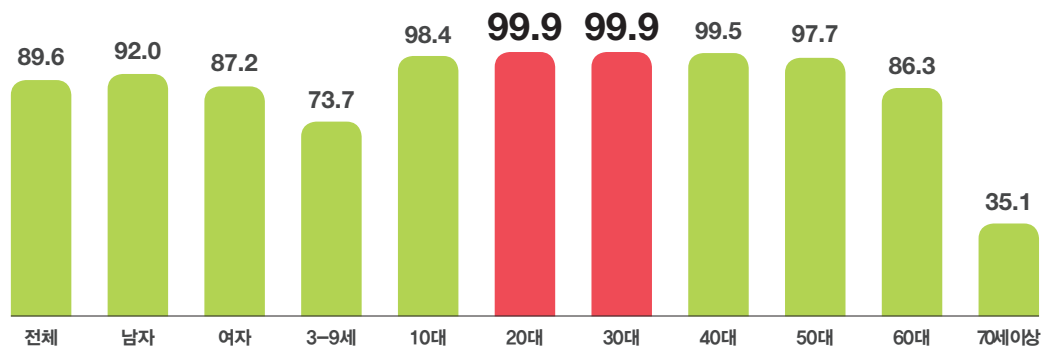


그림 15) 스마트폰 이용률(%) - 만3세 이상 인구

스마트폰 이용빈도 및 시간

스마트폰 이용자의 주 평균 이용시간은 10시간 47분, 95.7%는 하루에 1회 이상 이용

만3세 이상 스마트폰 이용자 중 95.7%가 하루에 1회 이상 스마트폰을 이용하며, 주 평균 10시간 47분을 이용함. 36.3%가 주 평균 14시간 이상(14-21시간 미만 23.6%, 21-35시간 미만 11.0%, 35시간 이상 1.7%) 이용함

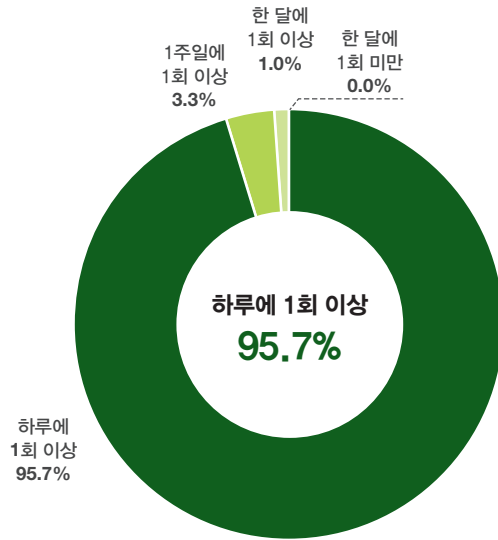


그림 16) 스마트폰 이용빈도(%)
- 만3세 이상 스마트폰 이용자

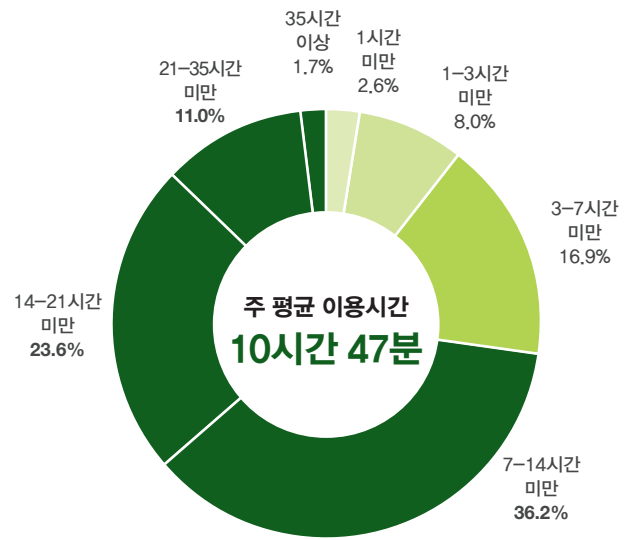


그림 17) 주평균 스마트폰 이용시간(%)
- 만3세 이상 스마트폰 이용자

웨어러블기기 종류별 보유현황

웨어러블기기 보유자는 주로 '시계형'(73.1%) 보유

만6세 이상 웨어러블기기 보유자 중 '시계형' 웨어러블기기를 보유한 사람의 비율은 73.1%, '밴드형'은 21.4%, '영·유아 및 노약자 기기' 5.9%로 나타남

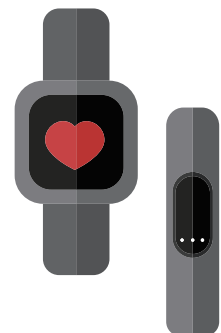
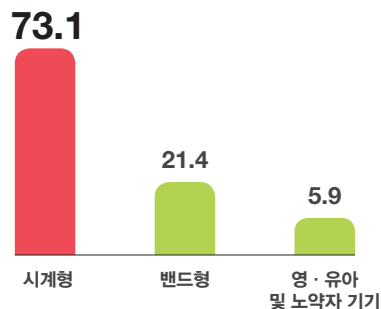


그림 18) 웨어러블기기 종류별 보유현황(복수응답, %) - 만6세 이상 웨어러블기기 보유자

웨어러블기기 이용기능

웨어러블기기의 주 이용기능은 ‘스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신’(81.5%)

웨어러블기기 보유자들이 가장 많이 이용하는 기능은 ‘스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신’(81.5%)이고, ‘심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강관리 기능’(53.7%), ‘이동거리, 경로 기록 기능’(42.8%)을 다음으로 많이 이용하는 것으로 나타남

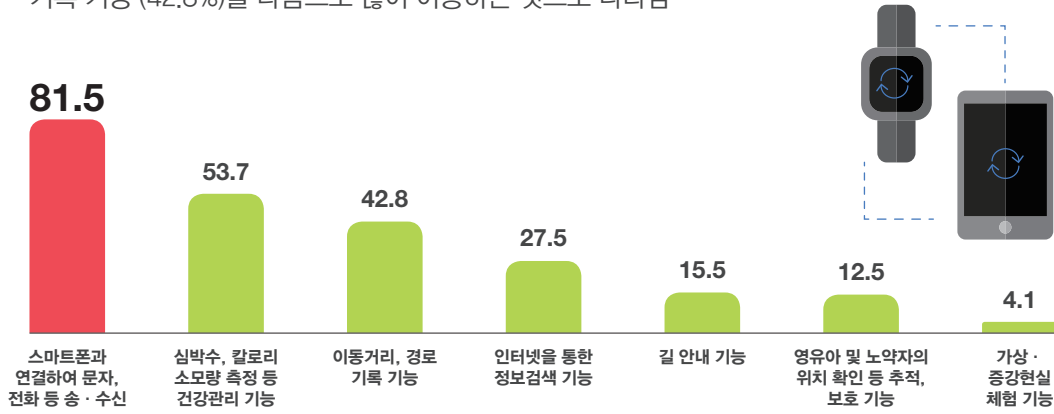


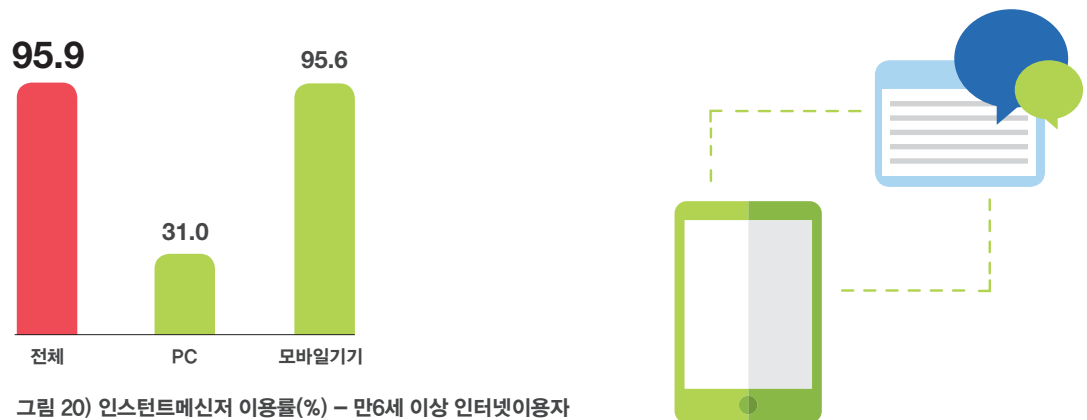
그림 19) 웨어러블기기 이용기능(복수응답, %) - 만6세 이상 웨어러블기기 보유자

5 인터넷 ‘소통’

인스턴트메신저 이용률

만6세 인터넷이용자의 95.9%가 인스턴트메신저 이용

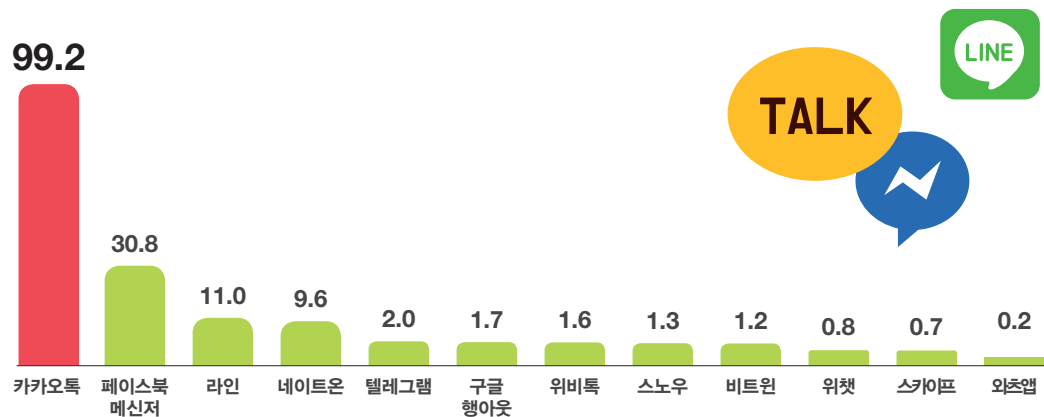
만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트메신저를 이용한 사람의 비율은 95.9%이며, PC를 통한 이용률(31.0%)보다 모바일기기를 통한 이용률(95.6%)이 3배 이상 높음



주이용 인스턴트메신저 서비스

가장 많이 이용하는 인스턴트메신저는 ‘카카오톡’(99.2%)

만6세 이상 인스턴트메신저 이용자 중 ‘카카오톡’을 자주 이용하는 사람의 비율은 99.2%, ‘페이스북 메신저’는 30.8%, ‘라인’ 11.0%, ‘네이트온’ 9.6% 등으로 나타남



인스턴트메신저 이용기능

‘대화하기’ 기능 외 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등의 공유’ 76.0%

인스턴트메신저 이용자들이 가장 많이 이용하는 기능으로는 ‘대화하기’(100.0%) 외에 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유’(76.0%)가 가장 많았고, ‘음성 및 영상통화’(45.0%), ‘게임’(36.2%), ‘지도 및 위치 공유’(29.3%) 등의 기능도 자주 이용하는 것으로 나타남

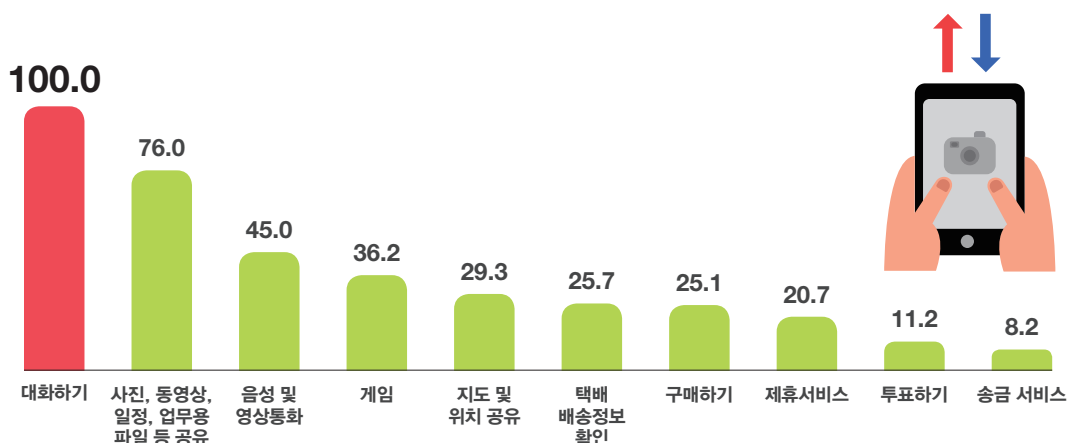
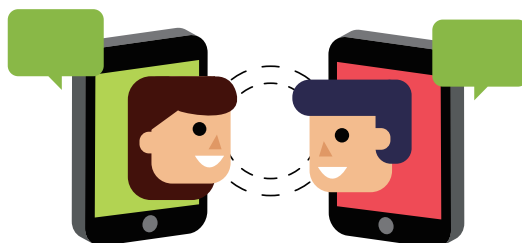


그림 22) 인스턴트메신저 이용기능(복수응답, %) – 만6세 이상 인스턴트메신저 이용자



SNS 이용률

만6세 이상 인터넷이용자의 65.2%가 SNS 이용

만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 사람의 비율은 65.2%이며, PC를 통한 이용률(26.5%)보다 모바일기기를 통한 이용률(65.0%)이 2배 이상 높음

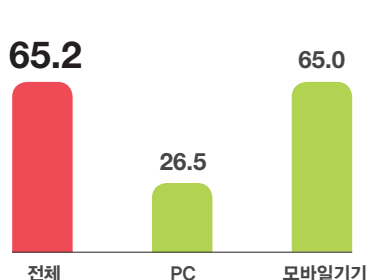


그림 23) SNS 이용률(%) – 만6세 이상 인터넷이용자



SNS 이용빈도 및 시간

SNS이용자는 일주일 평균 22.0회 SNS 이용

만6세 이상 SNS 이용자들의 주평균 이용빈도는 22.0회이며 절반에 가까운 47.0%가 주평균 20회 이상 이용하는 것으로 나타남. SNS이용자들의 주평균 이용시간은 53분(1일 평균 약 8분)

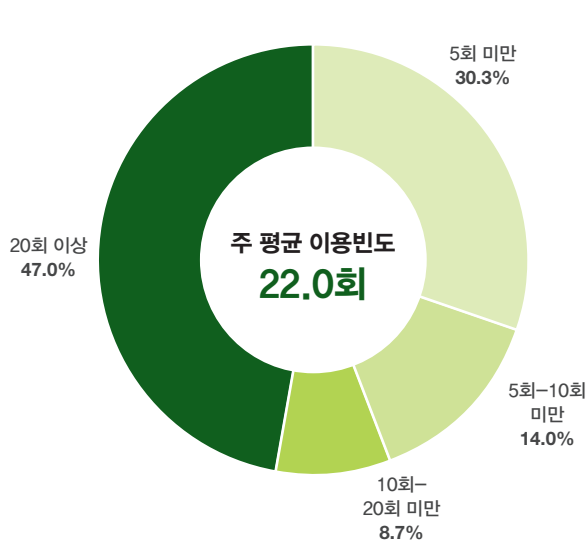


그림 24) 주평균 SNS이용빈도(%) - 만6세 이상 SNS이용자

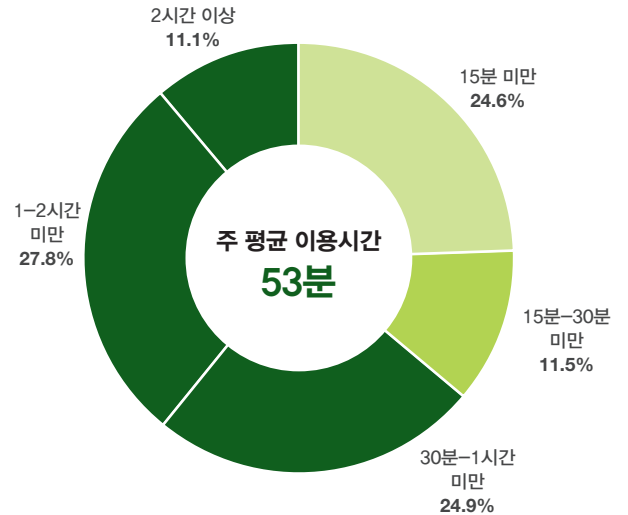


그림 25) 주평균 SNS이용시간(%) - 만6세 이상 SNS이용자

주이용 SNS 서비스

주 이용 SNS서비스는 '페이스북'(65.7%), '카카오톡'(49.6%), '인스타그램'(41.0%)

만6세 이상 SNS 이용자들의 주이용 SNS서비스로는 '페이스북'이 65.7%로 가장 많았고, '카카오톡' 49.6%, '인스타그램' 41.0%, '네이버밴드' 33.3% 등의 순으로 나타남

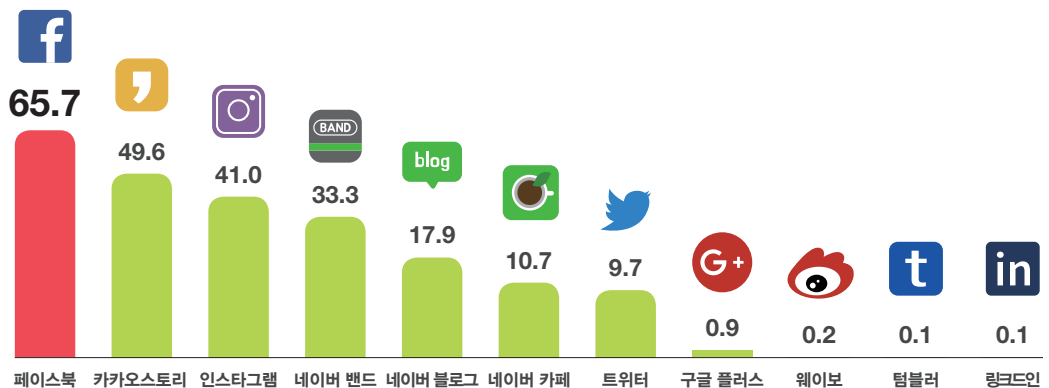


그림 26) 주이용 SNS서비스(3개 항목 응답, %) - 만6세 이상 SNS이용자

SNS 이용이유

SNS를 이용하는 가장 큰 이유는 '친교 · 교제를 위해서'(81.2%)

만6세 이상 SNS이용자 중 '친교 · 교제를 위해서' SNS를 이용하는 사람의 비율이 81.2%로 가장 많았고, 다음으로는 '타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서' 57.6%, '취미 · 여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서' 43.4%, '일상생활에 대한 기록을 위해서' 39.9% 등의 순으로 나타남

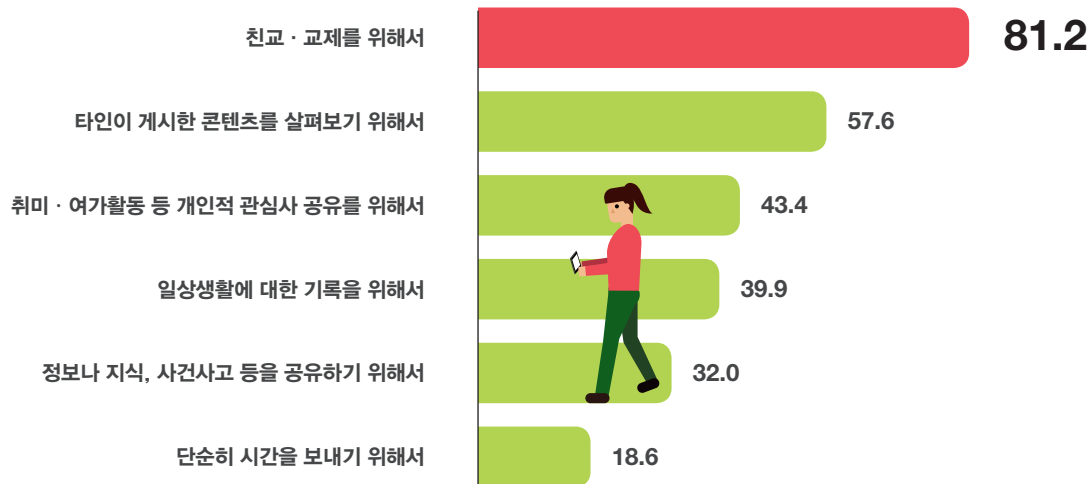


그림 27) SNS 이용이유(3개 항목 응답, %) - 만6세 이상 SNS 이용자

SNS 비이용이유

SNS를 이용하지 않는 가장 큰 이유는 '필요가 없어서'(72.2%)

만6세 이상 SNS 비이용자의 가장 큰 비이용 이유는 '필요가 없어서'가 72.2%로 가장 많았고, 다음으로 '모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서'(30.2%), '이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서'(16.4%) 등의 비율이 높음

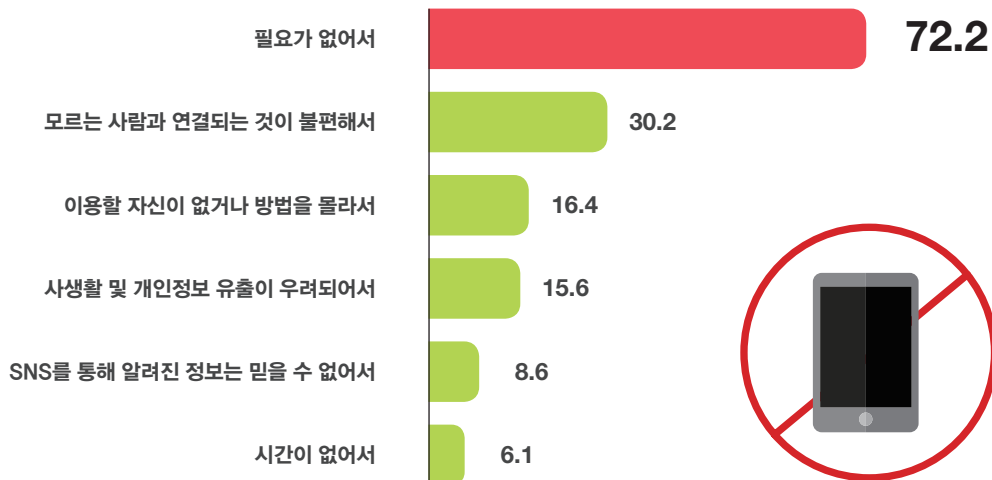


그림 28) SNS 비이용이유(복수응답, %) - 만6세 이상 SNS 비이용자

이메일 이용률

만6세 이상 인터넷 이용자 10명중 6명(62.1%)이 이메일 이용

만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 이메일 서비스를 이용한 사람의 비율은 62.1%이며, '남자'(67.6%)가 '여자'(56.3%)보다 11.3%p높으며, '20대'(97.5%)의 이메일 이용률이 가장 높음

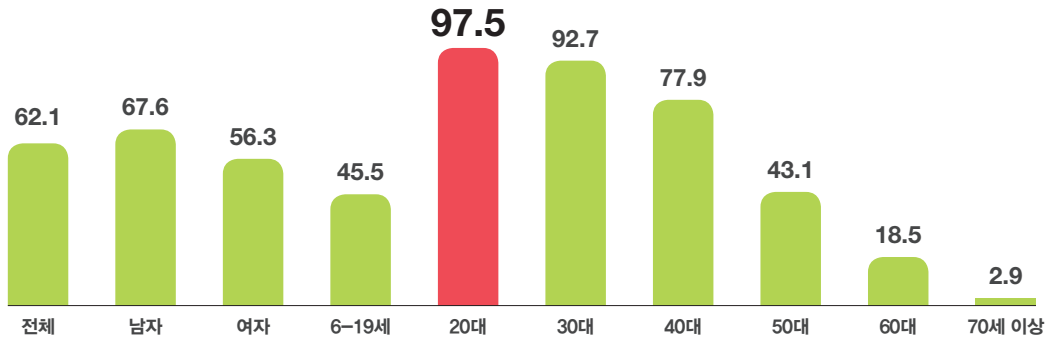


그림 29) 이메일 이용률(%) - 만6세 이상 인터넷이용자

6 인터넷 ‘생활’

인터넷쇼핑 이용률

만12세 이상 인터넷이용자의 62.0%가 인터넷쇼핑 이용

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 인터넷쇼핑을 이용한 사람의 비율은 62.0%이며, 모바일기기를 통한 이용률(59.9%)이 PC를 통한 이용률(47.1%)보다 12.8%p 높음

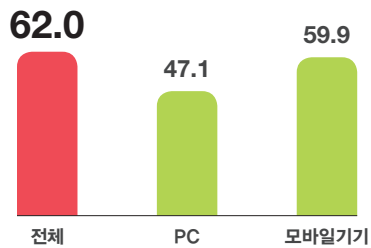


그림 30) 인터넷쇼핑 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자

인터넷쇼핑 빈도 및 구매금액

인터넷쇼핑 이용자는 월 평균 3.0회 인터넷쇼핑 이용, 평균 구매금액은 96,758원

만12세 이상 인터넷이용자 중 인터넷쇼핑 이용자의 월 평균 인터넷쇼핑 이용빈도는 3.0회(‘월 3회 이상’ 44.3%, ‘1~2회 미만’ 20.5%, ‘2~3회 미만’ 19.9%, ‘1회 미만’ 15.3%)이며, 월평균 구매금액은 96,758원

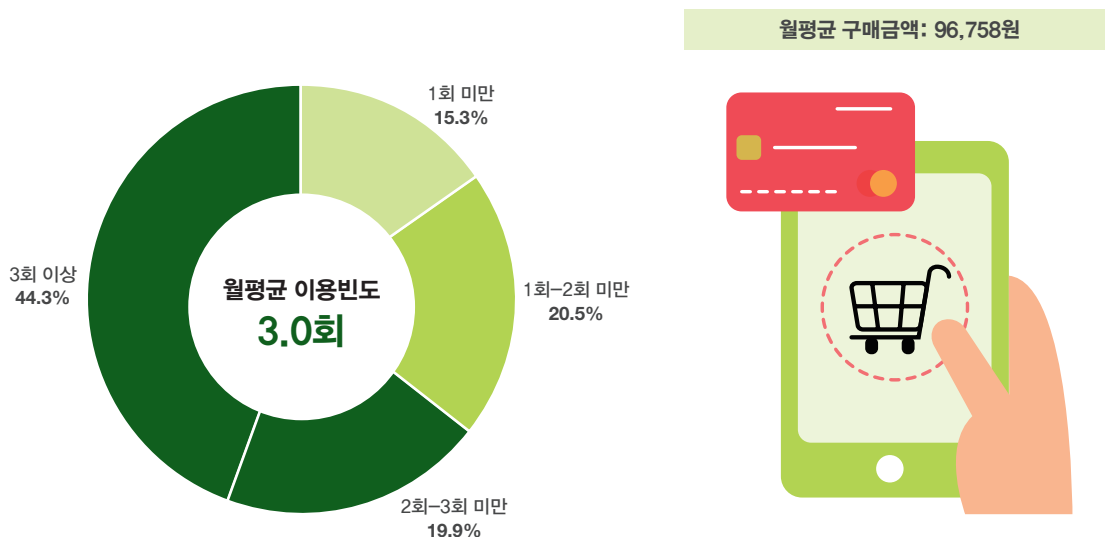


그림 31) 월평균 인터넷쇼핑 빈도 및 구매금액(%) – 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

인터넷쇼핑 결제방법

인터넷쇼핑의 주요 결제방법은 '신용카드'(79.1%)

만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 중 '신용카드'로 결제한 비율이 79.1%로 가장 많았고, 다음으로는 '무통장입금' 41.6%, '체크카드/직불카드' 36.5%, '간편결제' 36.0% 등의 순으로 나타남
간편결제의 경우 전년(28.7%) 대비 7.3%p 증가해 가장 큰 폭으로 증가한 결제방법으로 나타남

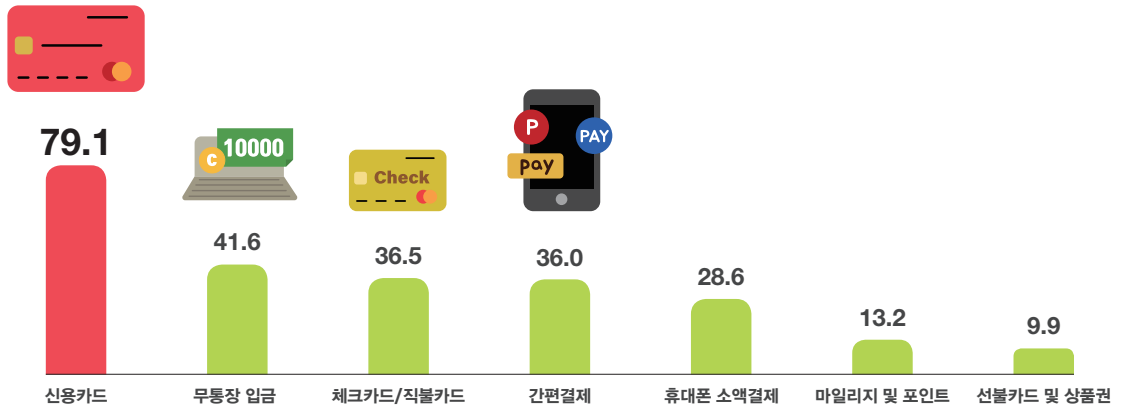


그림 32) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %) - 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

이용기기별로 살펴보면, PC를 통한 인터넷쇼핑 이용자의 '신용카드'(75.0%), '마일리지 및 포인트'(10.4%), '선불카드 및 상품권'(7.8%)의 비율이 모바일보다 높고, 그 외 항목은 모두 모바일기기의 비율이 높음

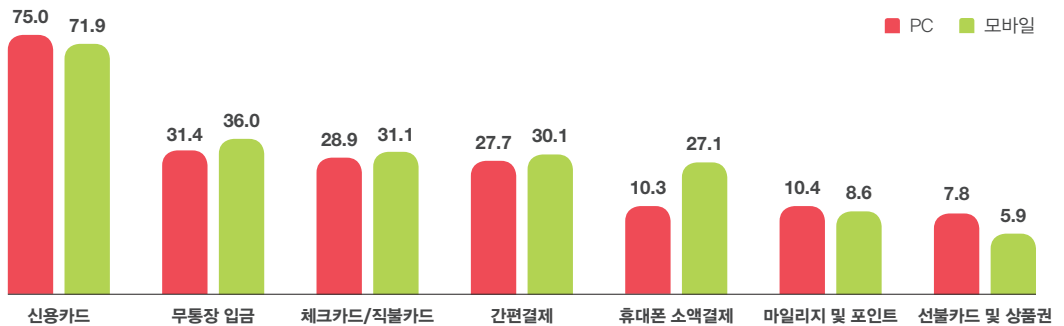


그림 33) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %) - 만12세 이상 PC 쇼핑 이용자/모바일 쇼핑 이용자



인터넷쇼핑 품목

인터넷쇼핑의 주요 품목은 ‘의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리’(87.7%)

만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자의 구매 품목은 ‘의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리’가 87.7%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 ‘영화, 문화공연’(54.6%), ‘도서, 잡지, 신문’(48.9%), ‘화장품’(42.1%) 등의 순임

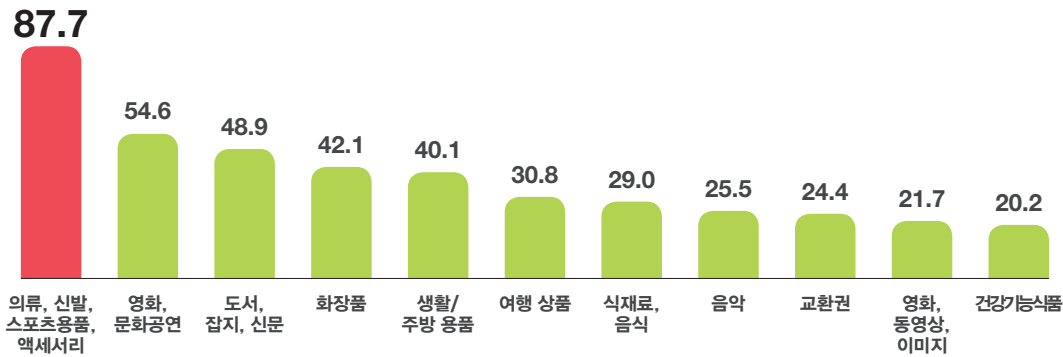


그림 34) 인터넷쇼핑 품목(복수응답, %) - 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

*그 외 ‘휴대폰 통화 연결음, 이모티콘, 배경화면 등’(16.8%), ‘컴퓨터 및 컴퓨터 주변기기’(13.9%), ‘가구, 인테리어 용품’ 13.2%, ‘가전, 전자제품’(13.0%), ‘금융 상품’(10.2%), ‘유료 앱’(10.0%), ‘유·아동 용품’(9.9%), ‘컴퓨터 게임 또는 비디오 게임 소프트웨어’(7.8%), ‘웹툰’(6.1%), ‘게임아이템’(5.9%), ‘컴퓨터 소프트웨어(게임 제외)’(5.6%), ‘교육’(3.2%), ‘성인용 콘텐츠’(0.8%) 순

인터넷뱅킹 이용률

만12세 이상 인터넷이용자의 63.7%가 인터넷뱅킹 이용

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 인터넷뱅킹을 이용한 사람의 비율은 63.7%이며, 모바일기기를 통한 이용률(59.8%)이 PC를 통한 이용률(38.2%)보다 21.6%p 높음

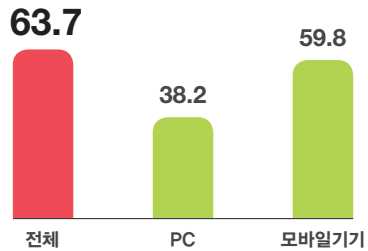


그림 35) 인터넷뱅킹 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자

응답자 특성별로 살펴보면, ‘남자’(65.4%)가 ‘여자’(61.9%)보다 높고, 연령별로는 ‘30대’(93.3%), ‘20대’(87.8%), ‘40대’(82.9%), ‘50대’(55.9%), ‘12~19세’(24.7%), ‘60대’(22.9%), ‘70세 이상’(5.4%)순으로 높음

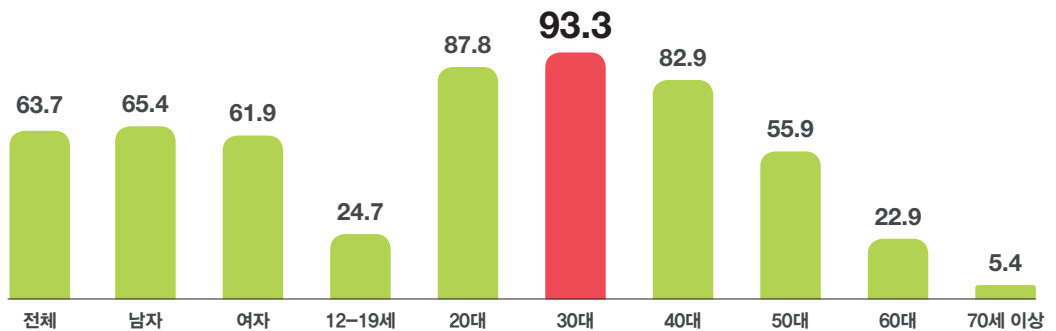


그림 36) 성·연령별 인터넷뱅킹 이용률(%) – 만12세 이상 인터넷이용자



클라우드 서비스 이용률

만12세 이상 인터넷이용자의 클라우드 서비스 이용률은 30.2%

만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 클라우드서비스를 이용한 사람의 비율은 30.2%이며, '남자'(34.0%)의 이용률이 '여자'(26.2%)보다 7.8%p 높고, 연령별로는 '20대'(56.8%)의 이용률이 가장 높음

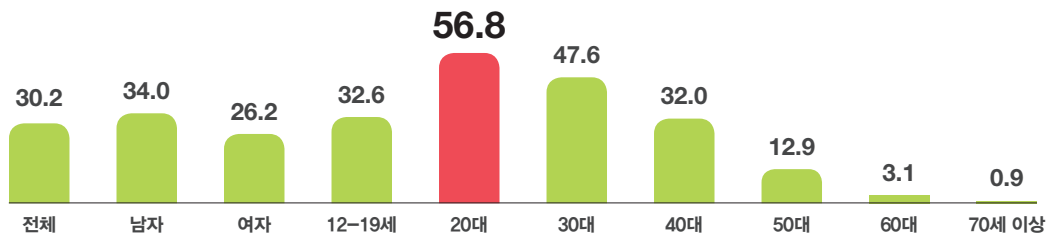


그림 37) 클라우드 서비스 이용률(%) - 만12세 이상 인터넷이용자

클라우드 서비스 이용목적

클라우드 서비스 주 이용목적은 '자료 및 정보 관리'(업무용 53.2%, 개인용 69.0%)

만12세 이상 클라우드 서비스 이용자들의 이용목적으로는 '자료 및 정보관리'(업무용 53.2%, 개인용 69.0%)가 가장 많았고, 용도별로는 업무용의 경우 '문서 편집'(31.8%)의 비율이 비교적 높게 나타났고, 개인용의 경우에는 '기기에 저장된 일정, 연락처 등 동기화 및 관리'(46.0%)와 '멀티미디어 콘텐츠 스트리밍 재생'(45.8%)의 비율이 높게 나타남

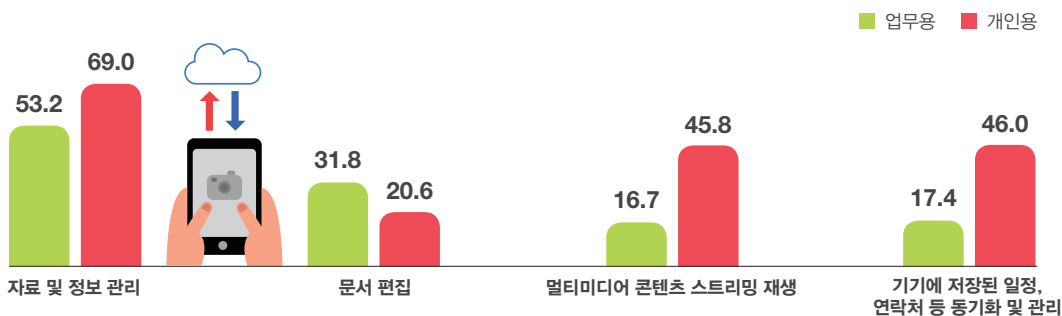
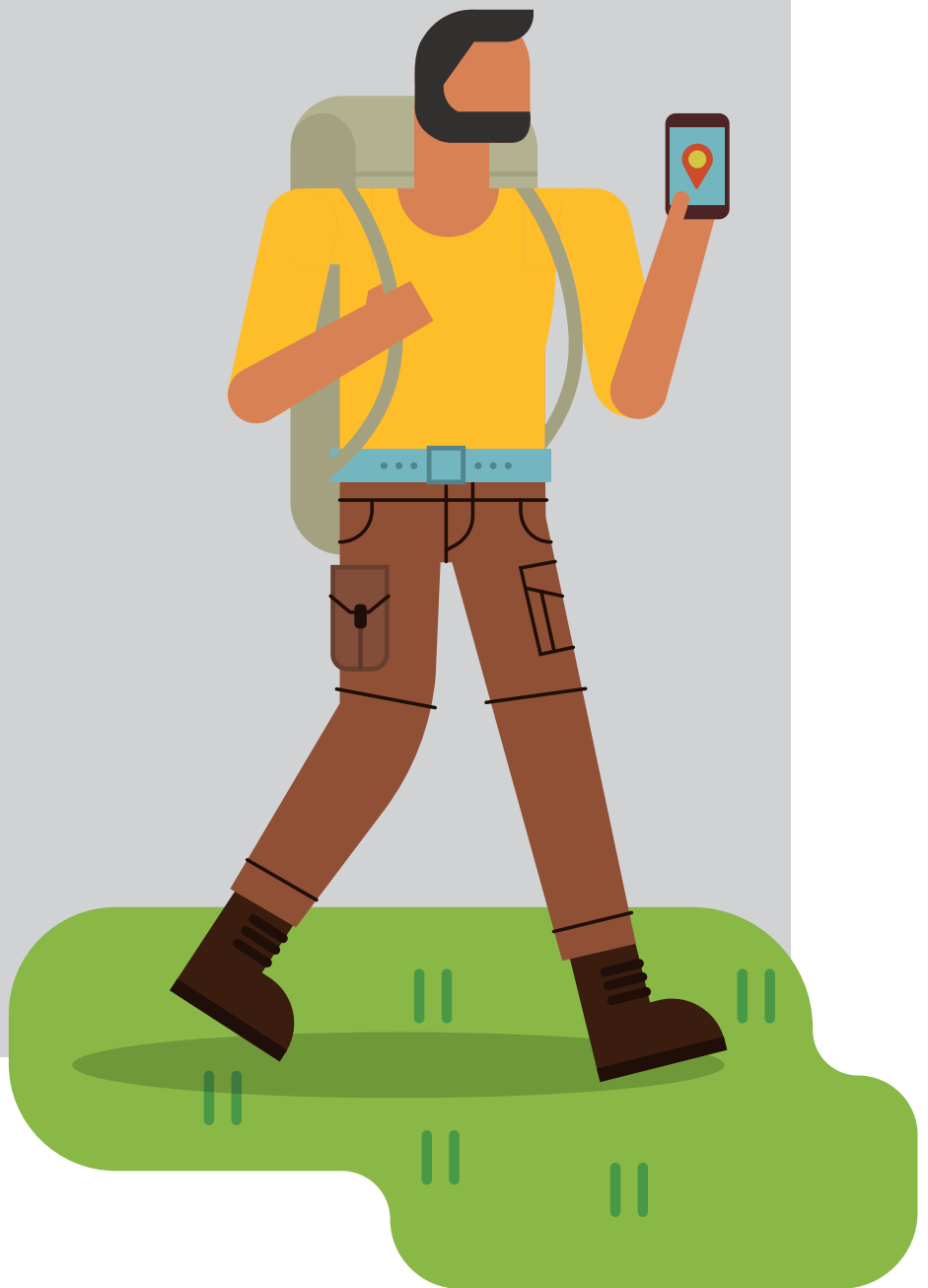


그림 38) 클라우드 서비스 이용목적(복수응답, %) - 만12세 이상 클라우드 서비스 이용자

심층분석

인터넷, 새로운 세상을 열다



1 인터넷 '나 혼자 즐긴다'



1인가구 연령별 현황

1인가구는 매년 꾸준히 증가하고 있으며, 고령층과 청년층에 높은 분포

2018년 전체 가구 중 29.1%가 1인가구로 5년전 대비 3.2%p 증가

1인가구 가구주 연령별 구성비는, 70대 이상(18.5%), 20대(17.5%) 등의 순으로 고령층과 청년층에 높은 분포, 또한 연도별 60대 이상 고령층 1인가구의 구성비가 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타남(2013년 29.6%→ 2018년 32.3%)

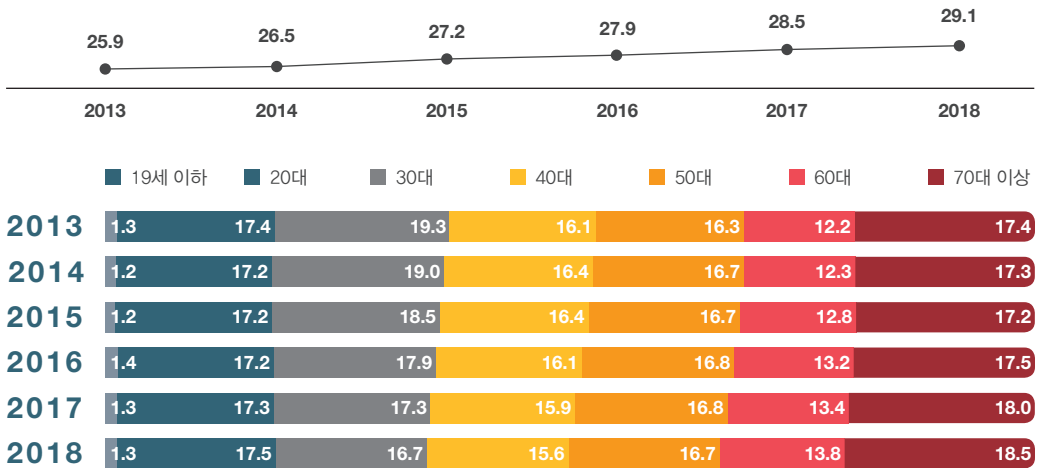


그림 39) 연도별 1인가구 비중 및 구성비율(%)

가구원수별 이용률

인터넷 및 인터넷 이용기기 이용률은 1인가구보다 다인가구 가구원이 더 높음

1인가구와 다인가구로 구분하면, 인터넷과 컴퓨터, 스마트폰과 같은 인터넷 이용기기의 이용률은 다인가구의 가구원에서 더 높지만, 반면 인터넷 이용자를 대상으로 질문한 주요 인터넷 서비스 이용률은 1인가구의 가구원이 다인가구의 가구원보다 전반적으로 높은 수준

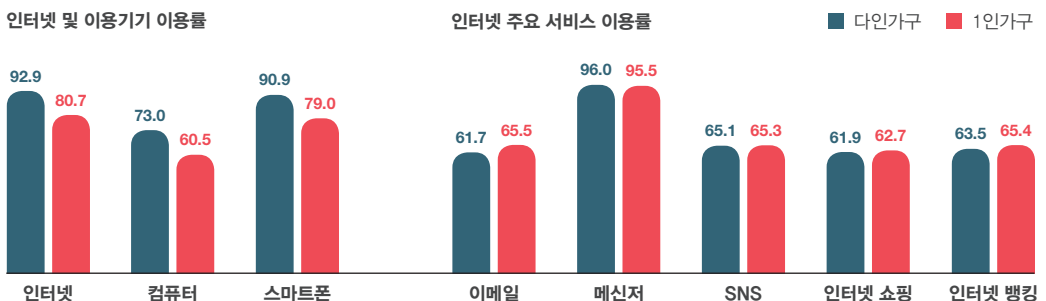


그림 40) 가구원수별 이용률(%)

1인가구 가구주 연령별 이용률

청년층 1인가구의 모든 이용률이 고령층 1인가구보다 월등히 높음

1인가구를 가구주 연령에 따라 20대 청년층과 60대 이상 고령층으로 구분해보면, 두 집단간 현격한 이용률 차이를 보이며, 특히 청년층 1인가구는 모든 이용률이 전체 평균을 상회하여 혼자 살면서 불편한 점을 해소하기 위해 접근성이 쉬운 인터넷을 통해 더 많은 서비스를 이용하는 것으로 보임

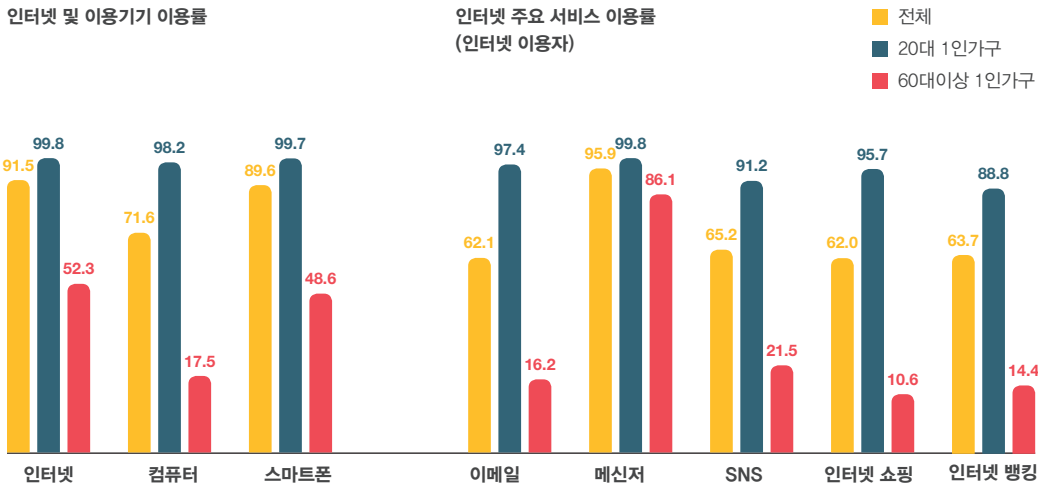


그림 41) 청년층-고령층 1인가구 이용률(%)

고령층을 세부 구분하면, 60대 1인가구와 70대 이상 1인가구의 이용행태 또한 현격한 차이를 보임

60대 이상의 고령층도 세부적으로 구분해보면, 60대 1인가구와 70대 이상 1인가구의 이용행태가 현저히 다른 것으로 나타났는데, 70대 이상 1인가구의 전반적 이용률은 매우 낮은 수준으로 두 집단간 경제적 · 사회적 · 문화적 활동의 차이가 영향을 미친 것으로 보임

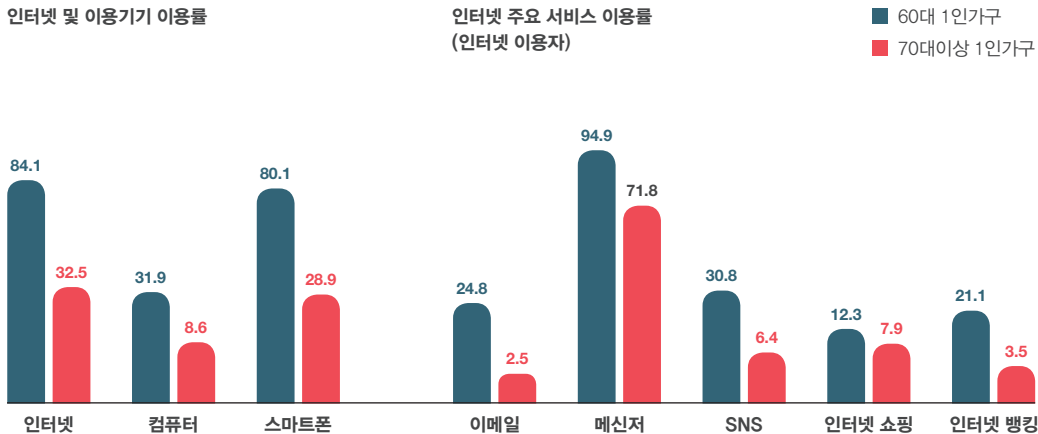


그림 42) 60대-70대 이상 1인가구 이용률(%)

2 인터넷 '나이 제한은 없다'



인터넷 이용률 추이

최근 10년간 인터넷 이용률은 15.0%p 상승

만 3세 이상 인구의 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 2008년 76.5%에서 2018년 91.5%로 10년간 15.0%p 증가한 것으로 조사되어 연평균 1.8%씩 증가함

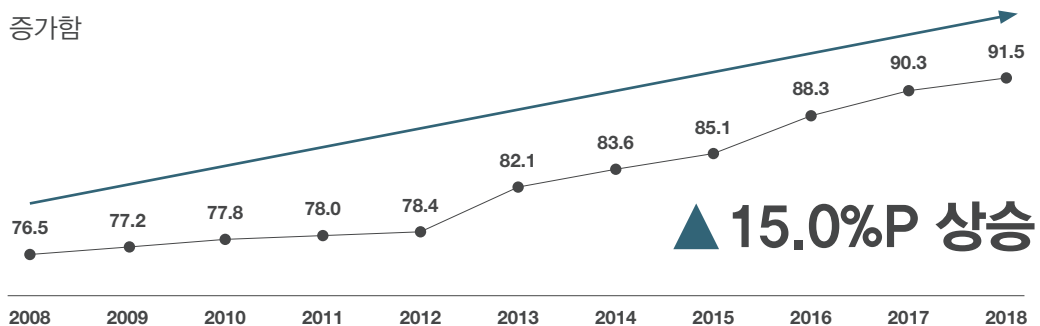


그림 43) 인터넷 이용률 추이(%)

연령별 인터넷 이용률 추이

10년전 대비 연령별 인터넷 이용 격차는 감소하여, 전연령대가 인터넷을 이용

전 연령대에서 인터넷 이용률 상승을 보여 인터넷 이용 연령대가 확대됨. 특히 40대 이상에서 인터넷 이용률이 큰 폭으로 상승함

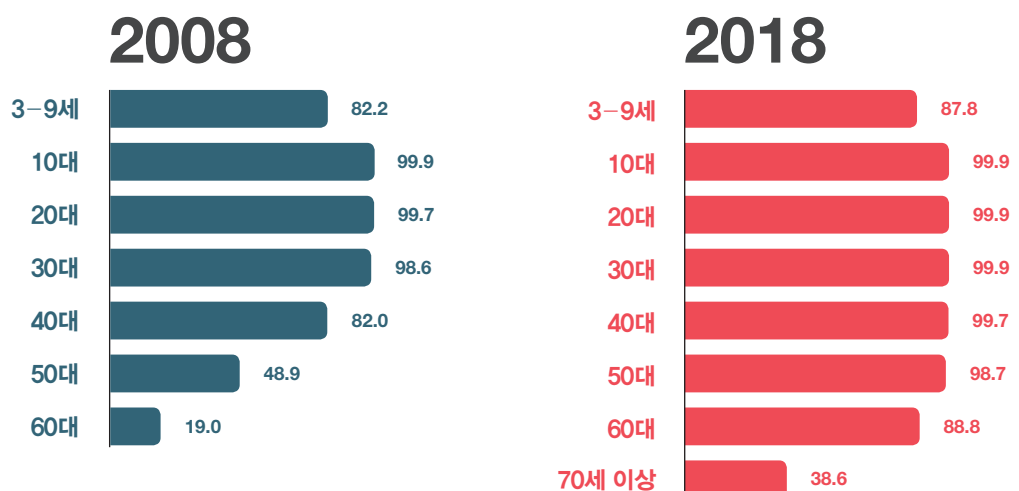
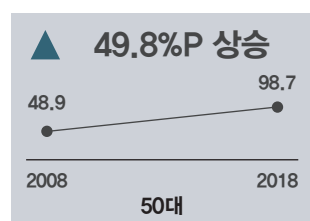
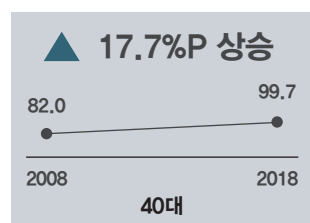


그림 44) 연령별 인터넷 이용률 - 2008년 · 2018년 비교(%)

최근 10년간 인터넷이용률 상승을 견인한 계층은 고령층과 유아동

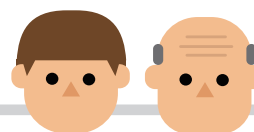
최근 10년간 인터넷 이용률 증가폭은 10대~30대는 보합 수준이었으나, 50대가 49.8%p로 가장 컸고, 이어 40대(17.7%p), 3~9세(5.6%p), 30대(1.3%p) 등의 순임



	2008	2018	10년간 증가폭(%p)
전체	76.5	91.5	15.0
연령별			
3~9세	82.2	87.8	5.6
10대	99.9	99.9	0.0
20대	99.7	99.9	0.2
30대	98.6	99.9	1.3
40대	82.0	99.7	17.7
50대	48.9	98.7	49.8
60대('08년 60대 이상)	19.0	88.8	69.8
70세 이상	-	38.6	-

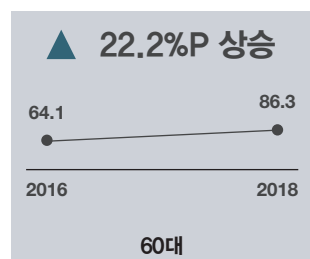
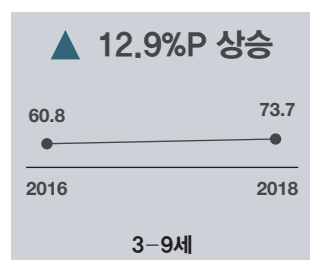
그림 45) 연령별 인터넷 이용률 및 증가율 - 2008년 · 2018년 비교(%)

연령별 스마트폰 이용률 추이



최근 3년간 고령층과 유아동의 스마트폰 이용률 또한 전 연령대 대비 큰 폭 상승

인터넷 주 이용기기인 스마트폰의 최근 2년간 이용률 증가폭을 살펴보면, 60대 22.2%p, 70세 이상 20.2%p, 3~9세 12.9%p 등의 순으로 인터넷 이용률을 상승한 계층인 고령층과 유아동의 상승폭 또한 타 연령대 대비 높게 나타남



	2016	2018	2년간 증가폭(%p)
전체	83.6	89.6	6.0
연령별			
3-9세	60.8	73.7	12.9
10대	95.9	98.4	2.5
20대	99.7	99.9	0.2
30대	99.5	99.9	0.4
40대	98.9	99.5	0.6
50대	92.3	97.7	5.4
60대	64.1	86.3	22.2
70세 이상	14.9	35.1	20.2

그림 46) 연령별 스마트폰 이용률 및 증가폭 - 2016년 · 2018년 비교(%)

3 인터넷 '나는 집에서 쇼핑한다'



인터넷쇼핑 거래액 현황

온라인쇼핑 거래액 매년 급증

통계청 '온라인쇼핑동향조사'에 따르면, 온라인쇼핑몰 거래액은 2017년 79조 9,544억원으로 2013년 대비 107.8%의 증감률을 보이며 꾸준히 증가 추세

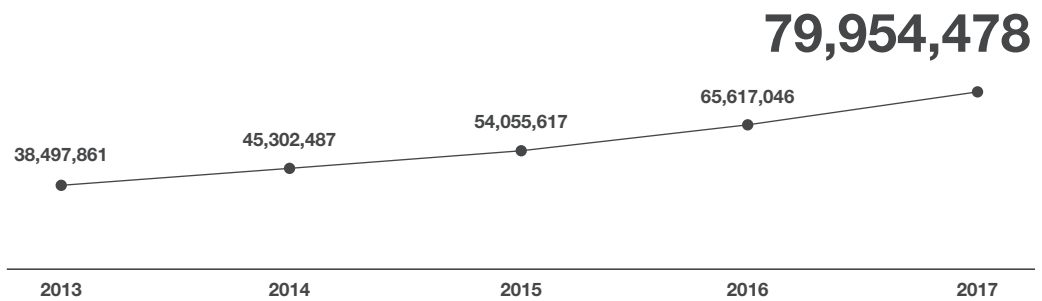


그림 47) 온라인쇼핑몰 거래액(백만원) ※ 통계청, 온라인쇼핑동향조사

인터넷쇼핑 이용률

인터넷쇼핑 이용률 또한 꾸준히 증가

만12세 이상 인터넷이용자의 62.0%가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 경험이 있으며, 이는 5년전 대비 11.6%p 상승한 수치, 또한 월평균 이용빈도는 2013년 1.2회에서 금년 3.0회로 상승

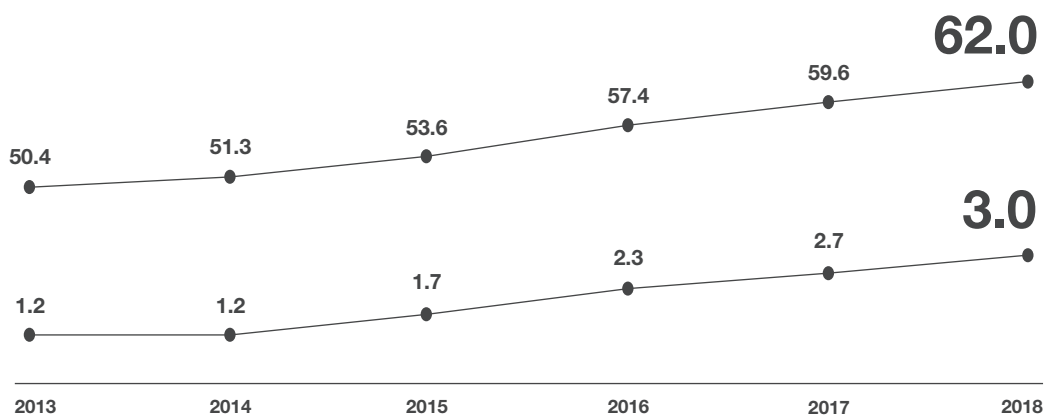


그림 48) 인터넷쇼핑 이용률 및 월평균 이용빈도 - 만12세 이상 인터넷이용자(%)

인터넷쇼핑 이용기기

인터넷쇼핑 이용기기로 스마트폰은 증가, 데스크탑 컴퓨터는 감소

인터넷쇼핑 시 이용하는 기기의 비율을 살펴보면, 스마트폰은 2013년 대비 53.2%p 상승한 반면, 데스크탑은 23.8%p 하락

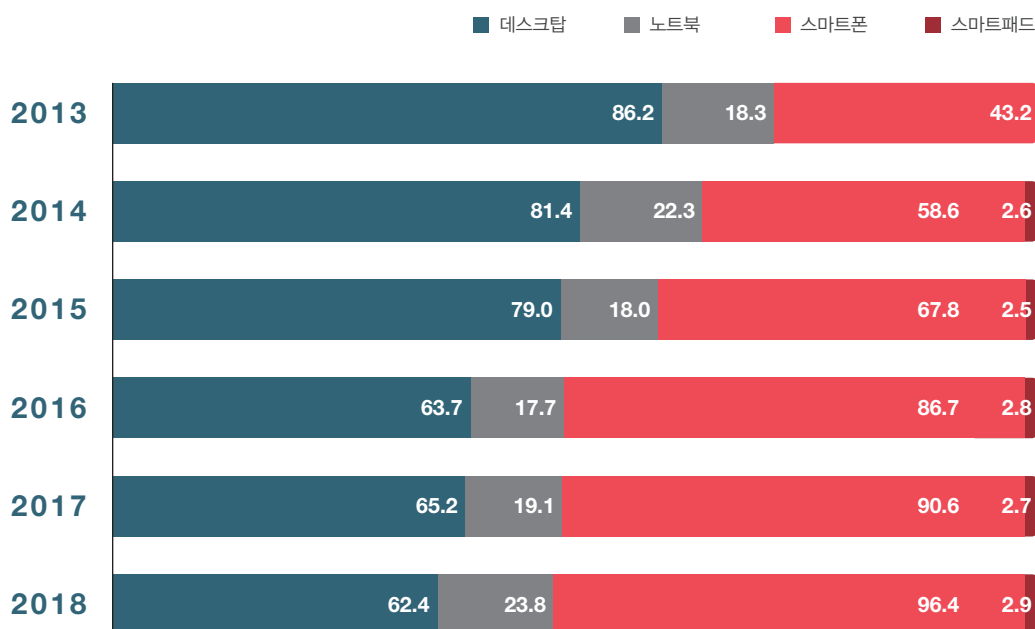


그림 49) 인터넷쇼핑 이용기기(복수응답, %) - 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

인터넷쇼핑 결제방법

신용카드나 체크/직불카드가 연동된 간편결제 이용률이 가장 큰 폭 증가

인터넷쇼핑 시 결제방법은 최근 2년간 무통장입금을 제외한 모든 결제방법의 이용률이 증가하였는데, 간편결제의 증가 폭이 14.1%p로 가장 크고, 다음으로 체크카드/직불카드(10.9%p), 신용카드(5.0%p), 휴대폰 소액결제(3.8%p) 등의 순으로 나타남

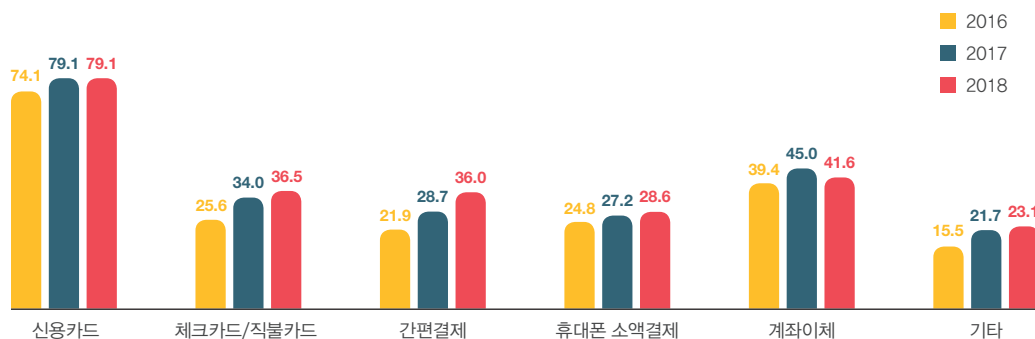


그림 50) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %) - 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자



4 인터넷 '언제 어디서나 이용한다'



연도별 모바일인터넷 이용률 추이

인터넷 이용률과 모바일인터넷 이용률의 격차는 점차 감소

만3세 이상 인구의 모바일 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 이동전화, 스마트폰, 스마트패드 등 모바일기기를 통해 인터넷을 이용한 사람이 비율)은 90.4%로 나타나 인터넷 이용률(91.5%) 대비 1.1%p 낮은 수준이나 그 격차는 최근 3년간 점점 좁혀지고 있는 것으로 조사됨

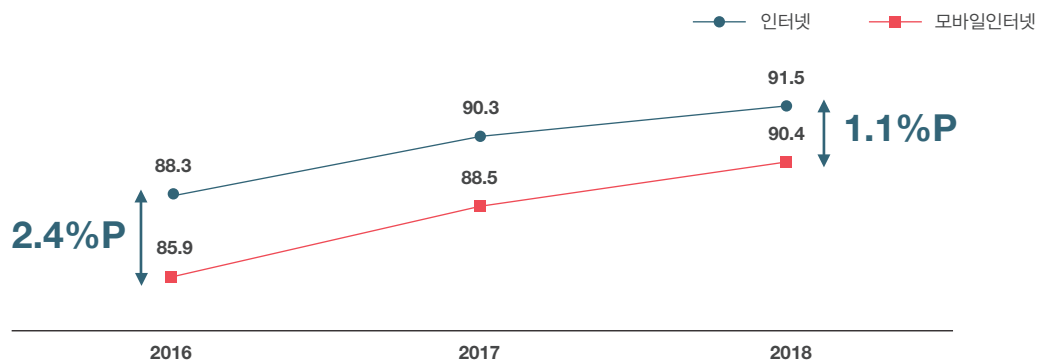


그림 51) 인터넷 및 모바일인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

연도별 컴퓨터/스마트폰 이용률 추이

컴퓨터보다 스마트폰을 통해 인터넷을 이용하는 사람이 더 많으며, 매년 증가

만 3세 이상의 스마트폰 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 89.6%로 조사되어 컴퓨터 이용률(71.6%) 대비 18.0%p 높은 수준, 스마트폰 이용률은 매년 증가 추세인 반면, 컴퓨터 이용률은 감소 추세로 그 격차는 매년 벌어지고 있는 것으로 조사됨

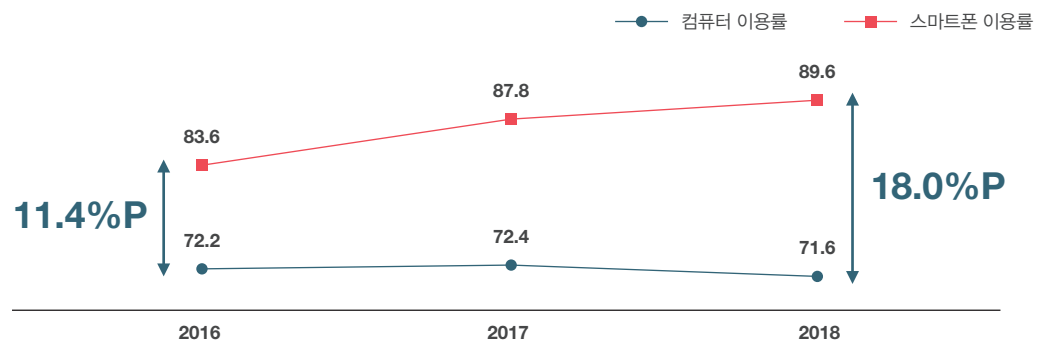


그림 52) 컴퓨터 및 스마트폰 이용률(%) - 만3세 이상 인구

컴퓨터/모바일기기 기반 인터넷 서비스 이용률 비교

컴퓨터보다 모바일기기를 통해 각 인터넷 서비스를 더 많이 이용

인터넷 이용목적별로 서비스를 분류해보면, ‘커뮤니케이션’, ‘자료 및 정보획득’, ‘여가활동’ 관련 서비스에 대해 모바일기기를 통한 이용률은 90%를 상회하는 반면, 컴퓨터를 통한 이용률은 80%대로 그보다 낮은 수준이며, 특히 페이스북, 인스타그램, 밴드, 유튜브 등 ‘홈페이지 운영’ 관련 인터넷 서비스 이용률은 모바일기기를 통한 이용이 컴퓨터 보다 33.0%p 높게 나타남

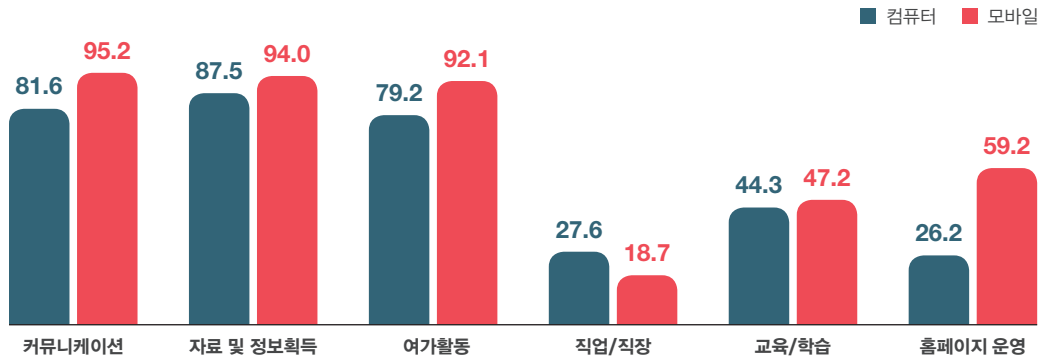


그림 53) 인터넷 서비스 이용률(%) – 만3세 이상 인터넷 이용자