



# 2018

## 인터넷이용실태조사









# 2018

## 인터넷이용실태조사

---

인터넷이용실태조사

총괄 책임자

노명선 본부장

참여 연구진

허해녕 단장

최영준 팀장

이해솔 주임

## 변화하는 인터넷 생태계의 선제적 대비를 위해 ‘미리 보고(先期) 멀리 봐야(遠布)한다’ 선기원포(先期遠布)를 실천할 것

임진왜란 당시 임금인 선조의 가장 가까운 참모이자 도체찰사라는 직책을 맡아 전시 상황의 군사 업무를 관장했던 류성룡이 전쟁 대비책으로 임금에게 올린 병법 요약집 ‘전수기의십조’에 실린 말로, ‘미리 보고 멀리 봐야 한다’는 뜻입니다. “변화를 예측하고, 알맞은 대책을 마련하는 전략적 사고를 갖춰야 한다”는 메시지는 현재 가깝게 다가온 4차 산업 혁명을 맞이하는 우리에게 시의적절한 시사점을 주고 있습니다.

인터넷이용실태조사는 우리나라 인터넷 이용 행태를 관찰함으로써 변화를 예측 가능하게 하여 미래 사회를 대비할 수 있도록 하는 첨병 역할을 하고 있습니다.

이번 조사 결과, 지난 10년간 성별 인터넷 이용 격차는 10.1%에서 4.8%로 절반가량 줄었으며, 50대 이상 고연령층의 인터넷 이용률이 큰 폭으로 상승하여 전체 국민의 91.5%가 인터넷을 이용한다고 볼 수 있으며, 이것은 인터넷이 더 이상 특별한 무언가가 아닌 국민의 삶이자 생활이 되었음을 말해주고 있습니다.

한편, 스마트 폰의 대중화 및 다양한 모바일 기기를 통한 모바일 인터넷 사용이 계속 증가하면서 가구 컴퓨터 보유율은 지속적으로 하락하고 있으며, 가구 스마트폰 보유율은 지속적으로 상승하고 있습니다. 그에 따라 인터넷 쇼핑, SNS, 인터넷 뱅킹 등 인터넷 서비스 이용기기로 데스크톱보다 스마트 기기의 사용이 월등히 높아지는 것을 볼 수 있었습니다. 이를 통해 인터넷 이용 형태는 유선에서 무선으로, 이용 기기는 PC에서 모바일 기기로의 전환이 가속화되고 있음을 우리는 알 수 있습니다.

또한, 최근 1인 가구의 비중이 전체 가구 수의 29.1%를 차지하는 등 1인 가구 시대가 도래하면서, 1인 가구 관련 연령별 인터넷 이용률이 양극화 되고 있는 모습을 볼 수 있었습니다. 20대 청년층 1인 가구에서 각종 인터넷 이용률이 60대 이상 고령층 1인 가구 대비 월등히 높은 것으로

나타났습니다. 가구원의 도움을 받을 수 없는 고령층 1인 가구에 대한 인터넷 이용 격차 해소를 위한 정책 수립도 필요할 것으로 보입니다. 변화하는 인터넷 환경에서 우리나라 대표 ICT 국가 통계로써 인터넷이용실태조사가 학계 연구 뿐 만 아니라 정책 수립의 기초 자료로도 널리 활용될 수 있기를 기대합니다.

올해는 인터넷 탄생(ARPAnet, 1969) 50주년, WWW(World Wide Web, 1989) 탄생 30주년, KISA(한국인터넷진흥원, 2009) 탄생 10주년을 맞이하는 해로써, 다방면으로 의미를 가지는 기념적인 해입니다. KISA는 4차 산업혁명의 선도 기관으로서 인터넷상의 서비스들이 순환하며 돌아갈 수 있도록, 사람의 핏줄과 같은 기능을 수행하고 있습니다. KISA는 앞으로도 안전하고 편리한 ICT 생태계 조성을 위해 최선의 노력을 기울이겠습니다.

2019년 5월  
한국인터넷진흥원장

김 석 환







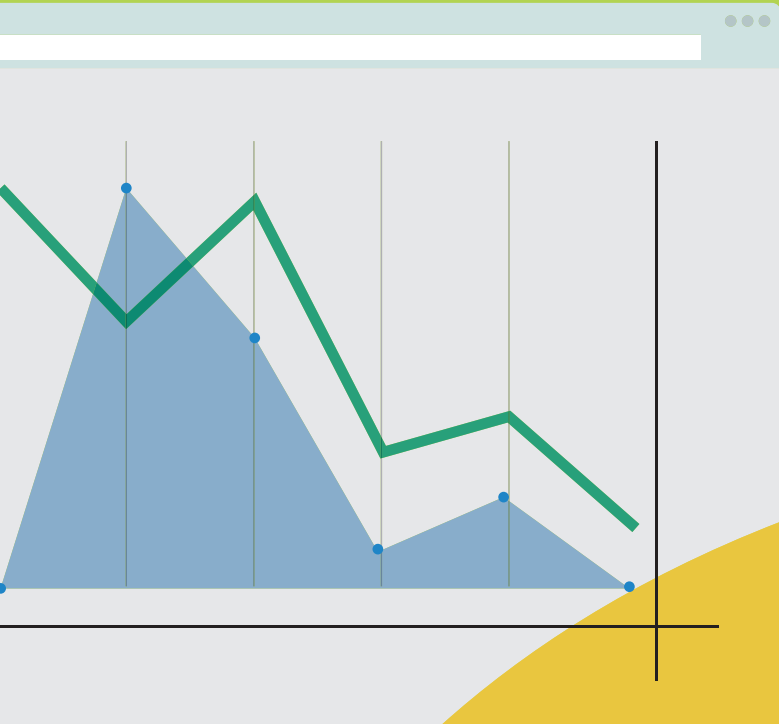
---

## 이용자를 위하여

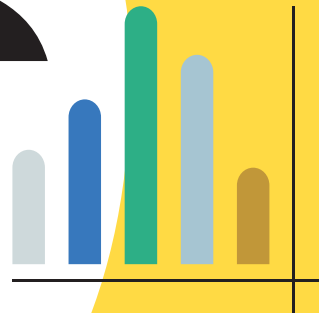
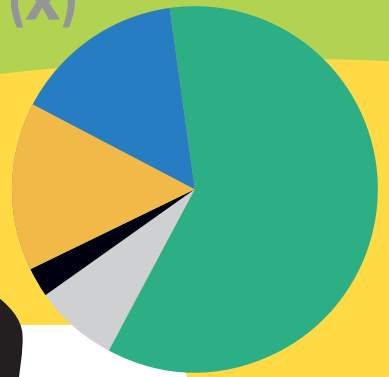
1. 본 보고서는 2018년  
인터넷이용실태조사(국가승인 지정통계  
제120005호)의 결과를 수록한 것입니다.
2. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는  
반드시 과학기술정보통신부와  
한국인터넷진흥원의 자료임을 밝혀야  
합니다.
3. . 본 보고서에 등장하는 수치는 소수점  
두 번째 자리에서 반올림된 것으로, 세부  
항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수  
있습니다.
4. 일부 성, 연령, 지역별 통계량의  
경우 표본의 크기가 충분하지 않아  
상대표준오차(RSE)가 클 수 있으므로 이용  
시 주의 바랍니다.
5.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



# 인포그래픽으로 보는 주요지표

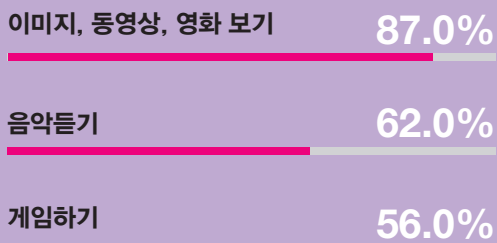


$+$   $\%$   $\times$   
 $-$   
 $F(x)$

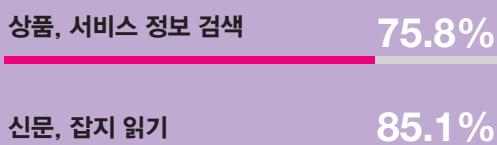


# 인터넷 이용자, 어떤 활동을 할까?

## 여가 활동



## 정보 획득 활동



## 소비·금융 활동

인터넷 쇼핑 62.0%

인터넷 뱅킹 63.7%

인터넷 쇼핑 · 인터넷 뱅킹(만12세 이상  
인터넷 이용자 대상)을 제외한 모든 활동은 만 6세 이상  
인터넷 이용자를 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

2015년

99.5%

99.5%

99.2%

2010년

98.8%

98.5%

98.1%

97.4%

97.2%

2005년

96.8%

95.9%

94.3%

94.1%

94.0%

92.7%

86.0%

68.8%

70.2%

63.2%

49.8%

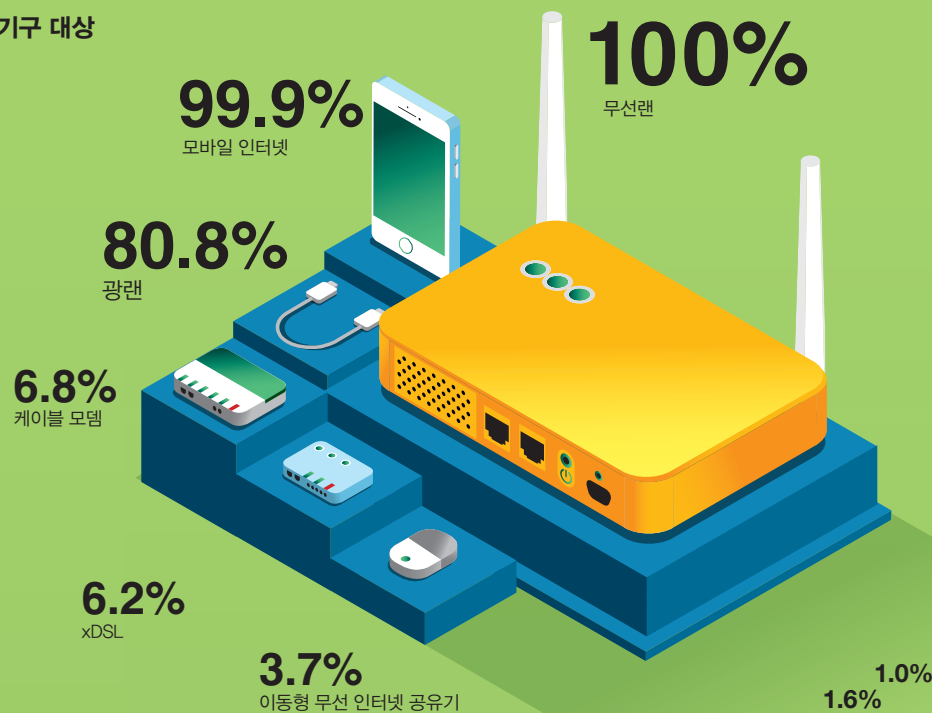
## 가구 인터넷 접속률

전체 가구 대상



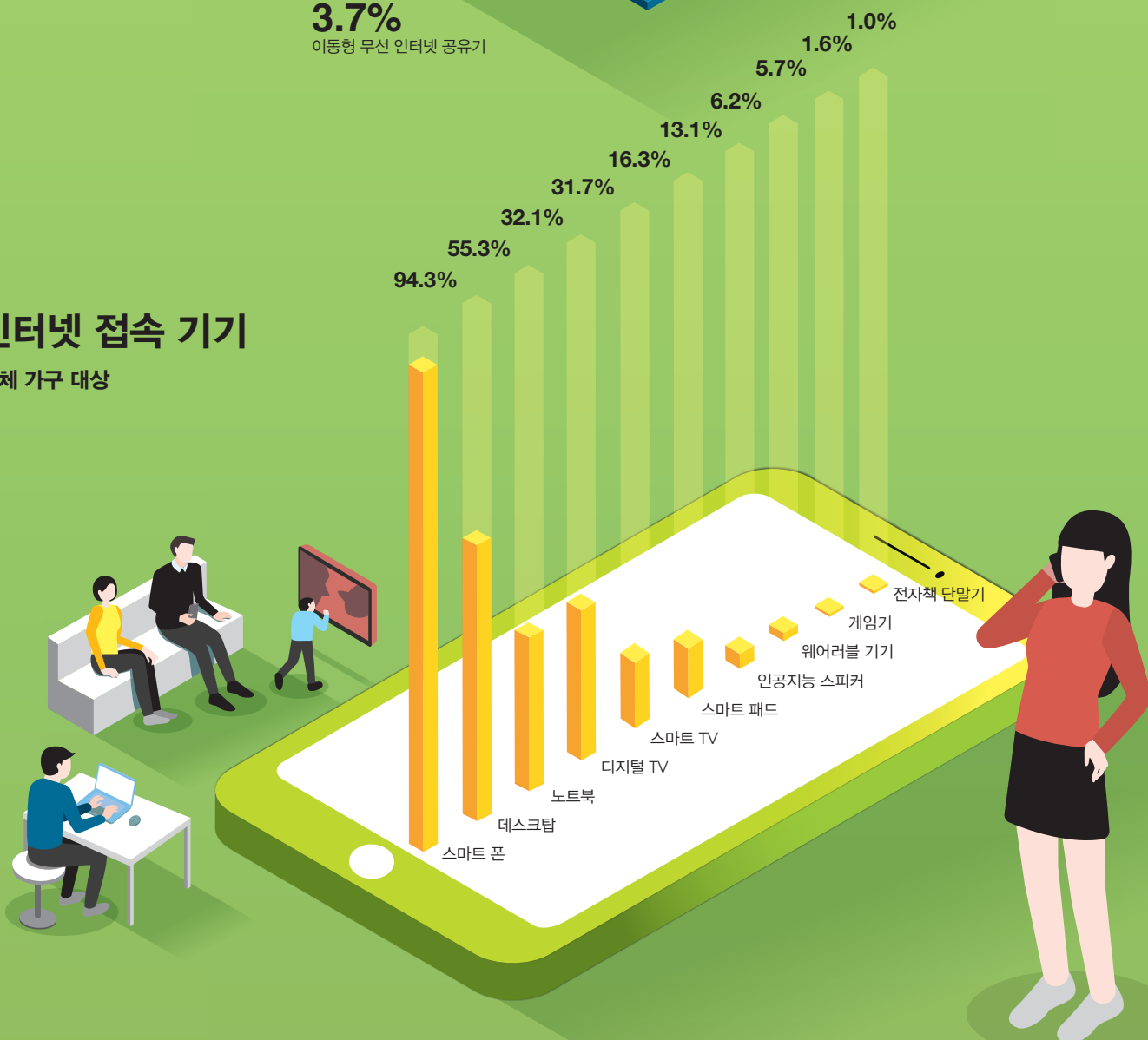
## 인터넷 접속 방법

인터넷 접속기구 대상



## 인터넷 접속 기기

전체 가구 대상



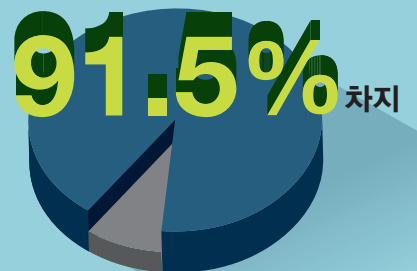
인터넷,  
우리는 얼마나  
이용할까?

46,124,694

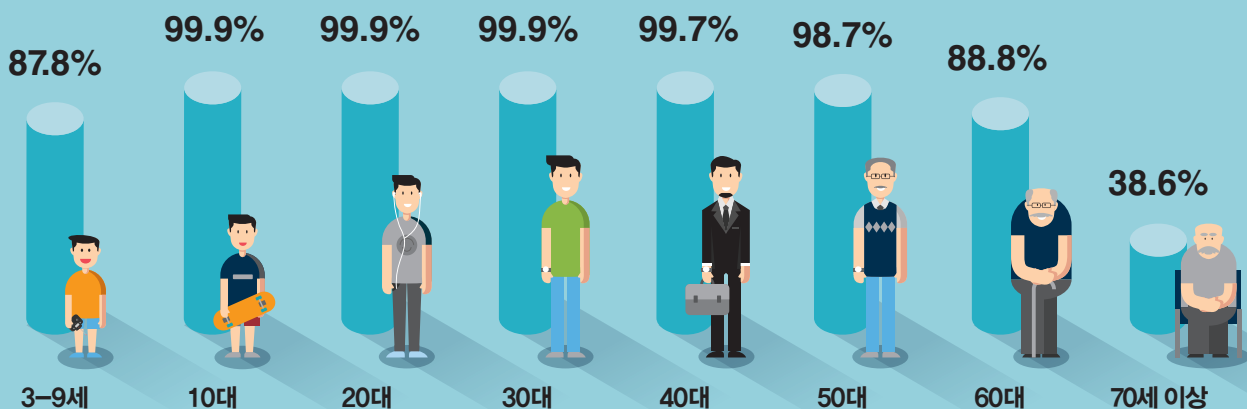
대한민국 인터넷 이용자수

인터넷 이용률

만3세 이상 국민 5,039만명 중




연령별 인터넷 이용률



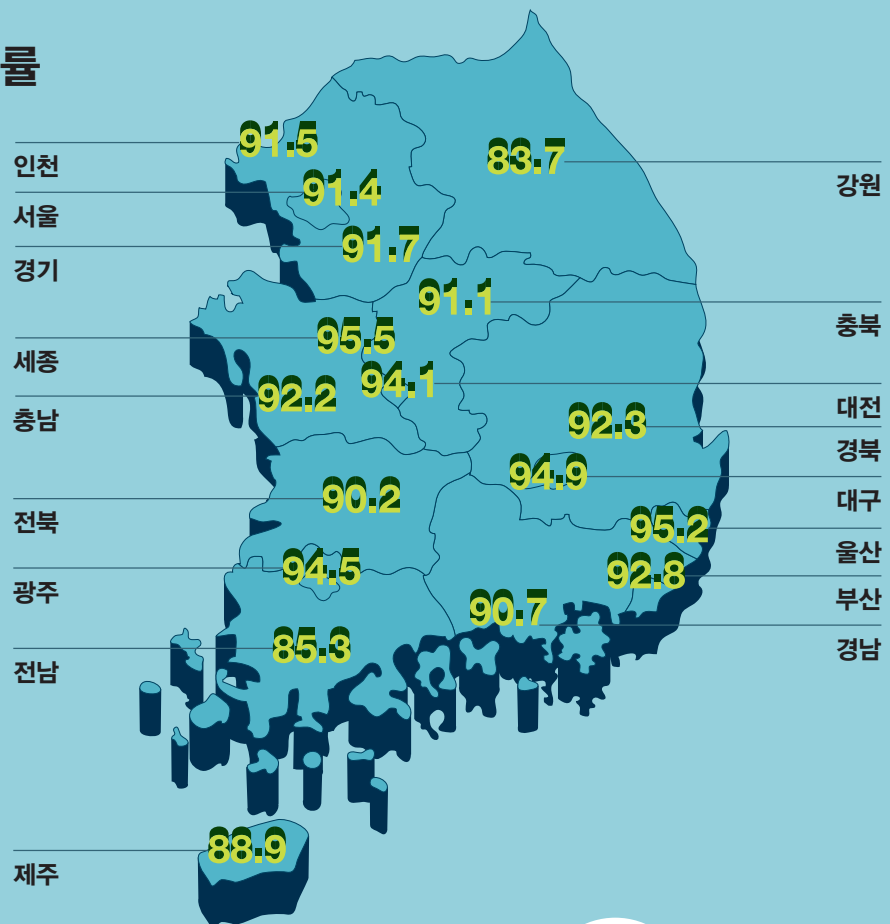


## 성별 인터넷 이용률

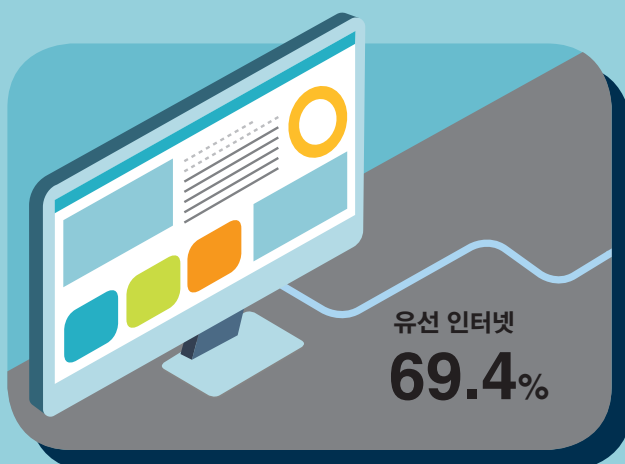
93.9% 89.1%



## 지역별 인터넷 이용률



## 인터넷 접속방법



mobile

100% PM 12:00

# 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

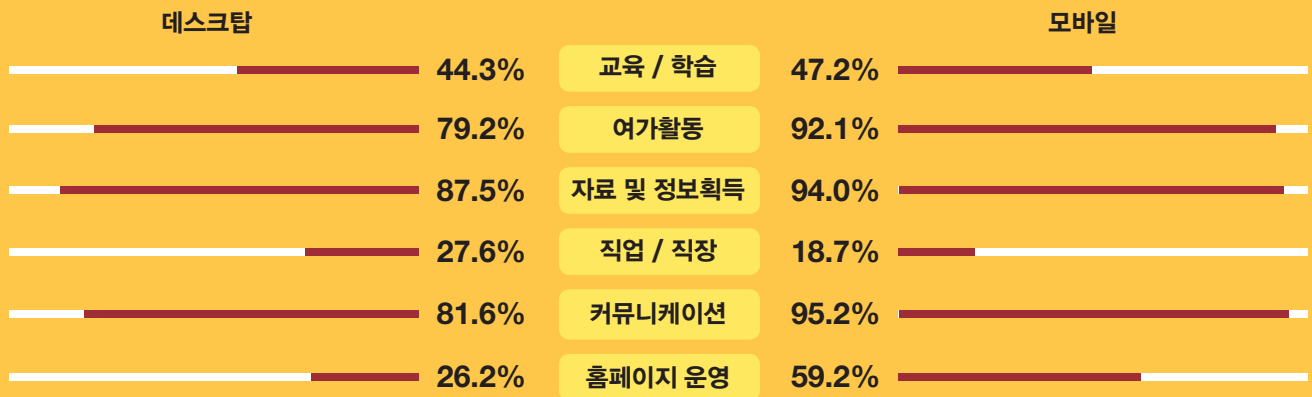
2010

모바일 기기  
(스마트 폰/스마트패드 등)

81.4%

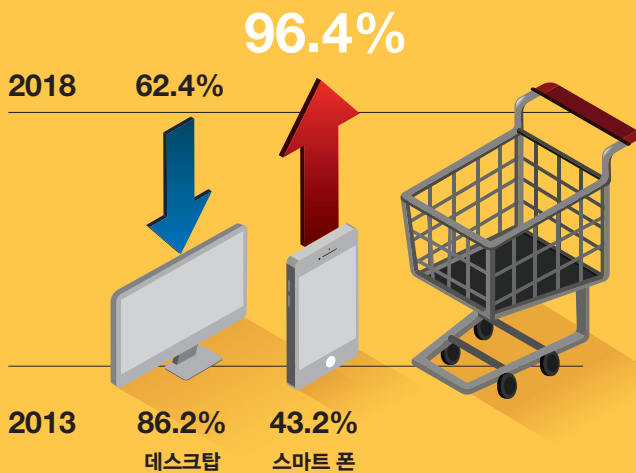
4.9%

## 2018년 기기별 인터넷 활동 비율



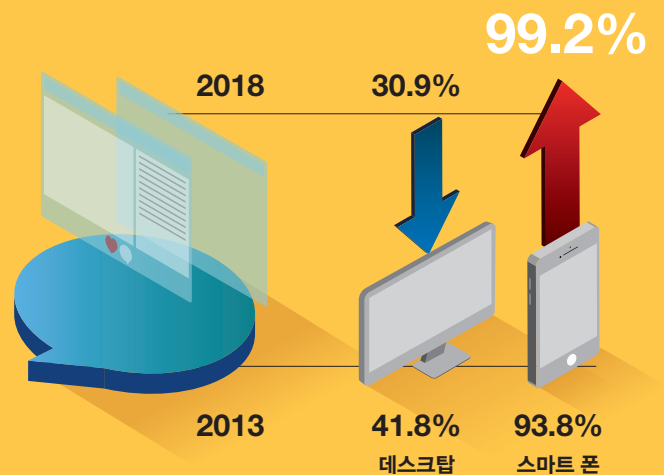
## 인터넷 쇼핑 이용기기

만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자 대상



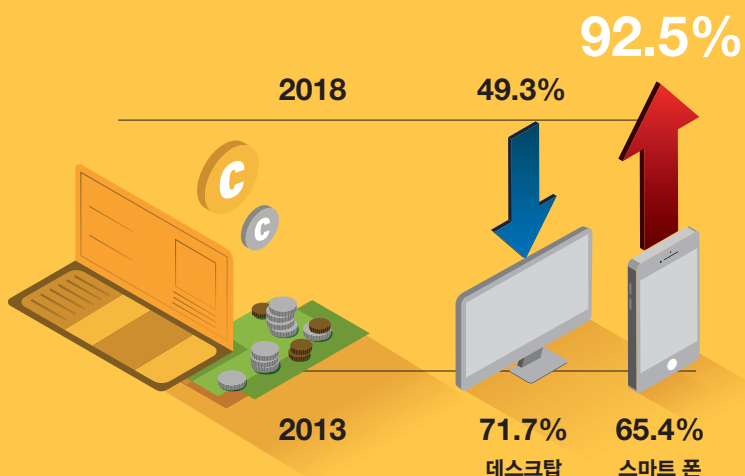
## SNS 이용기기

만 6세 이상 SNS 이용자 대상



## 인터넷 뱅킹 이용기기

만 12세 이상 인터넷 뱅킹 이용자 대상



# 1

## 조사 개요

1	조사 목적	02
2	조사 연혁	03
3	조사 내용 및 범위	05
4	주요 용어 및 정의	06
5	조사 체계	07
6	표본 설계	08
가	모집단	
나	표본 규모 및 추출 방법	
7	실사	10
가	실사 개요	
나	표본 관리	
8	자료 입력 및 처리	11
가	자료 검증 및 대체	
나	자료 입력 및 분석	
9	추정 및 표본오차	12
가	추정	
나	표본오차 및 신뢰구간	
10	결과발표 및 통계 활용분야	15
11	모집단 현황	16
12	표본 현황	18

## 2

## 인터넷、접속

1	인터넷이용자 정의	22
---	-----------	----

2	가구 인터넷 접속률	24
---	------------	----

- 가 인터넷 접속률
- 나 인터넷 접속방법

3	인터넷 이용률	25
---	---------	----

- 가 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수
- 나 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수
- 다 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수
- 라 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수
- 마 직업별 인터넷 이용률
- 바 학력별 인터넷 이용률
- 사 가구소득별 인터넷 이용률

4	인터넷 이용행태	34
---	----------	----

- 가 인터넷 접속방법
- 나 인터넷 이용기간
- 다 인터넷 이용빈도
- 라 인터넷 이용시간
- 마 인터넷 이용장소
- 바 인터넷 이용목적
- 사 안전한 인터넷 이용을 위한 활동

## 3

## 인터넷、기반

1	가구	44
---	----	----

- 가 컴퓨터 보유율
- 나 정보통신기기 보유현황
- 다 인터넷 접속기기

2	가구원	46
---	-----	----

- 가 컴퓨터 이용률
- 나 이동전화 이용률
- 다 휴대형 정보통신기기 보유현황

## 4

### 인터넷、휴대

1	모바일 인터넷 이용	52
가	모바일 인터넷 이용률	

2	스마트폰 인터넷 이용	53
가	스마트폰 인터넷 이용률	
나	스마트폰 이용시간	

3	스마트폰 보유 및 이용	55
가	스마트폰 보유율	
나	주이용 스마트폰 애플리케이션	
다	스마트폰 교체주기	
라	스마트폰 교체이유	

4	웨어러블기기 보유 및 이용	58
가	웨어러블기기 보유율	
나	웨어러블기기 종류별 보유현황	
다	웨어러블기기 이용 기능	

## 5

### 인터넷、소통

1	인스턴트 메신저 이용현황	62
가	인스턴트 메신저 이용률	
나	인스턴트 메신저 이용빈도	
다	인스턴트 메신저 이용기능	
라	주이용 인스턴트 메신저 서비스	

2	SNS 이용현황	66
가	SNS 이용률	
나	SNS 이용빈도 및 시간	
다	주이용 SNS 서비스	
라	SNS 이용기기	
마	SNS 이용 이유	
바	SNS 비이용 이유	

3	이메일 이용현황	72
가	이메일 이용률	
나	이메일 이용용도 및 빈도	

4	인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간	74
---	-------------------	----

## 6

## 인터넷、생활

---

1 온라인 미디어 이용 76

- 가 온라인 미디어 이용률
- 나 TV 시청
- 다 신문 읽기
- 라 라디오 청취
- 마 잡지·서적 읽기
- 바 영화 관람

---

2 인터넷 쇼핑 이용 80

- 가 인터넷 쇼핑 이용률
- 나 인터넷 쇼핑 빈도
- 다 인터넷 쇼핑 구매 비용
- 라 인터넷 쇼핑 결제 방법
- 마 인터넷 쇼핑 구매 품목
- 바 인터넷 쇼핑 이용 기기
- 사 인터넷 쇼핑 이용 시 불편 사항
- 아 인터넷 쇼핑 비이용 이유

---

3 인터넷뱅킹 이용 89

- 가 인터넷뱅킹 이용률
- 나 인터넷뱅킹 이용기기

---

4 클라우드 서비스 이용 92

- 가 클라우드 서비스 이용률
- 나 클라우드 서비스 이용목적

## 7

## 인터넷、단절

---

1 인터넷 비이용자 현황 96

---

2 인터넷 비이용 이유 97

---

3 인터넷 이용 의향 98

## 부록

1	주요 변경 내역	99
2	표본 오차	111
3	조사표	119
4	요약보고서	137



## 표 차례

표 1-01	만3세 이상 인구의 인터넷 이용률과 이용자 수 표본 오차 및 추정 결과	14
표 1-02	가구의 인터넷 접속률 표본오차 및 추정 결과	14
표 1-03	모집단 가구 현황(가구)	16
표 1-04	모집단 인구 현황(명)	17
표 1-05	표본 가구 현황	18
표 1-06	표본 가구원(인구) 현황	19
표 2-01	국가별 인터넷 이용자 정의	23
표 2-02	최근 인터넷 이용 시기별 이용률 및 이용자 수(% , 천명) – 만 3세 이상 인구	26
표 2-03	지역 규모 및 지역별 인터넷 이용률(% ) – 만 3세 이상 인구	31
표 2-04	성 · 연령별 인터넷 이용 기간(% ) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	35
표 2-05	성 · 연령별 인터넷 이용 빈도(% ) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	36
표 2-06	성 · 연령별 인터넷 이용 장소(% ) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	38
표 2-07	성 · 연령별 인터넷 이용 목적(복수 응답, %) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	39
표 2-08	성 · 연령별 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수 응답, %) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	40
표 5-01	성 · 연령별 주이용 인스턴트 메신저 서비스(3개 항목 응답, %) – 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자	65
표 5-02	성 · 연령별 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	69
표 5-03	성 · 연령별 SNS 이용기기(복수응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	70
표 5-04	성 · 연령별 일평균 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간(% ) – 만 3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자	74
표 6-01	성 · 연령별 인터넷 쇼핑 이용 기기(복수응답, %) – 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자	87
표 6-02	성 · 연령별 인터넷 बैं킹 이용 기기(복수응답, %) – 만 12세 이상 인터넷 बैं킹 이용자	91
표 6-03	성 · 연령별 클라우드 서비스 이용 목적(복수응답, %) – 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자	93

## 그림 차례

그림 2-01	가구 인터넷 접속률 및 접속 가구 수 추이(% , 천 가구) – 국내 전체 가구	24
그림 2-02	가구 인터넷 접속 방법(복수 응답, %) – 인터넷 접속가구	24
그림 2-03	인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명) – 만 3세 이상 인구	25
그림 2-04	만 60세 이상 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명) – 만 60세 이상 인구	25
그림 2-05	최근 인터넷 이용시기(% ) – 만 3세 이상 인구	26
그림 2-06	성별 인터넷 이용률(% ) – 만 3세 이상 인구	27
그림 2-07	성별 인터넷 이용자 수(천명) – 만 3세 이상 인구	27
그림 2-08	성별 인터넷 이용자 구성비(% ) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	27
그림 2-09	연령별 인터넷 이용률(% ) – 만 3세 이상 인구	28
그림 2-10	연령별 인터넷 이용자 수(천명) – 만 3세 이상 인구	28
그림 2-11	연령별 인터넷 이용자 구성비(% ) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	29
그림 2-12	지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천명) – 만 3세 이상 인구	30

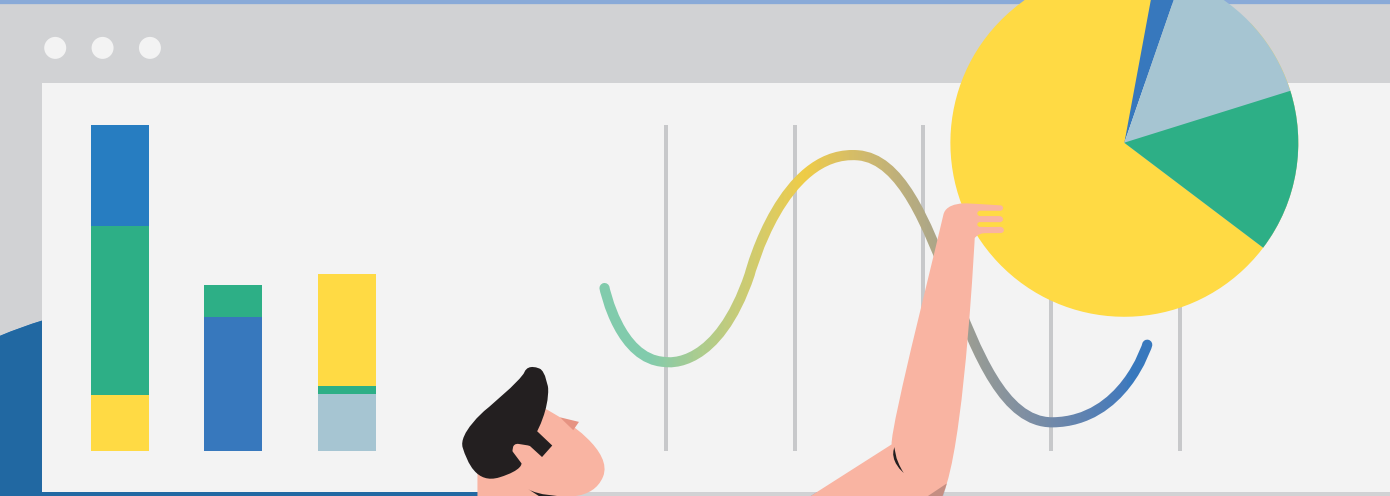
그림 2-13	지역별 규모별 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	31
그림 2-14	직업별 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	32
그림 2-15	학력별 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	33
그림 2-16	가구 소득별 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	33
그림 2-17	인터넷 접속 방법(%) – 만 3세 이상 인구	34
그림 2-18	인터넷 이용기간(%) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	35
그림 2-19	인터넷 이용빈도(%) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	36
그림 2-20	주평균 인터넷 이용시간(%) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	37
그림 2-21	성 · 연령별 주평균 인터넷 이용시간(시간) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	37
그림 2-22	인터넷 이용 장소(복수응답, %) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	38
그림 2-23	인터넷 이용 목적(복수응답, %) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	39
그림 2-24	안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, %) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	40
그림 3-01	가구 컴퓨터 보유율(%) – 전체 가구	44
그림 3-02	가구 정보통신기기 보유율(%) – 전체 가구	44
그림 3-03	가구 인터넷 접속기기(복수응답, %) – 전체 가구	45
그림 3-04	가구 정보통신서비스 이용 현황(복수응답, %) – 전체 가구	45
그림 3-05	컴퓨터 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	46
그림 3-06	성 · 연령별 컴퓨터 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	46
그림 3-07	이동전화 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	47
그림 3-08	성 · 연령별 이동전화 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	47
그림 3-09	휴대형 정보통신기기 보유 현황(복수 응답, %) – 만 6세 이상 인구	48
그림 3-10	휴대형 정보통신기기 보유 현황(복수 응답, %) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	48
그림 4-01	최근 모바일 인터넷 이용시기(%) – 만 3세 이상 인구	52
그림 4-02	성 · 연령별 모바일 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	52
그림 4-03	최근 스마트폰을 통한 인터넷 이용 시기(%) – 만 3세 이상 인구	53
그림 4-04	성 · 연령별 스마트폰을 통한 인터넷 이용률(%) – 만 3세 이상 인구	53
그림 4-05	주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(%) – 만 3세 이상 스마트폰 이용자	54
그림 4-06	성 · 연령별 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(시간) – 만 3세 이상 스마트폰 이용자	54
그림 4-07	성 · 연령별 스마트폰 보유율(복수응답, %) – 만 6세 이상 인구	55
그림 4-08	주이용 스마트폰 애플리케이션(3개 항목 응답, %) – 만 12세 이상 스마트폰 이용자	56
그림 4-09	스마트폰 교체주기(%) – 만 12세 이상 스마트폰 이용자	57
그림 4-10	스마트폰 교체이유(%) – 만 12세 이상 스마트폰 이용자 중 스마트폰 교체 경험자	57
그림 4-11	성 · 연령별 웨어러블 기기 보유율(%) – 만 6세 이상 인구	58
그림 4-12	웨어러블 기기 종류별 보유 현황(복수응답, %) – 만 6세 이상 웨어러블 기기 보유자	58
그림 4-13	웨어러블 기기 이용 가능(복수응답, %) – 만 6세 이상 웨어러블 기기 보유자	59
그림 5-01	최근 인스턴트 메신저 이용시기(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	62
그림 5-02	기기별 인스턴트 메신저 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	63
그림 5-03	성 · 연령별 인스턴트 메신저 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	63
그림 5-04	인스턴트 메신저 이용 빈도(%) – 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자	64
그림 5-05	인스턴트 메신저 이용 기능(복수응답, %) – 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자	64
그림 5-06	주이용 인스턴트 메신저 서비스(3개 항목 응답, %) – 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자	65
그림 5-07	최근 SNS 이용시기(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	66

그림 5-08	기기별 SNS 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	67
그림 5-09	성·연령별 SNS 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	67
그림 5-10	주평균 SNS 이용빈도(%) – 만 6세 이상 SNS 이용자	68
그림 5-11	주평균 SNS 이용시간(%) – 만 6세 이상 SNS 이용자	68
그림 5-12	주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	69
그림 5-13	SNS 이용 기기(복수응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	70
그림 5-14	SNS 이용 이유(3개 항목 응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	71
그림 5-15	SNS 비용 이유(복수응답, %) – 만 6세 이상 SNS 이용자	71
그림 5-16	최근 이메일 이용 시기(%) – 만 6세 이상 인터넷이용자	72
그림 5-17	성·연령별 이메일 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷이용자	72
그림 5-18	개인 용도 이메일 이용빈도(%) – 만 6세 이상 개인 용도 이메일 이용자	73
그림 5-19	업무 용도 이메일 이용빈도(%) – 직장인 이메일 이용자	73
그림 5-20	일평균 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간(%) – 만3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자	74
그림 6-01	온라인 미디어 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	78
그림 6-02	성·연령별 온라인 미디어 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	79
그림 6-03	성·연령별 온라인 TV 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	79
그림 6-04	성·연령별 온라인 신문 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	80
그림 6-05	성·연령별 온라인 라디오 청취율(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	80
그림 6-06	성·연령별 온라인 잡지·서적 이용률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	81
그림 6-07	성·연령별 온라인 영화 관람률(%) – 만 6세 이상 인터넷 이용자	81
그림 6-08	최근 인터넷 쇼핑 이용시기 – 만 12세 이상 인터넷 이용자	82
그림 6-09	기기별 인터넷 쇼핑 이용률(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	83
그림 6-10	성·연령별 인터넷 쇼핑 이용률(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	83
그림 6-11	월평균 인터넷 쇼핑 빈도(%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	84
그림 6-12	월평균 인터넷 쇼핑 구매비용(%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	84
그림 6-13	인터넷 쇼핑 결제 방법(복수응답,%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	85
그림 6-14	인터넷 쇼핑 결제 방법(복수응답,%) – 만 12세 이상 컴퓨터쇼핑 이용자, 모바일쇼핑 이용자	85
그림 6-15	인터넷 쇼핑 구매품목(복수응답,%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	86
그림 6-16	인터넷 쇼핑 이용기기(복수응답,%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	87
그림 6-17	인터넷 쇼핑 이용 시 불편 사항(복수응답, %) – 만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	88
그림 6-18	인터넷 쇼핑 비용 이유(복수응답,%) – 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자	88
그림 6-19	최근 인터넷 बैं킹 이용시기(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	89
그림 6-20	기기별 인터넷 बैं킹 이용률(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	90
그림 6-21	성·연령별 인터넷뱅크 이용률(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	90
그림 6-22	인터넷뱅크 이용기기(복수응답, %) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	91
그림 6-23	최근 클라우드 서비스 이용시기(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	92
그림 6-24	성·연령별 클라우드 서비스 이용률(%) – 만 12세 이상 인터넷 이용자	92
그림 6-25	클라우드 서비스 이용 목적(복수응답, %) – 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자	93
그림 7-01	성·연령별 인터넷 이용자 현황(%) – 만 3세 이상 인구	96
그림 7-02	인터넷 이용자 구성비(%) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	96
그림 7-03	인터넷 비용 이유(복수응답, %) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	97
그림 7-04	성·연령별 인터넷 이용 의향(%) – 만 3세 이상 인터넷 이용자	98

# 1

## 조사 개요

- 01 조사 목적
- 02 조사 연혁
- 03 조사 내용 및 범위
- 04 주요 용어 및 정의
- 05 조사 체계
- 06 표본 설계
- 07 실사
- 08 자료 입력 및 처리
- 09 추정 및 표본오차
- 10 결과 발표 및 통계 활용 분야
- 11 모집단 현황
- 12 표본 현황



# 1

## 조사 목적

인터넷이 사회 전반으로 빠르게 확산됨에 따라 인터넷 이용률과 이용자수의 양적 성장뿐만 아니라 구체적인 인터넷 이용 행태 및 일상 생활에서 인터넷 활용, 인터넷의 사회적 영향 등을 파악하는 것이 더욱더 중요해지고 있다.

본 조사는 급속히 변화하는 인터넷 이용환경 및 행태 변화를 파악하여 정부 정책과 업계의 비즈니스 전략 수립, 학계의 연구 활동 등 다양한 영역에서 활용할 수 있는 통계정보를 제공하는 데 목적이 있다.

본 조사의 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 국내 인터넷 이용자수 및 이용률에 대한 정량적 측정
- 국제기구의 ICT 통계지표 및 국제지수 산출을 위한 기초 자료 제공
- 가구의 정보통신기기 보유 및 인터넷 접속 등 인터넷 이용 환경 분석
- 인터넷 이용시간, 장소, 방법, 용도 등 인터넷 이용 행태 파악
- 일상 생활에서 인터넷 활용 및 인터넷의 사회적 영향 분석
- 향후 인터넷 이용 전망



## 2

## 조사 연혁

1999년 10월	<p>전국 1,403가구(만7세 이상 인구 3,445명)를 대상으로 「국내 인터넷 이용자수 산출 및 통계기법 검증에 관한 연구」 실시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷 이용자는 '월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자'로 정의</li> </ul>
2000년 03월	<p>전국 2,623가구(만7세 이상 인구 8,491명)를 대상으로 「2000년도 상반기 인터넷 이용자수 산출 및 통계조사기법 검증·개선에 관한 연구」 실시</p>
2000년 08월 - 2000년 12월	<p>「인터넷 이용자 수 및 이용 행태에 관한 설문조사」 실시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>전국 약 3,500가구(만7세 이상 인구 약 10,000명)를 대상으로 조사 패널 구축</li> <li>2000년 8월(면접조사) 조사패널 구축 후 전화 조사로 조사 방법 변경 (단, 신규 표본에 대해 면접 조사 병행)</li> </ul>
2001년 03월 - 2001년 12월	<p>「인터넷 이용자수 및 이용 행태에 관한 설문조사」 실시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>동일한 조사패널 가구를 대상으로 연 4회(3월, 6월, 9월, 12월) 전화 조사 실시</li> </ul>
2002년 06월 - 2002년 12월	<p>「인터넷 이용자수 및 이용 행태 조사」로 조사명 변경</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>만6세 이상 가구원으로 조사 대상 확대</li> <li>연 2회(6월, 12월)로 조사 주기 변경</li> </ul>
2003년 06월 - 2004년 06월	<p>「정보화실태조사」로 조사명 변경 및 국가승인통계 (지정통계 제12005호) 지정</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>‘2000년 인구주택 총조사’의 10% 표본 조사구를 기반으로 표본 재설계</li> <li>전국 7,000가구(약 18,000명)를 대상으로 가구방문 면접 조사 실시</li> </ul>
2004년 12월	<p>인터넷 이용자 정의 변경</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷 이용자를 '최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 자'로 정의 변경</li> <li>이동통신망을 통한 무선 인터넷 이용자도 인터넷 이용자에 포함</li> </ul>
2006년 12월 - 2007년 12월	<p>표본 개편 및 표본규모 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>‘2005년 인구주택 총조사’의 조사구 중 통계청에서 사용하는 ‘10% 표본 조사구’를 제외한 90% 조사구를 기반으로 표본 재설계</li> <li>전국 10,000가구(약 25,000명)를 대상으로 조사</li> <li>만3세 이상 가구원으로 조사 대상 확대</li> </ul>

2008년 06월	<p>「인터넷이용실태조사」로 조사명 변경 및 표본규모 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국 17,000가구(약 42,000명)를 대상으로 조사</li> <li>• 조사주기(연 1회) 및 조사기간(2개월) 변경</li> </ul>
2009년 05월 - 2010년 05월	<p>표본규모 확대 및 조사기준시점 변경</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국 30,000가구(약 73,000명)를 대상으로 조사</li> <li>• 조사 기준 시점(5월 1일 0시) 및 조사 기간(2.5개월) 변경</li> </ul>
2011년 07월	<p>조사 기준 시점(7월 1일 0시) 변경</p>
2012년 07월	<p>표본 개편</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘2010년 인구주택총조사’ 결과 중 통계청의 ‘가구+주택’ DB를 기반으로 표본 재설계</li> <li>• 표본 규모 및 조사 기준 시점은 동일</li> </ul>
2014년 07월	<p>표본규모 축소</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국 30,000가구에서 25,000가구(약 65,000명)로 조사 대상 축소</li> <li>• 조사구는 3,000개 조사구를 그대로 유지하는 대신, 조사구당 조사 가구수를 8-9개로 축소함</li> </ul>
2016년 07월	<p>모바일인터넷이용실태조사(승인통계 제329002호) 작성 중지 후 주요 문항 흡수</p>
2018년 7월	<p>표본 개편</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 통계청 『2015년 인구주택총조사』의 2% 가구주택사항의 일반조사구 (1,A) 및 해당 조사구의 가구명부를 기준으로 표본 추출률 변경</li> </ul>



## 3

## 조사 내용 및 범위

본 조사는 인터넷 이용현황 및 이용행태, 가구의 인터넷 환경, 일상생활에서 인터넷 활용, 인터넷의 사회적 영향 등을 파악할 수 있는 내용으로 구성되었으며, 기존 조사 결과와의 시계열 분석을 통해 향후 추이를 예측해 볼 수 있도록 구성하였다.

본 조사의 주요 내용은 다음과 같다.

- 인터넷 이용자 수와 이용률 산출 및 시계열 분석
- 모바일 인터넷 및 스마트폰 인터넷 이용자 수, 이용률 산출
- 성, 연령, 학력, 직업, 지역 등에 따른 인터넷 이용 현황
- 인터넷 이용시간, 빈도, 장소, 용도 등 인터넷 이용 행태
- 가구의 정보통신기기 보유 및 인터넷 접속 등 인터넷 이용 환경
- 이메일, 인스턴트 메신저, SNS 등 인터넷 커뮤니케이션 현황
- 인터넷 쇼핑, 인터넷 बैं킹 등 인터넷 경제 활동 현황
- 온라인을 통한 TV, 신문, 라디오, 잡지·서적 등 미디어 이용 현황
- 인터넷을 이용하지 않는 이유 및 향후 이용의향 분석

# 4

## 주요 용어 및 정의

인터넷 이용자(률)	만3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 인터넷을 이용한 자(의 비율)
모바일 인터넷 이용자(률)	인터넷 이용자 중 최근 1개월 이내 일반 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, 웨어러블 기기 등 무선인터넷 연결이 가능한 모바일 기기를 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)
스마트폰 이용자(률)	인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)
컴퓨터 보유율	전체 가구 중 실제 이용 여부와 관계없이 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 스마트패드 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율
인터넷 접속률	전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 xDSL, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 케이블모뎀, 무선랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율
인스턴트 메신저	컴퓨터, 스마트폰 등으로 온라인 상에서 개인 간 실시간으로 메시지, 사진 등의 데이터를 주고받을 수 있는 서비스  인스턴트 메신저 이용자(률) : 만6세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 자(의 비율)
SNS (소셜네트워킹 서비스)	인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유하는 활동으로 타인이 게시한 콘텐츠를 단순히 열람·관찰하는 행위도 포함  SNS 이용자(률) : 만6세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 자(의 비율)
이메일 이용자(률)	만6세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 이메일을 이용한 자(의 비율)
인터넷 쇼핑	각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료 애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함  인터넷 쇼핑 이용자(률) : 만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 자(의 비율)

클라우드 서비스	<p>미디어 파일(사진, 음악 등) 및 개인 파일(문서, 주소록 등)을 외부 저장공간이 아닌 웹서버에 저장하는 서비스. 보관된 파일은 컴퓨터, 스마트폰 등으로 다운로드 후 편집 등 원하는 작업 수행 가능</p> <p>클라우드 서비스 이용자(률) : 만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 자(의 비율)</p>
인터넷 뱅킹	<p>인터넷 상에서의 저축, 송금, 투자, 자산관리 등 모든 은행거래 활동을 포함하며 각 금융사가 제공하는 모바일 애플리케이션을 이용한 모바일뱅킹 서비스도 포함</p> <p>인터넷 뱅킹 이용자(률) : 만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷 뱅킹을 이용한 자(의 비율)</p>
웨어러블 기기	<p>시계, 안경, 의복 등의 형태로 신체에 착용하여, 주변 환경 및 개인의 신체변화 정보를 실시간으로 수집하고 인터넷을 통해 공유·활용하는 기기</p> <p>웨어러블 기기 이용자(률) : 만12세 이상 인터넷 이용자 중 웨어러블 기기를 보유 및 최근 1년 이내 이용한 자(의 비율)</p>

## 5

## 조사 체계

조사 대상		전국 25,000가구 및 가구내 상주하는 만3세 이상 가구원
유효 응답자 수		만3세 이상 가구원 59,970명
조사 주기		연 1회
조사 기간		2018. 7. 30 - 9. 30 (2개월)
조사 방법		가구 방문 면접조사
조사 기관	주관 기관	과학기술정보통신부(Ministry of Science and ICT)
	주관 기관	한국인터넷진흥원(Korea Internet & Security Agency)
	전담기관	(주)메트릭스
법적 근거		정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제52조 통계법 제17조(지정통계의 지정 및 지정취소)

# 6

## 표본 설계

### 가. 모집단

- **목표 모집단(Target Population)**

전국 가구 및 만3세 이상 인구

- **조사 모집단(Survey Population)**

2018년 7월 1일 현재 전국 가구 및 가구내 상주하는 만3세 이상 가구원

가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 취사, 취침 등 생계를 같이 하는 생활 단위

가구원 : 가족 여부와 관계없이 한 가구내에서 생계를 같이 하는 모든 구성원

- **기숙사, 특수사회시설 등의 집단시설가구, 군복무, 타지역 및 해외 거주 등으로  
장기간 부재중인 가구원은 조사대상에서 제외되며, 구체적인 조사 제외 대상은 다음과 같음**

학교, 공장, 병원 등의 기숙사 거주자, 양로원, 고아원, 특수병원 등

특수사회시설 거주자, 군복무자, 교도소, 소년원, 치료감호소 등의

수감자, 장기 해외출장·체류자, 외국인 등

### 나. 표본 규모 및 추출 방법

- **표본 규모 : 25,000 가구**

- **추출단위 및 추출틀**

최종 추출단위(Sampling Unit) : 전국 가구

1차 추출 단위(Primary Sampling Unit) : 지역별, 동부/읍면부별 및 주택유형별 조사구

2차 추출 단위(Secondary Sampling Unit) : 각 조사구 내 가구

추출틀(Sampling Frame) : 통계청 「2015년 인구주택총조사」의 2% 가구주택사항의  
일반조사구 (1,A) 및 해당 조사구의 가구명부

## • 표본추출방법 : 다단계층화집락추출

### 가구 층화 및 표본 할당

1차 : 전국을 17개 시도로 층화 후 시도별 가구 수(2015년 인구주택총조사)를 기준으로  
목표 가구 수 (25,000 가구)를 제공군 비례할당

시도별 비례할당을 하는 경우 서울과 경기도 많은 표본가구가 할당되는 반면에 세종, 제주, 울산 등의 지역에  
할당된 표본 가구 수가 적어 표본가구의 대표성에 문제가 발생할 가능성이 크므로 제공군 비례할당을 적용

$$n_h = 25,000 * \frac{\sqrt{(NHH_h)}}{\sum_{h=1}^{17} \sqrt{(NHH_h)}}$$

$n_h$  는 시도  $h$ 에 제공군 할당된 가구 수

$NHH_h$  는 시도  $h$ 의 부모 집단 가구 수 (2018년 추계가구 수)

2차 : 1인가구의 증가 추세를 반영하기 위해 17개 시도를 1인가구와 다인가구(2015년 인구  
주택총조사)로 층화 후 제공군비례할당

3차 : 17개 시도를 동부/읍면부로 층화 후 동부/읍면부별 가구 수(2015년 인구주택총조사)를 기준으로  
2차에서 할당된 시도별 목표 가구 수를 비례할당

4차 : 17개 시도별, 가구원수별, 동부/읍면부별 할당된 목표 가구 수를 조사구 수로 환산, 1개의 조사구당  
평균 8.33가구를 기준으로 지역별 필요한 조사구 수를 산출

### 집락

추출틀(Sampling Frame)에서 제공하는 조사구 분류 지표의 특성치를 기반으로 K- 평균 집락 분석  
(k-means clustering)을 실시하여 각 지역별 조사구 특성을 6개로 분류.

조사구 특성(2개) : 보통 조사구, 아파트 조사구

주택 유형(5개) : 단독주택, 아파트, 연립/다세대, 기타거처, 오피스텔

가구원 수(5개) : 1인가구, 2인가구, 3인가구, 4인가구, 5인 이상 가구

가구주 학력(4개): 초졸, 중졸, 고졸, 대졸 이상

집락별 조사구 수(2015년 인구주택총조사)를 기준으로 목표 조사구 수(3,000개)를 제공군 비례배분

### 추출

조사구 추출 : 지역별 집락별 동부/읍면부별 표본조사구의 추출은 SAS의 proc surveyselect를  
활용 하여 계통추출을 실시

가구 추출 : 추출된 각 조사구의 가구명부를 활용하여 표본 가구 계통추출(조사구당 8~9개 가구,  
평균 8.33가구)

가구원 추출 : 추출된 가구 내에서 만3세 이상 가구원 전수 조사 실시

# 7

## 실사

### 가. 실사 개요

조사 기간	2018. 7. 30 – 9. 30
조사 기준 시점	2018. 7. 1
조사 주기	1년
조사 대상	표본으로 선정된 가구 및 가구내 상주하는 만3세 이상 가구원 전체 단, 군복무자, 장기 해외출장·체류자, 기숙사 거주자, 수감자 등은 제외
조사 방법	전문 조사원이 표본으로 선정된 가구를 방문하여 설문지에 대한 응답 내용을 기입하는 가구방문 면접조사
조사 절차	조사원의 가구방문 면접조사 ⇒ 지역별 실사 감독원의 관리 및 통제 ⇒ 설문지 집계 ⇒ 보완조사 및 재조사 ⇒ 최종 자료 검증

### 나. 표본 관리

#### • 조사구 관리

사전 추출된 조사구를 대상으로 조사하는 것을 원칙으로 하며, 재개발, 천재지변 등으로 조사가 불가능한 경우에는 동일한 집락 내에 조사구 중 해당 조사구와 가장 인접한 조사구로 대체

#### • 가구 관리

사전 추출된 가구를 대상으로 조사하는 것을 원칙으로 하며, 가구원의 장기부재, 강력한 응답거부 등으로 조사가 불가능한 경우에는 동일한 조사구내에서 1차 추출된 원표본과 동일한 가구 특성으로 추출된 예비표본(대체가구)으로 대체하여 조사 진행

## 8

## 자료 입력 및 처리

## 가. 자료 검증 및 대체

## • 실사 과정에서 자료 검증

지역별 실사 감독원이 회수된 설문지의 30% 이상을 무작위 추출하여 조사원 방문 여부, 응답의 정확성 등에 대한 전화 검증 실시

실사 감독원의 1차 검증에서 합격된 설문지는 에디팅 및 입력 과정에서 전산 프로그램에 의해 2차 검증

입력된 자료는 자료처리 과정에서 내검 프로그램에 의해 3차 검증

검증 단계별로 불합격된 설문지에 대한 보완 조사 및 재조사 실시

## • 분석 과정에서 자료 검증

동일한 그룹(성, 연령, 지역, 학력, 직업, 가구소득 등)별 평균치 및 이전 조사 결과와의 시계열 비교 · 검증

## • 무응답 처리 방법

단위무응답 발생 시 해당 가구를 3회 이상 재방문하여 응답을 수집하나, 부득이한 경우 표본대체 기준에 따라 가구 대체 후 단위무응답 제거

항목 무응답은 실사 당시 발생률을 최소화하나, 부득이한 경우 '기타'에 '모름 · 무응답' 처리

응답자 특성(학력, 직업, 가구소득 등)에 대한 무응답은 보정하지 않음

## 나. 자료 입력 및 분석

## • 수집된 자료는 부호화(coding) 과정을 통해 전산 입력되며, 다단계 검증 과정에서 최종 통과한 자료는 SPSS for Windows(통계 패키지 프로그램)를 이용하여 분석됨

응답자의 이름, 주소, 전화번호 등 개인을 식별할 수 있는 정보는 일련 번호로 부호화하거나 자료 입력 시 제외함

## • 분석 단위 : 가구 및 가구원

가구 독립변수 : 가구주 연령, 가구소득, 지역

가구원 독립변수 : 성, 연령, 성 x연령, 청소년(9-24세), 직업, 학력, 가구소득, 지역 규모, 지역

## • 인터넷 이용률 추정 시, 모집단 정보 이용이 가능한 성별 및 연령별, 지역별 이용률은 인터넷 이용자 수 추정 후 산출하였으며, 모집단에 대한 정보가 없는 직업별, 학력별 등의 경우에는 이용자 수 추정 없이 이용률만 산출함

# 9

## 추정 및 표본 오차

### 가. 추정

#### • 가구원 추정치

$$\hat{p}_{\text{전국}} = \sum_{area=1}^{17} \sum_{sex=0}^1 \sum_{age=3-9}^{70\text{세 이상}} w_{area,sex,age} \hat{p}_{area,sex,age}$$

$$\hat{Var}(\hat{p}_{\text{전국}}) = \sum_{area=1}^{17} \sum_{sex=0}^1 \sum_{age=3-9}^{70\text{세 이상}} w_{area,sex,age}^2 \hat{Var}(\hat{p}_{area,sex,age})$$

$$\hat{Var}(\hat{p}_{area,sex,age}) = \frac{N_{area,sex,age} - n_{area,sex,age}}{N_{area,sex,age}} * \frac{\hat{p}_{area,sex,age} * (1 - \hat{p}_{area,sex,age})}{n_{area,sex,age} - 1}$$

area	17개 시도
sex	남(1), 여(0)
age	가구원 연령 : 3-9세, 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대, 70세 이상
$\hat{p}_{\text{전국}}$	전국 추정 비율
$N_{area,sex,age}$	지역별, 성별, 연령별 모집단 크기
$n_{area,sex,age}$	지역별, 성별, 연령별 표본 크기
$w_{area,sex,age}$	지역별, 성별, 연령별 가중치, $w_{area,sex,age} = \frac{N_{area,sex,age}}{N}$
$p_{area,sex,age}$	특정 지역, 성, 연령에 대한 추정치



• 가구 추정치

$$\hat{p}_{\text{전국}} = \sum_{area=1}^{17} \sum_{age=20\text{대}}^{60\text{세 이상}} w_{area, age} \hat{p}_{area, age}$$

$$\hat{Var}(\hat{p}_{\text{전국}}) = \sum_{area=1}^{17} \sum_{age=20\text{대}}^{60\text{세 이상}} w_{area, age}^2 \hat{Var}(\hat{p}_{area, age})$$

$$\hat{Var}(\hat{p}_{area, age}) = \frac{N_{area, age} - n_{area, age}}{N_{area, age}} * \frac{\hat{p}_{area, age} * (1 - \hat{p}_{area, age})}{n_{area, age} - 1}$$

area	17개 시도
age	가구주 연령 20대, 30대, 40대, 50대, 60세 이상
$\hat{p}_{\text{전국}}$	전국 가구 추정 비율
$N_{area, age}$	지역별, 가구주 연령별 모집단 크기
$n_{area, age}$	지역별, 가구주 연령별 표본 크기
$w_{area, age}$	지역별, 가구주 연령별 가중치, $w_{area, age} = \frac{N_{area, age}}{N}$
$p_{area, age}$	특정 지역의 특정 가구주연령에 대한 추정치

## 나. 표본오차 및 신뢰구간

- 전국 추정비율에 대한 95% 신뢰 수준 하에서의 표본 오차 및 신뢰 구간

$$\pm 1.96^* \sqrt{\widehat{Var}(\hat{p}_{\text{전국}})}, \hat{p}_{\text{전국}} \pm 1.96^* \sqrt{\widehat{Var}(\hat{p}_{\text{전국}})}$$

인터넷 이용률 표본오차	±0.22%p (95% 신뢰수준)
인터넷 이용률 추정 결과	91.4% ±0.22%p
인터넷 이용자 수 표본오차	±113천명 (95% 신뢰수준)
인터넷 이용자 수 추정 결과	47,214천명 ±113천명

표 1-1) 만3세 이상 인구의 인터넷 이용률과 이용자 수 표본오차 및 추정 결과

인터넷 접속률 표본오차	±0.09%p (95% 신뢰수준)
인터넷 접속률 추정 결과	99.5% ±0.09%p

표 1-2) 가구의 인터넷 접속률 표본오차 및 추정 결과

## 10

## 결과발표 및 통계 활용분야

- 과학기술정보통신부 산하기관 업무조정으로 인하여 ‘인터넷이용실태조사’ 사업은 한국정보화진흥원으로 이관되었음. 『2018년 인터넷이용실태조사』 보고서는 한국인터넷진흥원 홈페이지([kisa.or.kr](http://kisa.or.kr))와 한국정보화진흥원 홈페이지([nia.or.kr](http://nia.or.kr))에 게시될 예정이며 이전 인터넷이용실태조사 자료 및 향후 발간되는 인터넷이용실태조사 보고서는 한국정보화진흥원([nia.or.kr](http://nia.or.kr)) 홈페이지에서 확인 가능함
- 본 통계자료는 통계청, 한국정보화진흥원 등 정부부처 및 연구기관에서 조사 모집단 자료로 활용되고 있으며, 지방자치단체 등의 주요 사회지표 보고서에 참고자료로 활용
- 또한 UN, OECD, ITU, WEF 등 국제기구/기관 등에 국가별 비교를 위한 자료로 활용가능 하도록 별도의 데이터 파일을 작성하여 제공

# 11

## 모집단 현황

행정구역별 (시도)	전체	20대 이하	30대	40대	50대	60세 이상
전국	19,751,807	1,477,374	3,102,009	4,380,454	4,676,479	6,115,491
서울	3,792,104	381,930	664,599	799,514	834,726	1,111,335
부산	1,359,925	95,009	174,201	264,477	325,926	500,312
대구	946,251	63,638	129,248	212,482	241,956	298,927
인천	1,085,486	65,360	181,860	259,909	281,950	296,407
광주	579,427	53,672	96,099	139,047	136,178	154,431
대전	601,290	72,183	96,674	135,572	137,251	159,610
울산	433,179	24,615	74,824	102,643	118,910	112,187
세종	120,971	16,316	29,128	32,325	20,190	23,012
경기	4,623,831	288,556	819,209	1,179,094	1,149,145	1,187,827
강원	628,872	55,729	72,856	120,041	147,268	232,978
충북	631,875	49,602	90,168	130,799	148,816	212,490
충남	838,249	70,189	128,850	172,075	179,344	287,791
전북	736,683	54,076	89,689	146,360	163,483	283,075
전남	738,019	35,214	84,324	134,955	165,455	318,071
경북	1,096,300	72,291	140,437	204,953	251,378	427,241
경남	1,298,070	65,064	193,261	286,991	315,573	437,181
제주	241,275	13,930	36,582	59,217	58,930	72,616

표 1-3) 모집단 가구 현황(가구)

출처) 통계청, '장래가구추계' 2018년 기준 추계가구 수

행정 구역별 (시도)	전체	성		연령							
		남자	여자	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
전국	51,635,256	25,881,143	25,754,113	4,410,828	5,078,159	6,951,553	7,444,291	8,506,559	8,472,377	5,751,447	5,020,042
서울	9,721,190	4,752,385	4,968,805	716,694	835,086	1,478,046	1,558,403	1,576,646	1,544,696	1,126,938	884,681
부산	3,418,011	1,681,564	1,736,447	254,513	296,682	467,190	458,647	522,841	581,810	469,693	366,635
대구	2,459,284	1,222,393	1,236,891	198,466	250,996	336,774	321,945	408,939	425,193	285,436	231,535
인천	2,942,005	1,480,018	1,461,987	260,471	291,025	401,795	444,995	499,015	506,707	303,573	234,424
광주	1,499,601	747,424	752,177	136,085	172,909	219,070	211,641	255,776	234,873	144,858	124,389
대전	1,526,825	766,362	760,463	134,736	161,505	244,957	215,384	252,196	239,959	155,798	122,290
울산	1,168,150	607,293	560,857	113,061	122,510	151,612	176,387	200,380	210,265	120,772	73,163
세종	321,318	161,175	160,143	45,902	36,309	40,993	59,887	58,144	37,139	23,526	19,418
경기	12,955,219	6,548,720	6,406,499	1,224,364	1,353,732	1,724,667	1,991,176	2,294,002	2,109,257	1,242,274	1,015,747
강원	1,524,406	771,359	753,047	115,135	150,249	192,935	175,355	230,934	263,220	195,430	201,148
충북	1,612,881	818,767	794,114	137,106	160,799	217,336	213,106	251,460	267,275	186,066	179,733
충남	2,165,972	1,110,814	1,055,158	195,776	213,456	282,630	305,747	336,877	332,339	239,970	259,177
전북	1,827,551	912,618	914,933	148,522	189,675	228,660	213,031	280,355	294,566	222,970	249,772
전남	1,795,114	901,084	894,030	146,665	178,615	181,576	204,221	266,186	300,527	229,213	288,111
경북	2,682,336	1,355,095	1,327,241	213,918	247,223	318,241	335,749	402,200	454,869	350,786	359,350
경남	3,366,480	1,716,133	1,650,347	305,139	344,778	388,743	470,308	558,818	566,607	387,791	344,296
제주	648,913	327,939	320,974	64,275	72,610	76,328	88,309	111,790	103,075	66,353	66,173

표 1-4) 모집단 인구 현황(명)

출처) 통계청, '장래인구추계' 2018년 기준 추계인구 수

# 12

## 표본 현황

구분		표본수(가구)	구성비(%)
전체		25,000	100.0
가구주 연령	20대 이하	1,410	5.6
	30대	3,999	16.0
	40대	4,614	18.5
	50대	5,862	23.4
	60대 이상	9,115	36.5
가구소득	100만원 미만	3,559	14.2
	100-200만원 미만	3,792	15.2
	200-300만원 미만	5,084	20.3
	300-400만원 미만	5,160	20.6
	400만원 이상	7,253	29.0
	무응답	152	0.6
지역 규모	동부	19,202	76.8
	읍면부	5,798	23.2
지역	서울	2,986	11.9
	부산	1,752	7.0
	대구	1,460	5.8
	인천	1,560	6.2
	광주	1,142	4.6
	대전	1,169	4.7
	울산	992	4.0
	세종	416	1.7
	경기	3,216	12.9
	강원	1,187	4.7
	충북	1,180	4.7
	충남	1,368	5.5
	전북	1,293	5.2
	전남	1,296	5.2
	경북	1,563	6.3
	경남	1,705	6.8
	제주	715	2.9

표 1-5) 표본 가구 현황

구분		표본수(명)	구성비(%)	구분		표본수(명)	구성비(%)
전체		59,970	100.0	전체		59,970	100.0
성	남	28,817	48.1	학력	초등졸이하	13,020	21.7
	여	31,153	51.9		(미취학)	2,232	3.7
연령	3-9세	4,146	6.9		(무학)	1,659	2.8
	10대	5,187	8.6		(초등학생)	3,031	5.1
	20대	6,803	11.3		(중학생)	1,508	2.5
	30대	9,557	15.9		(초졸일반)	4,590	7.7
	40대	8,978	15.0		중졸	6,484	10.8
	50대	10,612	17.7		(고등학생)	1,816	3.0
	60대	7,891	13.2		(중졸일반)	4,668	7.8
	70세 이상	6,796	11.3		고졸	20,939	34.9
성x연령	남 3-9세	2,083	3.5		(대학생)	3,022	5.0
	남 10대	2,641	4.4		(고졸일반)	17,917	29.9
	남 20대	3,212	5.4	가구 소득	대졸 이상	19,527	32.6
	남 30대	4,759	7.9		100만원 미만	4,913	8.2
	남 40대	4,343	7.2		100-200만원 미만	6,814	11.4
	남 50대	5,116	8.5		200-300만원 미만	10,069	16.8
	남 60대	3,742	6.2		300-400만원 미만	14,066	23.5
	남 70세 이상	2,921	4.9		400만원 이상	23,707	39.5
	여 3-9세	2,063	3.4		무응답	401	0.7
	여 10대	2,546	4.2	지역 규모	동부	47,247	78.8
	여 20대	3,591	6.0		읍면부	12,723	21.2
	여 30대	4,798	8.0	지역	서울	7,594	12.7
	여 40대	4,635	7.7		부산	4,063	6.8
	여 50대	5,496	9.2		대구	3,155	5.3
	여 60대	4,149	6.9		인천	3,803	6.3
	여 70세 이상	3,875	6.5		광주	2,999	5.0
직업	전문/관리직	1,387	2.3		대전	2,733	4.6
	사무직	9,290	15.5		울산	2,255	3.8
	서비스/판매직	12,577	21.0		세종	1,030	1.7
	생산관련직	6,779	11.3		경기	9,638	16.1
	농림어업직	3,433	5.7		강원	2,487	4.1
	무직/기타	26,504	44.2		충북	2,620	4.4
	(학생)	9,400	15.7		충남	2,986	5.0
	(주부)	10,424	17.4		전북	3,095	5.2
	(무직/기타)	6,680	11.1		전남	3,006	5.0
					경북	3,081	5.1
					경남	3,764	6.3
					제주	1,661	2.8

표 1-6) 표본 가구원(인구) 현황

# 2

## 인터넷, '접속'

- 01 인터넷이용자 정의
- 02 가구 인터넷 접속률
- 03 인터넷이용률
- 04 인터넷 이용행태







# 1

## 인터넷 이용자 정의

인터넷 이용자(Internet User)는 조사의 목적에 따라 다양하게 정의되고 있다. 본 조사에서는 2004년 6월까지 인터넷 이용자를 ‘월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자’로 정의해 왔으나, 2004년 12월 조사부터 국내외에서 일반화된 개념을 적용하여 ‘최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 자’로 정의를 변경하였다.

또한, 인터넷이 데스크탑 컴퓨터 및 노트북 컴퓨터를 통한 유선인터넷 중심에서 벗어나 스마트폰 등 무선단말기를 이용한 인터넷 접속이 활성화되고 있는 현실을 반영하여 2004년 12월 조사부터 이동통신망을 통한 무선인터넷 이용자도 인터넷 이용자에 포함하여 조사하고 있다.

조사 대상도 2001년 12월까지의 만7세 이상 인구를 대상으로 하였으나, 인터넷 이용자층이 확대되는 추세를 반영하여 2002년 6월 조사부터 취학 가능 연령인 만6세 이상 인구로 변경하였으며, 2006년 12월 조사부터는 만3세 이상 인구로 조사 대상을 확대하였다.

따라서, 본 조사에서 “인터넷 이용자”는 ‘만3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 유선 또는 무선인터넷을 이용한 자’를 의미한다.

국가명	인터넷이용자 기준		조사기관	국가명	인터넷이용자 기준		조사기관
	연령	이용기간			연령	이용기간	
그리스	16~74세	최근 3개월	Eurostat	슬로베니아	16~74세	최근 3개월	Eurostat
네덜란드	12세 이상		Statistics Netherlands	싱가포르	7세 이상	최근 3개월	IMDA
노르웨이	16~74세	최근 3개월	Eurostat	아르헨티나*	10세 이상		Instituto Nacional de Estadística y Censos
뉴질랜드*	15세 이상	최근 1년	Statistics Netherlands	아이슬랜드	16~74세	최근 3개월	Eurostat
대만	12세 이상		National Communications Commission	아일랜드	16~74세	최근 3개월	Eurostat
덴마크	16~74세	최근 3개월	Eurostat	에스토니아	16~74세	최근 3개월	Eurostat
독일	16~74세	최근 3개월	Eurostat	영국	16~74세	최근 3개월	Eurostat
라트비아	16~74세	최근 3개월	Eurostat	오스트리아	16~74세	최근 3개월	Eurostat
루마니아	16~74세	최근 3개월	Eurostat	우크라이나	모든 연령		KIIS
룩셈부르크	16~74세	최근 3개월	Eurostat	이스라엘*	20세 이상		Israel Central Bureau of Statistics
리투아니아	16~74세	최근 3개월	Eurostat	이탈리아	6세 이상	최근 3개월	Eurostat
말레이시아	15세 이상		Department of Statistics Malaysia	인도	6세 이상		
멕시코	6세 이상		INEGI	인도네시아	5세 이상	최근 3개월	BPS-Statistics Indonesia
모리셔스*	5세 이상		Statistics Mauritius	일본*	6세 이상		Ministry of Internal Affairs and Communications
몰타	16~74세	최근 3개월	Eurostat	자메이카*	모든 연령	최근 3개월	Statistical Institute of Jamaica
미국	3세 이상		NTIA	중국	6세 이상	최근 3개월	CNNIC
베네수엘라*	7세 이상		Instituto Nacional de Estadística	체코	16세 이상	최근 3개월	Eurostat
벨기에	16~74세	최근 3개월	Eurostat	칠레	5세 이상		SUBTEL
불가리아	16~74세	최근 3개월	Eurostat	캐나다	16세 이상	최근 1년	Statistics Canada
브라질*	10세 이상		Brazilian Internet Steering Committee	페루	6세 이상		Instituto Nacional de Estadística e Informática
태국	6세 이상		National Statistical Office of Thailand	포르투갈	16~74세	최근 3개월	Eurostat
터키	16~74세	최근 3개월	Eurostat	폴란드	16~74세	최근 3개월	Eurostat
사이프러스	16~74세	최근 3개월	Eurostat	프랑스	16~74세	최근 3개월	Eurostat
세르비아*	16~74세	최근 3개월	Statistical Office of the Republic of Serbia	핀란드	16~74세	최근 3개월	Eurostat
스웨덴	16~74세	최근 3개월	Eurostat	헝가리	16~74세	최근 3개월	Eurostat
스위스	16~74세	최근 3개월	Eurostat	호주	15세 이상	최근 3개월	Australian Bureau of Statistics
스페인	16~74세	최근 3개월	Eurostat	홍콩	10세 이상	최근 1년	HK statistics
슬로바키아	16~74세	최근 3개월	Eurostat				

표2-1) 국가별 인터넷 이용자 정의

자료 : ITU World Telecommunication/ICT Indicators database 및 각 국가의 조사기관(\*표시 국가는 2015년 이전 자료 참고)

## 2

## 가구 인터넷 접속률

### 가. 인터넷 접속률

#### 전국 대부분(99.5%) 가구 내 인터넷 접속 가능

2018년 7월 현재 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 가구가 증가하였다.

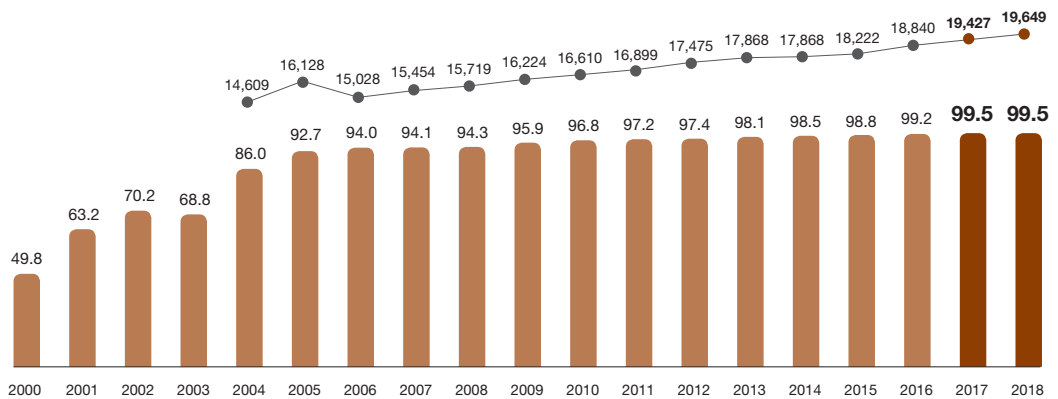


그림 2-1) 가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수 추이(% , 천 가구) - 국내 전체 가구

### 나. 가구 인터넷 접속 방법

인터넷 접속가구 중 가구 내 '무선랜'이 이용 가능한 가구의 비율은 100.0%로 나타났고, '모바일 인터넷'은 99.9%, '광랜(아파트랜, FTTH, 기가인터넷 포함)'은 80.8%로 나타났다. 이 외의 인터넷 접속방법으로는 '케이블 모뎀' 6.8%, 'xDSL' 6.2%, '이동형 무선인터넷 공유기' 3.7%의 순으로 나타났다.

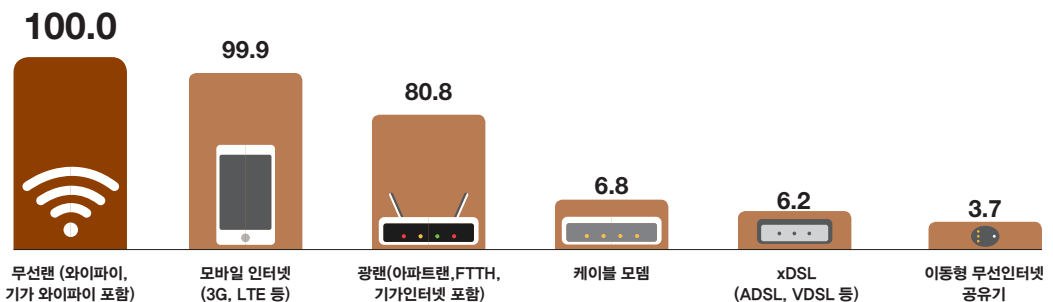


그림 2-2) 가구 인터넷 접속방법(복수응답, %) - 인터넷 접속가구

## 3

## 인터넷 이용률

## 가. 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

**만 3세 이상 인구의 91.5%인 46,125천명이 인터넷 이용자**

2018년 7월 현재 만3세 이상 인구의 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 91.5%로 전년 대비 1.2%p 증가하였으며, 인터넷 이용자 수는 전년 대비 842천명 증가한 46,125천명으로 나타났다. 만60세 이상 노년층의 인터넷 이용률은 65.4%(인터넷이용자 수 7,042천명)로 조사되어 꾸준한 증가세를 보였다.

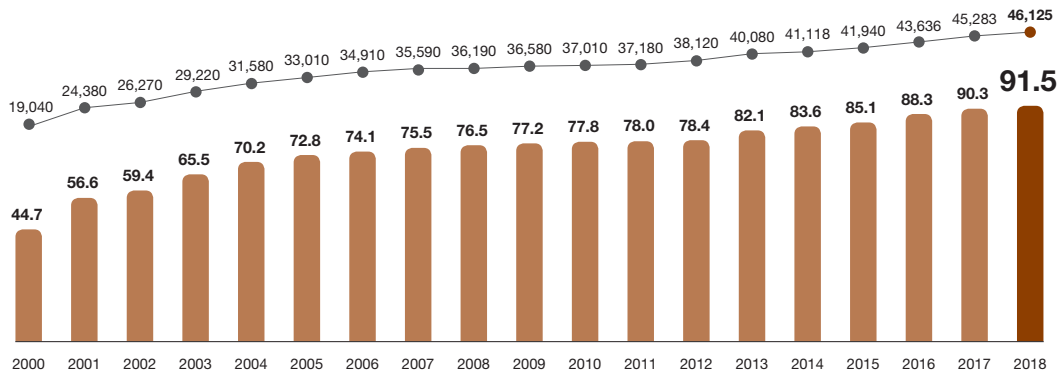


그림 2-3) 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명) - 만3세 이상 인구

- 1) 2004년 조사부터 인터넷에 무선(모바일) 인터넷을 포함시켰으며, 인터넷이용자 정의도 '월평균 1회 이상 인터넷 이용자'에서 '최근 1개월 이내 인터넷이용자'로 변경함
- 2) 2006년 조사부터 조사 대상을 만3세 이상 인구로 확대 (2000년-2001년 : 만7세 이상 인구, 2002-2005년 : 만6세 이상 인구)

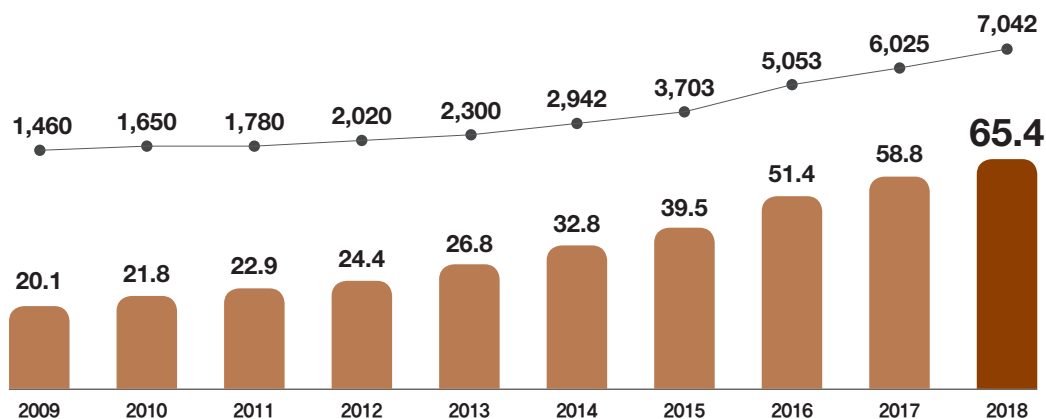


그림 2-4) 만60세 이상 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명)-만 60세 이상 인구

만3세 이상 인구 중 단 한 번이라도 인터넷을 이용해 본 경험이 있는 '인터넷 경험자'는 93.4%를 차지하며, 인터넷 이용시기별로는 '최근 24시간 이내' 인터넷을 이용한 경우가 85.0%, '최근 3개월 이내'로 범위를 확장할 경우 인터넷이용자는 91.8%로 나타났다.

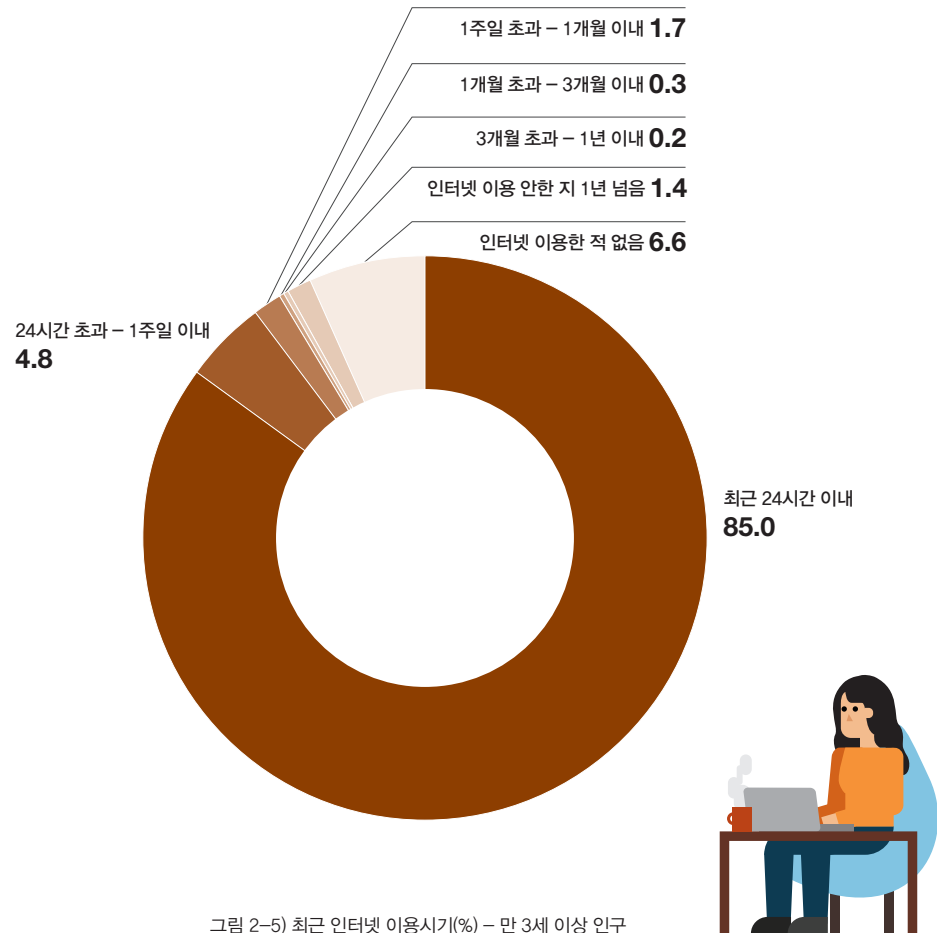


그림 2-5) 최근 인터넷 이용시기(%) - 만 3세 이상 인구

구분	1주일 이내	1개월 이내 (인터넷이용자)	3개월 이내	1년 이내	인터넷 경험자
이용률	89.8	91.5	91.8	92.0	93.4
이용자 수	45,260	46,125	46,277	46,361	47,075

표 2-2) 최근 인터넷 이용시기별 이용률 및 이용자 수(% , 천명) - 만 3세 이상 인구

## 나. 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

만3세 이상 인터넷이용자 가운데 남자의 인터넷 이용률은 93.9%로 전년 대비 1.2%p 증가하였고, 여자의 인터넷 이용률은 89.1%로 전년 대비 1.4%p 증가한 것으로 나타나, 성별 인터넷이용자 수는 남자가 23,708천명, 여자가 22,417천명으로 나타났다.

인터넷이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 남자가 전체 인터넷이용자의 51.4%, 여자가 48.6%의 비율로 나타났다.

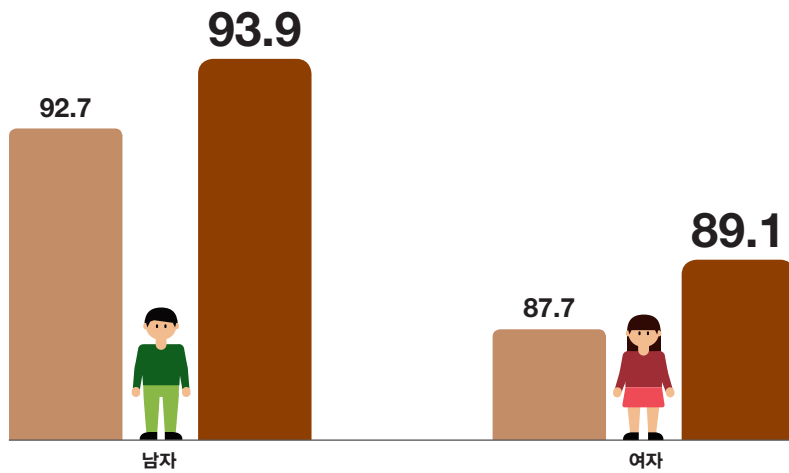


그림 2-6) 성별 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

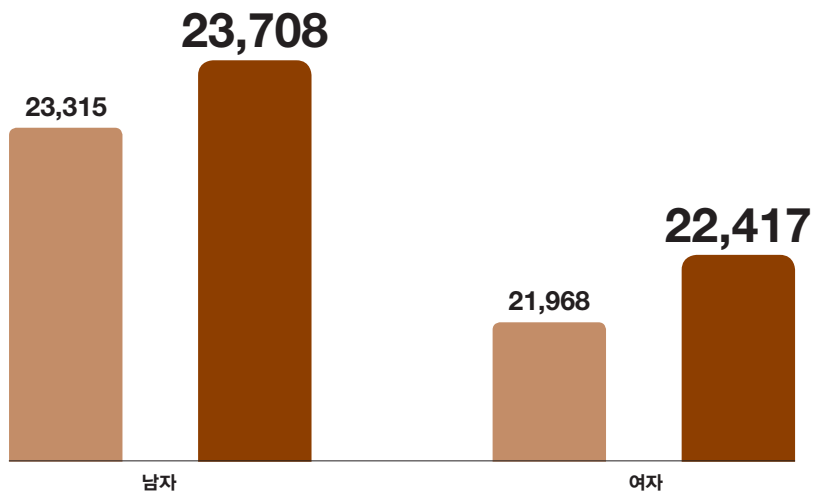


그림 2-7) 성별 인터넷이용자 수(천명) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

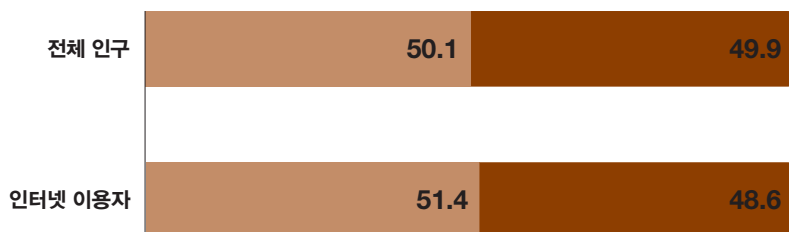
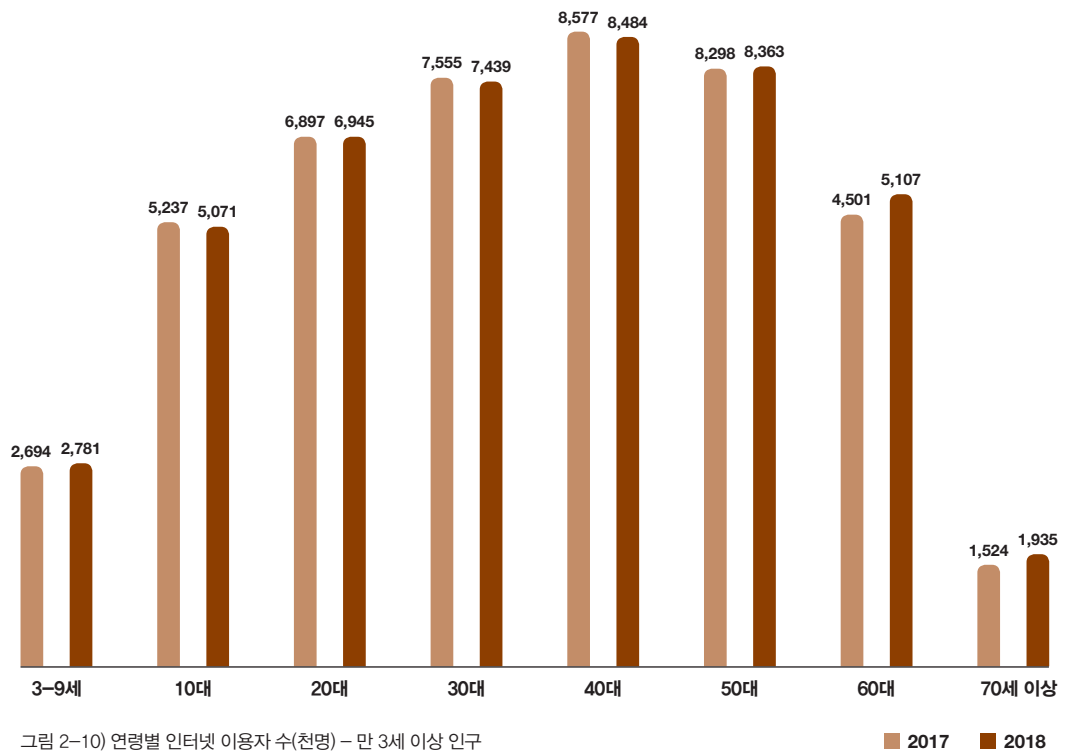
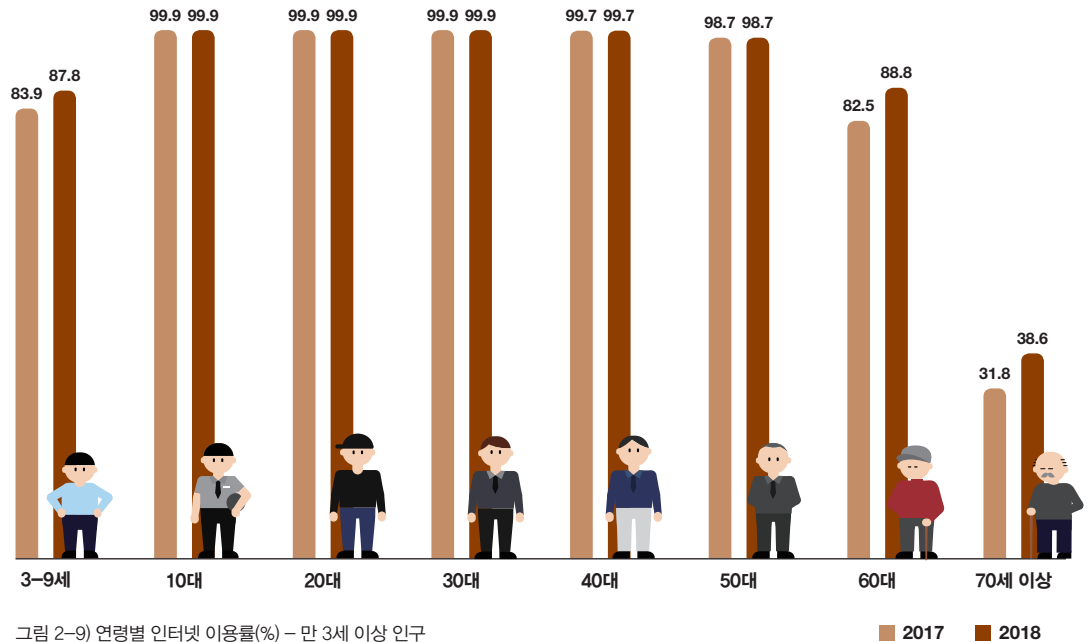


그림 2-8) 성별 인터넷이용자 구성비(%) - 만 3세 이상 인터넷이용자

■ 남자 ■ 여자

## 다. 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수

우리나라 10 – 50대 인구의 대부분은 인터넷을 이용하고 있으며, 3–9세와 60대 역시 각각 87.8%, 88.8%로 매우 높은 이용률을 보인다. 특히 60대(전년 대비 6.3%p 증가)와 70대(전년 대비 6.8%p)의 고연령층에서 인터넷 이용률의 증가폭이 가장 두드러졌다.





인터넷 이용자의 연령대별 구성비를 살펴보면, 40대의 비중이 18.4%로 가장 높고, 다음으로는 '50대'(18.1%), '30대'(16.1%), '20대'(15.1%), '60대'(11.1%), '10대'(11.0%), '3~9세'(6.0%), '70세 이상'(4.2%)의 순으로 나타났다.

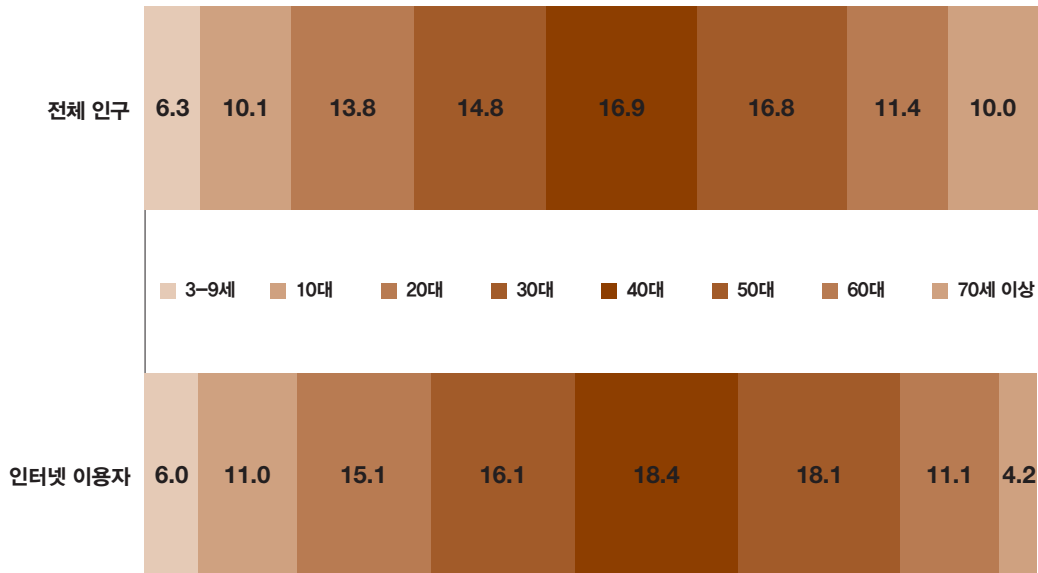


그림 2-11) 연령별 인터넷 이용자 구성비(%) - 만 3세 이상 인터넷이용자

3세-40대의 전체 인구 감소로 인해 전년과 동일한 인터넷 이용률을 보이더라도 인터넷이용자 수는 감소할 수 있음(통계청 2018 장래인구추계 기준)

구분	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
2015년	3,202	5,711	6,781	7,764	8,752	8,173	4,856	4,436
2016년	3,231	5,457	6,841	7,663	8,683	8,316	5,206	4,550
2017년	3,212	5,244	6,902	7,562	8,602	8,406	5,458	4,786
2018년	3,169	5,078	6,952	7,444	8,507	8,472	5,751	5,020

2015-2018 장래인구추계(통계청) (단위:천명)

## 라. 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수

우리나라 17개 광역자치체의 인터넷 이용률을 살펴보면, 세종(95.5%)과 울산(95.2%)이 95.0% 이상의 높은 인터넷 이용률을 보였고, 이 밖에도 대구(94.9%), 광주(94.5%), 대전(94.1%) 등이 94.0% 이상의 높은 이용률을 보이는 것으로 나타났다. 타 지역 대비 인터넷 이용률이 상대적으로 낮은 지역은 강원(83.7%), 전남(85.3%), 제주(88.9%) 등으로 나타났다.

인터넷이용자 수는 경기도가 11,564천명으로 가장 많았고, 다음으로는 서울은 8,686천명, 부산 3,108천명, 경남 2,977천명 등의 순으로 나타났다.

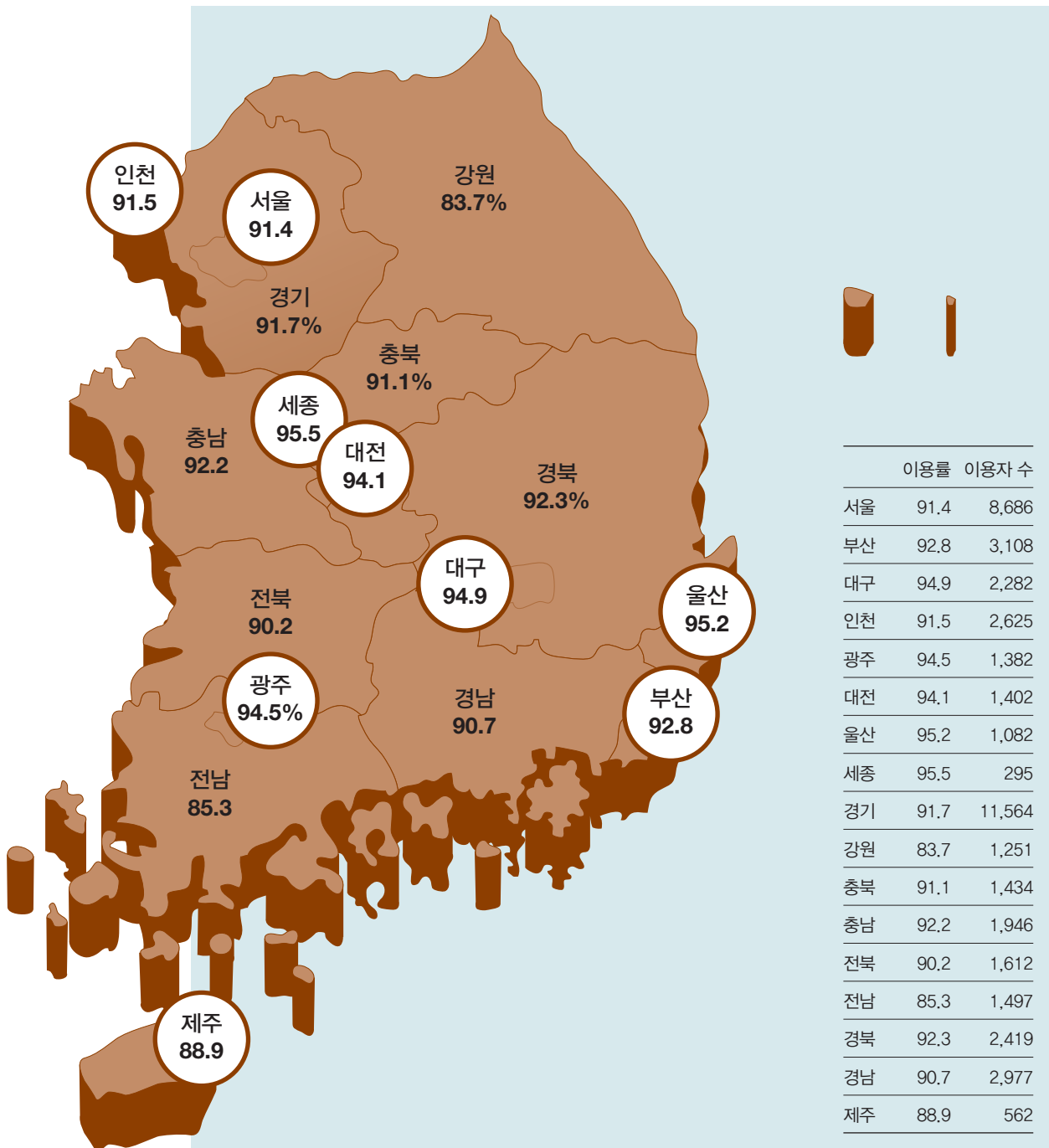


그림 2-12) 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천명) - 만 3세 이상 인구

지역 규모별<sup>1)</sup>로는 동부 지역의 인터넷 이용률이 93.2%(전년 대비 1.4%p 증가)로 읍면부 지역의 이용률 84.1%(전년 대비 1.3%p 증가)보다 높은 것으로 나타났다. 한편, 동부와 읍면부의 지역 규모별 격차는 9.1%p로 전년 대비 0.1%p 증가하였다.

동부 가운데 인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 세종으로 98.2%의 이용률을 보였고, 읍면부 중에서는 대구가 96.3%로 가장 높은 이용률을 보였다.

동부와 읍면부의 인터넷 이용격차가 가장 큰 지역은 인천으로 동부(92.1%)와 읍면부(67.1%)의 이용격차는 25.0%p로 나타났다.

1) 행정구역상 '동'단위 지역을 '동부', '읍' 또는 '면' 단위 지역을 '읍면부'로 분석함

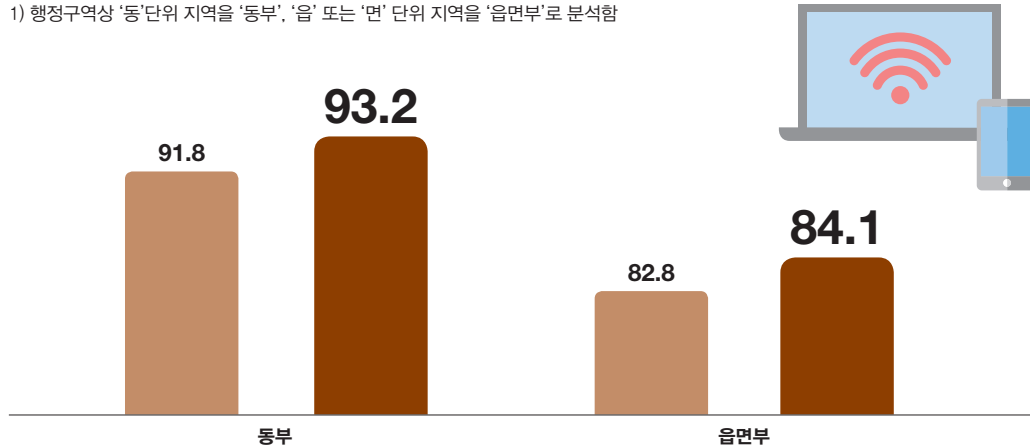


그림 2-13) 지역별 규모별 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

시도	동부	읍면부	시도	동부	읍면부
서울	91.4	-	강원	87.8	77.5
부산	93.0	90.6	충북	95.7	83.7
대구	94.7	96.3	충남	97.3	87.3
인천	92.1	67.1	전북	94.0	79.8
광주	94.5	-	전남	91.2	79.7
대전	94.1	-	경북	97.5	86.2
울산	96.7	88.3	경남	95.0	83.0
세종	98.2	92.0	제주	90.5	83.3
경기	93.3	84.4			

표 2-3) 지역 규모 및 지역별 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구  
(-) : 해당 시도 내 읍면부 지역이 없는 경우

## 마. 직업별 인터넷 이용률

<sup>2)</sup>직업별로는 사무직의 인터넷 이용률이 99.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 전문/관리직(99.2%), 서비스/판매직(97.5%), 생산관련직(90.2%)의 순으로 나타났다.

이들 직장인의 평균 인터넷 이용률은 96.4%로 나타났다.

한편, 학생의 인터넷 이용률은 99.6%, 주부는 80.3%로 조사되었다.

2) 한국표준 직업분류(KSCO : Korean Standard Classification of Occupations)를 기준으로 분석

구분	세부 직업 분류
전문/관리직	1. 관리자 2. 전문가 및 관련 종사자
사무직	사무 종사자
서비스/판매직	서비스 종사자 판매 종사자
생산관련직	농림어업 숙련 종사자, 기능원 및 관련 기능 종사자 장치·기계 조작 및 조립 종사자, 단순노무 종사자
무직/기타	군인, 학생, 전업주부, 무직/기타

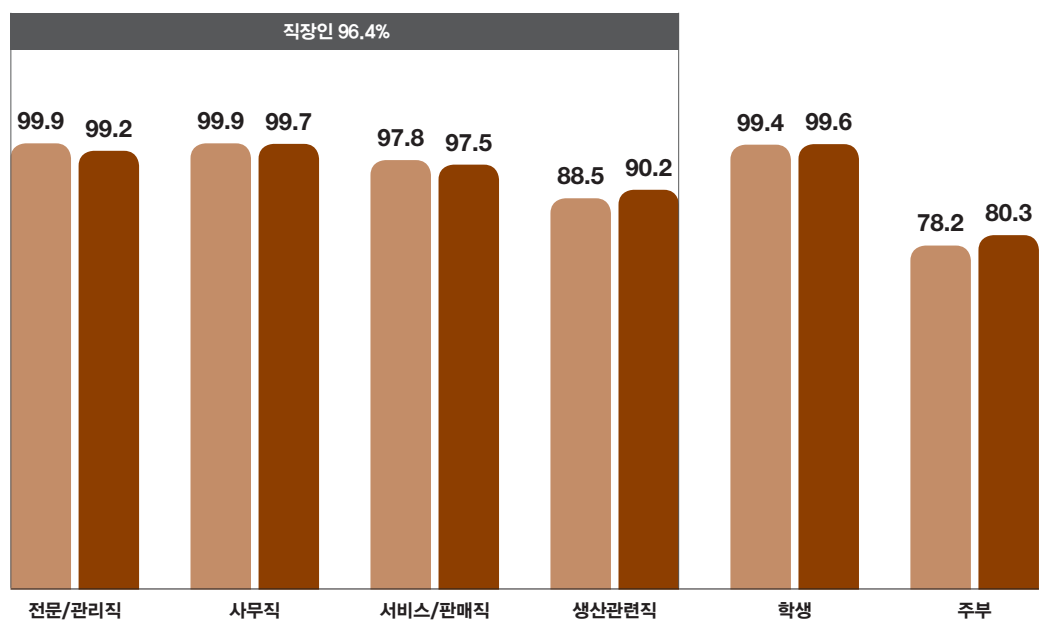
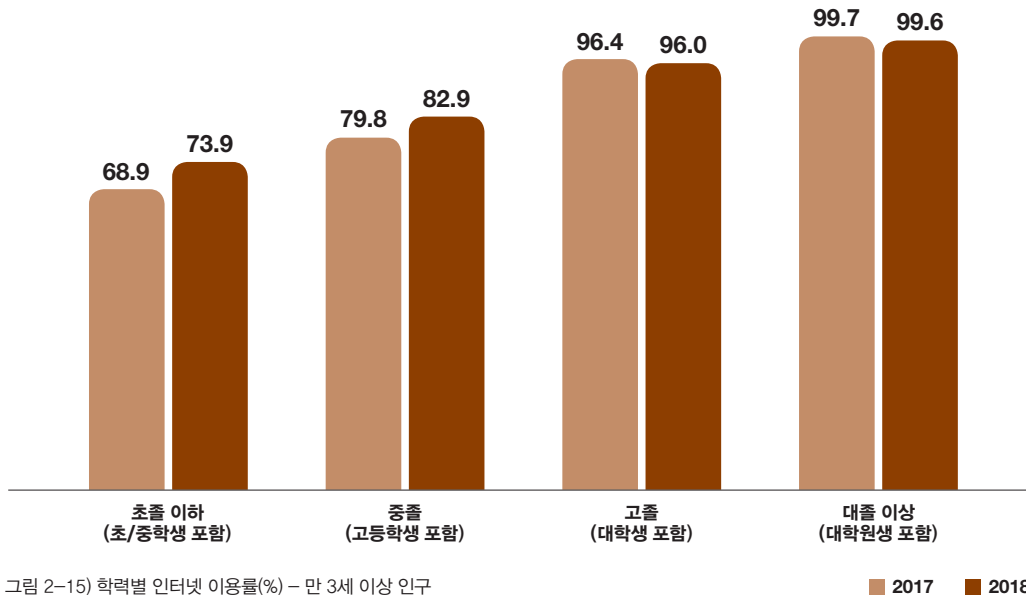


그림 2-14) 직업별 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

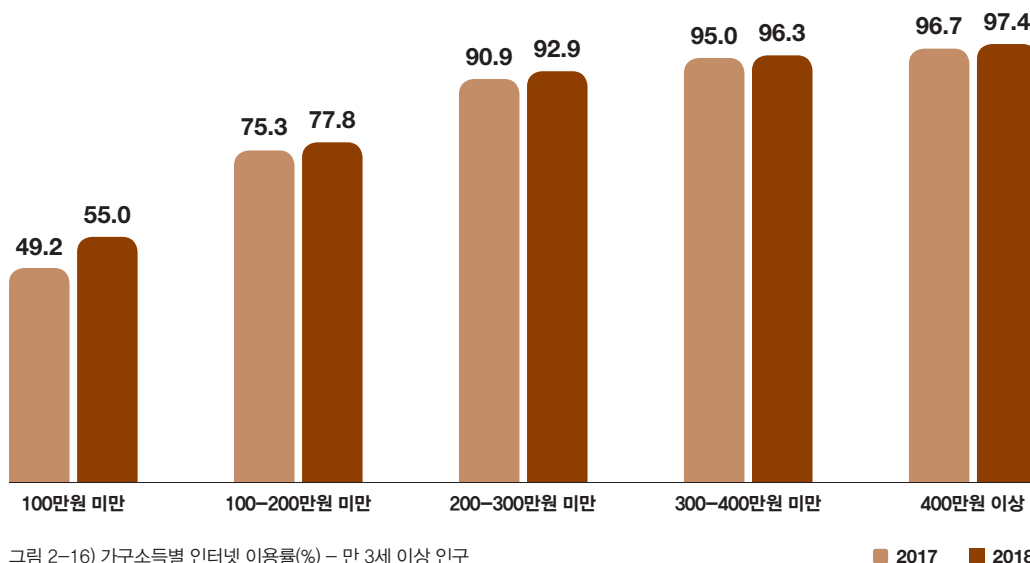
## 바. 학력별 인터넷 이용률

학력별로는 대졸 이상(대학원생 포함) 고학력자의 인터넷 이용률이 99.6%로 가장 높았고, 다음으로 고졸(대학생 포함) 96.0%, 중졸(고등학생 포함) 82.9%, 초졸 이하(초/중학생 포함) 73.9% 순으로 나타났다.



## 사. 가구소득별 인터넷 이용률

가구소득별로는 월평균 가구소득 400만원 이상인 가구의 인터넷 이용률이 97.4%로 가장 높게 나타난 반면, 100만원 미만의 인터넷 이용률은 55.0%로 가장 낮게 나타나 가구의 소득이 높아질수록 가구원의 인터넷 이용률이 증가하였다.



# 4

## 인터넷 이용 행태

### 가. 인터넷 접속 방법

#### 유선(69.4%)보다는 무선 접속(99.7%)을 통해 인터넷 이용

인터넷 접속 시 유선(69.4%)보다 무선(99.7%) 접속방법이 더욱 많이 이용되는 것으로 나타났다. 무선인터넷 접속방법 중 '3G/LTE 등 이동전화(스마트폰 포함)를 이용한 무선인터넷 사용'이 99.7%로 가장 높았고, 다음으로 '와이파이 등 특정 범위 내에서 무선인터넷 사용'(85.2%), '이동형 무선인터넷 공유기(에그) 등을 이용한 무선인터넷 사용'(4.1%) 순으로 나타났다.

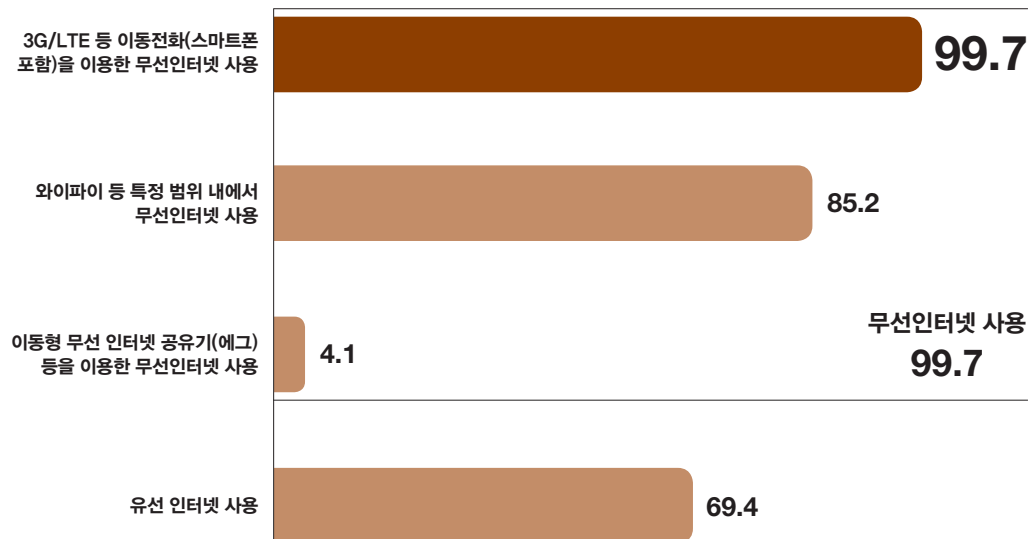
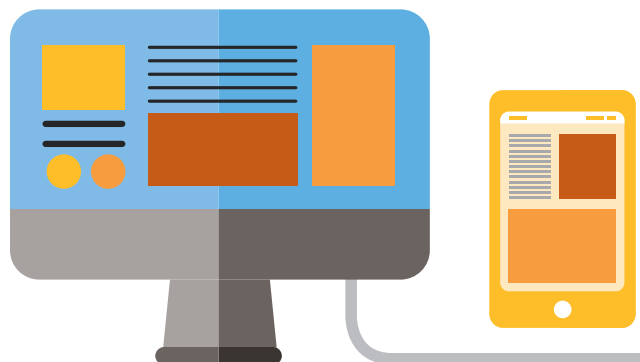


그림 2-17) 인터넷 접속방법(%) - 만 3세 이상 인구



## 나. 인터넷 이용 기간

만3세 이상 인터넷이용자의 59.8%는 인터넷을 10년 이상('10년 이상-15년 미만' 23.4%, '15년 이상' 36.4%) 이용한 것으로 나타났다. 다음으로 '5년 이상-10년 미만'(21.1%), '2년 이상-5년 미만'(11.4%) 등의 순으로 높았다.

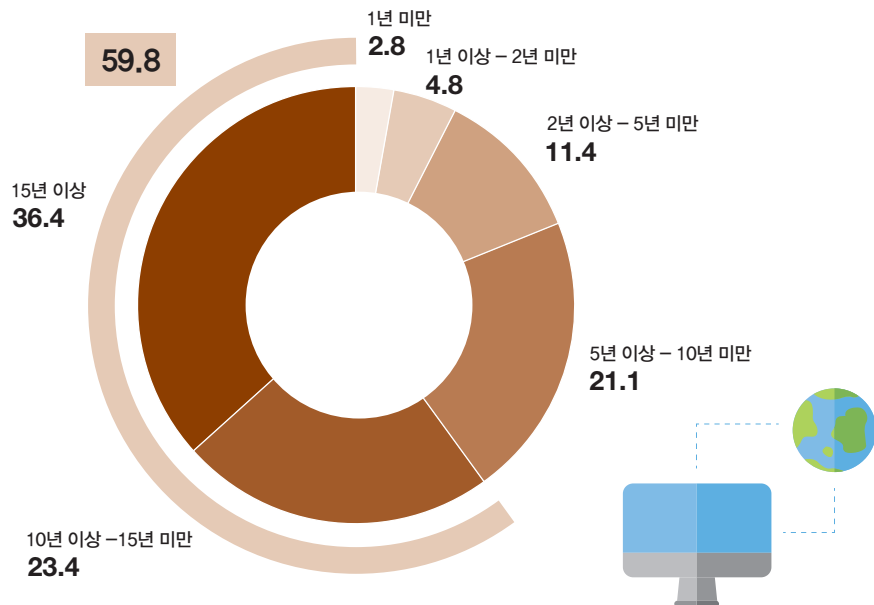


그림 2-18) 인터넷 이용 기간(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

인터넷 이용기간이 '15년 이상'인 인터넷 이용자는 남자(39.6%)가 여자(33.1%)보다 다소 많았고, 연령대별로는 40대(57.4%), 30대(56.2%)가 상대적으로 많은 경향을 보였다.

구분		1년 미만	1년 이상 - 2년 미만	2년 이상 - 5년 미만	5년 이상 - 10년 미만	10년 이상 - 15년 미만	15년 이상
성별	남자	2.8	4.4	9.9	20.0	23.3	39.6
	여자	2.9	5.3	13.0	22.4	23.4	33.1
연령	3-9세	30.5	40.2	26.7	2.7	-	-
	10대	1.9	5.7	25.8	53.8	11.7	1.0
	20대	0.6	0.2	3.3	19.9	36.0	40.0
	30대	0.6	0.1	1.6	12.2	29.4	56.2
	40대	0.4	0.1	2.5	13.0	26.6	57.4
	50대	0.5	1.1	11.2	21.1	24.6	41.5
	60대	1.9	7.1	21.3	26.9	18.8	23.9
	70세 이상	4.8	17.9	32.4	21.6	11.0	12.2

표 2-4) 성·연령별 인터넷 이용기간(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

## 다. 인터넷 이용빈도

만3세 이상 인터넷 이용자의 거의 대부분(98.3%)이 일주일에 1회 이상('하루에 1회 이상' 95.3%, '일주일에 1회 이상' 3.0%) 인터넷을 이용하는 것으로 조사되었다.

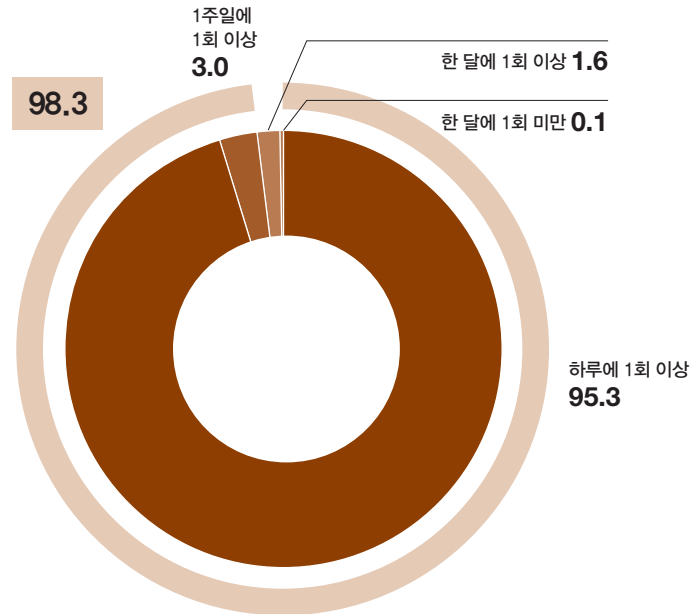


그림 2-19) 인터넷 이용 빈도(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

연령대별로는 3-9세와 70세 이상을 제외한 전 연령층의 대부분(10대 98.1%, 20대 99.9%, 30대 99.9%, 40대 99.4%, 50대 97.5%, 60대 88.6%)이 인터넷을 '하루에 1회 이상' 이용하는 것으로 조사되었다.

구분		하루에 1회 이상	1주일에 1회 이상	한 달에 1회 이상	한 달에 1회 미만
성별	남자	95.7	2.9	1.3	0.1
	여자	94.9	3.1	2.0	0.0
연령	3-9세	75.5	16.2	7.6	0.7
	10대	98.1	1.2	0.7	-
	20대	99.9	0.1	0.0	-
	30대	99.9	0.1	0.1	-
	40대	99.4	0.3	0.3	0.0
	50대	97.5	1.5	1.0	0.0
	60대	88.6	7.3	4.1	0.0
	70세 이상	72.6	17.1	10.1	0.1

표 2-5) 성·연령별 인터넷 이용빈도(%) - 만 3세 이상 인터넷이용자



## 라. 인터넷 이용시간

만3세 이상 인터넷 이용자의 59.4%가 일주일에 평균 14시간 이상('14~21시간 미만' 24.9%, '21~35시간 미만' 25.8%, '35시간 이상' 8.7%) 인터넷을 이용하고 있으며, 주평균 인터넷 이용시간은 16시간 30분(하루 평균 2시간 21분)인 것으로 나타났다.

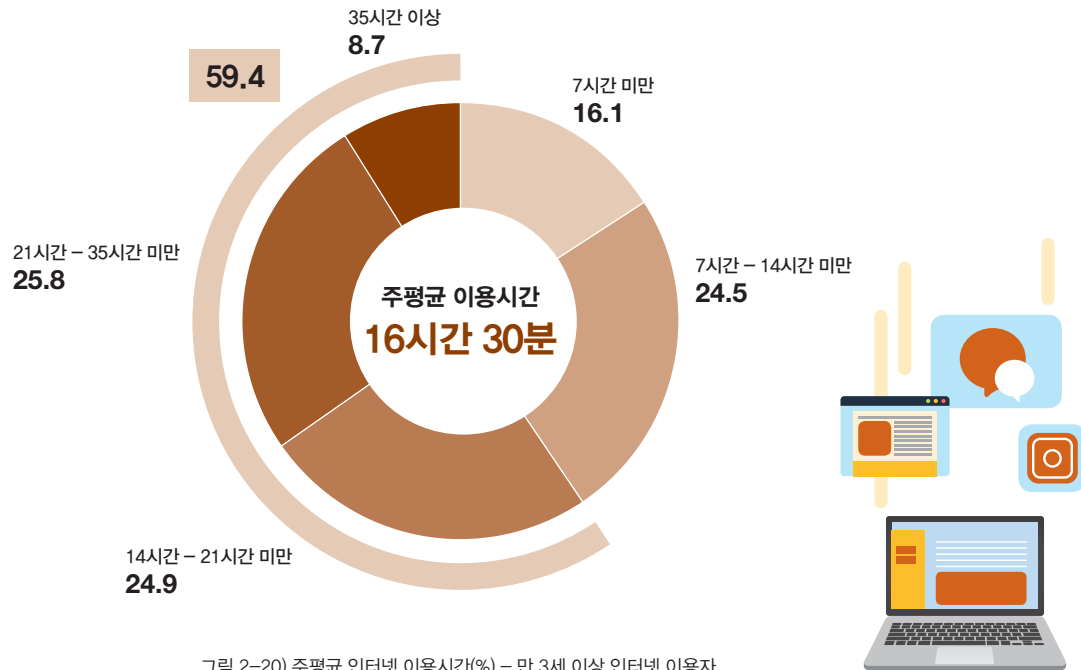


그림 2-20) 주평균 인터넷 이용시간(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

성별 분석 결과, 남자(17.6시간)의 인터넷 이용시간이 여자(15.2시간) 대비 긴 것으로 나타났다. 연령대별로는 20대(24.2시간), 30대(21.0시간), 10대와 40대(각 17.8시간) 등의 순으로 조사되었다.

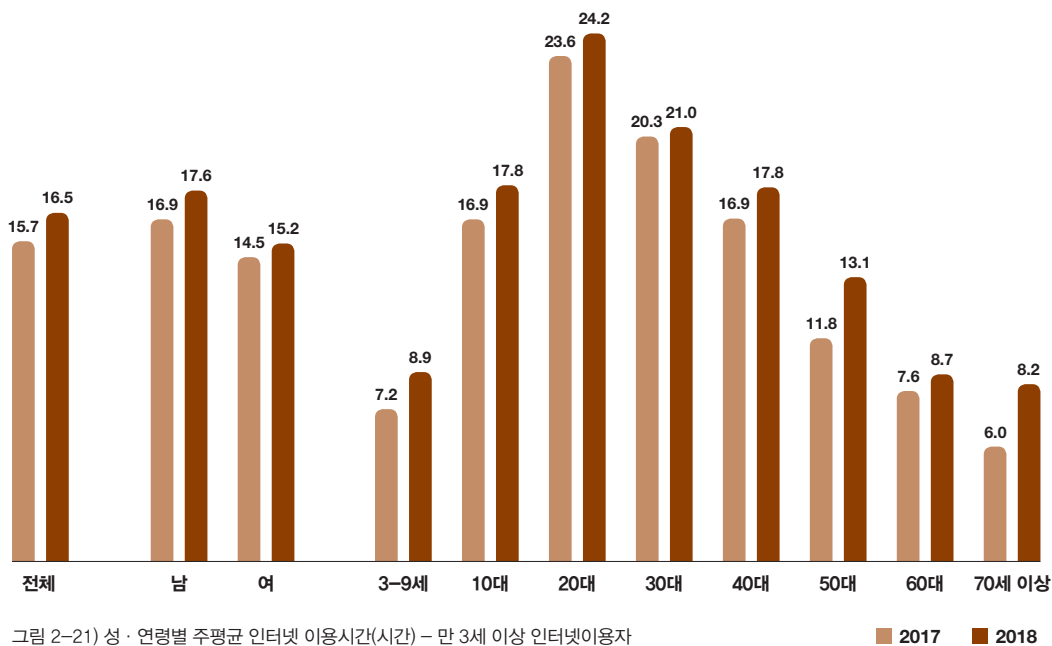


그림 2-21) 성 · 연령별 주평균 인터넷 이용시간(시간) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

## 마. 인터넷 이용 장소

인터넷 이용자 10명 중 9명(99.9%)은 스마트폰, 스마트패드 등을 이용하여 '이동 중'에 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.

인터넷을 이용하는 주요 장소로는 '가정'이 97.9%로 가장 높았으며, 다음으로 '상업 시설'(56.6%), '회사(직장)'(55.3%), '공공 시설'(41.7%) 등이 조사되었다.

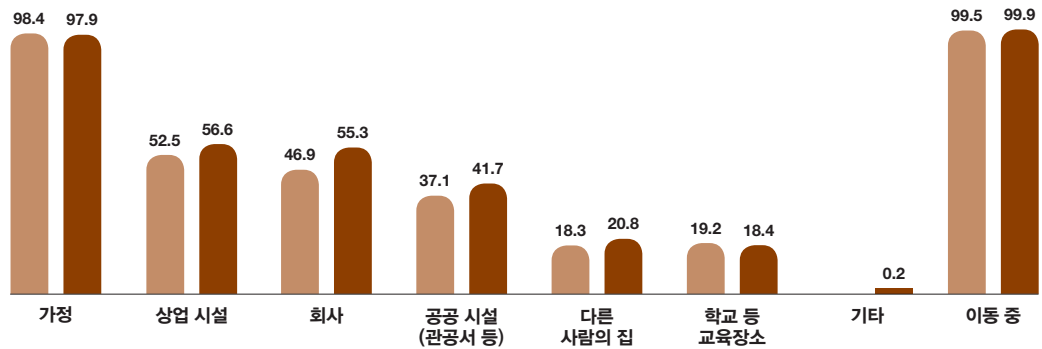


그림 2-22) 인터넷 이용 장소(복수응답, %) - 만 3세 이상 인터넷 이용자 ■ 2017 ■ 2018

성별 분석 결과, 남자는 '회사'(64.7%), 여자는 '상업 시설'(56.8%)에서 주로 이용하는 것으로 조사되었다.

연령대별로 10대는 '학교 등 교육장소'(77.4%), 20대는 '상업 시설'(74.8%), 30대는 '회사'(81.3%)에서 이용하는 비율이 상대적으로 높은 경향을 보였다.

구분		가정	상업 시설 (PC방 등)	회사 (직장)	공공 시설 (관공서 등)	다른 사람의 집	학교 등 교육장소	기타	이동 중
성별	남자	97.7	56.5	64.7	42.0	19.4	19.2	0.2	99.9
	여자	98.1	56.8	45.4	41.3	22.2	17.7	0.2	99.9
연령	3-9세	97.9	29.4	0.0	15.8	18.7	33.6	0.0	99.1
	10대	98.7	53.3	1.4	38.8	29.8	77.4	0.1	100.0
	20대	98.3	74.8	62.4	53.1	26.4	36.6	0.3	100.0
	30대	98.3	69.4	81.3	50.7	21.2	6.2	0.3	100.0
	40대	98.0	61.3	79.1	46.1	17.7	4.1	0.2	100.0
	50대	97.3	53.3	68.5	38.9	16.9	2.4	0.2	100.0
	60대	96.9	42.2	45.6	34.1	18.1	1.5	0.1	100.0
	70세 이상	97.4	22.3	15.7	22.7	14.8	0.7	0.0	100.0

표 2-6) 인터넷 이용 장소(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

## 바. 인터넷 이용 목적

인터넷을 이용하는 목적(1년 이내 기준)으로는 ‘커뮤니케이션’이 94.8%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘자료 및 정보 획득’(93.7%), ‘여가활동’(92.5%) 등이 조사되었다. 그 외 ‘홈페이지 등 운영’(59.0%), ‘교육·학습’(49.0%), ‘직업·직장’(25.0%) 등을 위해 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.

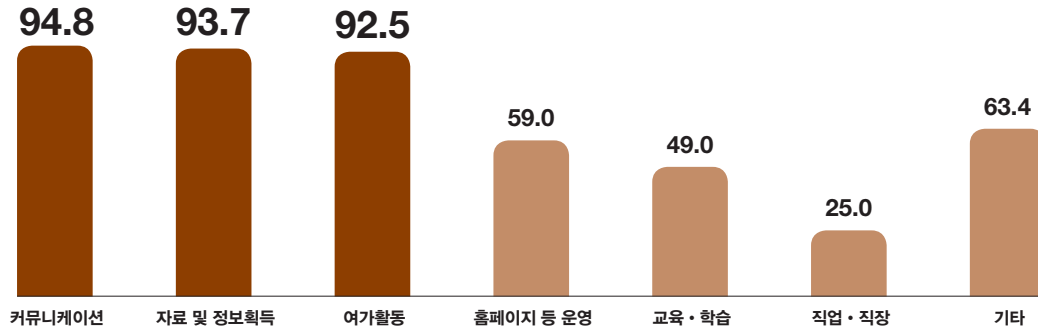


그림 2-23) 인터넷 이용목적(복수응답, %) - 만 3세 이상 인터넷이용자

성별 분석 결과, 남자와 여자 모두 ‘커뮤니케이션’(남자 95.0%, 여자 94.7%)이 가장 주요한 인터넷 이용 목적인 것으로 나타났다.

한편 연령별로 10대 이하 저연령층에서는 ‘여가 활동’(3-9세 97.0%, 10대 99.5%)이 상대적으로 높았으며, 20대 이상 50대 이하 연령층에서는 ‘자료 및 정보 획득’(20대 100.0%, 30대 100.0%, 40대 100.0%, 50대 99.5%)이 가장 주요한 인터넷 이용 목적으로 꼽혔다.

한편 ‘교육·학습’을 위한 인터넷 이용은 주로 학생층인 10대(83.8%)와 20대(65.5%)에서 상대적으로 높았고, ‘직업·직장’ 관련 인터넷 이용은 20대(59.8%)와 30대(43.1%)에서 상대적으로 높은 수준을 보였다.

구분		커뮤니케이션	자료 및 정보 획득	여가활동	기타	홈페이지 등 운영	교육·학습	직업·직장
성별	남자	95.0	94.2	93.1	64.6	59.7	48.8	27.3
	여자	94.7	93.1	91.8	62.2	58.4	49.2	22.6
연령	3-9세	46.4	37.5	97.0	0.4	12.2	51.6	-
	10대	98.2	95.6	99.5	30.5	70.1	83.8	7.7
	20대	100.0	100.0	99.7	93.4	90.9	65.5	59.8
	30대	100.0	100.0	99.3	96.0	83.9	58.9	43.1
	40대	99.8	100.0	97.2	87.0	68.3	51.0	28.9
	50대	98.4	99.5	87.4	61.0	44.6	32.8	12.2
	60대	95.9	91.7	75.8	27.7	21.7	15.7	5.8
	70세 이상	77.5	75.3	60.3	8.2	7.6	5.4	1.3

표 2-7) 성·연령별 인터넷 이용 목적(복수응답, %) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

## 사. 안전한 인터넷 이용을 위한 활동

안전한 인터넷 이용을 위한 활동으로는 '소프트웨어(방화벽, 바이러스 백신 등) 설치 및 주기적 업데이트'가 32.2%로 가장 높았고, 다음으로 '강력한 비밀번호(문자, 숫자, 특수문자 혼합) 사용'(25.1%), '주기적으로 비밀번호 변경'(20.6%) 등이 조사되었다.

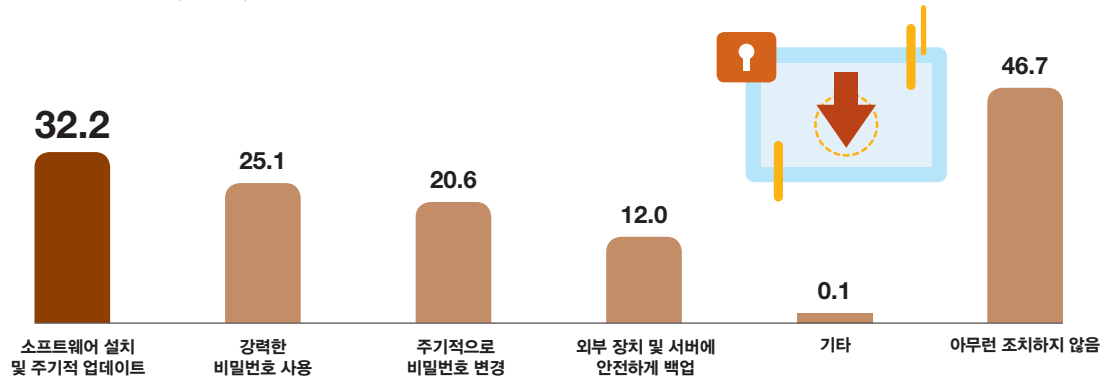


그림 2-24) 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷이용자

연령대별 분석 결과, 타 연령 대비 20대(소프트웨어 설치 및 주기적 업데이트 50.2%, 강력한 비밀번호 38.6%, 주기적으로 비밀번호 변경 28.7%, 외부에 안전하게 백업 19.3%)가 상대적으로 안전한 인터넷 이용에 적극적인 것으로 나타났다. 반면, 60대의 84.3%, 70세 이상의 93.5%는 아무런 조치를 하지 않는 것으로 나타났다.

구분		소프트웨어 설치 및 주기적 업데이트	강력한 비밀번호 사용	주기적으로 비밀번호 변경	외부 장치 및 서버에 안전하게 백업	기타	아무런 조치하지 않음
성별	남자	36.4	27.2	22.1	13.6	0.1	42.3
	여자	27.7	22.8	19.0	10.3	0.1	51.4
연령	12-19세	36.7	30.1	24.3	11.5	0.1	36.6
	20대	50.2	38.6	28.7	19.3	0.1	23.9
	30대	44.1	35.7	29.4	18.5	0.1	27.4
	40대	38.2	29.0	24.6	14.2	0.1	37.3
	50대	20.1	15.2	13.3	6.9	0.0	63.8
	60대	7.6	5.6	5.7	1.8	0.0	84.3
	70세 이상	2.4	2.0	2.9	0.4	0.0	93.5

표 2-8) 성·연령별 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 이용자



# 3

## 인터넷, '기반'

01 가구

02 가구원



# 1

## 가구

### 가. 컴퓨터 보유율

2018년 7월 현재 전체 가구의 72.4%(전년 대비 2.3%p 감소)가 가구 내에 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 스마트패드 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 꾸준한 증가세를 보이던 컴퓨터 보유율은 2012년을 기점으로 하락세로 돌아섰다.

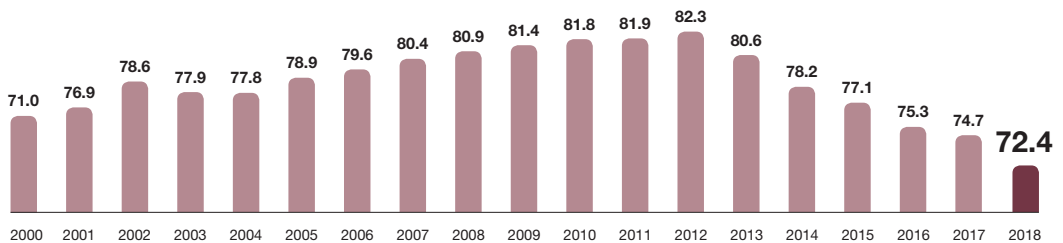


그림 3-1) 가구 컴퓨터 보유율(%) - 전체 가구

### 나. 정보통신기기 보유현황

우리나라 10 가구 중 9 가구(94.9%)는 가구 내 스마트 폰, 스마트 패드, 웨어러블 기기 등 모바일 기기를 1대 이상 보유하고 있는 것으로 나타났다. 세부적으로는 '스마트 폰'(94.8%), '스마트 패드'(13.9%), '웨어러블 기기'(7.7%) 순으로 조사되었다.

한편 전체 가구 중 '디지털 TV'를 보유하고 있는 가구의 비율은 80.1%이며, '데스크탑 컴퓨터'와 '노트북 컴퓨터'를 보유하고 있는 가구의 비율은 각 56.3%와 34.2%로 나타났다.

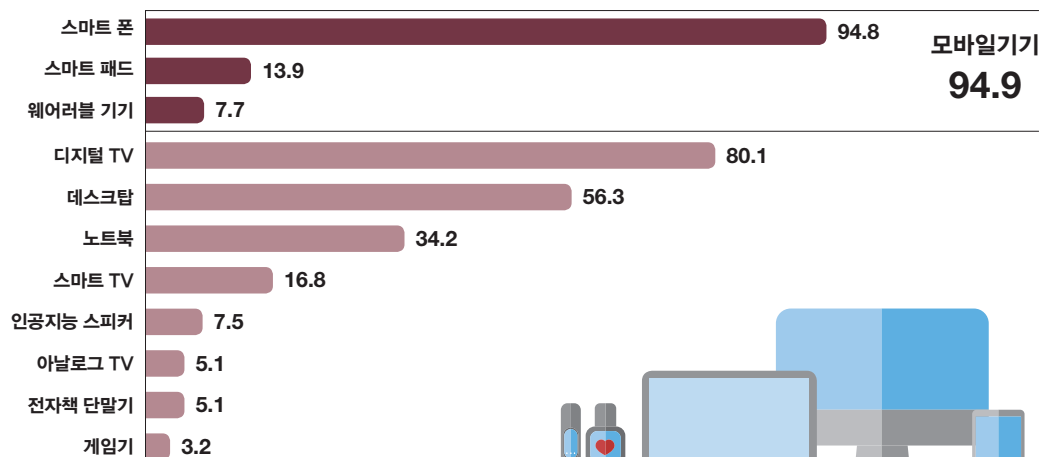


그림 3-2) 가구 정보통신기기 보유율(%) - 전체가구





## 다. 인터넷 접속기기

가구 내 인터넷 접속 기기로는 '스마트폰'이 94.3%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '데스크탑 컴퓨터'(55.3%), '노트북 컴퓨터'(32.1%), '디지털 TV'(31.7%) 등의 순으로 조사되었다.

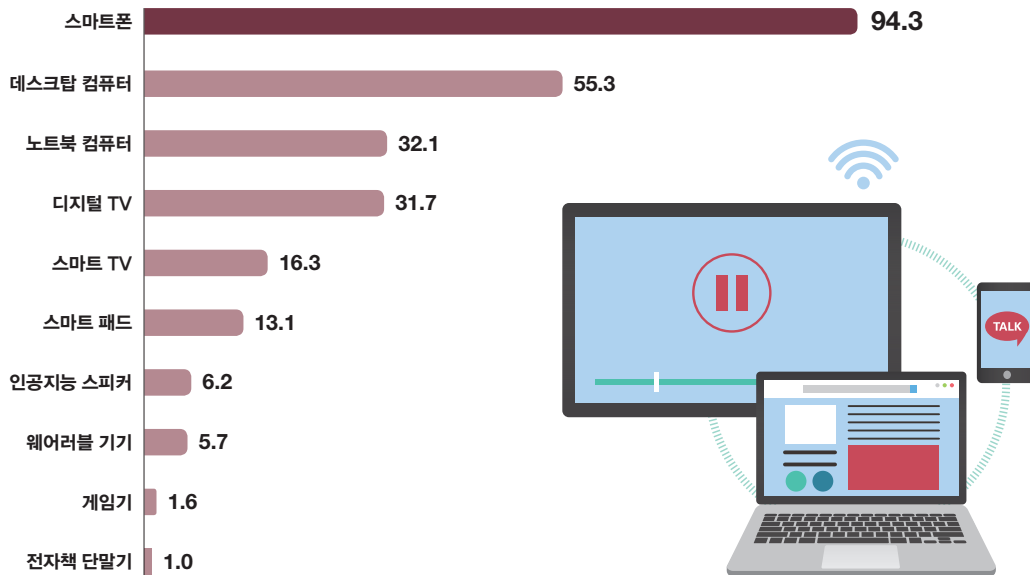


그림 3-3) 가구 인터넷 접속 기기(복수응답, %) - 전체 가구

## 라. 정보통신 서비스 이용 현황

대부분의 가구(99.7%)에서 가구 내 스마트폰을 포함한 '이동전화' 서비스를 이용하는 것으로 조사되었고, '유선 인터넷'을 이용하는 가구는 87.1%로 나타났다.

다음으로 '케이블 TV'(46.0%), 'IPTV'(44.6%), '일반 집 전화'(34.4%), '인터넷 전화'(14.3%) 등의 순으로 조사되었다.

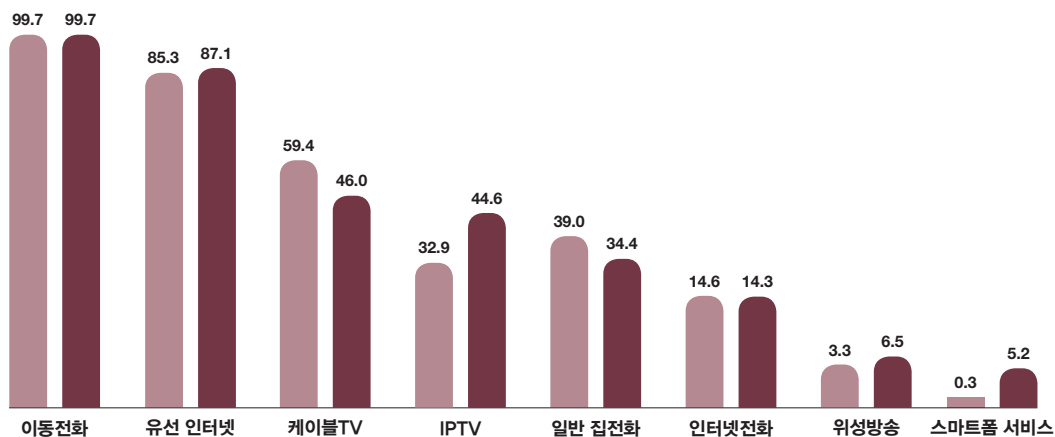


그림 3-4) 가구 정보통신서비스 이용 현황(복수응답, %) - 전체 가구

■ 2017 ■ 2018

## 2

## 가구원

### 가. 컴퓨터 이용률

#### 우리나라 만3세 이상 인구의 컴퓨터 이용률은 71.6%

만 3세 이상 인구의 컴퓨터 이용률(최근 1개월 이내 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 스마트패드 등의 컴퓨터를 이용한 사람의 비율)은 71.6%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 컴퓨터를 이용한 사람의 비율은 49.0%로 나타났다.

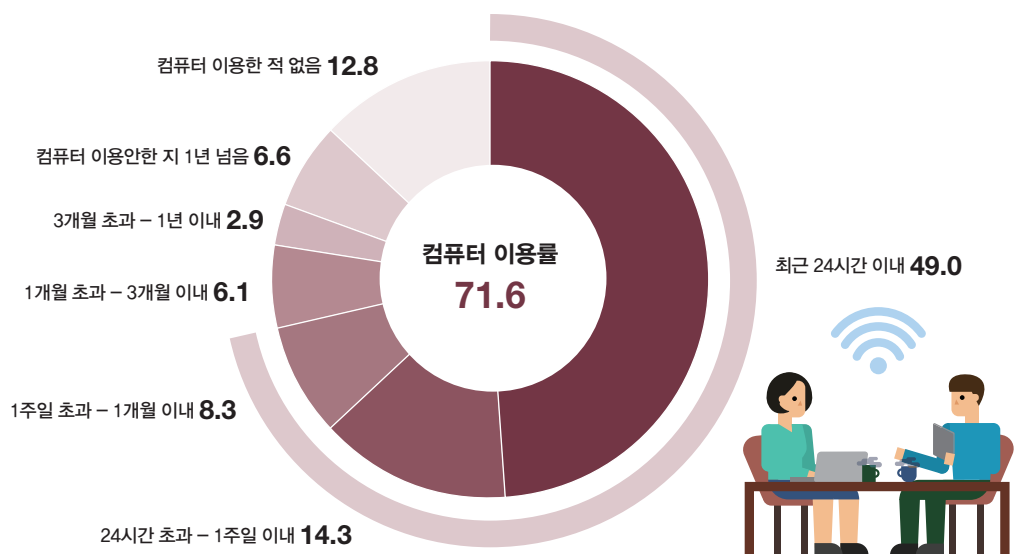


그림 3-5) 컴퓨터 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

컴퓨터 이용률은 남자(77.1%)가 여자(66.1%)에 비해 11.0%p 높았으며, 10-30대의 경우 94% 이상의 높은 수준을 보였다.

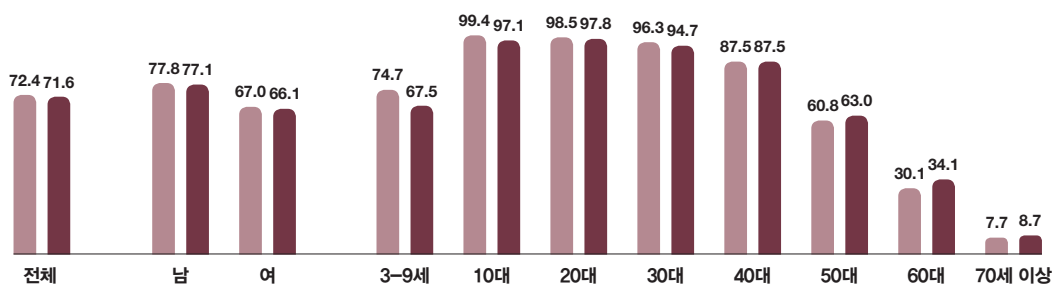
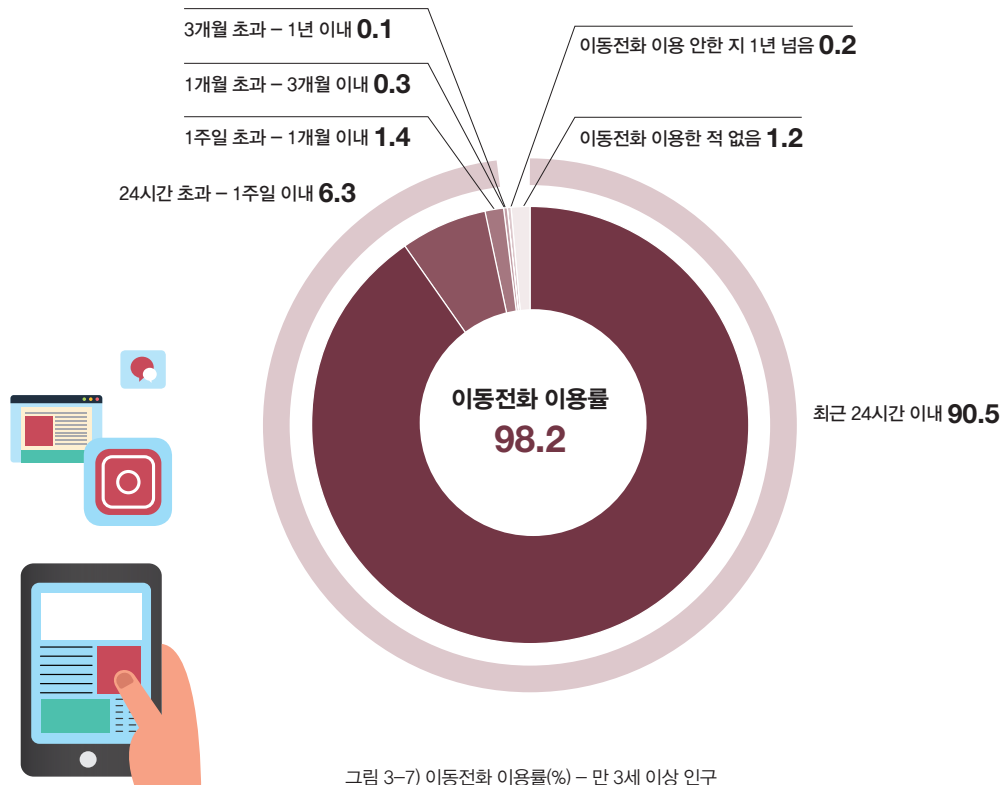


그림 3-6) 성·연령별 컴퓨터 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

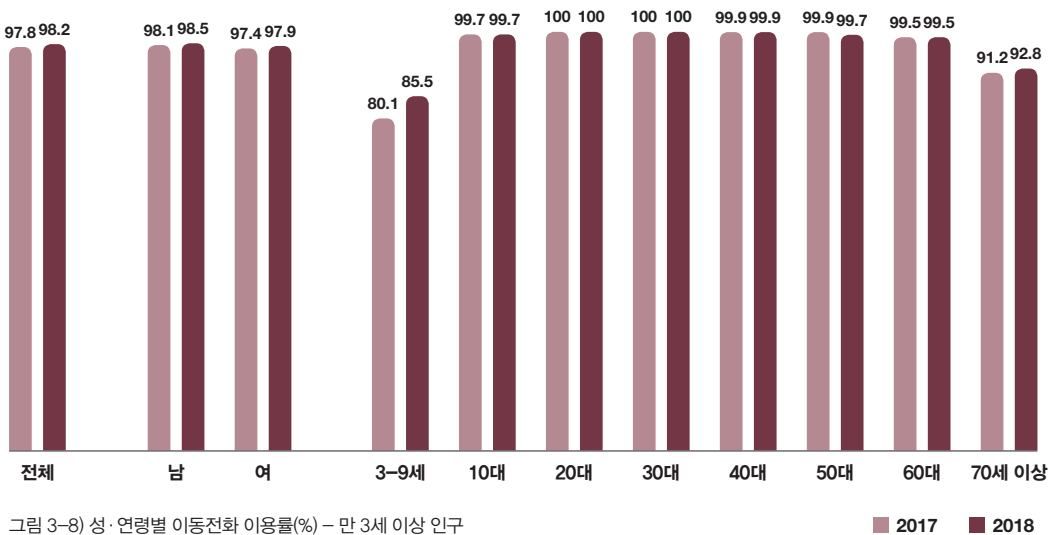
■ 2017 ■ 2018

## 나. 이동전화 이용률

만 3세 이상 인구의 이동전화(스마트폰 포함) 이용률(최근 1개월 이내 이동전화를 이용한 사람의 비율)은 98.2%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 이동전화를 이용한 사람은 90.5%를 차지하였다.



이동전화 이용률은 성별에 관계없이(남자 98.5%, 여자 97.9%) 높았으며, 연령대별로는 10-60대까지 99%이상의 높은 수준을 보였다. 한편 3-9세는 85.5%, 70세 이상은 92.8%로 조사되었다.



## 다. 휴대형 정보통신기기 보유 현황

만6세 이상 인구의 91.4%는 '모바일 기기(스마트폰, 스마트패드, 웨어러블 기기)'를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 전체 휴대형 정보통신기기 중 스마트폰 보유율이 91.0%로 가장 높은 것으로 조사되었으며, 다음으로 '노트북 컴퓨터'(26.6%), '스마트패드'(8.1%), '웨어러블기기'(3.5%) 등의 순이었다.

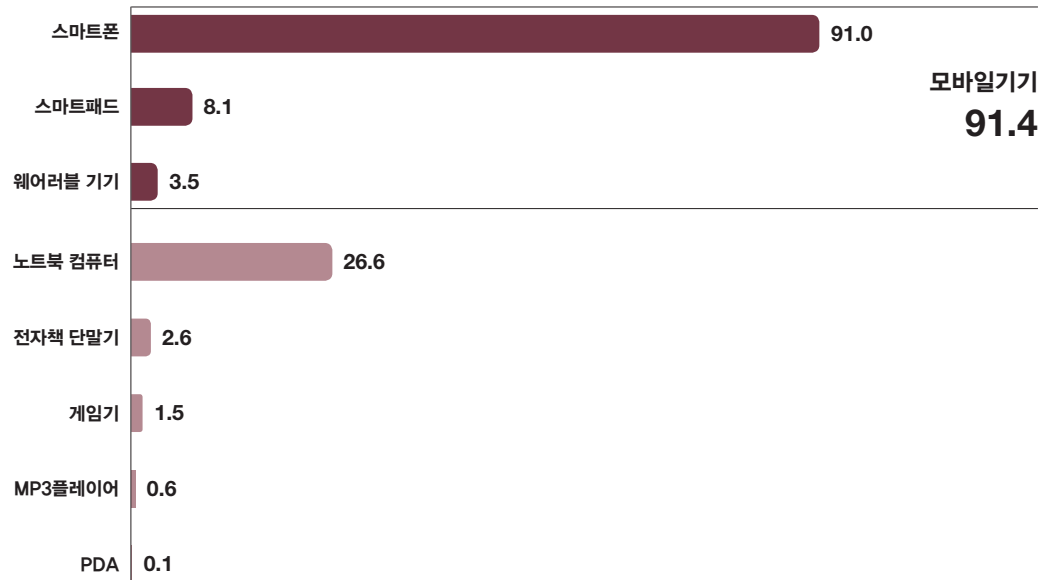


그림 3-9) 휴대형 정보통신기기 보유 현황(복수응답, %) - 만 6세 이상 인구

만6세 이상 인터넷 이용자의 99.0%는 모바일 기기를 보유하고 있으며, 세부적으로 스마트폰은 98.7%, 스마트패드는 8.6%, 웨어러블기기는 3.8%로 나타났다.

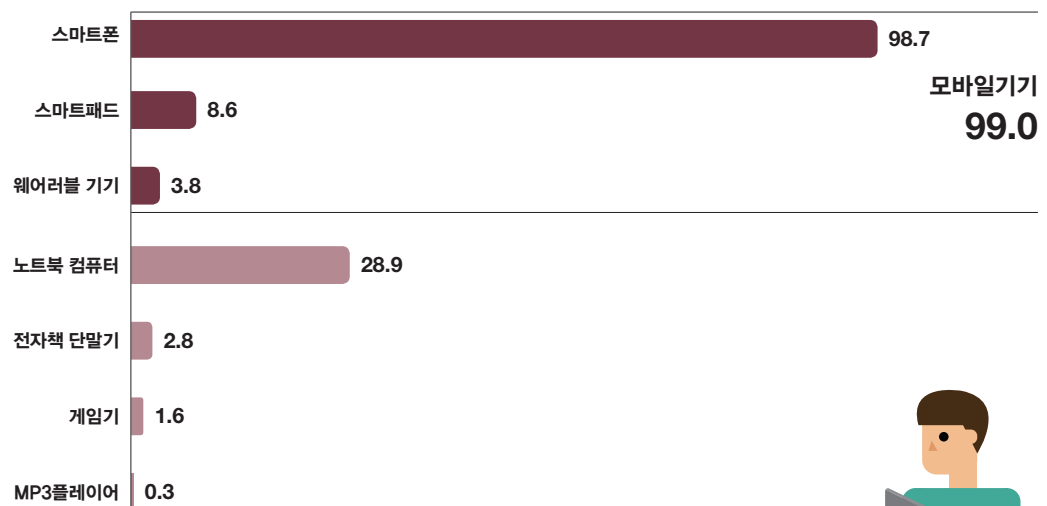


그림 3-10) 휴대형 정보통신기기 보유 현황(복수응답, %) - 만 6세 이상 인터넷이용자

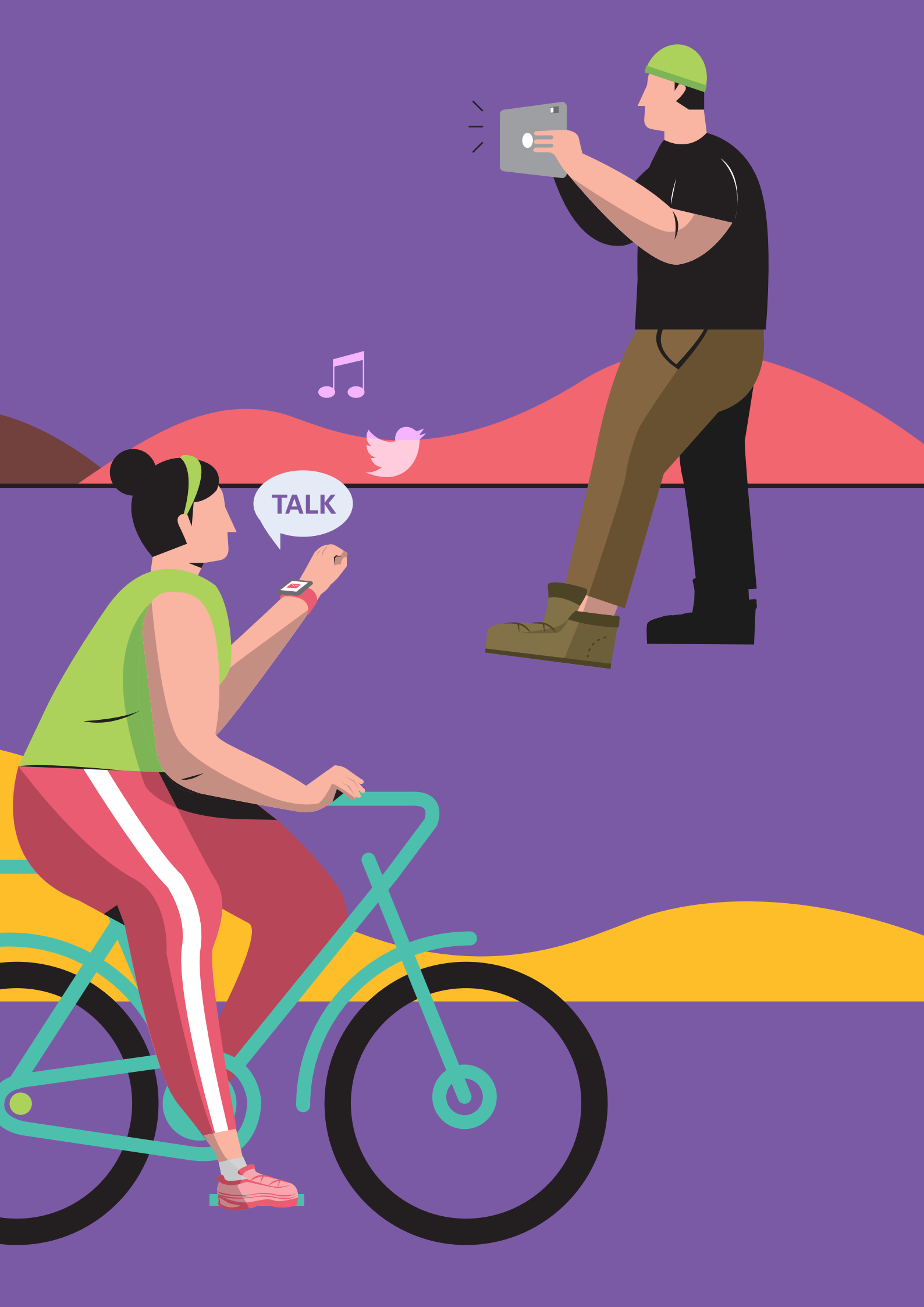




# 4

## 인터넷, '휴대'

- 01 모바일 인터넷 이용
- 02 스마트폰 인터넷 이용
- 03 스마트폰 보유 및 이용
- 04 웨어러블기기 보유 및 이용



# 1

## 모바일 인터넷 이용

### 가. 모바일 인터넷 이용률

#### 만3세 이상 인구의 모바일 인터넷 이용률은 90.4%

만3세 이상 인구의 모바일 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 이동전화, 스마트폰, 스마트패드 등 모바일기기를 통해 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 90.4%로 조사되었고, 최근 24시간 이내 모바일 인터넷 이용자는 83.7%를 차지했다.

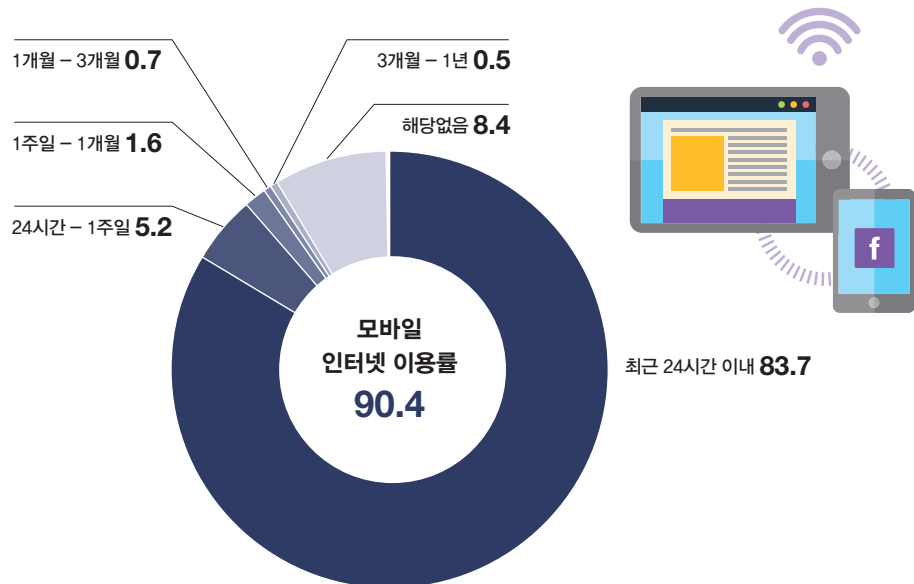


그림 4-1) 최근 모바일 인터넷 이용시기(%) - 만 3세 이상 인구

모바일 인터넷 이용률은 남자(92.8%)가 여자(88.0%)보다 높으며, 연령대별로는 20대, 30대가 99.9%로 가장 높고, 40대(99.7%)와 10대(98.7%), 50대(98.5%)도 98.0% 이상의 높은 모바일 인터넷 이용률을 보였다.

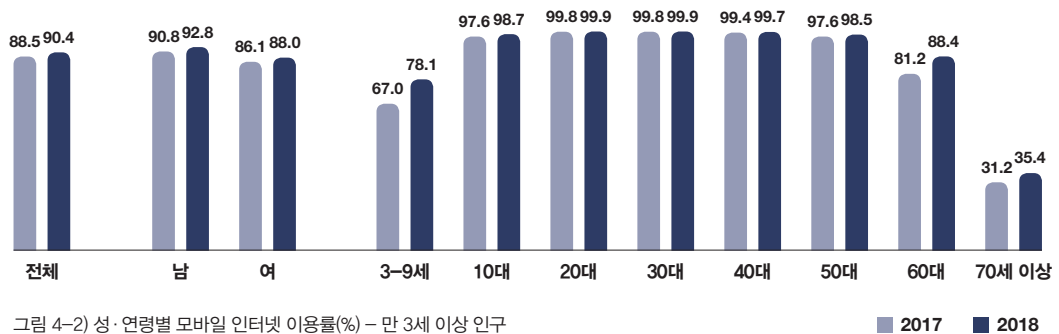


그림 4-2) 성·연령별 모바일 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018



## 2

## 스마트폰 인터넷 이용

## 가. 스마트폰 인터넷 이용률

만3세 이상 인구의 스마트폰을 통한 인터넷 이용률은 89.6%

만3세 이상의 스마트폰 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 89.6%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 비율은 82.9%를 차지했다.

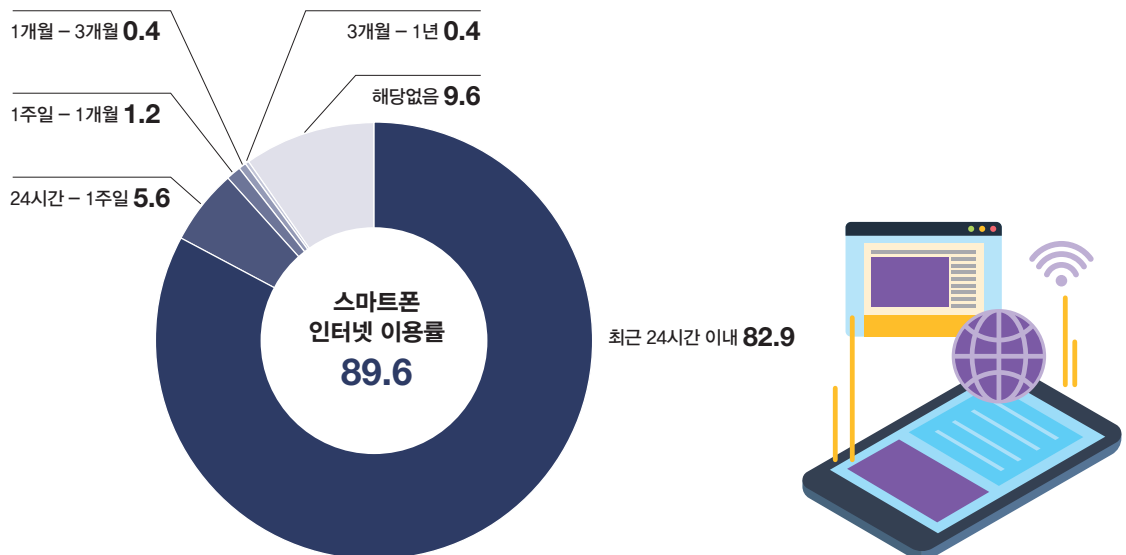


그림 4-3) 최근 스마트폰을 통한 인터넷 이용시기(%) - 만 3세 이상 인구

스마트폰을 통한 인터넷 이용률은 남자(92.0%)가 여자(87.2%)보다 높으며, 연령대별로는 20대, 30대가 99.9%로 가장 높고, 40대(99.5%)와 10대(98.4%), 50대(97.7%)도 97.0% 이상의 높은 이용률을 보였다.

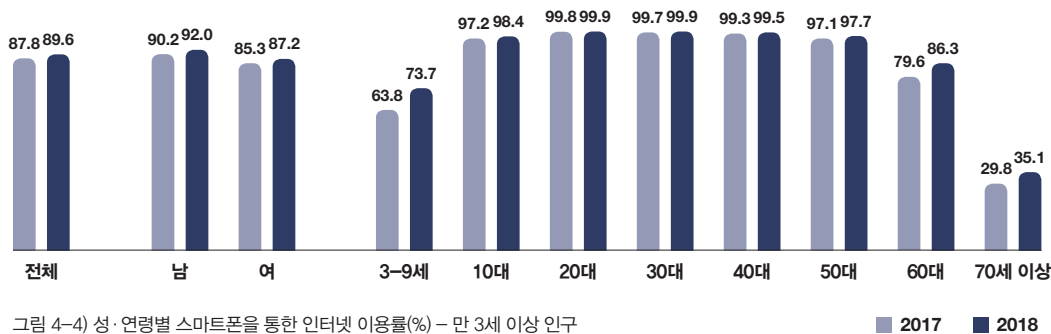


그림 4-4) 성·연령별 스마트폰을 통한 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

## 나. 스마트폰 인터넷 이용시간

만 3세 이상 스마트폰 이용자의 주 평균 스마트폰 인터넷 이용시간은 10시간 47분(하루 평균 1시간 32분)이며, 이용자 가운데 주 평균 7-14시간을 이용하는 비율이 36.2%로 가장 높고, 다음으로 14-21시간 미만(23.6%), 3-7시간 미만(16.9%), 21-35시간 미만(11.0%) 등의 순으로 높은 비율을 보였다.

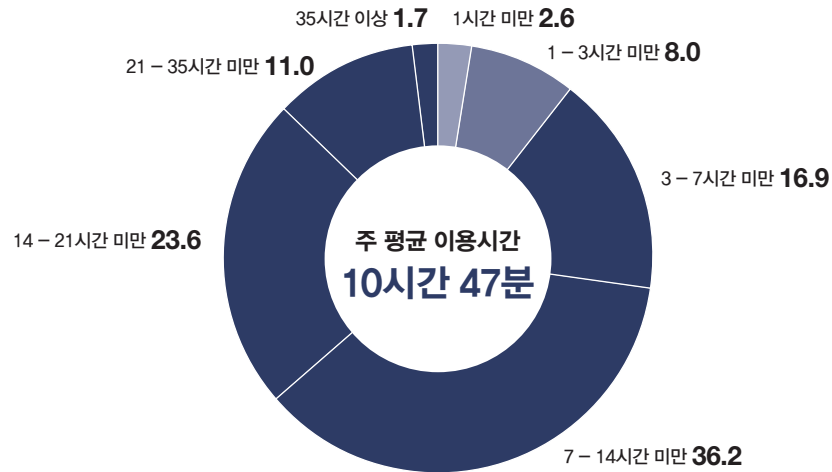


그림 4-5) 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(%) 만 3세 이상 스마트폰 이용자

만 3세 이상 스마트폰 인터넷 이용자의 이용시간을 살펴보면, 남자(11.1시간)가 여자(10.4시간)보다 이용시간이 길며, 연령대별로는 20대의 이용시간이 14.8시간으로 가장 길고, 다음으로 30대(12.6시간), 10대(12.0시간), 40대(11.1시간), 50대(9.2시간), 60대(6.7시간), 70세 이상(5.8시간)의 순으로 나타났다.

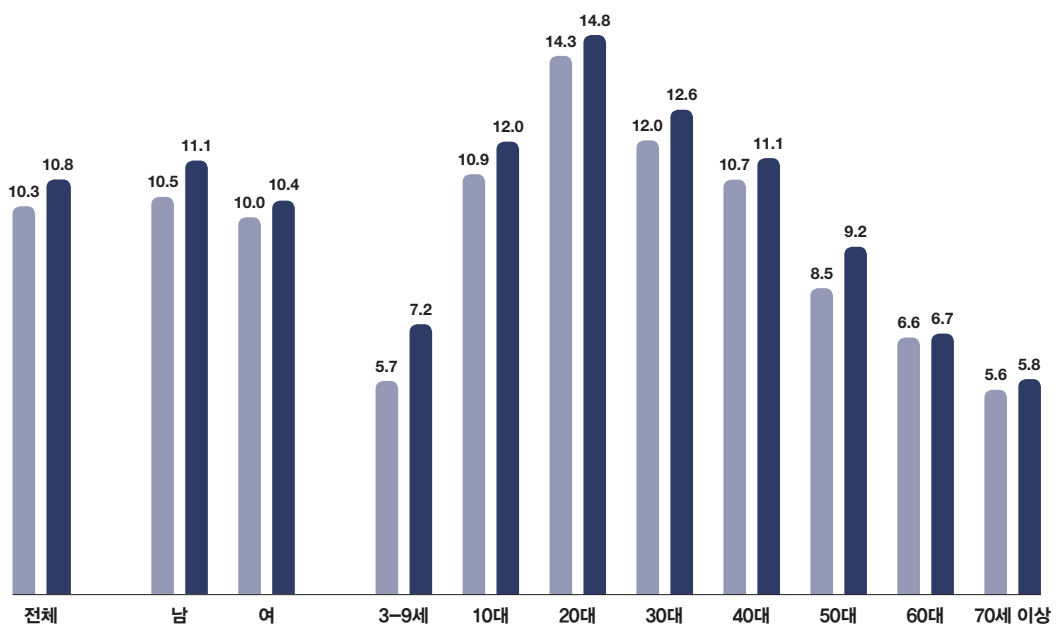


그림 4-6) 성·연령별 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(시간) - 만 3세 이상 스마트폰 이용자

■ 2017 ■ 2018

## 3

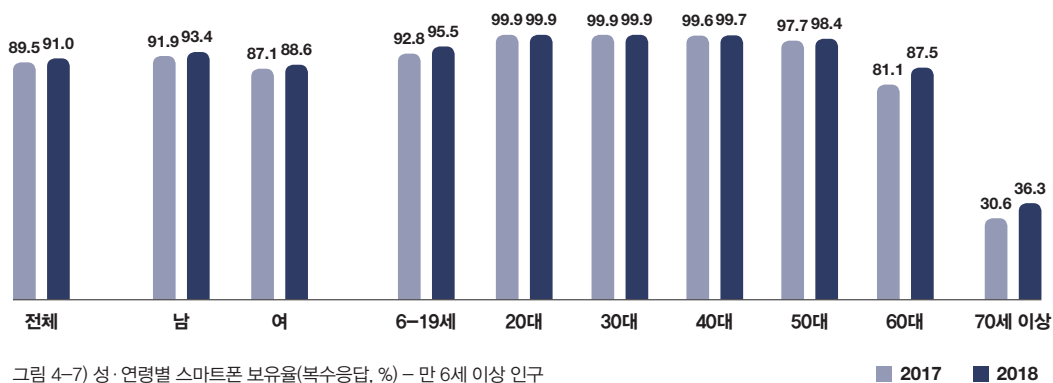
## 스마트폰 보유 및 이용

## 가. 스마트폰 보유율

만 6세 이상 인구의 스마트폰 보유율은 91.0%

만 6세 이상 인구의 91.0%가 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 스마트폰 보유율은 남자(93.4%)가 여자(88.6%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 20대와 30대가 99.9%로 가장 높고, 40대(99.7%)와 50대(98.4%)는 98.0% 이상의 높은 보유율을 보였다.

한편, 60대의 스마트폰 보유율(87.5%)은 전년 대비 6.4%p, 70세 이상(36.3%)은 5.7%p 상승하여 큰 폭으로 증가하였다.



## 나. 주이용 스마트폰 애플리케이션

만12세 이상 스마트폰 이용자가 주로 이용하는 애플리케이션 종류로는 '채팅, SNS 등 커뮤니케이션'이 73.3%로 가장 많았고, 다음으로 '사진 및 동영상'(60.9%), '뉴스'(47.1%), '게임'(22.7%), '음악, 미디어'(21.8%), '내비게이션 및 지도'(13.4%), '쇼핑'(10.4%) 등의 순으로 나타났다.

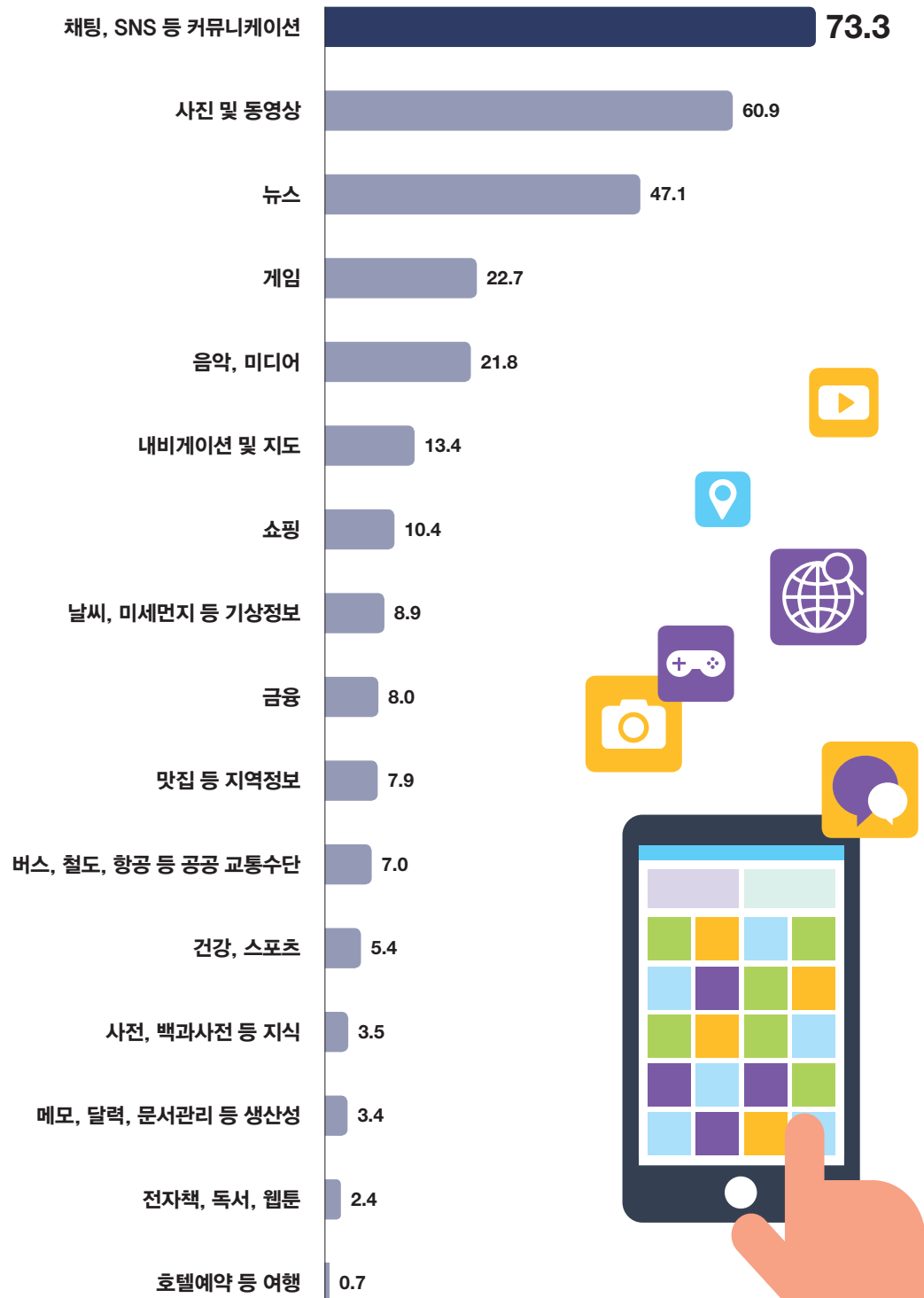


그림 4-8) 주이용 스마트폰 애플리케이션(3개 항목 응답, %) - 만 12세 이상 스마트폰 이용자

※포털사이트 앱 등 다양한 종류의 서비스를 한번에 제공하는 앱의 경우, 해당 앱을 통해 주로 이용하는 서비스 유형을 기준으로 조사함

## 다. 스마트폰 교체주기

만12세 이상의 스마트폰 이용자의 스마트폰 교체(한 기기에서 다른 기기로 변경) 주기는 평균 2년 9개월이며, 이 중 '2년-2년 6개월 미만'이 28.7%로 가장 많았고, 다음으로 '3년-3년 6개월 미만'(27.3%), '2년 6개월-3년 미만'(20.3%), '2년 미만'(6.9%)의 순으로 나타났다.

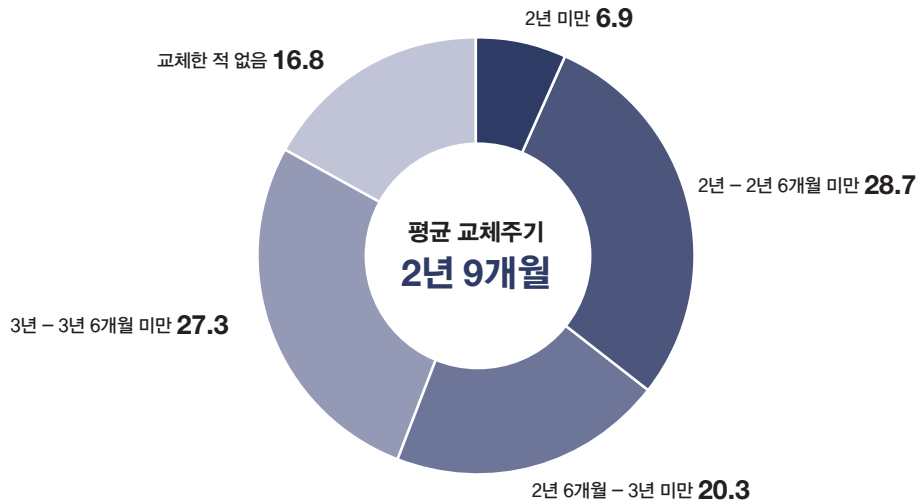


그림 4-9) 스마트폰 교체주기(%) - 만 12세 이상 스마트폰 이용자

## 라. 스마트폰 교체이유

스마트폰 교체 경험자가 스마트폰을 교체한 이유로는 '약정이 끝나서'가 32.7%로 가장 많았고, 다음으로 '기존 기기의 고장으로'(32.3%), '기존 기기의 성능이 낮아져서'(16.3%), '새로운 기기에 대한 호기심으로'(7.9%) 등의 순으로 나타났다.

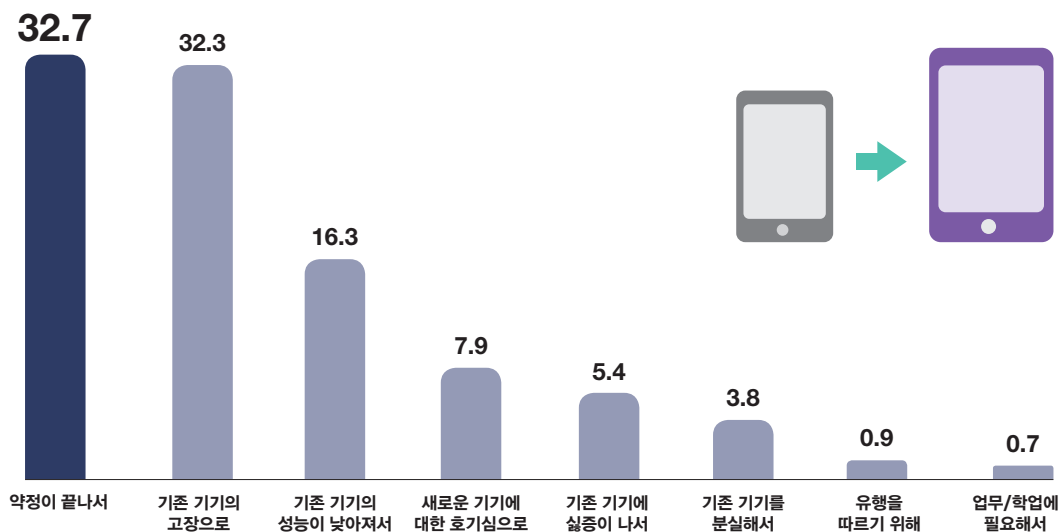


그림 4-10) 스마트폰 교체이유(%) - 만12세 이상 스마트폰 이용자 중 스마트폰 교체 경험자

# 4

## 웨어러블 기기 보유 및 이용

### 가. 웨어러블기기 보유율

#### 만6세 이상 인구의 웨어러블기기 보유율은 3.5%

2018년 7월 기준 웨어러블기기 보유율은 3.5%로 전년 대비 0.1%p 하락하였다.

성별로는 남자(4.3%)가 여자(2.7%)보다 보유율이 높게 나타났으며, 연령대별로는 30대가 6.9%로 가장 높고, 다음으로는 20대(5.4%), 40대(4.3%), 6-19세(3.7%) 등의 순으로 나타났다.

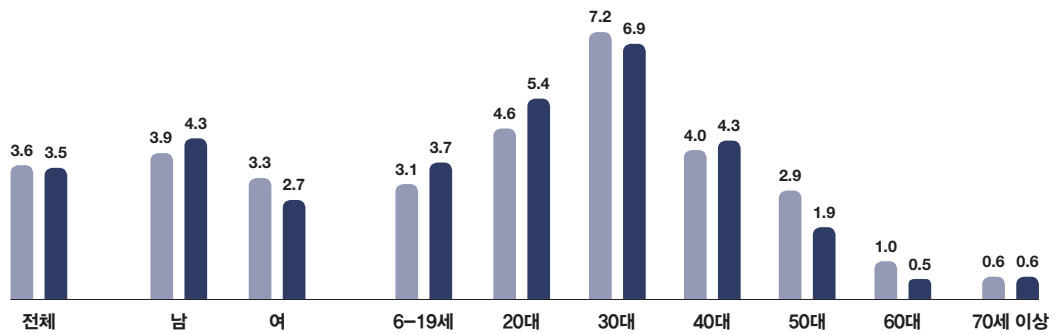


그림 4-11) 성·연령별 웨어러블기기 보유율(%) - 만 6세 이상 인구

■ 2017 ■ 2018

### 나. 웨어러블기기 종류별 보유현황

보유한 웨어러블기기의 종류는 '시계형'이 73.1%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '밴드형'(21.4%), '영·유아 및 노약자 기기'(5.9%)의 순으로 나타났다.

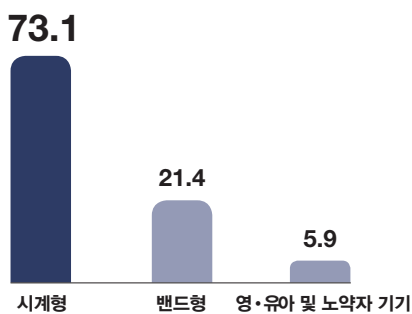


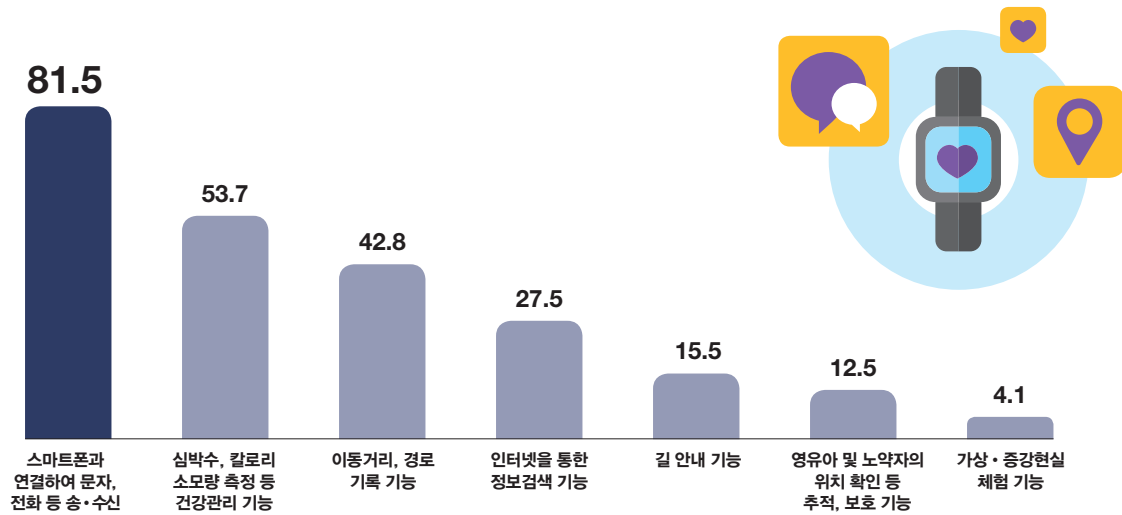
그림 4-12) 웨어러블기기 종류별 보유현황(복수응답, %) - 만 6세 이상 웨어러블기기 보유자

구분	보기
시계형	삼성 기어S, 애플워치, LG워치 어베인, 소니 스마트워치 등
밴드형	미밴드, 핏빗, 삼성 기어핏, 소니 스마트밴드, 나이키 퓨얼밴드 등
영·유아 및 노약자 기기	LG 키즈온, T키즈폰 준, 올레톡톡, 유니버토키, 라인 키즈폰, 리니어블, 위치알리미, 배회감지기 aIII 등

웨어러블기기 종류별 기기 보기

## 다. 웨어러블기기 이용 기능

웨어러블기기 이용 시 주로 이용하는 기능으로는 ‘스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신’(81.5%), ‘심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강관리 기능’(53.7%), ‘이동거리, 경로기록 기능’(42.8%) 등의 순으로 나타났다.



4-13) 웨어러블기기 이용 기능(복수응답, %) - 만 6세 이상 웨어러블기기 보유자

# 5

## 인터넷, '소통'

- 01 인스턴트메신저 이용현황
- 02 SNS 이용현황
- 03 이메일 이용현황
- 04 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간





# 1

## 인스턴트 메신저 이용현황

### 가. 인스턴트 메신저 이용률

#### 만6세 이상 인터넷 이용자의 인스턴트 메신저 이용률은 95.9%

만6세 이상 인터넷 이용자의 10명 중 9명(95.9%)이 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 '인스턴트 메신저 이용자'로 조사되었다. 한편 '최근 24시간 이내' 이용률은 82.6%로 나타났다.

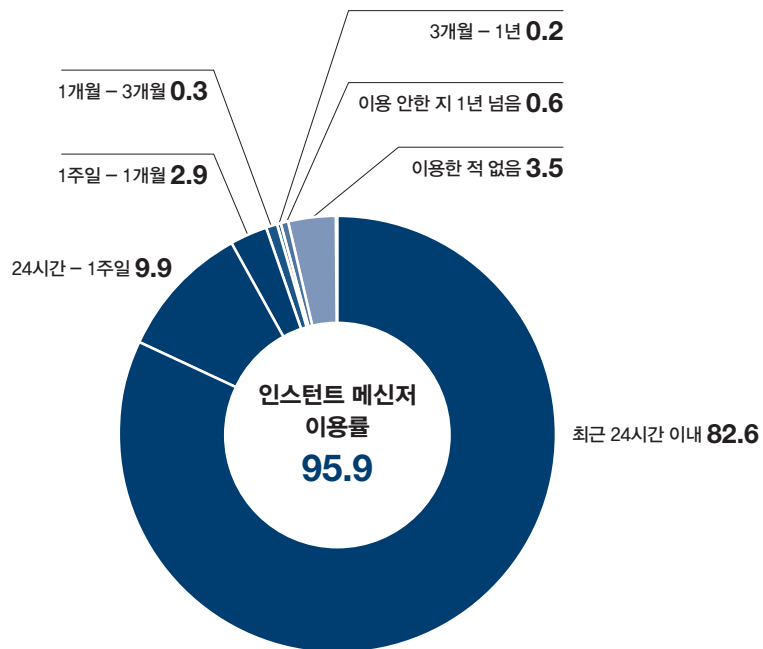


그림 5-1) 최근 인스턴트 메신저 이용시기(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

#### 인스턴트 메신저란?

컴퓨터, 스마트폰 등으로 온라인 상에서 개인 간 실시간으로 메시지, 사진 등의 데이터를 주고받을 수 있는 서비스

예) 카카오톡, 페이스북 메신저, 라인, 네이트온, 텔레그램, 위비톡, 구글 행아웃, 스노우, 위챗, 비트윈, 스카이프, 왓츠앱, BBM(BlackBerry Messenger) 등

기기별 인스턴트 메신저 이용률을 살펴본 결과, 모바일기기를 통한 인스턴트 메신저 이용률은 95.6%, 컴퓨터를 통한 이용률은 31.0%로 나타났다.

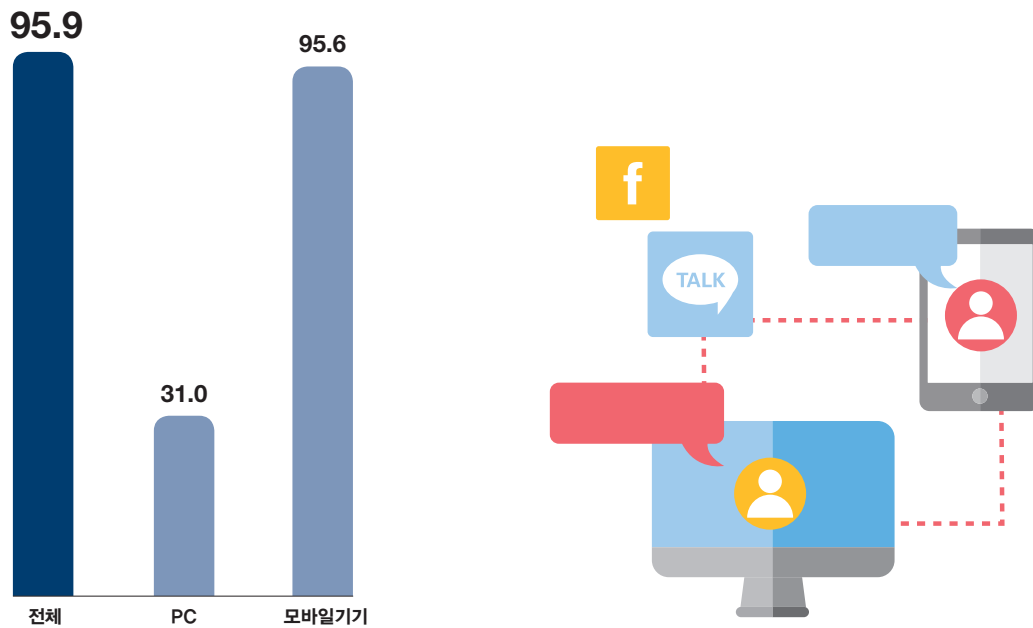


그림 5-2) 기기별 인스턴트 메신저 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

성별 인스턴트 메신저 이용률은 남자(96.0%)와 여자(95.8%)가 비슷한 수준으로 나타났다. 연령대별로는 20~50대의 대부분(96% 이상)이 인스턴트 메신저를 이용하며, 6~19세는 89.1%, 60대 94.9%, 70세 이상 76.4%가 이용하는 것으로 조사되었다.

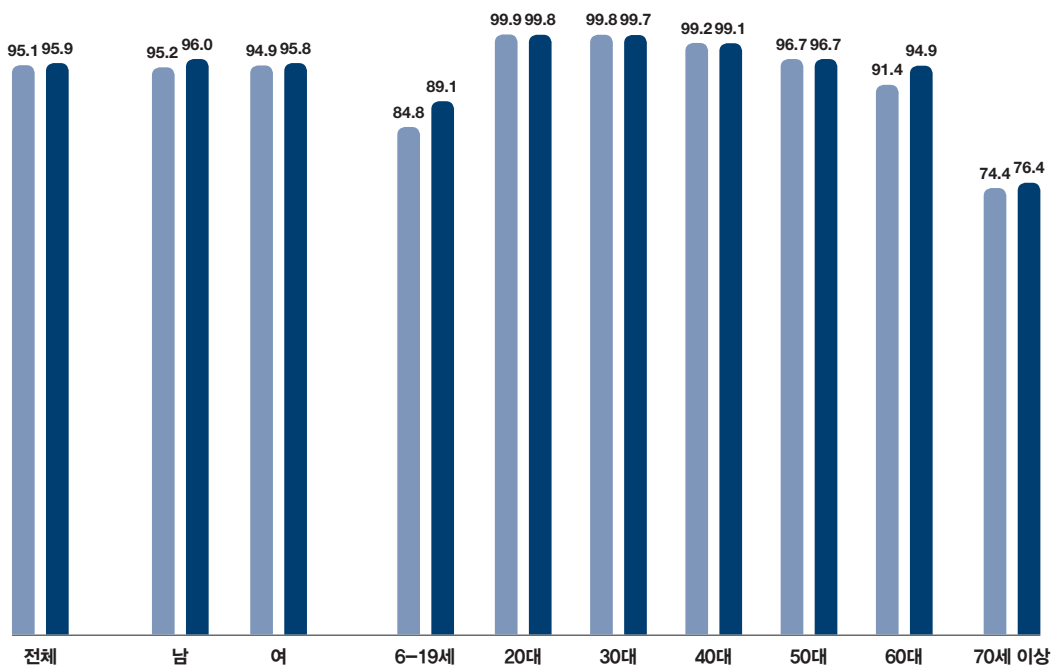


그림 5-3) 성·연령별 인스턴트 메신저 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

## 나. 인스턴트 메신저 이용빈도

인스턴트 메신저 이용빈도의 경우 일평균 10회를 기준으로, '일평균 10회 미만'은 52.1%(5회 미만 30.2%, 5-10회 미만 21.8%)이며, '일평균 10회 이상'은 47.9%(10-20회 미만 24.0%, 20-30회 미만 11.7%, 30회 이상 12.2%)인 것으로 나타났다.

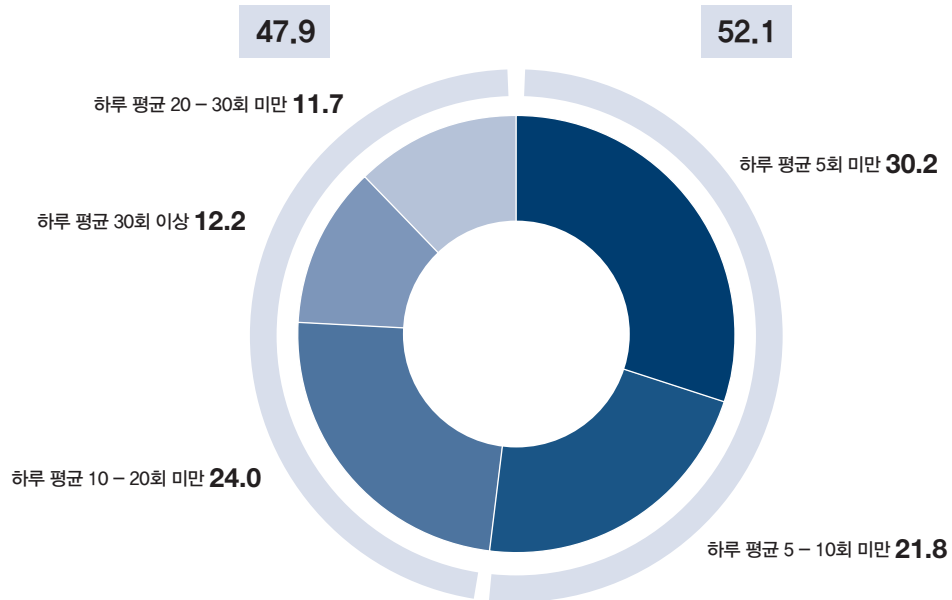


그림 5-4) 인스턴트 메신저 이용 빈도(%) - 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자

## 다. 인스턴트 메신저 이용기능

인스턴트 메신저 이용자들은 '대화'(100.0%) 기능 이외에도 '사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유'(76.0%), '음성 및 영상통화'(45.0%), '게임'(36.2%) 등의 다양한 기능을 인스턴트 메신저를 통해 활용하고 있는 것으로 조사되었다.

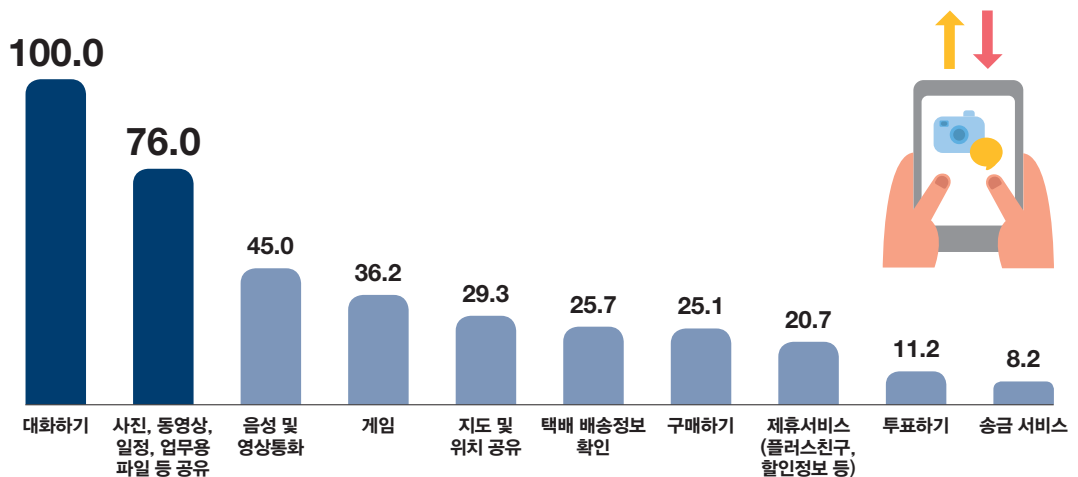


그림 5-5) 인스턴트 메신저 이용 기능(복수응답, %) - 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자

## 라. 주이용 인스턴트 메신저 서비스

인스턴트 메신저 이용자의 대부분(99.2%)은 '카카오톡' 서비스를 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 '페이스북 메신저'(30.8%), '라인'(11.0%), '네이트온'(9.6%) 등의 순으로 나타났다.

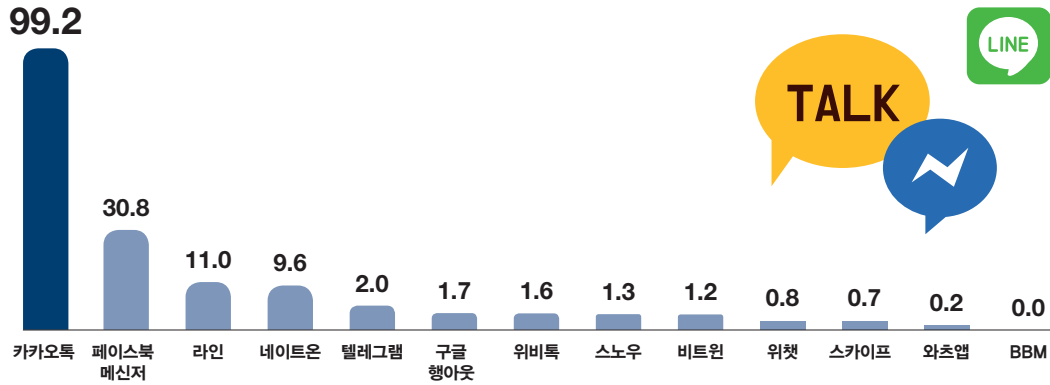


그림 5-6) 주이용 인스턴트 메신저 서비스(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자

성별 주이용 인스턴트 메신저 서비스는 유사하게 나타났으며, 연령별의 경우 전반적으로 '카카오톡'이 높은 가운데 20-30대의 '페이스북 메신저' 이용률이 타 연령대 대비 높은 것으로 나타났다.

구분		카카오톡	페이스북 메신저	라인	네이트온	텔레그램	구글 행아웃
성별	남	99.2	32.3	11.6	10.3	2.4	1.9
	여	99.3	29.2	10.3	8.9	1.7	1.5
연령	6-19세	99.1	37.9	11.9	8.4	1.9	1.7
	20대	98.9	55.6	18.7	13.9	3.5	3.3
	30대	99.2	40.9	15.4	15.2	3.1	2.3
	40대	99.1	29.6	11.4	10.8	2.0	1.8
	50대	99.4	14.9	5.5	5.8	1.3	0.9
	60대	99.8	8.3	3.3	3.6	0.3	0.4
	70세 이상	99.9	2.7	0.5	1.5	0.3	0.2

표 5-1) 성·연령별 주이용 인스턴트 메신저 서비스(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자

## 2

## SNS 이용현황

### 가. SNS 이용률

#### 만6세 이상 인터넷 이용자의 소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용률은 65.2%

만6세 이상 인터넷 이용자의 65.2%가 최근 1년 이내에 SNS(소셜 네트워크 서비스)를 이용한 'SNS 이용자'로 나타났다.

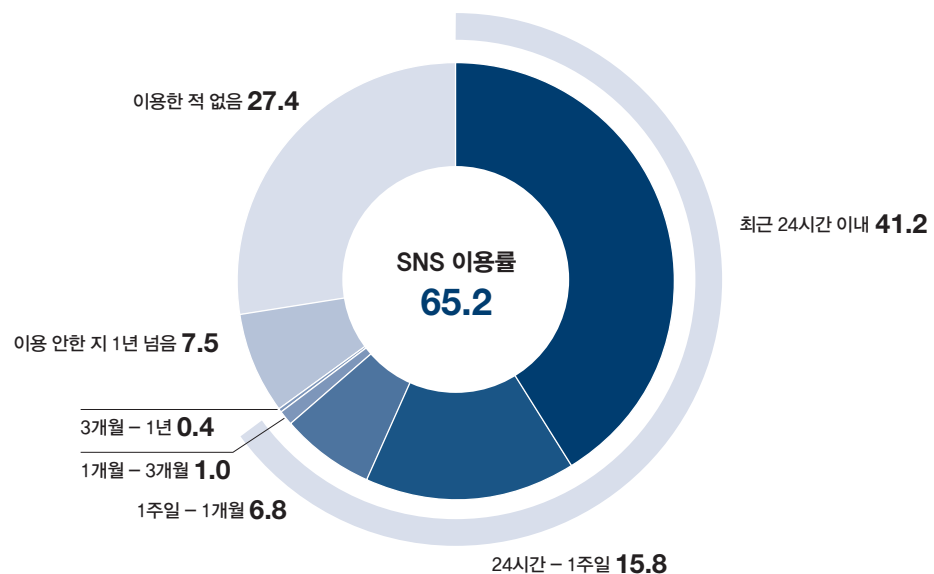


그림 5-7) 최근 SNS 이용 시기(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

#### SNS(Social Network Service)란?

인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유하는 활동으로 타인이 게시한 콘텐츠를 단순히 열람·관찰하는 행위도 포함  
예) 페이스북, 인스타그램, 네이버밴드, 카카오토티, 트위터, 네이버 블로그, 네이버 카페, 구글 플러스, 웨이보, 텀블러, 링크드인 등



모바일기기를 통해 SNS를 이용하는 사람의 비율은 65.0%로 나타나 컴퓨터로 이용하는 사람의 비율(26.5%)보다 높은 것으로 나타났다.

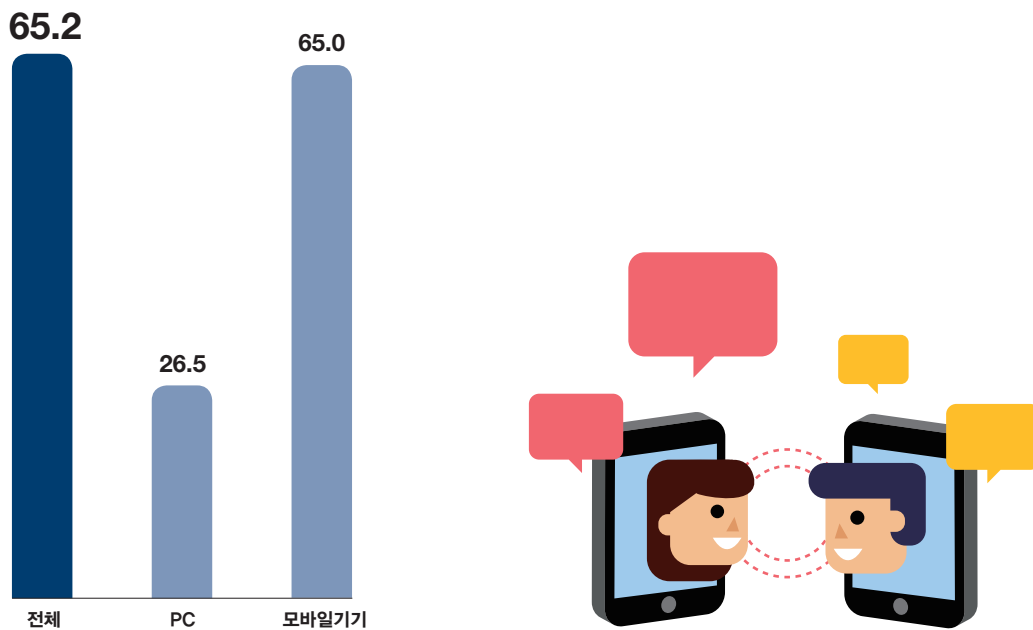


그림 5-8) 기기별 SNS 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷이용자

SNS 이용률은 성별에 관계없이 비슷한 수준(남자 64.8%, 여자 65.5%)을 보였으며, 연령대별로는 20대(91.9%), 30대(84.9%), 40대(74.5%), 6-19세(59.4%) 등의 순으로 나타났다.

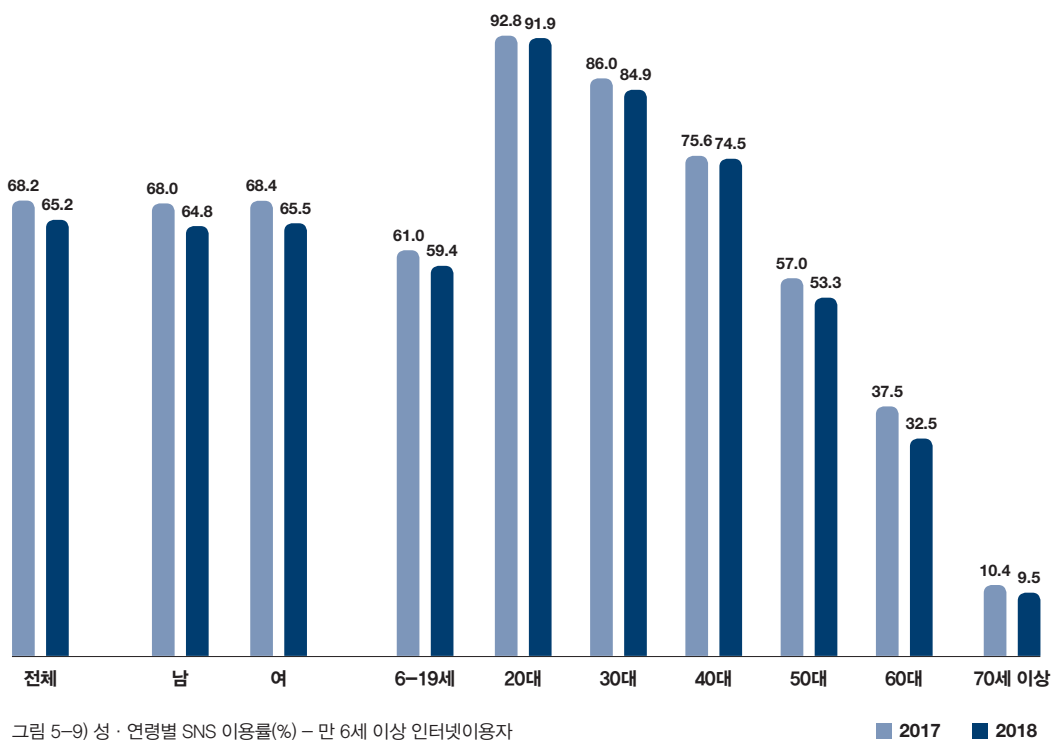


그림 5-9) 성·연령별 SNS 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷이용자

■ 2017 ■ 2018

## 나. SNS 이용빈도 및 시간

만6세 이상 SNS 이용자의 주평균 SNS 이용빈도는 22.0회(하루 평균 3.1회)이며, 세부적으로 '20회 이상'(47.0%), '5회 미만'(30.3%), '5-10회 미만'(14.0%) 등의 순으로 나타났다.

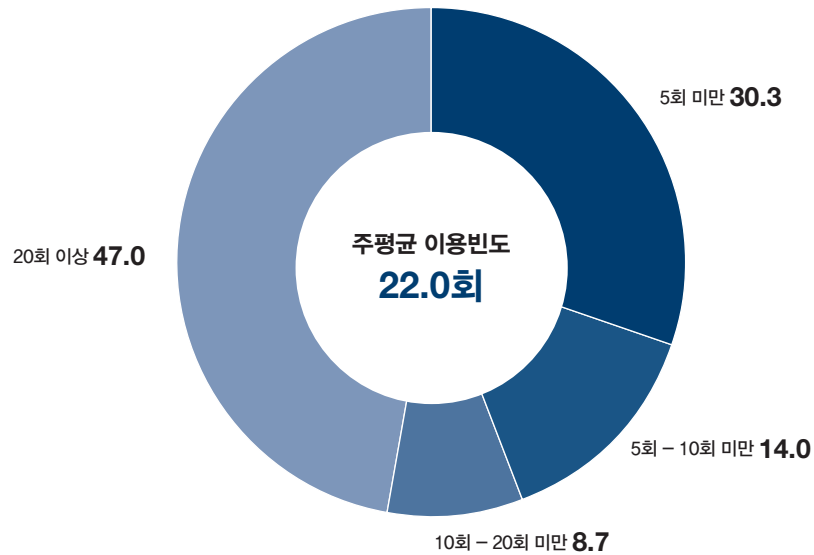


그림 5-10) 주평균 SNS 이용빈도(%) - 만 6세 이상 SNS 이용자

한편 주평균 SNS 이용시간은 53분으로 조사되었으며, 일주일에 '1시간 이상'(1-2시간 미만 27.8%, 2시간 이상 11.1%) 이용한다는 의견은 39.0%로 나타났다.

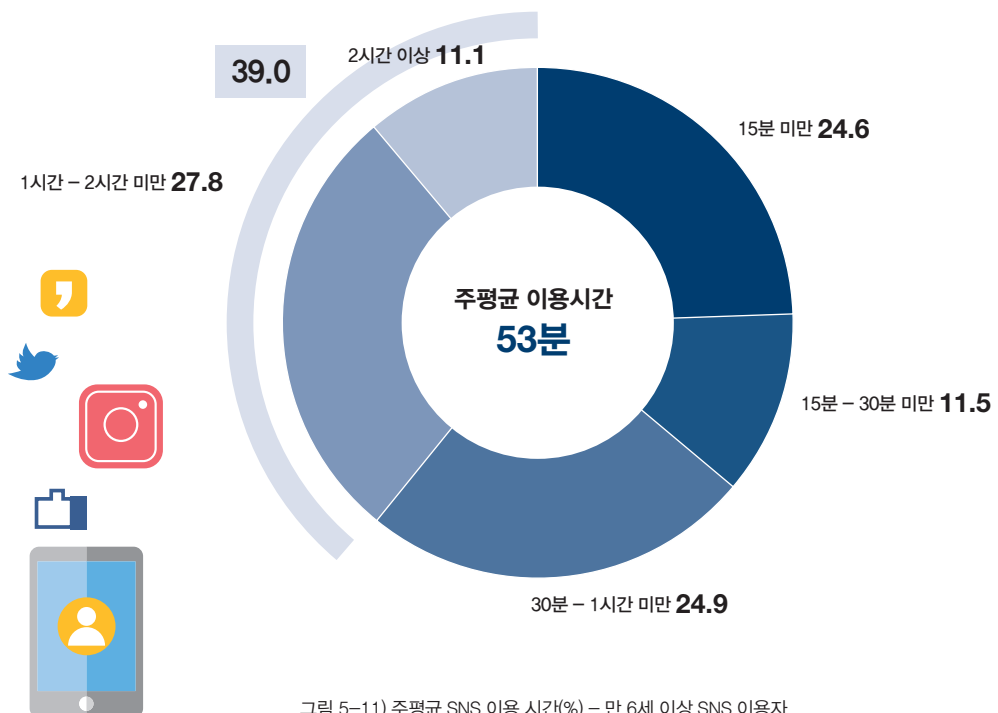


그림 5-11) 주평균 SNS 이용 시간(%) - 만 6세 이상 SNS 이용자



## 다. 주이용 SNS 서비스

SNS 이용자가 주로 이용하는 SNS 서비스는 '페이스북'(65.7%)으로 조사되었으며, 다음으로 '카카오스토리'(49.6%), '인스타그램'(41.0%), '네이버밴드'(33.3%), '네이버블로그'(17.9%), '네이버카페'(10.7%) 등의 순으로 나타났다.

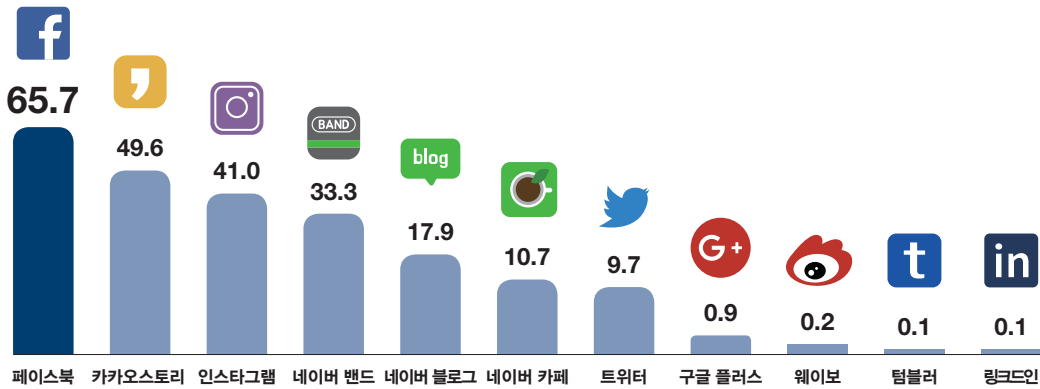


그림 5-12) 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 SNS 이용자

'페이스북'은 여자(61.1%)보다 남자(70.0%)가 높은 이용률을 보인 반면, '카카오스토리'는 남자(47.6%)보다 여자(51.6%)가 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

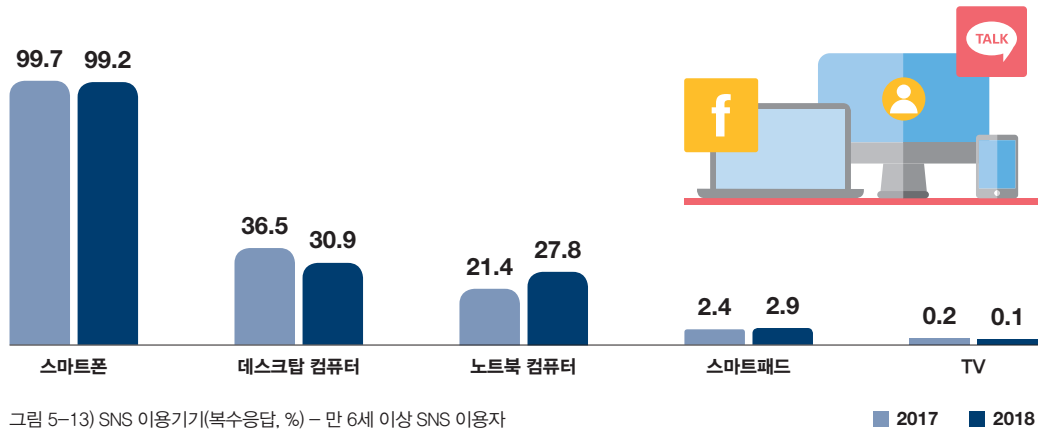
연령대별로 '페이스북'은 30대 이하(6-19세 82.1%, 20대 85.4%, 30대 76.0%)에서, '카카오스토리'는 40대 이상(40대 54.9%, 50대 57.9%, 60대 51.7%, 70세 이상 62.2%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

구분		페이스북	카카오 스토리	인스타그램	네이버 밴드	네이버 블로그	네이버 카페
성별	남	70.0	47.6	40.6	33.3	17.9	10.2
	여	61.1	51.6	41.3	33.3	17.9	11.2
연령	6-19세	82.1	41.2	54.5	21.1	16.1	7.0
	20대	85.4	42.7	61.9	24.3	14.6	11.3
	30대	76.0	49.7	47.5	33.3	16.5	12.2
	40대	56.1	54.9	30.1	41.6	19.9	11.9
	50대	37.5	57.9	16.1	43.3	20.6	10.8
	60대	27.2	51.7	14.0	37.4	27.5	7.1
	70세 이상	26.7	62.2	15.6	42.4	5.4	5.7

표 5-2) 성·연령별 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 SNS 이용자

## 라. SNS 이용기기

SNS 이용자 대부분(99.2%)이 '스마트폰'을 통해 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, '데스크탑 컴퓨터'를 통한 SNS 이용은 30.9%로 나타났다.



'스마트폰'을 통한 SNS 이용은 성별에 관계없이(남자 99.2%, 여자 99.3%) 높은 반면, '데스크탑 컴퓨터'의 경우 남자(33.6%)가 여자(28.1%)에 비해 다소 높은 수준을 보였다. 연령대별로는 대부분의 연령층에서 '스마트폰'(98% 이상)을 활용하여 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, '데스크탑 컴퓨터'의 경우 6-19세(35.6%), 20대(43.0%)와 30대(35.8%)에서 상대적으로 높았다.

구분		스마트폰	데스크탑 컴퓨터	노트북 컴퓨터	스마트패드	TV
성별	남	99.2	33.6	26.5	3.2	0.2
	여	99.3	28.1	29.2	2.7	0.1
연령	6-19세	98.9	35.6	32.8	3.1	0.1
	20대	99.4	43.0	41.0	4.3	0.1
	30대	99.3	35.8	32.3	3.9	0.3
	40대	99.4	29.0	22.7	2.2	0.2
	50대	99.3	15.1	13.1	1.2	0.0
	60대	98.9	7.3	8.7	1.3	0.0
	70세 이상	98.1	6.6	12.3	3.0	-

표 5-3) 성·연령별 SNS 이용기기(복수응답, %) - 만6세 이상 SNS 이용자

## 마. SNS 이용 이유

만6세 이상 SNS 이용자는 '친교/교제를 위해서'(81.2%) SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서'(57.6%), '취미/여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서'(43.4%), '일상생활에 대한 기록을 위해서'(39.9%) 등의 순으로 나타났다.

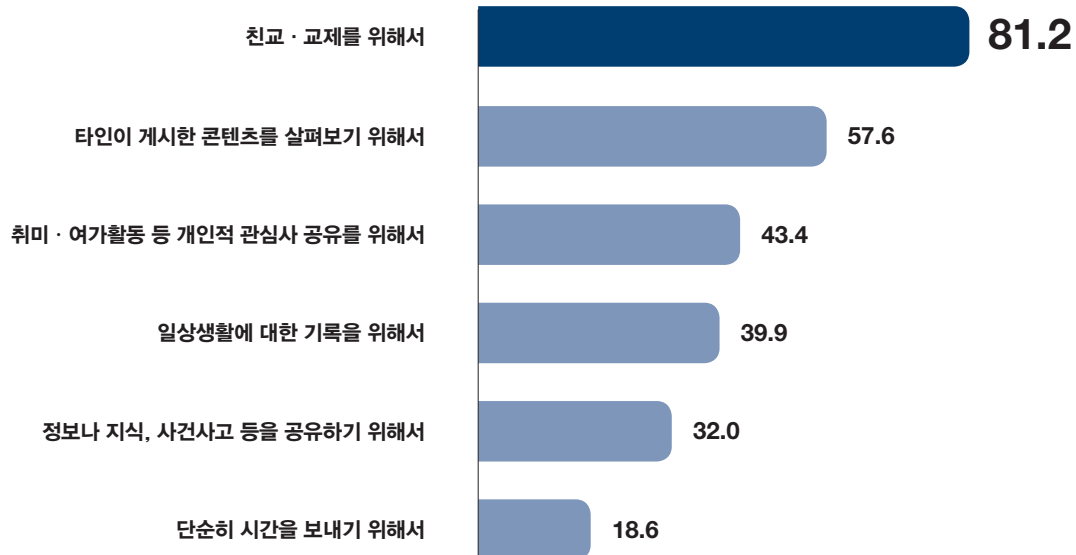


그림 5-14) SNS 이용이유(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 SNS 이용자

## 바. SNS 비이용 이유

SNS 비이용자 10명 중 7명(72.2%)은 '필요가 없어서' SNS를 이용하지 않는 것으로 조사되었다. 다음으로 '모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서'(30.2%), '이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서'(16.4%), '사생활 및 개인정보 유출이 우려되어서'(15.6%) 등의 순으로 나타났다.

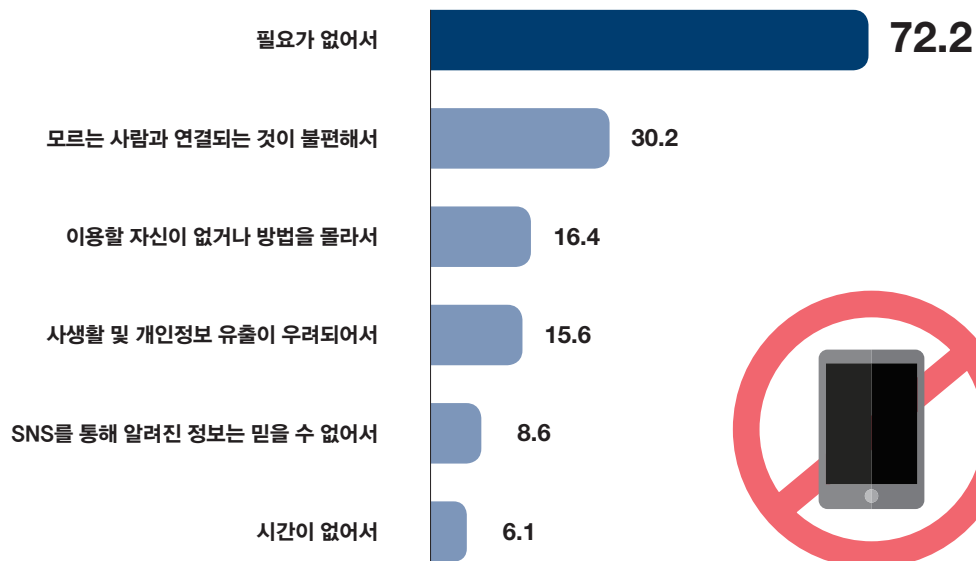


그림 5-15) SNS 비이용 이유(복수응답, %) - 만 6세 이상 SNS 비이용자

# 3

## 이메일 이용현황

### 가. 이메일 이용률

#### 만6세 이상 인터넷 이용자의 이메일 이용률은 62.1%

만6세 이상 인터넷 이용자의 '이메일 이용률(최근 1년 이내 이메일을 이용한 사람의 비율)'은 62.1%이며, 최근 24시간 이내 이용한 비율은 23.7%로 조사되었다.

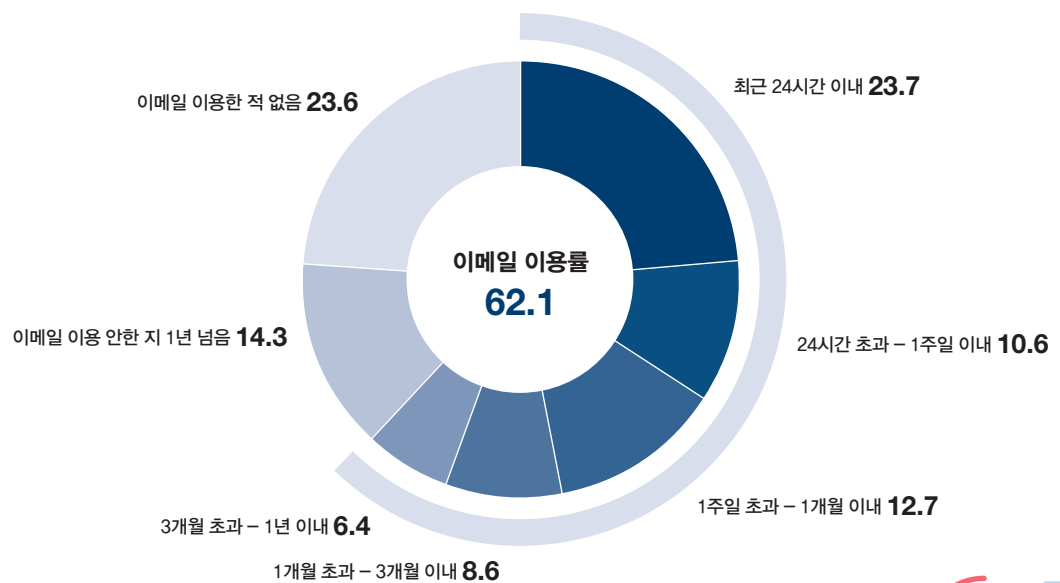


그림 5-16) 최근 이메일 이용시기(%) - 만6세 이상 인터넷이용자

남자(67.6%)의 이메일 이용률이 여자(56.3%)에 비해 높았으며, 연령대별로는 20대(97.5%), 30대(92.7%), 40대(77.9%) 등의 순으로 나타났다.

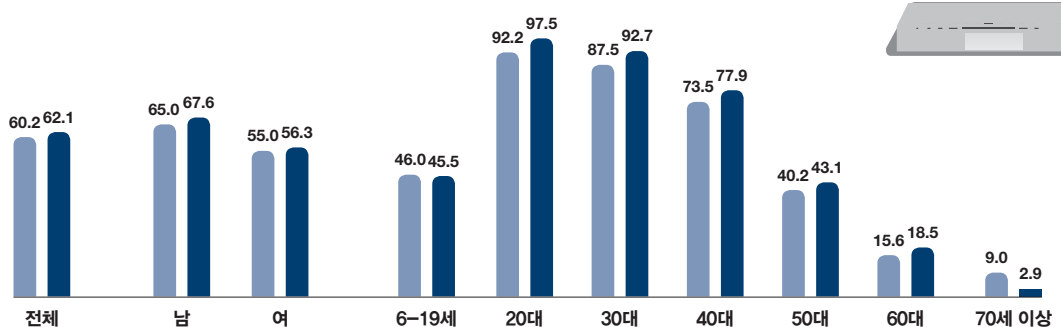
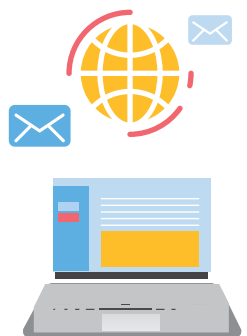


그림 5-17) 성·연령별 이메일 이용률(%) - 만6세 이상 인터넷이용자



## 나. 이메일 이용용도 및 빈도

만6세 이상 이메일 이용자의 44.6%가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 19.0%, '일주일에 1회 이상' 25.5%) 업무(일) 이외 개인 용도로 이메일을 이용하는 것으로 조사되었다.

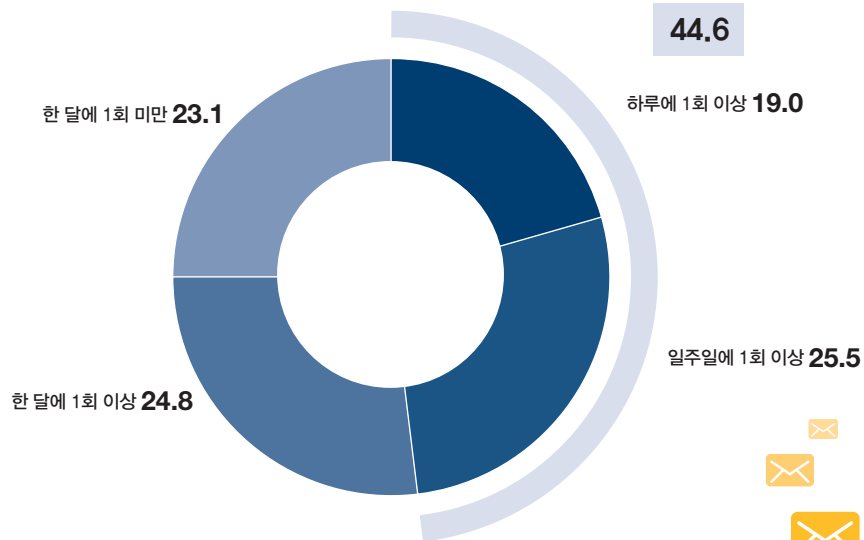


그림 5-18) 개인 용도 이메일 이용빈도(%) - 만6세 이상 개인 용도 이메일 이용자



한편 업무 용도로 이메일을 이용하는 직장인의 경우 주 1회 이상 이용자는 63.8%('하루에 1회 이상' 31.1%, '일주일에 1회 이상' 32.7%)인 것으로 나타났다.

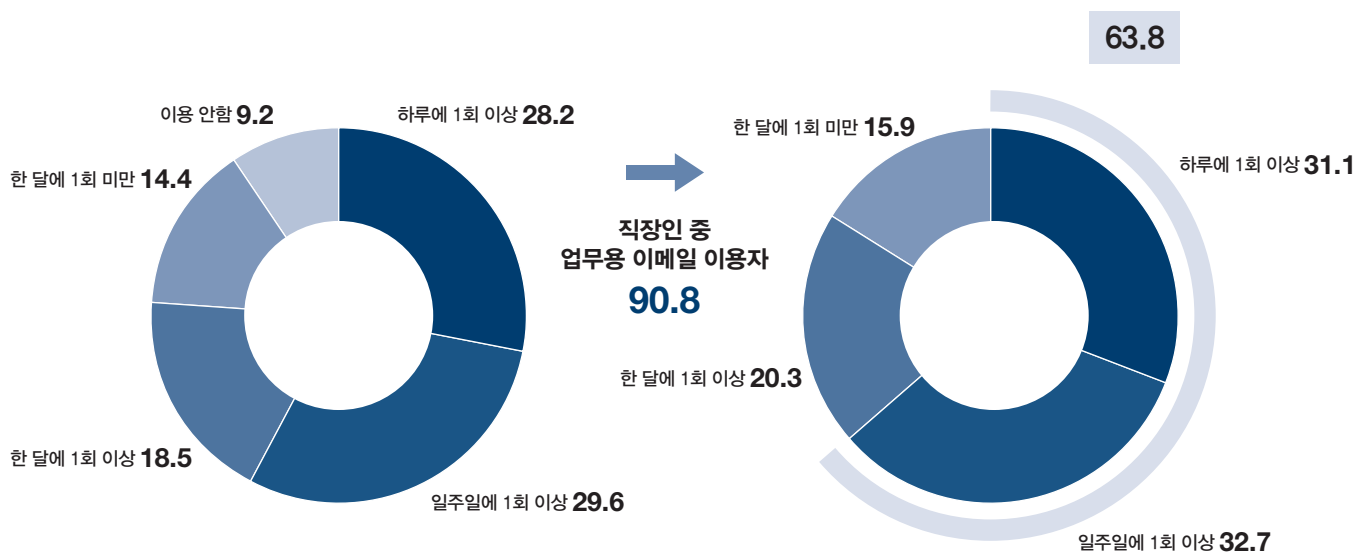


그림 5-19) 업무 용도 이메일 이용빈도(%) - 직장인 이메일 이용자

# 4

## 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간

### 만3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자는 하루 평균 37분을 온라인 커뮤니케이션에 소요

만3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자가 인터넷을 통해 커뮤니케이션(인스턴트 메신저, SNS, 이메일, 음성 및 영상 통화 등 포함)을 하는 데 소요하는 시간은 일평균 37분으로 조사되었다. 세부적으로 살펴보면, ‘하루에 1시간 미만’ 소요하는 경우는 76.1%인 반면, ‘하루에 1시간 이상’ 소요하는 경우는 23.9%로 나타났다.

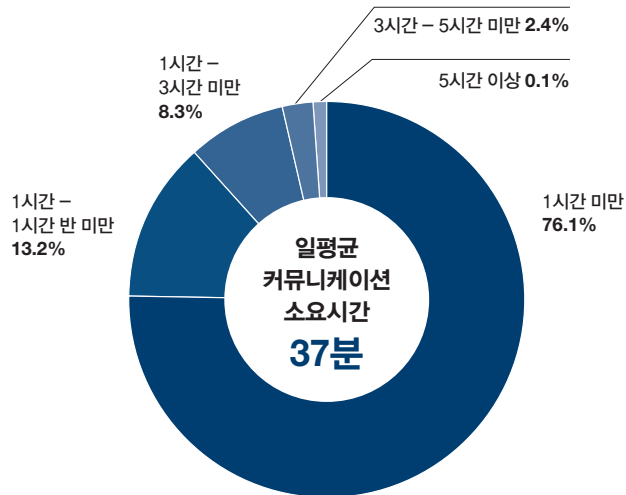


그림 5-20) 일평균 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간(%) - 만 3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자

응답자 특성별로 살펴보면, 남자와 여자의 일평균 커뮤니케이션 시간은 유사(남자 38분, 여자 37분)하며, 연령별로는 저연령대(20대 53분, 30대 45분, 10대 42분) 대비 고연령대(60대 19분, 70세 이상 14분)의 온라인 커뮤니케이션 시간이 짧은 것으로 나타났다.

구분		1시간 미만	1시간 - 1시간 반 미만	1시간 반 - 3시간 미만	3시간 - 5시간 미만	5시간 이상	하루 평균 [분]
성별	남	75.9	13.3	8.2	2.5	0.1	38
	여	76.3	13.1	8.4	2.2	0.0	37
연령	3-9세	88.5	7.9	3.0	0.4	0.2	23
	10대	69.9	17.6	10.0	2.5	0.1	42
	20대	61.6	18.4	15.3	4.6	0.1	53
	30대	68.9	16.2	11.3	3.6	0.0	45
	40대	75.0	14.3	8.3	2.4	0.0	38
	50대	84.4	9.8	4.7	1.1	0.0	29
	60대	92.5	5.4	1.6	0.4	0.1	19
	70대 이상	95.5	3.1	1.2	0.2	-	14

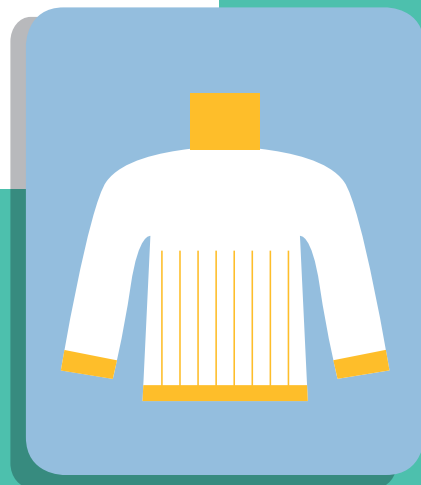
표 5-4) 성·연령별 일평균 인터넷을 통한 커뮤니케이션 시간(%) - 만 3세 이상 온라인 커뮤니케이션 이용자



# 6

## 인터넷, '생활'

- 01 온라인 미디어 이용
- 02 인터넷쇼핑 이용
- 03 인터넷뱅킹 이용
- 04 클라우드 서비스 이용







# NEWSPAPER



# 1

## 온라인 미디어 이용

### 가. 온라인 미디어 이용률

#### 만6세 이상 인터넷 이용자의 온라인 미디어 이용률은 94.9%

만6세 이상 인터넷 이용자의 10명 중 9명(94.9%)이 인터넷을 통해 TV, 신문(뉴스기사)<sup>3)</sup>, 라디오, 잡지·서적, 영화 등 5개 미디어 가운데 적어도 한 개 이상을 이용하는 ‘온라인 미디어 이용자’ 인 것으로 조사되었다. 세부 유형별로는 온라인 ‘신문(뉴스기사)’을 이용하는 경우가 87.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘영화’(71.4%), ‘TV’(50.3%), ‘잡지·서적’(25.9%), ‘라디오’(19.9%)순으로 높았다.

3) 인터넷을 통해 뉴스, 신문기사(신문사 또는 포털사이트)등을 보거나 이용하는 경우를 의미함

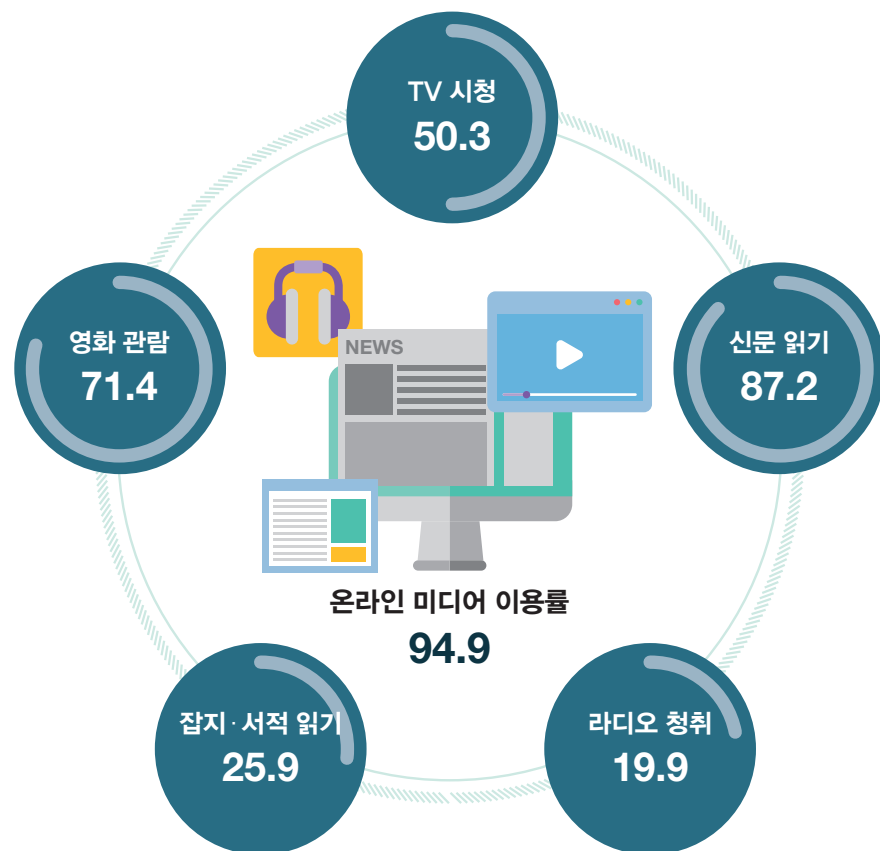
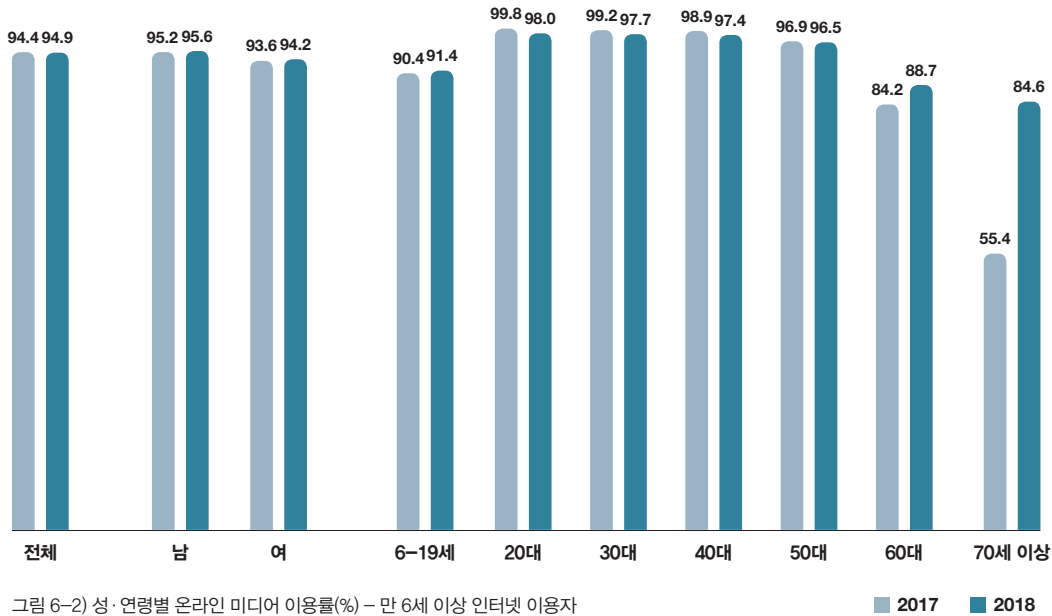


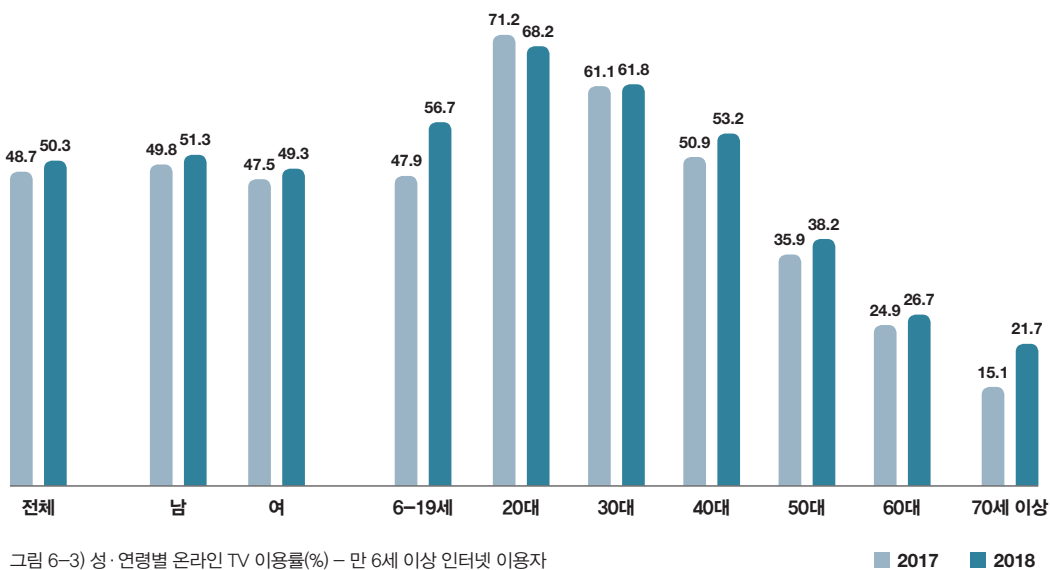
그림 6-1) 온라인 미디어 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

성별 온라인 미디어 이용률은 남자(95.6%)가 여자(94.2%)에 비해 높은 것으로 나타났으며, 연령대별로는 20~50대 대부분(96% 이상)이 온라인 미디어 이용자인 것으로 조사되었다. 한편 70세 이상 고연령층의 경우 전년 대비 증가폭(29.2%p)이 두드러졌다.



## 나. TV 시청

만6세 이상 인터넷 이용자 중 50.3%가 온라인 TV를 보는 것으로 조사되었다. 성별로는 남자(51.3%)가 여자(49.3%)보다 높고, 연령대별로는 20대(68.2%), 30대(61.8%), 6~19세(56.7%) 등의 순으로 나타났다.



## 다. 신문 읽기

만6세 이상 인터넷이용자 중 87.2%가 온라인 신문을 읽는 것으로 조사되었다. 성별로는 남자(88.8%)가 여자(85.6%)보다 높은 수준을 보였으며, 연령대별로는 20~50대(20대 93.6%, 30대 92.8%, 40대 92.9%, 50대 91.7%)에서 90% 이상으로 높은 수준을 보였다.

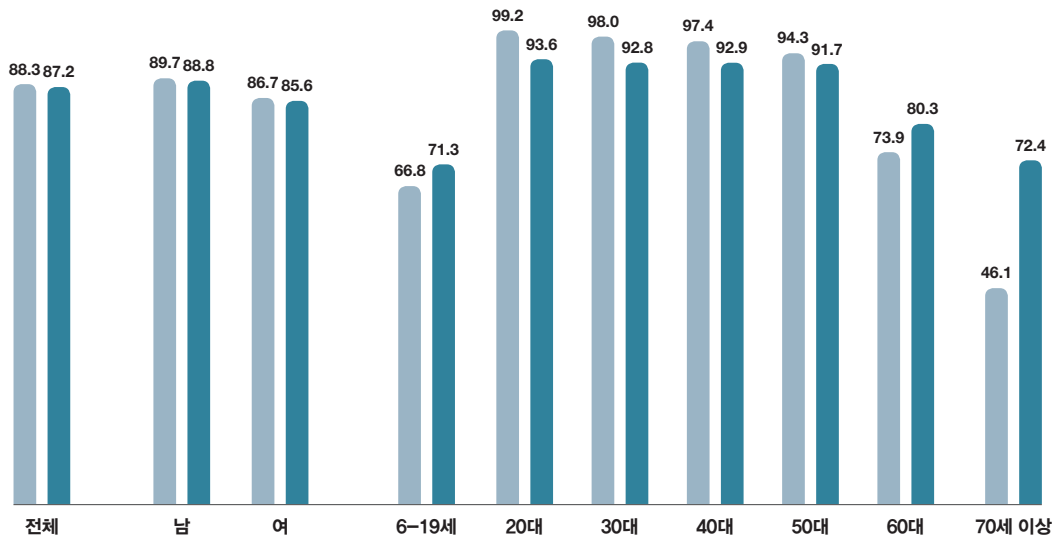


그림 6-4) 성·연령별 온라인 신문 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

## 라. 라디오 청취

만6세 이상 인터넷 이용자 10명 중 2명(19.9%)은 온라인 라디오를 듣는 것으로 나타났다. 성별(남자 20.1%, 여자 19.8%) 차이는 거의 없었으며, 연령대별로는 20대(26.1%), 30대(31.4%)가 타 연령대 대비 높은 경향을 보였다.

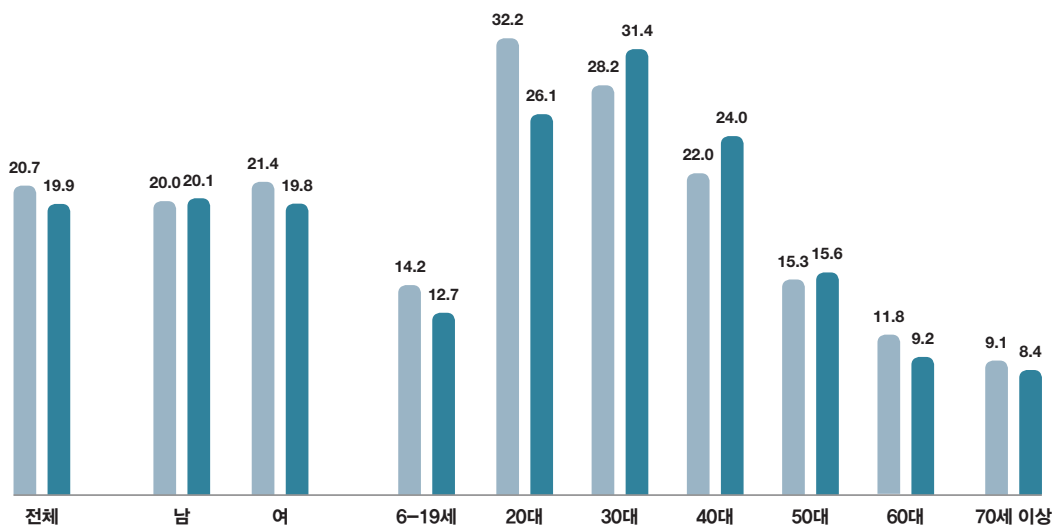
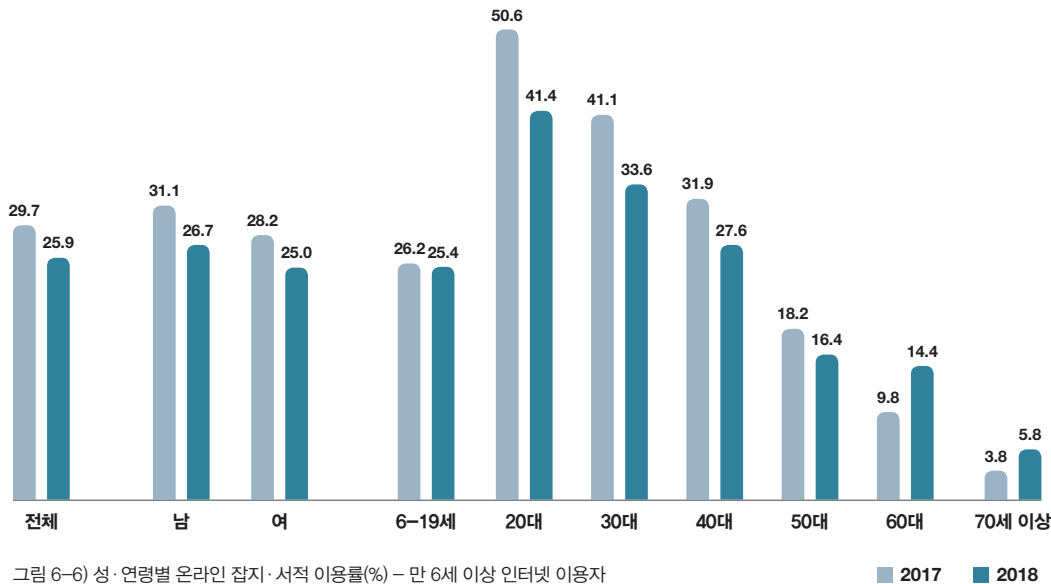


그림 6-5) 성·연령별 온라인 라디오 청취율(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

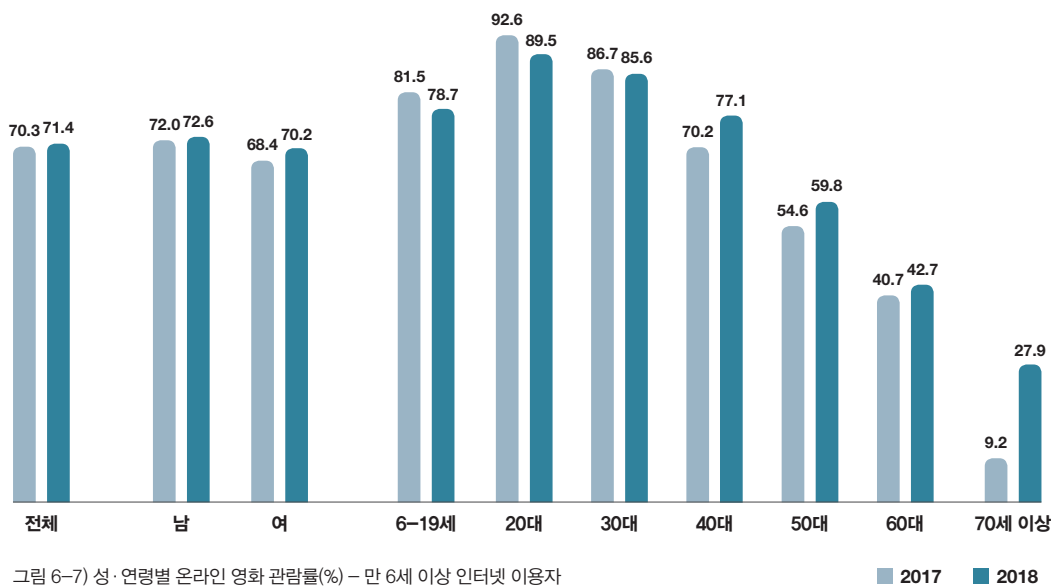
## 마. 잡지·서적 읽기

만6세 이상 인터넷이용자 중 온라인을 통해 잡지·서적을 읽는 사람의 비율은 25.9%로 나타났다. 성별로는 남자(26.7%)가 여자(25.0%)보다 높고, 연령대별로는 20대가 41.4%로 타 연령대비 가장 높았다.



## 바. 영화 관람

만6세 이상 인터넷 이용자 10명 중 7명(71.4%)은 온라인으로 영화를 관람하는 것으로 조사되었다. 성별로는 남자(72.6%)가 여자(70.2%)보다 높고, 연령대별로는 20대(89.5%), 30대(85.6%), 6-19세(78.7%), 40대(77.1%) 등의 순으로 나타났다.



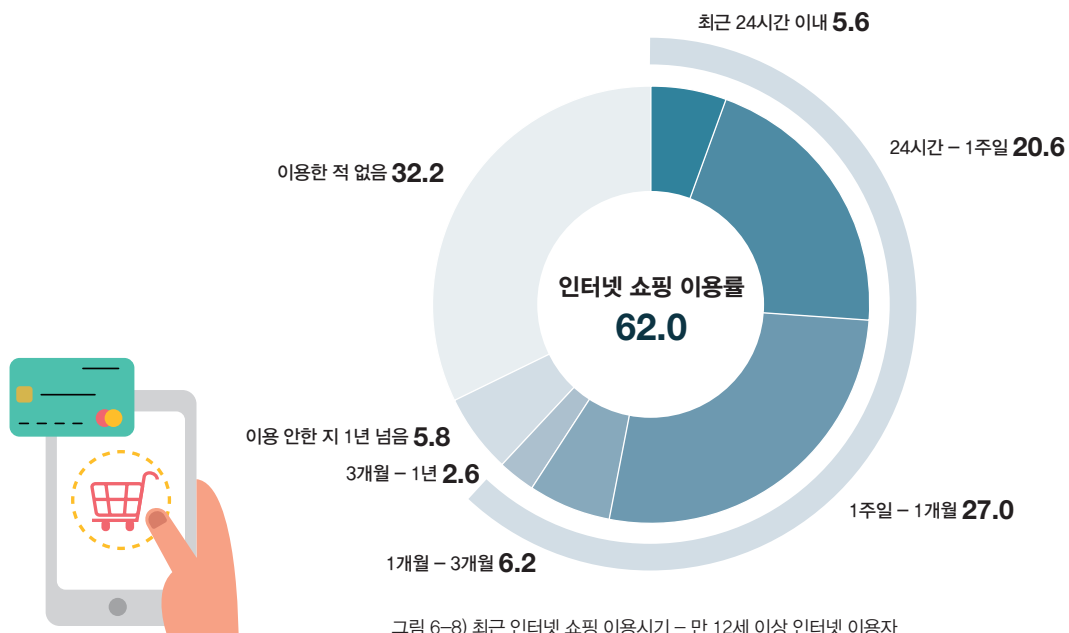
## 2

## 인터넷 쇼핑 이용

### 가. 인터넷 쇼핑 이용률

#### 만12세 이상 인터넷 이용자의 인터넷 쇼핑 이용률은 62.0%

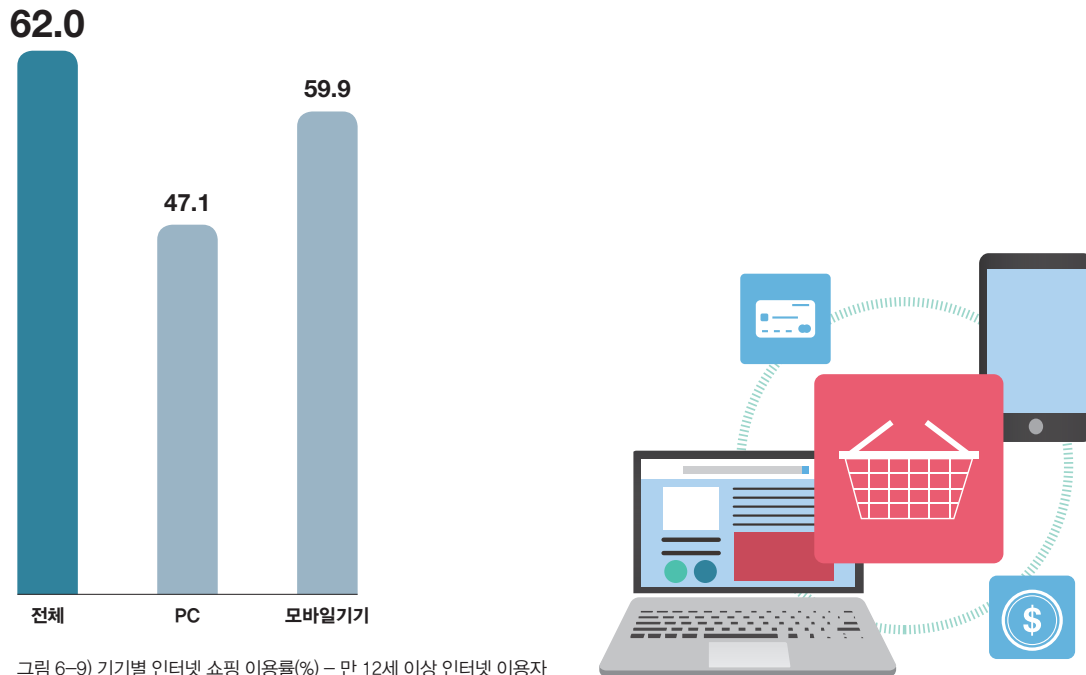
만12세 이상 인터넷 이용자의 62.0%가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매포함)한 '인터넷쇼핑 이용자'이며, 세부적으로 '1주일 초과~1개월 이내' 이용한 경우는 27.0%, '24시간 초과~1주일 이내'는 20.6%가 이용한 것으로 조사되었다.



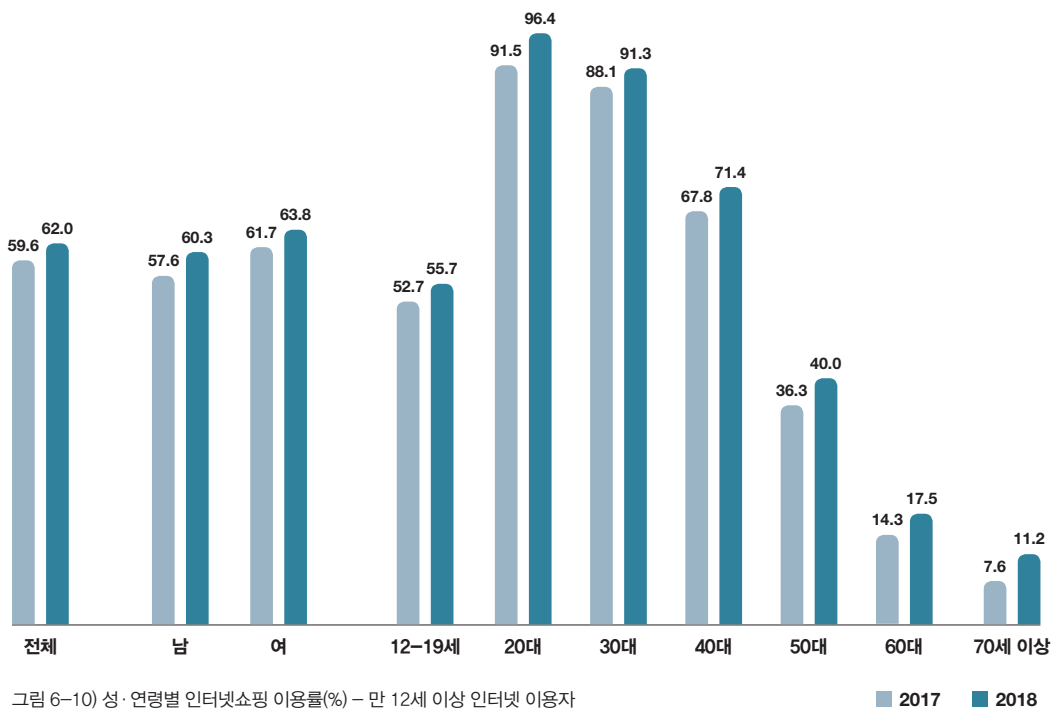
#### 인터넷 쇼핑이란?

각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료 애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함  
예) 옥션, G마켓, 이마트몰 등 쇼핑물 웹/모바일 사이트 통해 구매, 쿠팡, 티몬 등 소셜커머스 웹/모바일 사이트 통해 구매, 중고나라 셀잇, 번개장터 등 중고거래 웹/모바일 사이트를 통해 구매, 구글플레이, 애플 앱스토어 등을 통한 유료 앱 구매

기기별 인터넷 쇼핑 이용률을 살펴보면, 모바일기기를 통해 인터넷 쇼핑을 한 경우는 59.9%, 컴퓨터를 이용해 인터넷 쇼핑을 한 경우는 47.1%로 나타나 모바일기기를 통한 인터넷 쇼핑 이용률이 높았다.



인터넷 쇼핑 이용률은 여자(63.8%)가 남자(60.3%)에 비해 다소 높은 수준을 보였다. 연령대별로는 20대가 96.4%로 가장 높았으며, 다음으로 30대(91.3%), 40대(71.4%), 12-19세 (55.7%) 등의 순으로 조사되었다.



## 나. 인터넷 쇼핑 빈도

만12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자의 44.3%는 적어도 한 달에 3회 이상 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하고 있는 것으로 조사되었으며, 월평균 인터넷 쇼핑 빈도는 3.0회로 나타났다.

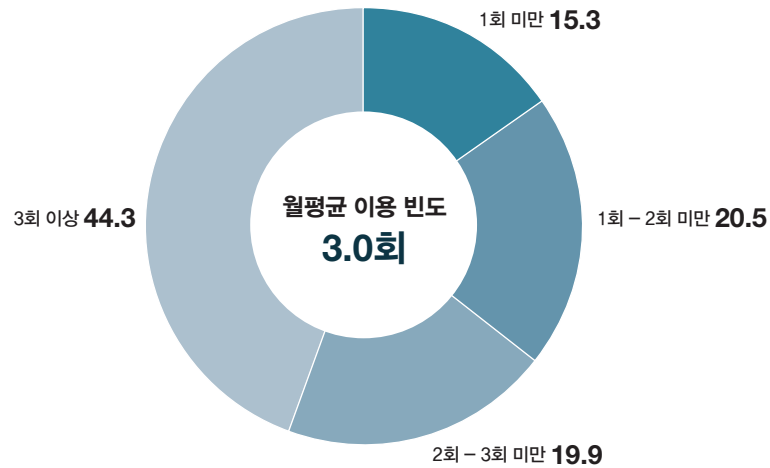


그림 6-11) 월평균 인터넷 쇼핑 빈도(%) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

## 다. 인터넷 쇼핑 구매비용

인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하기 위해 월평균 지출한 비용은 96,758원으로 조사되었으며, 세부적으로는 '5-8만원 미만'이 31.1%로 가장 높게 나타났다. 한편 월평균 10만원 이상('10-15만원 미만' 19.0%, '15-20만원 미만' 7.0%, '20만원 이상' 13.2%)을 구매하는 비율은 39.2%로 조사되었다.

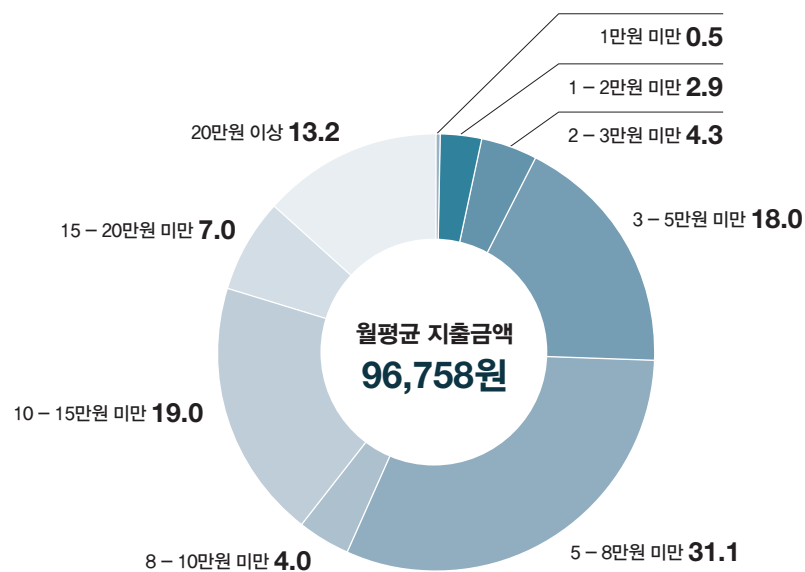


그림 6-12) 월평균 인터넷 쇼핑 구매비용(%) - 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자



## 라. 인터넷 쇼핑 결제방법

인터넷 쇼핑을 위한 주요 결제방법은 '신용카드'(79.1%)로 나타났으며, 다음은 '무통장입금'(41.6%), '체크카드/직불카드'(36.5%), '간편결제'(36.0%), '휴대폰 소액결제'(28.6%) 등의 순으로 나타났다.

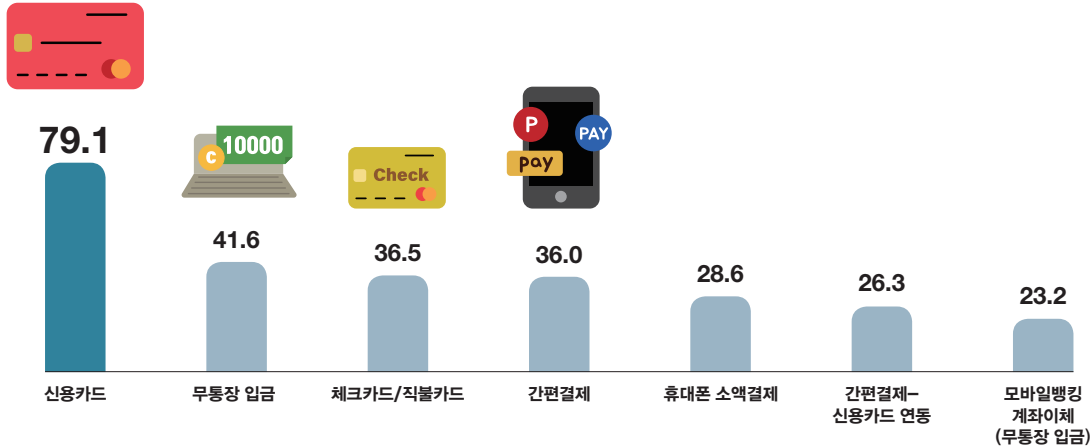


그림 6-13) 인터넷 쇼핑 결제방법(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

컴퓨터(PC) 쇼핑 이용자와 모바일 쇼핑 이용자 모두 주요 결제방법은 '신용카드'(각각 75.0%, 71.9%)인 것으로 조사되었다. 한편 '휴대폰 소액결제' 방법은 컴퓨터(PC) 쇼핑 이용자(10.3%)보다 모바일 쇼핑 이용자(27.1%)가 상대적으로 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

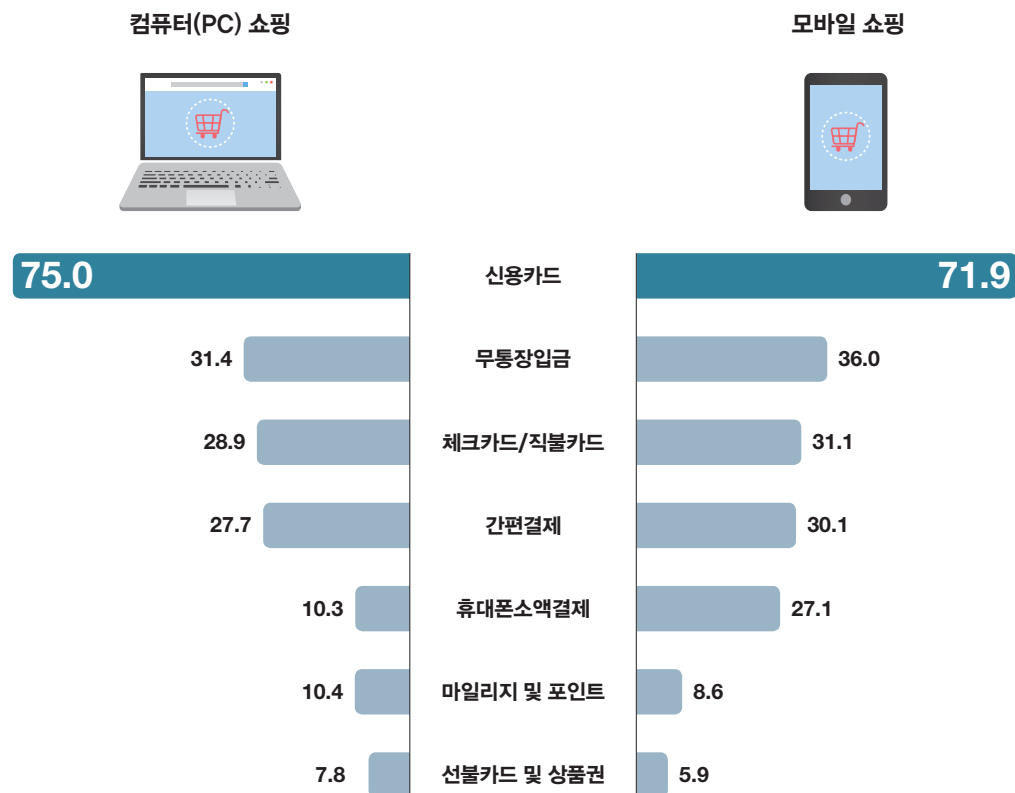


그림 6-14) 인터넷 쇼핑 결제방법(복수응답, %) - 만 12세 이상 컴퓨터 쇼핑 이용자/모바일 쇼핑 이용자

## 마. 인터넷 쇼핑 구매품목

인터넷 쇼핑을 통해 주로 구매한 상품 및 서비스의 품목<sup>4)</sup>으로는 ‘의류, 신발, 스포츠 용품, 액세서리’가 87.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘영화, 문화공연’(54.6%), ‘도서, 잡지, 신문’(48.9%), ‘화장품’(42.1%)등의 순으로 조사되었다.

4) ‘음악’, ‘동영상’, ‘도서, 잡지, 신문’, ‘컴퓨터 게임 또는 비디오 게임’, ‘컴퓨터 소프트웨어’는 오프라인(우편, 택배 등)으로 배송 받는 것뿐만 아니라 디지털 파일로 제공되는 유료 콘텐츠를 스트리밍하거나 다운로드 받는 것을 포함

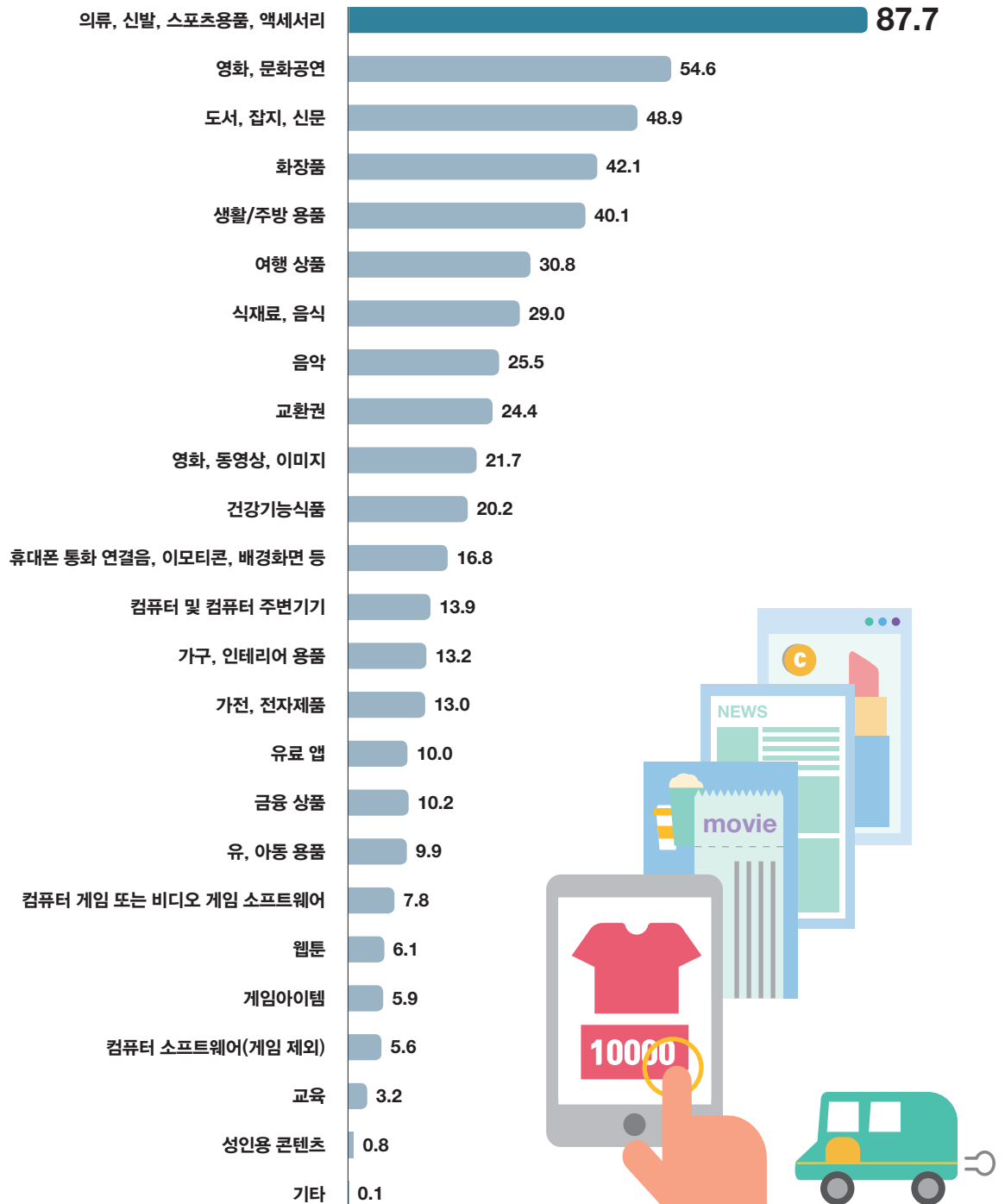


그림 6-15) 인터넷 쇼핑 구매 품목(복수 응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

## 바. 인터넷 쇼핑 이용기기

만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 중 '스마트폰'을 통해 인터넷쇼핑을 이용하는 사람의 비율은 96.4%이며, '데스크탑 컴퓨터'의 경우 62.4%로 나타났다.

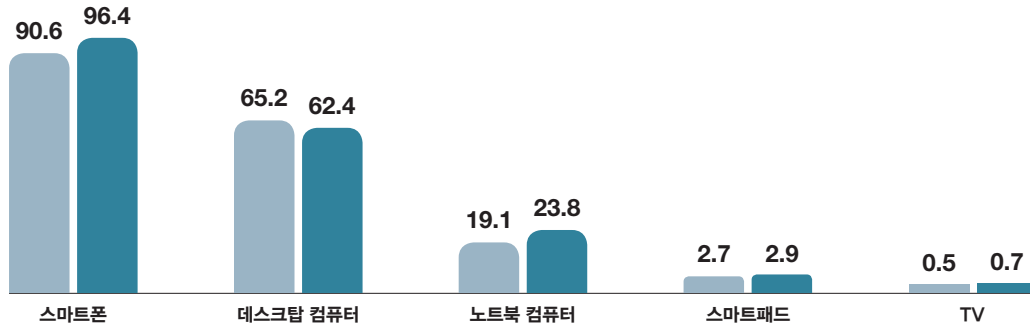


그림 6-16) 인터넷 쇼핑 이용기기(복수응답,%) - 만 12세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

인터넷 쇼핑 이용을 위해 '스마트폰'을 이용하는 경우는 여자(96.5%)가 남자(96.4%)보다 많은 반면, '데스크탑 컴퓨터' 이용의 경우 남자(66.1%)가 여자(58.8%)보다 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 연령대별 분석 결과 인터넷 쇼핑을 위해 '스마트폰'을 이용하는 경우는 20대와 30대(각각 98.2%), 12-19세(96.6%)가 타 연령대 대비 높았다.

구분		스마트폰	데스크탑 컴퓨터	노트북 컴퓨터	스마트패드	TV
성별	남자	96.4	66.1	25.0	3.0	0.8
	여자	96.5	58.8	22.6	2.9	0.6
연령별	12-19세	96.6	63.8	16.8	2.8	1.0
	20대	98.2	64.4	30.9	4.3	0.4
	30대	98.2	65.0	25.3	3.5	0.6
	40대	96.0	63.4	23.0	2.2	0.6
	50대	92.2	57.3	16.4	1.2	1.1
	60대	88.4	45.5	15.0	0.5	3.4
	70세 이상	95.4	31.3	5.3	0.2	0.9

표6-1)성·연령별 인터넷 쇼핑 이용기기(%) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

## 사. 인터넷 쇼핑 이용 시 불편 사항

만12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자 중 39.7%는 인터넷 쇼핑을 이용하면서 불편 및 피해를 경험한 것으로 조사되었다.

구체적인 사례로는 '제품 구입 신청 후 배달 지연'을 경험한 경우가 19.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '배달된 제품의 반품 또는 환불이 어려움'(11.1%), '주문 제품과 다른 물품 또는 하자 있는 물품 배달'(10.7%) 등의 순으로 나타났다.

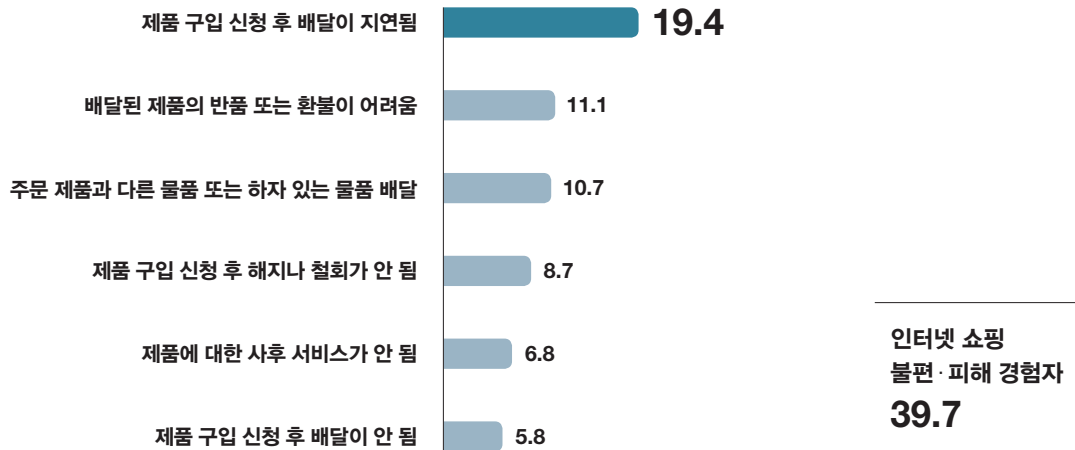


그림 6-17) 인터넷 쇼핑 이용 시 불편 사항(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

## 아. 인터넷 쇼핑 비이용 이유

만12세 이상 인터넷 쇼핑 비이용자 중 절반 이상이 '관심 또는 필요가 없어서'(54.2%) 인터넷 쇼핑을 이용하지 않는 것으로 조사되었다. 다음으로 '직접 매장에서 구매하는 것을 선호하므로'(51.6%), '결제 과정이 복잡하고 불편해서'(15.7%), '이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서'(13.7%) 등의 순으로 나타났다.

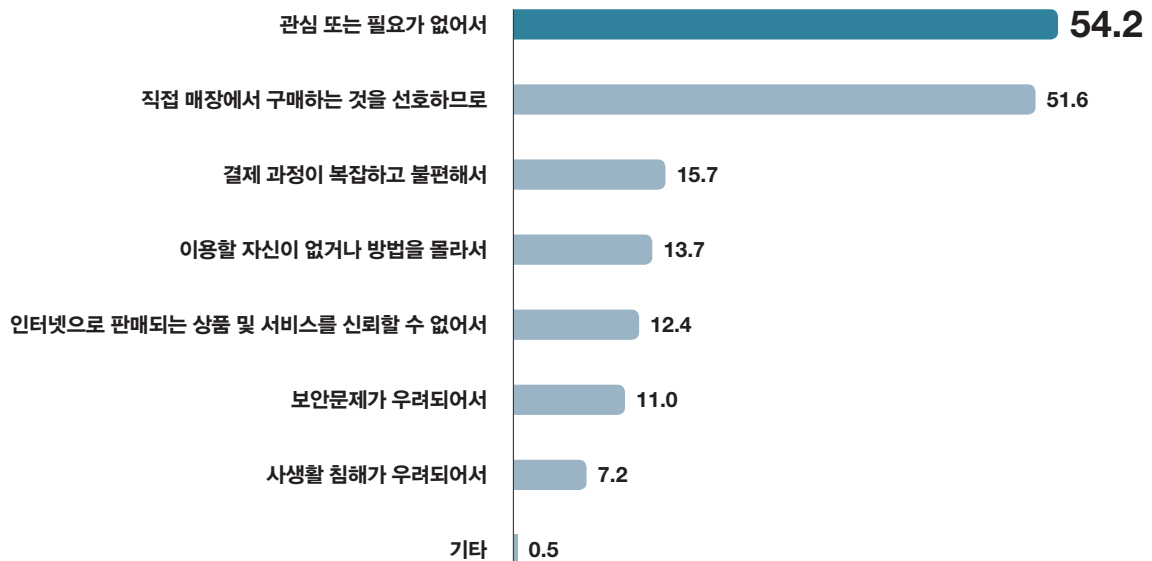


그림 6-18) 인터넷 쇼핑 비이용 이유(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 비이용자

## 3

## 인터넷 뱅킹 이용

## 가. 인터넷 뱅킹 이용률

만12세 이상 인터넷이용자의 인터넷 뱅킹 이용률은 63.7%

만12세 이상 인터넷 이용자의 인터넷 뱅킹 이용률(최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 사람의 비율)은 63.7%로 나타났으며, 최근 1주일 이내에 이용한 경우는 39.7%로 조사되었다.

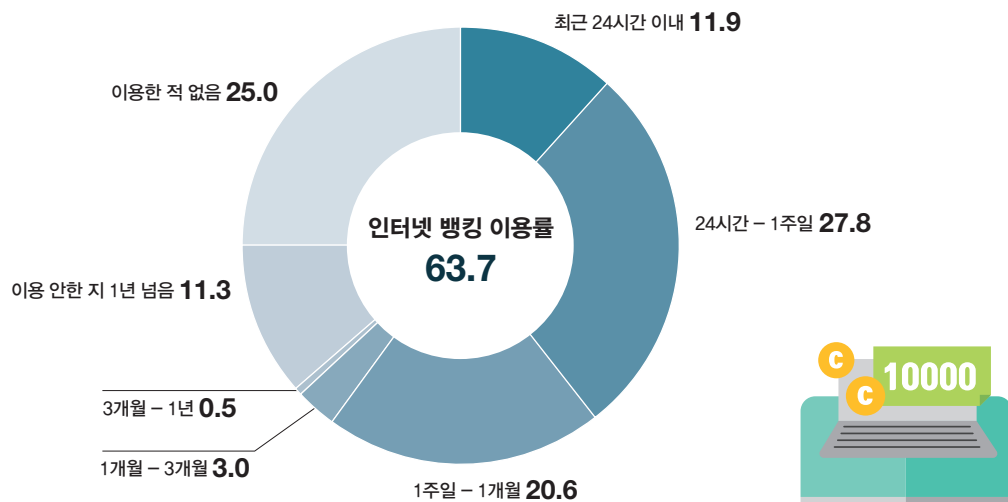


그림 6-19) 최근 인터넷 뱅킹 이용시기(%) - 만 12세 이상 인터넷 이용자



## 인터넷 뱅킹이란?

인터넷 상에서의 저축, 송금, 투자, 자산관리 등 모든 은행거래 활동을 포함하며, 각 금융사가 제공하는 모바일 애플리케이션을 이용한 모바일 뱅킹 서비스도 포함

예) 각 은행별 PC기반 인터넷 뱅킹 서비스 및 KB국민은행 스타 뱅킹, 신한S 뱅크, NH농협 스마트 뱅킹, KEB하나은행 스마트폰 뱅킹 등 모바일뱅킹 서비스

기기별 인터넷 뱅킹 이용률 분석 결과, 모바일기기를 통한 이용률은 59.8%, 컴퓨터를 통한 이용률은 38.2%로 나타나 모바일기기를 통한 인터넷뱅킹 이용률이 높았다.

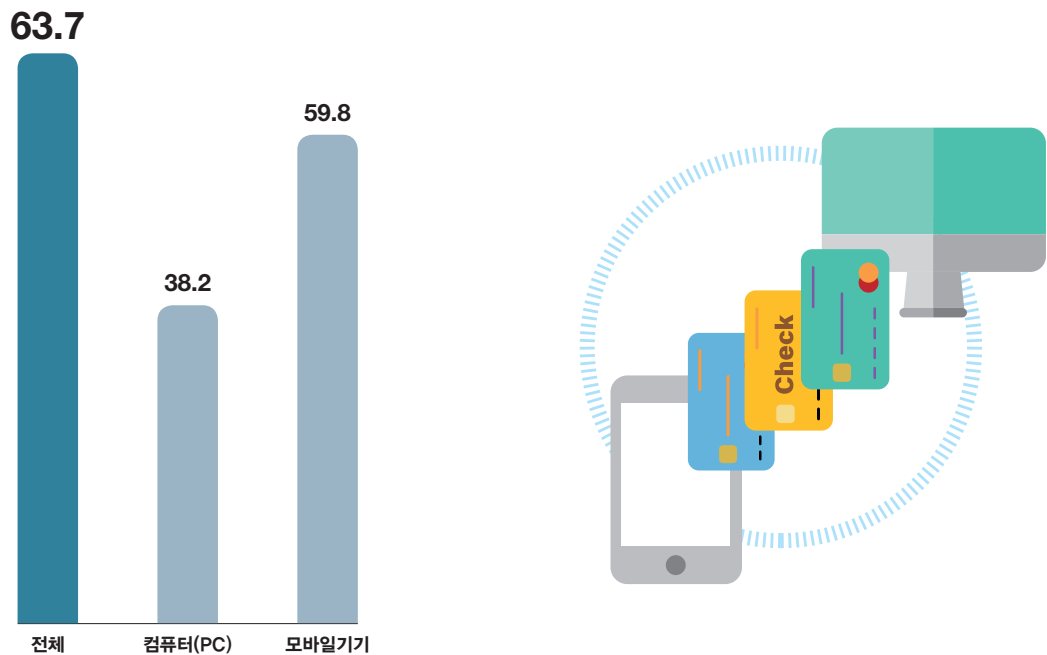


그림 6-20) 기기별 인터넷 뱅킹 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자

성별 분석결과 남자(65.4%)의 인터넷 뱅킹 이용률은 여자(61.9%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 30대가 93.3%로 가장 높았고, 다음으로 20대(87.8%), 40대(82.9%) 등의 순으로 조사되었다.

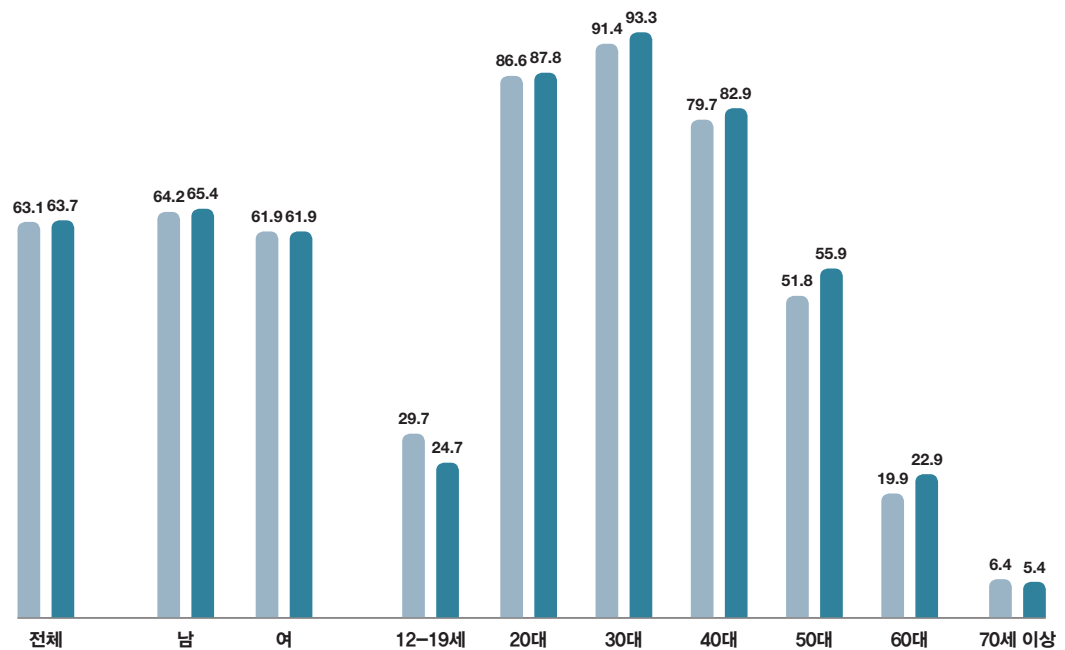


그림 6-21) 성·연령별 인터넷 뱅킹 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

## 나. 인터넷 뱅킹 이용기기

만12세 이상 인터넷 뱅킹 이용자 중 ‘스마트폰’을 통해 인터넷 뱅킹을 이용하는 사람의 비율은 92.5%이며, ‘데스크탑 컴퓨터’의 경우 49.3%로 나타났다.

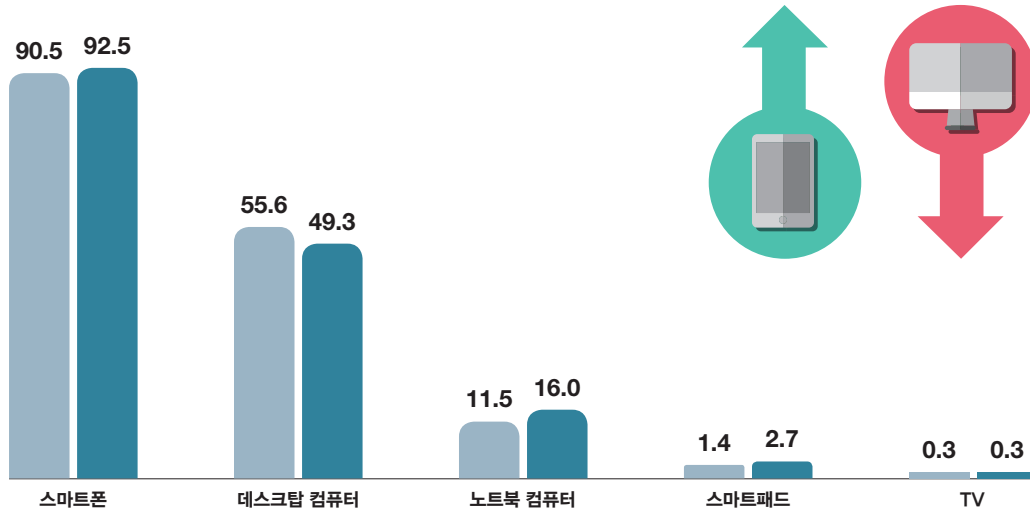


그림 6-22) 인터넷 뱅킹 이용기기(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 이용자

■ 2017 ■ 2018

인터넷 뱅킹 이용을 위해 ‘스마트폰’을 이용하는 경우는 여자(93.5%)가 남자(91.7%)보다 많은 반면, ‘데스크탑 컴퓨터’의 경우 남자(53.0%)가 여자(45.1%)보다 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 연령대별 분석 결과 인터넷 뱅킹을 위해 ‘스마트폰’을 이용하는 경우는 20대와 30대(각각 94.6%)가 타 연령대 대비 높았다.

구분		스마트폰	데스크탑 컴퓨터	노트북 컴퓨터	스마트패드	TV
성별	남자	91.7	53.0	16.9	2.6	0.3
	여자	93.5	45.1	15.1	2.9	0.3
연령별	12-19세	81.8	48.5	16.4	2.4	0.1
	20대	94.6	50.2	22.5	3.5	0.3
	30대	94.6	52.6	20.0	3.4	0.5
	40대	92.3	52.6	14.0	2.3	0.3
	50대	90.0	43.0	8.1	1.8	0.2
	60대	91.6	31.3	4.1	1.6	0.3
	70세 이상	83.5	33.6	0.6	2.6	0.0

표 6-2) 성·연령별 인터넷 뱅킹 이용기기(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 뱅킹 이용자

# 4

## 클라우드 서비스 이용

### 가. 클라우드 서비스 이용률

#### 만12세 이상 인터넷 이용자의 클라우드 서비스 이용률은 30.2%

만12세 이상 인터넷 이용자의 클라우드 서비스 이용률(최근 1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 사람의 비율)은 30.2%로 조사되었다.

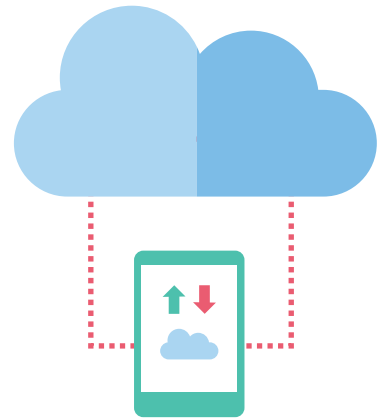
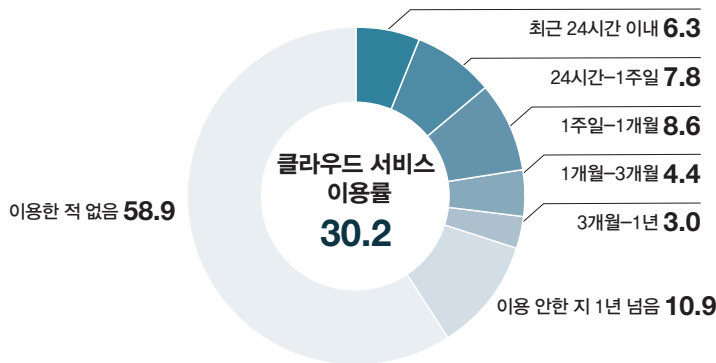


그림 6-23) 최근 클라우드 서비스 이용시기(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자

성별로는 남자의 클라우드 서비스 이용률(34.0%)이 여자(26.2%)보다 7.8%p 높은 것으로 나타났다.

한편 연령대별로는 20대의 이용률이 56.8%로 가장 높았으며, 다음으로 30대(47.6%), 12-19세(32.6%), 40대(32.0%) 등의 순으로 조사되었다.

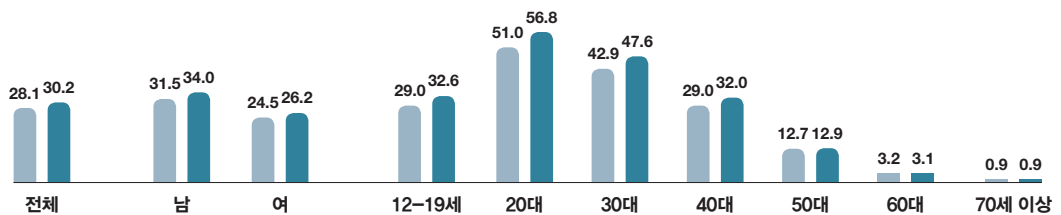


그림 6-24) 성·연령별 클라우드 서비스 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자

#### 클라우드 서비스(Cloud Service)란?

미디어 파일(사진, 음악 등) 및 개인 파일(문서, 주소록 등)을 외부 저장 공간이 아닌 웹서버에 저장하는 서비스로 보관된 파일은 컴퓨터, 스마트폰 등으로 다운로드 후 편집 등 원하는 작업 수행 가능

예) 드라이브형(네이버 클라우드, 구글 드라이브, 아이 클라우드, 올레 U 클라우드, SKT 클라우드베리, LG U+박스, MS 원드라이브, 드롭박스 등), 문서작업(구글 독스, MS 오피스 365 등), 일정/연락처(구글 캘린더, 네이버 캘린더, 네이버 주소록 등)



## 나. 클라우드 서비스 이용목적

클라우드 서비스를 이용하는 목적으로는 업무용과 개인용 목적 모두 '자료 및 정보 관리'가 각 53.2%, 69.0%로 가장 높게 나타났다.

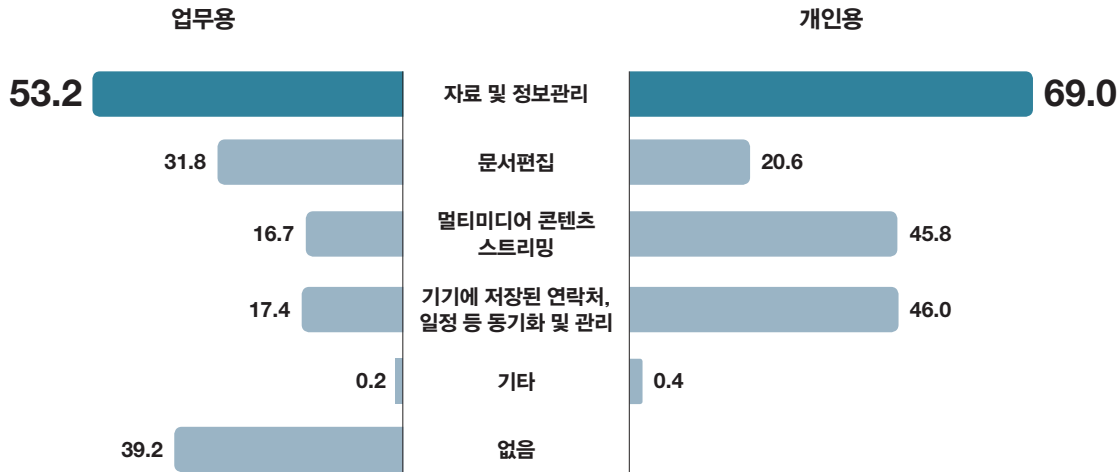


그림 6-25) 클라우드 서비스 이용 목적(복수응답, %) - 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자

'자료 및 정보 관리'의 경우, 남자와 여자 모두 개인용(각 67.4%, 71.3%)으로 활용한다는 비율이 높게 나타난 반면, '문서 편집'의 경우 업무용(남자 34.8%, 여자 27.7%)으로 활용한다는 비율이 높게 나타났다.

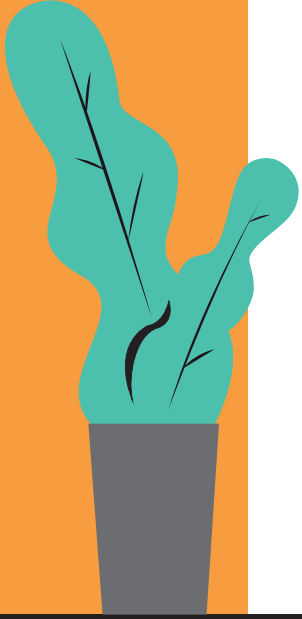
구분		자료 및 정보 관리		문서편집		멀티미디어 콘텐츠 스트리밍		기기에 저장된 연락처, 일정 등 동기화 및 관리	
		업무용	개인용	업무용	개인용	업무용	개인용	업무용	개인용
성별	남자	56.7	67.4	34.8	20.9	17.0	46.3	18.7	47.4
	여자	48.3	71.3	27.7	20.2	16.2	45.0	15.5	44.0
연령별	12-19세	1.0	75.0	0.3	26.0	0.5	54.9	0.1	41.9
	20대	37.7	73.9	21.5	23.2	12.3	50.2	11.7	44.3
	30대	72.8	66.1	45.4	18.6	23.9	45.1	24.4	46.9
	40대	68.3	64.0	42.2	18.5	21.7	40.0	23.4	47.7
	50대	68.3	65.4	37.4	16.6	16.4	37.6	20.6	51.5
	60대	56.5	71.5	23.0	19.7	12.4	28.4	15.4	39.9
	70세 이상	42.9	72.3	9.3	4.1	4.9	26.2	9.1	10.6

표 6-3) 성·연령별 클라우드 서비스 이용 목적(복수응답, %) - 만12세 이상 클라우드 서비스 이용자

# 7

## 인터넷, '단절'

- 01 인터넷 비이용자 현황
- 02 인터넷 비이용 이유
- 03 인터넷 이용 의향





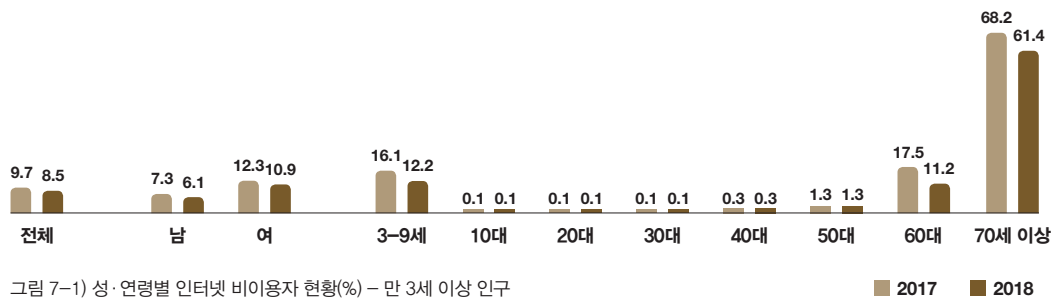
# 1

## 인터넷 비이용자 현황

### 만3세 이상 인구 10명 중 1명(8.5%)은 인터넷 비이용자

만3세 이상 인구의 8.5%(전년 대비 1.2%p 감소)가 최근 1개월 이내 인터넷을 이용하지 않은 '인터넷 비이용자'로 조사되었다.

인터넷 비이용자는 여자(10.9%)가 남자(6.1%)보다 많았으며, 연령대별로는 70세 이상(61.4%)이 타 연령대 대비 가장 높은 수준을 보였다.



인터넷 비이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 여자의 비중이 64.0%로 남자(36.0%)보다 높았으며, 연령대별로는 60세 이상(60대 15.1%, 70세 이상 72.3%)의 노년층 비율이 87.4% 이상을 차지하였다. 직업별로는 주부는 37.8%, 무직/기타가 37.5%로 상대적으로 높았으며, 학력별로는 초등졸 이하(초등학생 포함)의 비중이 61.1%로 가장 높았다.



## 2

## 인터넷 비이용 이유

**주된 인터넷 비이용 이유는 ‘관심 또는 필요가 없어서’(73.4%)**

인터넷 비이용 이유는 ‘관심 또는 필요가 없어서’가 73.4%로 가장 높았으며, ‘이용할 자신이 없거나 이용 방법을 몰라서’ 이용하지 않는다는 의견이 54.6%로 나타났다.

이외 인터넷 비이용 이유로는 ‘이용 비용이 부담스러워서’(16.4%), ‘컴퓨터 등 장비가 없어서’(8.5%), ‘콘텐츠 내용이 해로울 것 같아서’(4.1%) 등이 조사되었다.

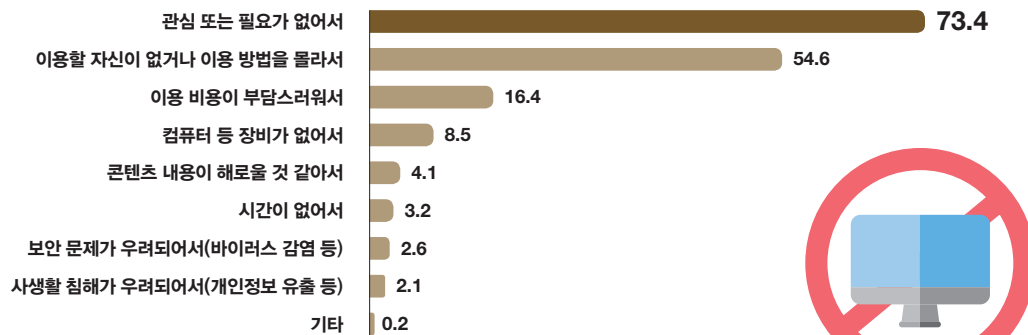


그림 7-3) 인터넷 비이용 이유(복수응답, %) - 만 3세 이상 인터넷 비이용자

# 3

## 인터넷 이용 의향

### 인터넷 비이용자의 인터넷 이용 의향은 17.4%

성별로는 남자(21.7%)의 이용의향이 여자(14.9%)보다 높았고, 연령대별로는 3-9세 아동이 89.6%로 가장 높은 이용의향을 보였다.

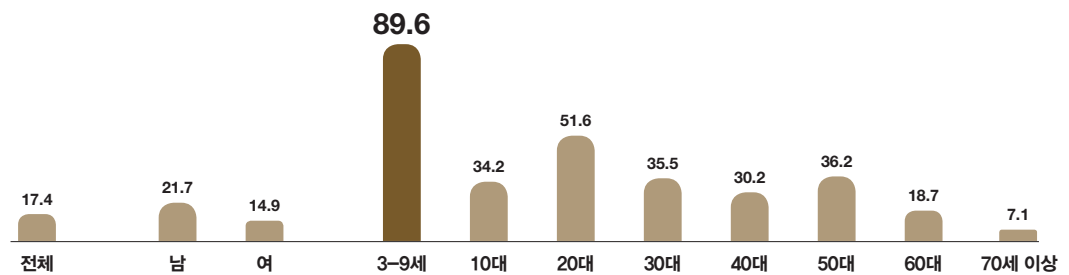


그림 7-4) 성·연령별 인터넷 이용의향(%) - 만3세 이상 인터넷 비이용자

**2018**

# **인터넷이용실태조사**

## **부록 1 - 주요 변경 내역**

# 1

## 조사내용 변경 내역

### 가구 조사내용

구분	조사 내용		조사 시기
인터넷 이용 환경	정보통신기기 보유현황		'04.12-'18
	컴퓨터 보유율		매년
	컴퓨터 유형		'03.06-'04.12
	인터넷 접속률		매년
	인터넷 접속기기		'05.06-'09, '12-'17
	인터넷 접속방법		매년
	[무선랜접속가구] 무선랜 이용방법		'10-'13
	가구 내 인터넷 공유가능 여부		'14-'18
	[인터넷비접속가구]인터넷 비접속 이유		'05.06-'05.12, '06.12, '17.12-'18
	정보통신 서비스 이용현황	인터넷	매년
		이동전화	'04.12-'18
		인터넷전화, IPTV	'08-'18
		케이블TV, 위성방송	'11-'18
		결합상품 이용현황	'09-'12
		인터넷전화 및 IPTV 이용이유	'09-'10
		스마트홈 서비스	'17-'18
기타	인터넷서비스 가입회사 변경여부, 변경이유 및 변경시 불편사항		'07.06
	컴퓨터 바이러스 방지 프로그램 설치여부		'04.12-'05.12, '06.12
	다수 컴퓨터 인터넷 연결 및 랜구축 여부		'04.12

### 가구원 조사내용

구분	조사 내용	조사 시기
인터넷 이용 환경	인터넷 이용률 및 이용자 수	매년
	인터넷 이용 기간	매년
	인터넷 이용 계기	'03.06-'06.12, '07.12
	인터넷 이용 빈도	'05.06-'05.12, '06.12, '07.12-'18
	인터넷 이용 시간	매년
	인터넷 이용 시간대	'04.12-'06.12, '07.12-'10
	인터넷 이용장소	매년
	인터넷 접속 기기	'04.12-'09
	인터넷 접속 방법	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12-'09, '14-'18
	인터넷 이용 용도	매년
	인터넷 신뢰도	'13
	인터넷 이용 행동 및 인식	'04.12-'16
	안전한 인터넷 이용을 위한 조치사항	'15-'18
	인터넷 이용 시 불편사항	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'17
	인터넷 기반 사회문제 인식	'11-'15
	사이버 폭력 경험여부	'12-'14
	인터넷 이용에 따른 일상 생활 소요 시간 변화	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12
	인터넷 이용 만족도	'04.12
	PC방 및 무선인터넷 등 이용 비용	'03.06-'04.12
	[인터넷비이용자]인터넷 비이용 이유 및 이용 의향	매년



구분	조사 내용		조사 시기
인터넷과 커뮤니 케이션	이메일	이메일 이용률	'07.06-'18
		이메일 계정 보유여부	'03.06-'07.06
		월1회 이상 이용 이메일 계정수	'03.06-'07.12
		이메일 이용용도 및 빈도	'08-'18
		이메일 송수신 건수	'04.12-'06.12
		이메일 이용기기	'10-'16
		이메일 내용	'07.06-'09
	인스턴트 메신저	메신저 이용률	'04.12-'06.12, '07.12-'18
		메신저 이용용도 및 빈도	'04.12, '09-'18
		메신저 이용시간	'04.12-'06.12
		메신저 이용기기	'10-'16
		메신저 이용용도	'04.12-'06.12, '07.12-'09
		메신저 이용종류(3순위)	'16-'18
		메신저 이용기능	'16-'18
	SNS (소셜 네트워크 서비스)	SNS 이용률	'10-'18
		SNS 유형별 이용현황	'10-'15
		SNS 이용 서비스 종류	'16-'18
		SNS 이용용도 및 빈도	'10-'18
		SNS 평균 이용시간	'17
		SNS 교류대상	'11-'13
		SNS 이용기기	'10-'18
		SNS 이용이유	'11-'18
		SNS 비이용 이유	'16-'18
		SNS 이용행태 및 인식	'10-'17
		SNS 이용 시 개인정보 공개정도	'12-'13
		SNS 정보 타인 전달 정도	'12-'13
		SNS 정보 타인 전달 속도	'12
		SNS가 삶에 미치는 영향	'16
		SNS 이용 시 불편사항	'12-'13
	커뮤니티 (카페·클럽)	커뮤니티 이용률	'07.06, '08
		월1회 이상 이용 커뮤니티 개수	'07.06, '08
		커뮤니티 이용빈도	'07.06, '08
		커뮤니티 1회 방문 시 이용시간	'07.06, '08
		커뮤니티 이용이유	'07.06, '08
	블로그 (미니홈피 포함)	타인 블로그 이용률	'05.06-'05.12, '06.12, '07.12-'12
		타인 블로그 이용빈도	'05.06-'05.12, '06.12, '07.12-'09
		타인 블로그 이용시간	'05.06-'05.12, '06.12
		타인 블로그 이용이유	'07.12-'09
		본인 블로그 운영률	'06.12-'12
		본인 블로그 운영기간	'07.06
		월1회 이상 이용 블로그 개수	'07.06
		본인 블로그 업데이트 빈도	'07.06-'09
		본인 블로그 방문 빈도	'05.06-'05.12, '06.12
		본인 블로그 1회 방문 시 이용시간	'07.06
		본인 블로그 이용시간	'05.06-'05.12, '06.12
		본인 블로그 운영방식	'07.06
		본인 블로그 방문자 수	'07.06, '09
		본인 블로그 운영비용	'07.06-'09
		본인 블로그 운영이유	'07.06-'09
		본인 블로그 운영행태 및 인식	'07.06, '08
		본인 블로그 운영의향	'05.06-'05.12, '06.12
	기타	커뮤니케이션 활동 이용시간	'14-'18

구분	조사 내용		조사 시기
모바일 게임	모바일 게임	모바일 게임 이용률	'16
		모바일 게임 이용 빈도 및 시간	'16
		모바일 게임 이용 종류	'16
		모바일 게임 인식	'16
		모바일 관련 구매 빈도 및 지출액	'16
		모바일 게임 관련 지출의향	'16
인터넷과 경제활동	인터넷 쇼핑	인터넷 쇼핑 이용률	매년
		인터넷 쇼핑 이용 빈도	매년
		인터넷 쇼핑 구매 금액	매년
		인터넷 쇼핑 구매 품목	매년
		인터넷 쇼핑 이용 기기	'10-'18
		인터넷 쇼핑 이용 경로	'07. 06, '08
		오픈마켓 이용 여부, 빈도, 만족도, 만족 및 불만족 이유	'06. 06
		인터넷 쇼핑 이용 시 불편 사항	'04.12, '07. 06, '08-'18
		인터넷 쇼핑 만족도	'03. 06-'06.12, '07. 12
		인터넷 쇼핑 이용행동 및 인식	'07. 06, '08
		인터넷 쇼핑 이용이유	'06. 06
		인터넷 쇼핑 비이용 이유	'07. 12-'09, '14-'18
		인터넷 쇼핑 이용의향	'03. 06-'06. 12, '07. 12-'15
		인터넷 쇼핑 이용 시 결제 수단	'14-'18
		인터넷 쇼핑 결제시 신용카드 / 직불 카드 세부 사용 방법	'15
		인터넷 쇼핑 이용 시 판매자 및 판매처 국적	'14-'16
	소셜커머스	소셜커머스 이용률	'11-'12
		소셜커머스 이용 빈도	'11-'12
		소셜커머스 만족도	'11
		소셜커머스 이용 시 불편 사항	'11-'12
		소셜커머스 구매 품목	'11-'12
		소셜커머스 구매 의향 품목	'11
		소셜커머스 이용 행동 및 인식	'11-'12
		소셜커머스 이용 의향	'12
	인터넷 बैं킹	은행 거래 방법	'06.06, '07.06
		은행 거래 여부	매년
		인터넷 बैं킹 이용률	'04.12-'18
		인터넷 बैं킹 이용 빈도	'07.12-'15
		인터넷 बैं킹 이용 기기	'10-'18
		인터넷 बैं킹 이용 서비스	'06.06, '07.06
		인터넷 बैं킹 이용 이유	'06.06
		인터넷 बैं킹 이용 의향	'05.06-'12
	인터넷 주식거래	주식 거래 방법	'06.06
		주식 거래 여부	'10-'15
		인터넷 주식거래 이용률	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12-'15
		인터넷 주식거래 이용 빈도	'07.12-'15
		인터넷 주식거래 이용 기기	'10-'15
		인터넷 주식거래 이용 이유	'06.06
		인터넷 주식거래 이용 의향	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12-'15
		유료 콘텐츠 이용경험	'03.06-'04.12
	유료 콘텐츠	유료 콘텐츠 이용률	'07.12
		유료 콘텐츠 유형별 이용	'03.06-'12, '05.06-'12, '06.12, '07.12
		유료 콘텐츠 구매비용	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12
		유료 콘텐츠 결제방법	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12
		유료 콘텐츠 유료화에 대한 의견	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12
		유료 콘텐츠 이용의향	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12

구분	조사 내용			조사 시기
온-오프라인 미디어 이용현황	오프라인 미디어	TV	시청 시간 시청 여부, 시청 빈도	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'13 '03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'14
		신문	읽는 시간 읽기 여부, 읽기 빈도	'07.12-'13 '03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'12, '14
		라디오	청취 시간 청취 여부, 청취 빈도	'13 '08-'12, '14
		잡지·서적	읽는 시간 읽기 여부, 읽기 빈도	'13 '08-'12, '14
		영화	관람 시간 관람 여부, 관람 빈도	'13 '08-'12, '14
		음악	청취 시간 청취 여부, 청취 빈도	'13 '08
	인터넷 미디어	TV	이용 여부, 이용 빈도 이용 여부 이용 방법 이용 시간	'07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'18 '07.06, '08-'09 '13
		신문	이용 여부, 이용 빈도 이용 여부 이용 방법 이용 시간	'07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'18 '10 '13
		라디오	이용 여부, 이용 빈도 이용 여부 이용 방법 이용 시간	'07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'18 '07.06, '08-'09 '13
		잡지·	이용 여부, 이용 빈도 이용 여부 이용 시간	'07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'18 '13
		영화	이용 여부, 이용 빈도 이용 여부 이용 방법 이용 시간	'07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'18 '07.06, '08-'09 '13
		음악	이용 여부, 이용 빈도, 이용 방법	'08
컴퓨터 이용현황	컴퓨터 이용 가능 여부			'03.06-'04.12
	컴퓨터 이용률			'03.12-'05.12, '06.12, '07.12-'18
	컴퓨터 이용 시간			'03.12-'05.12, '06.12, '07.12
	컴퓨터 활용 능력			'03.12-'05.12, '06.12, '07.12, '14-'18
	컴퓨터 이용 수준 및 이용용도			'03.06-'04.12
	컴퓨터 이용 빈도			'14-'18
이동전화 이용현황	이동전화 이용 여부(이용률)			'05.12, '06.12-'18
	이동전화 이용용도			'06.12-'16
	이동전화 문자 메시지 송수신 건수			'04.12-'05.12, '06.12
	이동 전화 무선인터넷 이용 여부, 이용 빈도, 이용 시간, 유료 사이트 이용 여부, 상품 구매 여부, 이용 비용			'04.12
	이동전화 이용시간			'14-'16
모바일 인터넷 이용현황	모바일 인터넷 이용여부(이용률)			'16-'18
	모바일 인터넷 이용빈도			'16
	모바일 인터넷 이용시간			'16
스마트폰 이용현황	스마트폰 이용 여부(이용률)			'16-'18
	스마트폰 이용 빈도			'16-'18
	스마트폰 이용 시간			'16-'18

구분	조사 내용		조사 시기
기타	일상생활에서 인터넷 활용	정보획득경로 커뮤니케이션 수단 뉴스획득경로 여가활동방법	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'12 '04.12, '08-'14 '11-'13 '08
		문서 전달 방법, 상품 주문/예약 방법, 은행송금 방법, 주식투자 방법, 개인정보 관리 방법	'04.12
	휴대형 정보통신기기 이용 현황		'10-'18
	전자책	전자책 이용률	'10
		전자책 이용 빈도	'10
		전자책 이용 기기	'10
		전자책 유형별 이용 및 이용 의향	'10
		전자책 관련 인식	'10
	클라우드 서비스	클라우드 서비스 인지 여부	'13
		클라우드 서비스 이용 여부(이용률)	'13-'18
		클라우드 서비스 이용 목적	'13-'18
		클라우드 서비스 이용 의향	'13
		클라우드 서비스 이용 기기	'14-'16
		클라우드 서비스 용도별 이용목적	'17-'18
	인터넷 뉴스	주이용 뉴스 매체	'09
		인터넷 뉴스 이용률	'09
		인터넷 뉴스 이용 빈도	'09
		인터넷 뉴스 내용	'09
		인터넷 뉴스 이용 경로	'09
		인터넷 뉴스 이용 행동 및 인식	'09
	인터넷구직 활동 현황	구직정보 획득 방법	'09-'12
		인터넷 구직활동 현황	'09
		인터넷 구직활동 유형	'09
		인터넷 구직정보 이용 경로	'09
		인터넷 구직활동 관련 행동 및 인식	'09
	포털사이트 이용 현황	포털 사이트 이용률	'07.12-'07
		포털 사이트 이용 이유	'08
		주이용 포털사이트 선택 이유	'07.12
		포털 사이트 이용 용도	'07.12
		포털 사이트 이용 행동 및 인식	'08
	파일공유 서비스 이용 현황	파일공유서비스 이용률	'08
		파일 업로드 및 다운로드 빈도	'08
		파일 유형	'08
		파일공유서비스 이용 행동 및 인식	'08
	인터넷과 여론형성	사회적 이슈 정보습득경로	'07.06
		인터넷을 통한 사회적 이슈 정보습득경로	'07.06
		사회적 이슈 관련 온-오프라인 활동	'07.06
		사회적 이슈 관련 행동 및 인식	'07.06
	인터넷과 교육/학습	인터넷을 통한 교육/학습 유형 및 경로 인터넷의 영향	'06.06
	신규 정보통신서비스 인지 및 이용 여부, 이용 의향		'06.06, '07.06, '08-'09
	인터넷과 정보활동	정보 유형별 이용 여부	'04.06-'04.12, '07.06
		정보 이용 행동 및 인식	'07.06
	인터넷과 업무	업무 관련 정보습득경로	'04.12, '06.06
		업무 관련 인터넷 이용 시간	'06.06
		업무 관련 이메일 이용 여부 및 건수	'06.06
		업무 관련 메신저 이용 여부 및 시간	'06.06
		인터넷의 영향	'04.12, '06.06
	인터넷과 대인관계	대인관계 유지 방법	'06.06
		인터넷을 통한 대인관계 경험 및 목적	'06.06
		인터넷의 영향	'06.06
	위치정보 서비스 이용	위치정보 서비스 종류별 경험여부	'16
		위치정보 서비스 인식	'16
		일상에 가장 도움이 되는 위치정보 서비스	'16

구분	조사 내용		조사 시기
기타	스마트폰 이용행태	가장 많이 이용하는 앱 종류	'16 - '18
		평균 기기 교체 주기	'16 - '18
		스마트폰 기기 교체이유	'16 - '18
		스마트폰 이용 행태 및 인식	'16
		스마트폰 이용에 적절한 최소 연령	'16
	웨어러블기기 이용 행태	보유 웨어러블기기 종류	'16 - '18
		웨어러블기기 기능 중 이용 중인 기능	'16 - '18
		웨어러블기기 기능 중 기대되는 기능	'16
		웨어러블기기 향후 구매 및 이용 의향	'16
	도메인 이용	웹사이트 이용 시 접속방법	'17
		웹사이트 접속 시 한글도메인 입력경험	'17
		홈페이지 운영 시 한글도메인 보유의향	'17
		포털검색 결과에 한글도메인 노출 필요여부	'17
	인터넷의 영향	일상생활에서 인터넷 활용 및 변화	'06. 06
		사회 분야별 인터넷의 영향	'06. 06
	인터넷 이용 시 불편 경험, 상담/신고 여부 및 방법, 처리결과 만족도		'06. 06
	정보화에 대한 인식		'03. 06 - '05. 12, '06. 12, '07. 12
	PC방 이용 빈도 및 시간, 이용 용도		'04. 12
	소프트웨어 구매 경험 및 유형, 비구매 이유		'04. 12
	정보화교육 경험 및 교육 미경험 이유		'04. 12
	인터넷을 통한 건강 및 보건관련 활동		'14 - '15
	스마트홈 유용한 기능 및 활성화를 위한 과제		'15
	액티브 엑스(Active X) 설치 과정에서의 불편 경험 사항		'15
	전자정부 서비스 이용 여부		'11 - '13

# 2

## 주요 용어 및 정의 변경 내역

용어	정의 및 범위	적용 기간
인터넷	데스크탑 및 노트북 컴퓨터를 통한 유선인터넷	'03. 06 - '04. 06
	데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 이동전화 등을 통한 유·무선인터넷	'04. 12 - '18
인터넷 이용자(률)	만7세 이상 인구 중 월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자	'00. 09 - '02. 04
	만6세 이상 인구 중 월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자	'02. 07 - '04. 06
	만6세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'04. 12 - '05. 12
	만3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'06. 06 - '18
인터넷 접속가구	실제 인터넷 접속 여부와 상관없이 가구에서 유선 또는 무선인터넷에 접속이 가능한 가구	'06. 06 - '06. 12
인터넷 접속률	가구 내에서 xDSL, 케이블모뎀, 무선랜, FTTH 등의 방식으로 유선인터넷에 접속 가능한 가구의 비율	'07. 06
	전체 가구 중 실제 인터넷 접속 여부와 관계없이 xDSL, 케이블 모뎀, 아파트랜, 전화모뎀, 무선랜 등의 방식으로 (유선)인터넷에 접속할 수 있는 가구의 비율	'07. 12 - '08
	전체 가구 중 실제 인터넷 접속 여부와 관계없이 xDSL, 케이블 모뎀, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 무선랜 등의 방식으로 인터넷에 접속할 수 있는 가구의 비율	'09 - '11
	전체 가구 중 실제 이용 여부와 관계없이 xDSL, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 케이블모뎀, 무선랜 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율	'12
	전체 가구 중 실제 이용 여부와 관계없이 xDSL, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 케이블모뎀, 무선랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율	'13 - '18
컴퓨터	데스크탑 및 노트북	'03. 06 - '06. 06
	데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿PC(스마트패드) 등	'06. 12 - '18
컴퓨터 이용자	월평균 1회 이상 컴퓨터를 이용하는자	'03. 06 - '04. 12
	만3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 컴퓨터를 이용한 자	'05. 06 - '18
컴퓨터 보유율	전체 가구 중 가구 내 데스크탑PC, 노트북PC, PDA, 울트라모바일PC, 태블릿PC 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율	'07. 06
	전체 가구 중 가구 내 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터(태블릿PC, UMPC 등 포함),PDA(PDA폰, 스마트폰 포함) 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율	'07. 12 - '09
	전체 가구 중 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터(넷북, 태블릿PC 포함), PDA,스마트폰 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율	'10
	전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 스마트패드 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율	'11 - '18
이동전화 이용(자)	이동전화 이용여부	'05. 12 - '06. 12
	만3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 이동전화(PDA폰, 스마트폰 포함)를 이용한 자	'07. 06 - '18
모바일 인터넷 이용자(률)	인터넷 이용자 중 최근 1개월 이내 일반 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, 웨어러블기기등 무선인터넷 연결이 가능한 모바일기기를 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'16 - '18
스마트폰 이용자(률)	인터넷 이용자 중 최근 1개월 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'16 - '18

용어	정의 및 범위	적용 기간
이메일 이용자(률)	이메일 이용여부(이메일 계정 보유여부)	'03. 06 - '06. 12
	만3세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 1회 이상 이메일을 이용한 자(의 비율)	'07. 12 - '08
	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 이메일을 이용한 자(의 비율)	'07. 06, '09 - '18
인스턴트메신저	동일한 프로그램을 설치한 개인끼리는 별도의 사이트 연결없이 네트워크를 통해 채팅, 파일 전송 등 실시간으로 의사소통이 가능한 서비스	'04.12-'06.06
	메신저 전용 프로그램을 설치한 개인끼리 인터넷에서 실시간으로 메시지와 데이터를 주고 받을 수 있는 서비스	'06.12
	전용 프로그램을 설치한 개인끼리 인터넷에서 실시간으로 메시지와 데이터를 주고 받을 수 있는 서비스	'07.12-'15
	컴퓨터, 스마트폰 등으로 온라인 상에서 개인 간 실시간으로 메시지, 사진 등의 데이터를 주고받을 수 있는 서비스	'16-'18
인스턴트 메신저 이용자(률)	인스턴트 메신저 이용여부	'04.12-'06.06
	만6세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 자(의 비율)	'07.12-'18
SNS (소셜 네트워크 서비스)	인터넷 상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로, 블로그, 마이크로 블로그, 미니홈피, 커뮤니티(카페·클럽) 등 포함	'10-'12
	인터넷 상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로, 미니홈피, 블로그, 마이크로 블로그, 프로필 기반 서비스, 커뮤니티 등 포함	'13-'15
	인터넷 상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유하는 활동으로 타인이 게시한 콘텐츠를 단순히 열람·관찰하는 행위도 포함	'16-'18
SNS 이용자(률)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 자(의 비율)	'10-'18
모바일 게임	무선 인터넷에 연결하여 스마트폰, 스팟 패드 등 모바일기기를 이용하여 실시간으로 즐기는 게임	'16
모바일 게임 이용(자)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 모바일 게임을 이용한 자	'16
블로그·미니홈피	개인의 관심사에 따라 일기, 칼럼, 기사 등을 자유롭게 작성하거나 자료·정보, 사진, 동영상 등을 게시하여 타인과 공유할 수 있는 대표적인 개인 미디어	'07.06
블로그·미니홈피 운영(자)	만6세 이상 인터넷 이용자 중 현재 본인의 블로그·미니홈피를 운영하는자	'07.06
블로그	개인의 관심사에 따라 일기, 칼럼, 기사 등을 자유롭게 작성하거나 자료·정보, 사진, 동영상 등을 게시하여 타인과 공유할 수 있는 개인 미디어로, 일반적으로 '미니홈피'라고 불리는 경우도 포함됨	'07.12
	개인의 관심사에 따라 일기, 칼럼, 전문자료, 사진 등을 게시·저장하여 타인과 공유하는 대표적인 1인 미디어로, 일반적으로 '미니홈피'라고 불리는 경우도 포함	'08 - '12
블로그 이용(자) 및 운영(자)	본인 및 타인 블로그 방문 경험여부	'05. 06 - '06. 12
	[블로그 이용]만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 타인 블로그를 이용한자 [블로그 운영]만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 본인의 블로그를 방문·관리한 자(의 비율)	'07. 12 - '12
카페·커뮤니티	인터넷에서 취미나 관심 분야가 유사한 사람들이 서로의 정보를 교류하거나 친목을 도모하기 위해 형성한모임	'07. 06
카페·커뮤니티 이용자(률)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 본인이 가입한 커뮤니티를 이용한 자(의 비율)	'07. 06
커뮤니티	인터넷에서 취미나 관심분야가 유사한 사람들이 서로의 정보를 교류하거나 친목을 도모하기 위해 형성한 모임으로, 인터넷 카페, 클럽 등의 서비스가 해당	'08
커뮤니티 이용(자)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 커뮤니티를 이용한 자(의 비율)	'08
유료콘텐츠	인터넷에서 유료로 제공되고 있는 각종 프로그램, 전문 정보·자료, 영화, 음악, 게임등의 디지털 콘텐츠	'07. 12
유료콘텐츠 이용(자)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 1회 이상 유료콘텐츠를 이용한 자(의 비율)	'07. 12
파일공유 서비스	인터넷에서 음악, 영화, 게임 등의 파일을 저장하거나 상호 공유할 수 있는 인터넷 서비스로 P2P, 웹하드 등이 해당	'08
파일공유 서비스 이용(자)	만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 파일공유 서비스를 이용한 자(의 비율)	'08

용어	정의 및 범위	적용 기간
인터넷 쇼핑	인터넷을 이용하여 물품 또는 서비스를 구매하는 행위로 유료콘텐츠 구매하는 행위는 인터넷쇼핑에 포함되나, 단순 조회, 검색이나 인터넷뱅킹은 해당되지 않음	'03. 06 - '06. 06
	인터넷을 통해 상품이나 서비스(예약, 예매 포함)를 구매하는 것으로, 영화, 음악, 게임 등 유료콘텐츠 구매도 포함됨, 단, 단순 상품 검색, 가격 조회, 인터넷뱅킹은 해당되지 않음	'06. 12
	인터넷을 통해 상품이나 서비스(예약, 예매 포함)를 구매하는 것으로 영화, 음악, 게임 등 유료콘텐츠 구매는 포함되나, 단순 상품 검색 및 가격 조회, 금융상품 구매 등은 제외	'07. 06 - '15
	각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료 애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함	'16-'18
인터넷 쇼핑 이용자(률)	최근 6개월 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매한 자(의 비율)	'03. 06 - '04. 12
	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매한 자(의 비율)	'05. 06-'18
오픈마켓	사이트 운영자는 사이버상의 장소 제공과 결제대행 등만 수행하고, 판매자와 구매자가 직접 거래하는 방식의 쇼핑몰	'06. 06
인터넷뱅킹	인터넷으로 계좌조회·이체, 지로납부·조회, 대출조회·납입 등 은행 업무를 처리할 수 있는 금융서비스	'04. 12 - '07. 06
	인터넷으로 계좌조회·이체, 지로납부·조회, 대출조회·납입 등 은행 업무를 처리할 수 있는 금융 서비스로 모바일뱅킹도 포함	'07. 12 - '11
	인터넷 상에서의 저축, 송금, 투자, 자산관리 등 모든 은행거래 활동을 포함하며 각 금융사가 제공하는 모바일 애플리케이션을 이용한 모바일뱅킹 서비스도 포함	'12 - '18
인터넷뱅킹 이용(자)	인터넷뱅킹 서비스 이용여부	'04. 12
	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷뱅킹 서비스를 이용한 자	'05. 06 - '18
인터넷 주식거래	인터넷으로 실시간 주식거래(매매)가 가능한 금융서비스	'07. 12 - '09
	인터넷으로 실시간 주식거래(매매)가 가능한 금융서비스로 모바일 주식거래도 포함	'10 - '15
인터넷 주식거래 이용자(률)	인터넷 주식거래(펀드, 투자상품 구매 포함) 서비스 이용여부	'04. 12
	만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷 주식거래 서비스를 이용한 자(의 비율)	'05. 06 - '08
	만18세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷 주식거래 서비스를 이용한 자(의 비율)	'09 - '15
소셜커머스	정해진 기간동안 일정 수 이상의 구매자가 모이면 할인된 가격으로 상품이나 서비스를 구매(할인쿠폰, 티켓 등) 할 수 있는 인터넷쇼핑 서비스	'11 - '12
소셜커머스 이용자(률)	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 소셜커머스를 이용한 자(의 비율)	'11 - '12
위치정보 서비스	지도, 길 안내, 인근 정보검색, 택시, 맞춤형 광고, 위치공유 등 현재 위치정보를 기반으로 제공되는 모든 서비스	'16
위치정보 서비스 이용(자)	최근 1년 이내 위치정보 서비스 종류 중 1개 이상 서비스를 이용한 자(의 비율)	'16
클라우드 서비스	개인용 컴퓨터나 기업의 서버에 개별적으로 저장해 두었던 프로그램이나 문서를 인터넷으로 접속할 수 있는 대형 컴퓨터에 저장하고 개인 PC는 물론이고 모바일 등 다양한 단말기로 웹 브라우저 등 필요한 애플리케이션을 구동해 원하는 작업을 언제 어디서나 수행할 수 있는 이용자 중심의 컴퓨터 환경 또는 이 환경을 제공하는 서비스	'13 - '15
	미디어 파일(사진, 음악 등) 및 개인 파일(문서, 주소록 등)을 외부 저장공간이 아닌 웹서버에 저장하는 서비스, 보관된 파일은 컴퓨터, 스마트폰 등으로 다운로드 후 편집 등 원하는 작업 수행 가능	'16 - '18
클라우드 서비스 이용(자)	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 자(의 비율)	'13 - '18
전자책(e-book)	기존의 서적, 잡지 등 종이책을 디지털화 한 것으로 컴퓨터 또는 스마트폰, PDA 등의 휴대단말기를 통해 책의 내용을 보거나 읽을 수 있도록 한 디지털 도서	'10
전자책 이용자(률)	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 전자책(e-book)을 이용한 자(의 비율)	'10
웨어러블기기	시계, 안경, 의복 등의 형태로 신체에 착용하여, 주변 환경 및 개인의 신체변화 정보를 실시간으로 수집하고 인터넷을 통해 공유·활용하는 기기	'16 - '18
웨어러블기기 이용(자)(률)	만6세 이상 인터넷이용자 중 웨어러블기기를 보유 및 최근 1년 이내 이용한 자(의 비율)	'16 - '18







**2018**

# **인터넷이용실태조사**

## **부록 2 - 표본 오차**

# 1

## 인터넷 이용률

		인터넷 이용률(%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
				하한	상한	
전체		91.5	0.22	91.28	91.72	0.12
성	남자	93.9	0.28	93.62	94.18	0.15
	여자	89.1	0.35	88.75	89.45	0.20
연령	3-9세	87.8	1.00	86.80	88.80	0.58
	10대	99.9	0.09	99.81	99.99	0.04
	20대	99.9	0.08	99.82	99.98	0.04
	30대	99.9	0.06	99.84	99.96	0.03
	40대	99.7	0.11	99.59	99.81	0.06
	50대	98.7	0.22	98.48	98.92	0.11
	60대	88.8	0.70	88.10	89.50	0.40
	70세 이상	38.6	1.16	37.44	39.76	1.53
지역	서울	91.4	0.63	90.77	92.03	0.35
	부산	92.8	0.79	92.01	93.59	0.44
	대구	94.9	0.77	94.13	95.67	0.41
	인천	91.5	0.89	90.61	92.39	0.49
	광주	94.5	0.82	93.68	95.32	0.44
	대전	94.1	0.88	93.22	94.98	0.48
	울산	95.2	0.88	94.32	96.08	0.47
	세종	95.5	1.26	94.24	96.76	0.68
	경기	91.7	0.55	91.15	92.25	0.31
	강원	83.7	1.45	82.25	85.15	0.88
	충북	91.1	1.09	90.01	92.19	0.61
	충남	92.2	0.96	91.24	93.16	0.53
	전북	90.2	1.05	89.15	91.25	0.59
	전남	85.3	1.26	84.04	86.56	0.76
	경북	92.3	0.94	91.36	93.24	0.52
	경남	90.7	0.93	89.77	91.63	0.52
	제주	88.9	1.51	87.39	90.41	0.87

## 2

## 컴퓨터 이용률

		컴퓨터 이용률(%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
				하한	상한	
전체		71.6	0.36	71.24	71.96	0.26
성	남자	77.1	0.48	76.62	77.58	0.32
	여자	66.1	0.53	65.57	66.63	0.41
연령	3-9세	67.5	1.42	66.08	68.92	1.08
	10대	97.1	0.46	96.64	97.56	0.24
	20대	97.8	0.35	97.45	98.15	0.18
	30대	94.7	0.45	94.25	95.15	0.24
	40대	87.5	0.68	86.82	88.18	0.40
	50대	63.0	0.92	62.08	63.92	0.74
	60대	34.1	1.05	33.05	35.15	1.56
	70세 이상	8.7	0.67	8.03	9.37	3.93
지역	서울	74.6	0.98	73.62	75.58	0.67
	부산	66.4	1.45	64.95	67.85	1.12
	대구	75.7	1.50	74.20	77.20	1.01
	인천	74.7	1.38	73.32	76.08	0.94
	광주	74.3	1.56	72.74	75.86	1.07
	대전	71.2	1.70	69.50	72.90	1.22
	울산	74.4	1.80	72.60	76.20	1.23
	세종	79.8	2.45	77.35	82.25	1.57
	경기	78.9	0.81	78.09	79.71	0.53
	강원	61.8	1.91	59.89	63.71	1.58
	충북	66.6	1.80	64.80	68.40	1.38
	충남	65.1	1.71	63.39	66.81	1.34
	전북	62.7	1.70	61.00	64.40	1.39
	전남	57.9	1.76	56.14	59.66	1.55
	경북	64.1	1.69	62.41	65.79	1.35
	경남	60.8	1.56	59.24	62.36	1.31
	제주	73.4	2.12	71.28	75.52	1.48

## 3

## 가구 컴퓨터 보유율

		컴퓨터 보유율(%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
				하한	상한	
전체		72.4	0.55	71.85	72.95	0.39
가구주 연령	20대 이하	88.6	1.66	86.94	90.26	0.95
	30대	91.0	0.89	90.11	91.89	0.50
	40대	92.3	0.77	91.53	93.07	0.42
	50대	86.0	0.89	85.11	86.89	0.53
	60대 이상	39.7	1.00	38.70	40.70	1.29
지역	서울	77.9	1.49	76.41	79.39	0.97
	부산	68.5	2.17	66.33	70.67	1.62
	대구	72.0	2.30	69.70	74.30	1.63
	인천	83.3	1.85	81.45	85.15	1.13
	광주	77.0	2.44	74.56	79.44	1.62
	대전	72.3	2.56	69.74	74.86	1.81
	울산	81.5	2.41	79.09	83.91	1.51
	세종	71.2	4.34	66.86	75.54	3.11
	경기	79.9	1.38	78.52	81.28	0.88
	강원	55.8	2.82	52.98	58.62	2.58
	충북	64.7	2.72	61.98	67.42	2.15
	충남	62.9	2.56	60.34	65.46	2.07
	전북	65.4	2.59	62.81	67.99	2.02
	전남	54.0	2.71	51.29	56.71	2.56
	경북	61.2	2.41	58.79	63.61	2.01
	경남	62.3	2.30	60.00	64.60	1.88
	제주	70.6	3.33	67.27	73.93	2.41

## 4

## 가구 인터넷 접속률

		컴퓨터 이용률(%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
				하한	상한	
전체		99.5	0.09	99.41	99.59	0.04
가구주 연령	20대 이하	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
	30대	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
	40대	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
	50대	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
	60대 이상	98.5	0.25	98.25	98.75	0.13
지역	서울	99.6	0.23	99.37	99.83	0.12
	부산	99.6	0.30	99.30	99.90	0.15
	대구	99.8	0.23	99.57	100.03	0.12
	인천	99.5	0.35	99.15	99.85	0.18
	광주	99.6	0.37	99.23	99.97	0.19
	대전	99.6	0.36	99.24	99.96	0.19
	울산	99.8	0.28	99.52	100.08	0.14
	세종	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
	경기	99.8	0.15	99.65	99.95	0.08
	강원	98.1	0.78	97.32	98.88	0.40
	충북	99.7	0.31	99.39	100.01	0.16
	충남	99.5	0.37	99.13	99.87	0.19
	전북	99.3	0.45	98.85	99.75	0.23
	전남	98.8	0.59	98.21	99.39	0.31
	경북	99.2	0.44	98.76	99.64	0.23
	경남	98.8	0.52	98.28	99.32	0.27
	제주	99.5	0.52	98.98	100.02	0.26

## 5

## 지역·성·연령별 인터넷 이용률

	남자								여자							
	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
전체	88.2	99.8	99.9	99.9	99.8	98.7	93.0	46.8	87.2	99.9	99.9	99.9	99.7	98.7	84.8	33.0
	(0.80)	(0.09)	(0.06)	(0.05)	(0.07)	(0.16)	(0.45)	(1.97)	(0.84)	(0.06)	(0.05)	(0.05)	(0.08)	(0.15)	(0.66)	(2.29)
서울	85.4	99.6	100.0	100.0	100.0	98.8	86.0	50.1	86.3	100.0	99.8	99.8	99.8	97.2	84.2	30.1
	(1.86)	(0.43)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.44)	(2.08)	(8.20)	(1.82)	(0.00)	(0.20)	(0.16)	(0.17)	(0.66)	(2.17)	(10.74)
부산	97.1	100.0	100.0	99.7	100.0	99.7	96.7	52.0	92.7	100.0	100.0	100.0	100.0	99.1	86.2	48.1
	(1.71)	(0.00)	(0.00)	(0.35)	(0.00)	(0.26)	(1.10)	(7.95)	(2.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.45)	(2.27)	(7.92)
대구	88.5	100.0	99.0	100.0	100.0	97.1	97.4	66.8	88.7	100.0	100.0	100.0	99.6	99.7	94.2	60.7
	(4.09)	(0.00)	(0.74)	(0.00)	(0.00)	(0.97)	(1.08)	(5.97)	(4.23)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.37)	(0.28)	(1.60)	(5.91)
인천	80.7	100.0	100.0	100.0	99.4	97.3	96.0	41.1	72.7	100.0	99.6	99.4	99.7	97.9	86.2	27.9
	(4.20)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.43)	(0.96)	(1.37)	(10.65)	(5.33)	(0.00)	(0.43)	(0.39)	(0.31)	(0.82)	(2.81)	(11.84)
광주	98.8	100.0	100.0	100.0	99.6	99.6	95.7	56.2	91.7	100.0	100.0	100.0	100.0	99.2	93.1	40.5
	(1.17)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.45)	(0.41)	(1.56)	(7.01)	(3.07)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.56)	(1.85)	(9.60)
대전	86.7	100.0	100.0	100.0	100.0	99.2	96.5	52.5	90.0	100.0	100.0	100.0	100.0	99.6	97.1	36.8
	(4.29)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.56)	(1.58)	(9.96)	(3.98)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.38)	(1.46)	(11.07)
울산	98.7	100.0	100.0	100.0	100.0	99.5	96.0	41.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	89.1	38.3
	(1.31)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.47)	(1.66)	(12.01)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(2.88)	(11.67)
세종	90.7	100.0	100.0	100.0	100.0	96.4	93.4	62.3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	91.0	42.1
	(4.88)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(2.12)	(3.38)	(10.18)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(3.82)	(12.99)
경기	86.2	99.8	100.0	100.0	99.9	99.4	95.6	34.3	82.6	99.6	99.9	100.0	99.9	99.2	82.3	20.4
	(1.84)	(0.24)	(0.00)	(0.00)	(0.14)	(0.28)	(1.00)	(8.64)	(2.24)	(0.31)	(0.13)	(0.00)	(0.14)	(0.32)	(2.10)	(11.36)
강원	75.4	99.0	98.8	98.7	96.5	95.5	84.6	33.5	85.2	100.0	100.0	99.5	98.8	96.5	67.2	12.5
	(7.08)	(1.03)	(1.17)	(0.91)	(1.45)	(1.63)	(3.05)	(9.46)	(5.32)	(0.00)	(0.00)	(0.54)	(0.84)	(1.35)	(4.49)	(15.71)
충북	87.8	100.0	100.0	100.0	100.0	98.2	86.7	48.4	95.7	100.0	100.0	100.0	99.5	100.0	82.6	41.9
	(5.82)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.92)	(2.79)	(8.18)	(3.07)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.52)	(0.00)	(3.11)	(7.75)
충남	89.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	95.0	54.6	89.5	100.0	100.0	100.0	100.0	99.2	95.5	42.4
	(4.04)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.55)	(6.33)	(3.93)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.55)	(1.34)	(7.08)
전북	87.9	100.0	100.0	100.0	100.0	99.6	90.7	47.7	90.1	100.0	100.0	100.0	100.0	98.6	87.8	43.3
	(4.86)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.41)	(2.08)	(6.11)	(3.92)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.73)	(2.24)	(6.23)
전남	87.9	100.0	100.0	100.0	100.0	97.1	91.7	46.8	87.8	100.0	100.0	100.0	100.0	98.8	70.0	23.9
	(4.86)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.05)	(2.05)	(5.95)	(4.11)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.67)	(4.14)	(8.51)
경북	92.2	100.0	100.0	100.0	100.0	96.2	97.6	67.8	91.5	100.0	100.0	100.0	97.0	99.3	87.4	53.8
	(3.64)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.16)	(0.98)	(4.70)	(3.60)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.15)	(0.46)	(2.18)	(5.07)
경남	97.3	100.0	100.0	100.0	99.2	98.8	96.0	36.0	96.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	84.4	20.4
	(1.57)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.58)	(0.55)	(1.30)	(9.94)	(2.04)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(2.47)	(10.80)
제주	77.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	89.0	37.8	86.8	100.0	100.0	100.0	100.0	96.9	72.3	23.7
	(7.86)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(4.10)	(12.37)	(5.35)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.57)	(6.79)	(17.58)

※ ()안 수치는 상대표준오차(단위:%p)







**2018**

# **인터넷이용실태조사**

## **부록 3 - 조사표**



### 통계법 제 33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

주관기관



과학기술정보통신부

전담기관



한국인터넷진흥원

조사기관



www.metrix.co.kr



## 2018년 인터넷이용실태조사(가구)

안녕하십니까?

과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원은 '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제52조'에 근거하여 국내 가구 및 개인의 인터넷 이용환경과 이용현황을 파악하기 위하여 '2018년 인터넷이용실태조사'를 실시하고 있습니다.

국가승인통계(지정통계 제120005호)인 본 조사는 전국적인 규모로 실시되는 국내 유일의 인터넷 이용에 관한 통계조사로 우리나라 인터넷 발전을 위한 중요한 기초자료로 활용됩니다.

조사결과는 통계적 목적으로만 사용되며, 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보호됩니다.

바쁘시더라도 면접원의 안내에 따라 조사문항에 성의껏 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2018년 8월

과학기술정보통신부 장관

조사 문의처 : 메트릭스코퍼레이션 박두진 이사 (☎ 02-6244-0791)  
인터넷이용실태조사 전용 콜센터 (☎ 070-4774-5581)

면접원 기재란	지역 및 조사구 번호								가구 번호		가구 설문 응답자		
											가구원 번호	이름	

가구 정보	주 소				전 화 번 호		
					※ 전화번호는 응답 내용을 확인하거나 추가 질문을 하기 위한 것으로 다른 목적으로는 절대 사용하지 않습니다.		
	시·도	시·군·구	읍·면·동		유선 전화	( ) -	□ ① 전화없음 □ ② 응답거부
	도로명 주소	공동주택명	동	호			
주택 형태	□ ① 단독주택(다가구포함) □ ④ 비거주용 건물내의 주택		□ ② 아파트 □ ⑤ 기타		□ ③ 연립주택, 빌라, 다세대주택		

### 응답 및 작성 방법

- 면접원의 안내에 따라 응답해 주십시오.
- 본 <가구 설문지>는 **가구주 또는 가구주의 배우자**께서 응답해 주시기 바랍니다.
- 설문 응답 및 작성은 질문의 순서대로 보기항목에서 해당 번호를 고르거나 직접 의견을 말씀해 주시면 됩니다.



**가구원 현황표** 귀 닥에 상주하고 있는 가구원 현황에 관한 내용입니다. 가구주 또는 가구주의 배우자께서 직접 응답해 주십시오.

- **가구주**란 가구원 중 가구를 실질적으로 대표하는 사람을 말합니다. 아래의 <가구원 현황>에는 **가구주**부터 기입하며, 가구원이 10명 이상인 경우에는 설문지를 추가합니다.
- **가구원**이란 2018년 7월 1일 0시 기준 1개월 이상 숙식을 함께 하는 가족, 친지, 가사도우미, 하숙인 등이 모두 포함됩니다.
- 결혼 등으로 분가하여 따로 살고 있는 자녀와 그의 가족은 제외되며, 학교나 직장의 기숙사 등 타지에서 생활하고 있는 가족 및 군에 입대한 경우도 제외됩니다.

가구원 번호	이 름	가구주와의 관계	성 별	생년월(양력)	조사여부
		① 가구주(본인) ② 배우자 ③ 자녀 ④ 자녀의 배우자 ⑤ 손자녀 및 그 배우자 ⑥ 부모 및 조부모 ⑦ 형제자매 및 그 배우자 ⑧ 기타(자세히: _____)			① 조사완료 ② 조사대상아님 (장기부재 포함) ③ 조사거부 ④ 접촉실패(부재) ⑤ 기타 (자세히: _____)
01		① 가구주	<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
02			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
03			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
04			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
05			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
06			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
07			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
08			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
09			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
10			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
총 가구원 수		총 _____명	만3세 이상 가구원 수 (2015년 6월 30일 이전 출생자)		_____명

귀 닥내 가구원 전체의  
소득을 합하면 월평균  
어느 정도입니까?  
(가구주 소득 포함)

- ☐ ① 100만원 미만      ☐ ② 100 ~ 200만원 미만      ☐ ③ 200 ~ 300만원 미만  
☐ ④ 300 ~ 400만원 미만      ☐ ⑤ 400 ~ 500만원 미만      ☐ ⑥ 500 ~ 600만원 미만  
☐ ⑦ 600 ~ 700만원 미만      ☐ ⑧ 700만원 이상



- ※ 2018년 7월 1일 기준으로 응답해 주십시오.  
 ※ 본 조사에서 인터넷은 무선인터넷을 포함합니다.

**01** 귀 댁에 다음과 같은 정보통신 기기를 보유하고 있습니까?  
 정보통신 기기의 보유대수와 인터넷 이용 가능여부를 기재해  
 주십시오.

항 목	보유 대수	인터넷 이용 가능 여부 (O/X)
(1) 데스크탑 컴퓨터	대	
(2) 노트북 컴퓨터	대	
(3) TV		
① 아날로그TV	대	
② 디지털TV (SDTV, HDTV, UHD TV 등)	대	
③ 스마트TV	대	
(4) 게임기 (플레이스테이션, PSP, XBOX, 닌텐도 3DS, 닌텐도 스위치 등)	대	
(5) 스마트폰 (삼성 갤럭시 S9, LG G7, 애플 아이폰X, 화웨이 P20, 샤오미 M8 등)	대	
(6) 스마트패드 (갤럭시탭, 아이패드 등 태블릿)	대	
(7) 웨어러블 기기 (삼성 기어S, 애플워치, 샤오미 미밴드, 핏빗 등)	대	
(8) 인공 지능 스피커 (SK텔레콤 누구(NUGU), KT 기가지니, 애플 홈팟, 네이버 클로바, 카카오톡미니 등)	대	
(9) 전자책 단말기 (크레마, 아이리버 샘, 킨들, 코보 등)	대	
(10) 기타 (적어 주십시오: _____)	대	

**02** 귀 댁에서 컴퓨터, 스마트폰(스마트패드 포함), 게임기,  
 TV 등을 통해 인터넷(무선인터넷 포함) 접속이 가능  
 하십니까?

☐ ① 예

☐ ② 아니요

⇒ 05번으로

**03** 귀 댁에서 실제 이용여부와 관계없이 인터넷에 접속할 때  
 이용 가능한 방법은 무엇입니까? 해당사항을 **모두** 선택해  
 주십시오.(접속방법을 잘 모를 경우에는 가입한 인터넷  
 서비스의 회사명을 기재해 주십시오)

☐ ① xDSL(ADSL, VDSL 등)

☐ ② 케이블 모뎀

☐ ③ 광랜(아파트랜, FTTH, 기가인터넷 포함)

☐ ④ 무선랜(와이파이, 기가와이파이 포함)

☐ ⑤ 모바일 인터넷(3G, LTE 등)

☐ ⑥ 이동형 무선인터넷 공유기

(KT 애그, SKT 브릿지, LG U+ 라우터,

와이드모바일 와이파이 도시락 등)

※ 손바닥 크기의 전용 모뎀을 구입하여 무선기기를 통해 인터넷 접속

☐ ⑦ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

☐ ⑧ 잘 모름(가입회사명: \_\_\_\_\_)

**04** 귀 댁은 집안의 각기 다른 공간에서 인터넷을 사용할 수  
 있습니까? 귀 댁의 인터넷 공유 환경에 해당하는 것을 **모두**  
 선택해 주십시오.

☐ ① 가구 내에 인터넷 무선 공유기(AP)를 설치하여 이용  
 (애니게이트, iptime, 인터넷전화 무선 공유기 포함)

☐ ② 유료 무선랜 서비스에 가입하여 이용

(통신사 와이파이, 이동형 무선인터넷 공유기 포함)

☐ ③ 스마트폰, 스마트패드 등의 테더링 기능 활용

☐ ④ 인접 건물(주택, 빌딩)에 설치된 인터넷 신호를 탐색하여  
 이용

☐ ⑤ 가구 내 서로 다른 장소(거실, 방)에 제공되는 인터넷 연결  
 단자에 연결선을 꽂아 이용

☐ ⑥ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

☐ ⑦ 해당사항 없음

⇒ 응답 후 06번으로 이동

**05** 인터넷 비접속 가구만 응답 귀 댁에서 인터넷에 접속하지  
 않는 이유는 무엇입니까? 해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

☐ ① 관심 또는 필요가 없어서

☐ ② 이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서

☐ ③ 이용비용이 부담스러워서

☐ ④ 콘텐츠 내용이 해로울 것 같아서

(자녀 유해사이트 접근 우려 등)

☐ ⑤ 사생활 침해가 우려되어서(개인정보 유출 등)

☐ ⑥ 보안문제가 우려되어서(바이러스 등)

☐ ⑦ 다른 곳에서 인터넷을 이용할 수 있기 때문에

☐ ⑧ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)



**06** 귀 댁에서 이용 가능한 정보통신 서비스는 무엇입니까?  
해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

항 목	이용 가능 여부 (✓)
(1) 일반 집전화	<input type="checkbox"/>
(2) 인터넷전화(VoIP) (LG U+ 070, KT 올레 인터넷전화, SK 브로드밴드 B인터넷전화)	<input type="checkbox"/>
(3) 이동전화(스마트폰 포함)	<input type="checkbox"/>
(4) 유선 인터넷 (KT 올레 인터넷, SK 브로드밴드 인터넷, LG U+ 인터넷, CJ헬로 인터넷 등)	<input type="checkbox"/>
(5) IPTV (KT 올레 TV, SK 브로드밴드 BTB, LG U+ mG 등)	<input type="checkbox"/>
(6) 케이블TV(유선방송) (CJ헬로비전, 티브로드, 딜라이브, CMB, 현대HCN 등)	<input type="checkbox"/>
(7) 위성방송 (KT 스카이라이프)	<input type="checkbox"/>
(8) 스마트홈 서비스 (LG IoT@Home, SKT SMART HOME, KT GIGA IoT)	<input type="checkbox"/>

⇒ 응답 후 가구주 설문 종료

※ 다음 <가구원 설문지>는 앞 쪽의 가구원 현황표에 기재된  
가구원별로 한 부씩 작성해 주십시오.  
단, 만3~5세 유아 등은 필요시에는 보호자 동반 하에  
설문지를 작성해 주시기 바랍니다.

면접원 기재사항

항목	기재
면접원 이름	
조사일시	2018년 ____월 ____일, ____시
방문횟수	총( )회
면접원 평가	① 긍정      ② 중립      ③ 부정



### 통계법 제 33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

주관기관



과학기술정보통신부

전담기관



한국인터넷진흥원

조사기관



www.metrix.co.kr



## 2018년 인터넷이용실태조사(가구원)

안녕하십니까?

과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원은 '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제52조'에 근거하여 국내 가구 및 개인의 인터넷 이용환경과 이용현황을 파악하기 위하여 **2018년 인터넷이용실태조사**를 실시하고 있습니다.

국가승인통계(지정통계 제120005호)인 본 조사는 전국적인 규모로 실시되는 국내 유일의 인터넷 이용에 관한 통계조사로 우리나라 인터넷 발전을 위한 중요한 기초자료로 활용됩니다.

조사결과는 통계적 목적으로만 사용되며, 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보호됩니다.

바쁘시더라도 면접원의 안내에 따라 조사문항에 성의껏 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2018년 8월

과학기술정보통신부 장관

조사 문의처 : 메트릭스코퍼레이션 박두진 이사 (☎ 02-6244-0791)

인터넷이용실태조사 전용 콜센터 (☎ 070-4774-5581)

면접원 기재란	지역 및 조사구 번호										가구 번호		응답자		동반 응답자	
													가구원 번호		이름	
응답자 정보	성 별										생년월(만연령)					
	□ ① 남 □ ② 여										양력 _____ 년 _____ 월 (만 _____ 세)					
	교육 정도										직업(소득활동)					
	학 교					이수여부					종사상지위			직업코드		
	□ ① 무학 (→ □ ① 어린이집/유치원 재학)					□ ① 있음 ⇒					□ ① 임금근로자 □ ② 고용주 □ ③ 단독자영업자 □ ④ 무급가족종사자			※ 본 설문지 11쪽에 있는 직업코드를 참고하시어 기재해 주십시오. <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div>		
	□ ② 초등학교 □ ③ 중학교 □ ④ 고등학교 □ ⑤ 대학교(2, 3년제) □ ⑥ 대학교(4년제 이상) □ ⑦ 대학원(석사과정) □ ⑧ 대학원(박사과정)										□ ① 재학 □ ② 중퇴 □ ③ 휴학 □ ④ 수료 □ ⑤ 졸업					
						□ ② 없음 ⇒								□ ① 전업주부 □ ② 학생 □ ③ 기타		

### 응답 및 작성 방법

- 면접원의 안내에 따라 응답해 주십시오.
- 본 <가구원 설문지>는 만3세 이상(2015년 6월 30일 이전 출생) 가구원 한 분 한 분이 응답해 주시면 됩니다.  
만3~5세 유아 등은 필요시 보호자 동반 하에 설문에 응답해 주시기 바랍니다.
- <가구 설문지>의 가구원 현황표를 확인하시어 '가구원 번호'가 '03'이면 '가구원 번호'에 '03'이라고 기재해 주십시오.
- 설문 응답 및 작성은 질문의 순서대로 보기항목에서 해당 번호를 고르거나 직접 의견을 말씀해 주시면 됩니다.





- ※ 2018년 7월 1일 기준으로 최근 1년 동안의 경험을 기반으로 응답해 주십시오.  
 ※ 본 조사에서 인터넷은 무선인터넷을 포함합니다.

▶ 먼저 컴퓨터 및 이동전화 이용에 관한 내용입니다.

- 01 만12세 이상만 응답** 다음 디지털 활용 능력 중 귀하께서 가능하신 것은 무엇입니까?  
 데스크탑 컴퓨터 등 PC로 가능한 경우 좌측에 체크(✓)하여 주시고, 스마트폰, 스마트패드 등 모바일 기기로 가능한 경우 우측에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다. 두 가지 방법 모두 가능한 경우, 양쪽에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

항 목	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(1) 파일, 폴더 등을 복사하거나 이동시키기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 문서작성 시 복사·붙여넣기 기능 사용하기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 이메일에 문서, 사진 등을 첨부하여 보내기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 엑셀에서 기본적인 수식 사용하기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 새 장치 연결 및 설치(프린터, 모뎀, 메모리 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 소프트웨어 검색, 다운로드, 설치	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 한글, 파워포인트 등을 사용하여 발표자료 만들기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 컴퓨터와 다른 기기 간의 파일 전송 (카메라, 스마트폰 등으로부터 사진 및 음악 전송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) 특수 언어를 사용한 컴퓨터 프로그래밍	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 02** 최근에 언제 컴퓨터(노트북, 스마트패드 등 포함)를 이용하셨습니다?

- ☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과~1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과~1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과~3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과~1년 이내  
☐ ⑥ 컴퓨터 이용 안한 지 1년 넘음 ⇒ 04번으로  
☐ ⑦ 컴퓨터 이용한 적 없음 ⇒ 04번으로

- 03** 얼마나 자주 컴퓨터(노트북, 스마트패드 등 포함)를 이용하십니까?

- ☐ ① 하루에 1회 이상  
☐ ② 1주일에 1회 이상~하루 1회 미만  
☐ ③ 한 달에 1회 이상~1주일에 1회 미만  
☐ ④ 한 달에 1회 미만

- 04** 최근에 언제 이동전화(스마트폰 포함)를 이용하셨습니까?

- ※ 이동전화를 통해 하는 모든 활동(통화, 문자, 게임, 동영상 시청, 인터넷, 인스턴트 메신저 포함)을 의미합니다.  
 ※ 본인의 이동전화 소유나 이용료 지불여부와 무관하게 응답해 주십시오.  
☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과~1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과~1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과~3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과~1년 이내  
☐ ⑥ 이동전화 이용 안한 지 1년 넘음  
☐ ⑦ 이동전화 이용한 적 없음

▶ 인터넷(무선인터넷 포함) 이용에 관한 내용입니다.

- 05** 최근에 언제 인터넷을 이용하셨습니까?

- ※ 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, IPTV, 인터넷전화 등을 이용한 인터넷 접속을 모두 포함합니다.  
 ※ 인터넷 이용은 용도(개인용, 업무용, 학업용 등)나 장소(가정, 학교, 직장 등)에 관계없이 전체 인터넷 이용을 의미합니다.  
☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과~1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과~1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과~3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과~1년 이내  
☐ ⑥ 인터넷 이용 안한 지 1년 넘음  
☐ ⑦ 인터넷 이용한 적 없음

⇒ 만3~5세(2013년 7월 1일 이후 출생자는 47번으로, 만6세 이상은 41번으로 이동하십시오)

- 06** 인터넷 평균 이용 빈도와 이용 시간은 얼마나 되십니까?

- ※ 인터넷 이용 장소 및 이용 기기와 관계없이 응답하여 주십시오.  
 ※ 좌측 빈도에 표시 후 우측에 평균 이용 시간을 적어주십시오.  
☐ ① 하루에 1회 이상 (하루 평균 \_\_\_\_\_시간 \_\_\_\_\_분)  
☐ ② 1주일에 1회 이상 (1주일 평균 \_\_\_\_\_시간 \_\_\_\_\_분)  
☐ ③ 한 달에 1회 이상 (한 달 평균 \_\_\_\_\_시간 \_\_\_\_\_분)  
☐ ④ 한 달에 1회 미만 (1년 평균 \_\_\_\_\_시간 \_\_\_\_\_분)

- 07** 인터넷에 어떠한 방법으로 접속하십니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 유선인터넷 사용  
☐ ② 와이파이 등 특정 범위 내에서 무선인터넷 사용  
☐ ③ 이동형 무선인터넷 공유기(에그) 등을 이용한 무선인터넷 사용  
☐ ④ 3G/LTE 등 이동전화(스마트폰 포함)를 이용한 무선인터넷 사용



**08** 귀하께서 인터넷을 이용한 지는 얼마나 되셨습니까?  
첫 이용 시기부터 현재까지 기간을 고려하여 응답하여 주십시오.

※ 국내 인터넷은 1994년부터 상용화되었음.

- ☐ ① 1년 미만  
☐ ② 1년 이상~2년 미만  
☐ ③ 2년 이상~5년 미만  
☐ ④ 5년 이상~10년 미만  
☐ ⑤ 10년 이상~15년 미만  
☐ ⑥ 15년 이상

**09** 인터넷을 이용하는 장소는 어디입니까? 해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

- ☐ ① 가정  
☐ ② 다른 사람(친구 등)의 집  
☐ ③ 회사(직장)  
☐ ④ 학교·유치원·학원 등 교육장소  
☐ ⑤ 상업 시설(PC방, 커피숍, 식당, 공항, 호텔 등)  
☐ ⑥ 공공 시설(우체국, 주민센터 등 관공서, 도서관 등)  
☐ ⑦ 이동 중(이동전화, 스마트폰, 스마트패드 등 활용)  
☐ ⑧ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

⇒ 07번에서 ① 유선인터넷 사용에만 응답한 경우, 13번으로 이동

**10** 최근 유선인터넷을 제외하고 모바일 기기를 이용해 인터넷을 이용한 시점은 언제입니까?

※ 모바일 기기는 일반 이동전화, 스마트폰, 스마트패드, 웨어러블 기기 등 무선인터넷 연결이 가능한 모든 기기를 의미합니다.

- ☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과~1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과~1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과~3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과~1년 이내  
☐ ⑥ 모바일 기기로 인터넷 이용 안한 지 1년 넘음 ⇒ 13번으로  
☐ ⑦ 모바일 기기로 인터넷 이용한 적 없음 ⇒ 13번으로

**11** 최근 스마트폰(일반 이동전화 제외)을 활용하여 인터넷을 이용한 시점은 언제입니까?

- ☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과~1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과~1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과~3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과~1년 이내  
☐ ⑥ 스마트폰으로 인터넷 이용 안한 지 1년 넘음 ⇒ 13번으로  
☐ ⑦ 스마트폰으로 인터넷 이용한 적 없음 ⇒ 13번으로

**12** 스마트폰(일반 이동전화 제외)을 활용한 인터넷 평균 이용 빈도와 이용 시간은 얼마나 되십니까?

※ 좌측 빈도에 표시 후 우측에 평균 이용 시간을 적어주십시오.

- ☐ ① 하루에 1회 이상 (하루 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ② 1주일에 1회 이상 (1주일 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ③ 한 달에 1회 이상 (한 달 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ④ 한 달에 1회 미만 (1년 평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)

**13** 인터넷을 통해 이용하는 것을 **모두** 선택하여 주십시오.  
데스크탑 컴퓨터 등 PC로 이용하는 경우 좌측에 체크(✓)하여 주시고, 스마트폰, 스마트패드 등 모바일 기기로 이용하는 경우 우측에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다. 두 가지 방법 모두 활용하는 경우, 양쪽에 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

항 목	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
<b>(1) 커뮤니케이션</b>		
① 이메일	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② SNS (페이스북, 인스타그램, 밴드, 카카오스토리, 트위터, 블로그 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 인스턴트메신저(카카오톡, 페이스북 메신저 등), 채팅, 온라인 토론(댓글 작성 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 건강 및 교육 전문가와 상담	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 음성/영상 통화 (스카이프, 보이스트, 페이스타임 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 13-1 (1) 커뮤니케이션 활동 5가지 중 하나라도 이용하는 응답자

귀하께서는 위의 5가지 활동을 모두 포함한 커뮤니케이션 활동을 평균 얼마나 이용하십니까?

- ☐ ① 하루 (평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ② 1주일 (평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ③ 한 달 (평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ④ 6개월 (평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ⑤ 1년 (평균 \_\_\_\_\_ 시간 \_\_\_\_\_ 분)

항 목	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
<b>(2) 자료 및 정보 획득</b>		
① 상품, 서비스 등 정보	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 신문, 잡지 등 뉴스(기사) 읽기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 건강, 의료정보	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 여행, 교통, 숙박, 위치정보	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 소프트웨어(게임 제외)·애플리케이션(앱) 다운로드, 업그레이드	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>(3) 여가활동</b>		
① 라디오 청취 및 TV 시청	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 음악(노래) 듣기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



항 목	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
③ 이미지, 동영상, 영화 등 보기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 온라인 게임	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>(4) 직업 · 직장</b>		
① 구직활동 및 입사지원 (아르바이트 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 직업, 직장관련 온라인 참여	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>(5) 교육 · 학습</b>		
① 온라인 교육 (EBS, 학원 인터넷강의, 대학사이버강좌, 인터넷 수능 방송, 직장인 온라인 직무교육 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 온라인 백과사전(위키피디아 등), 온라인 자료(네이버 지식인 등)를 통한 지식 습득/학습	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>(6) 홈페이지 등 운영</b>		
① 개인 홈페이지 운영	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 사진 및 동영상 게시 · 공유 (페이스북, 인스타그램, 밴드, 카카오톡, 트위터, 유튜브 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 블로그 운영	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>(7) 기타</b>		
① 인터넷뱅킹(조회, 이체, 예금, 대출 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 상품이나 서비스 판매(중고거래 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 여행, 교통, 숙박관련 서비스 예약 및 이용	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 기타(적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

⇒ 만3~5세(2013년 7월 1일 이후 출생자) 중 최근 1개월 이내 인터넷 이용자  
(문 05번에서 ①~③ 응답자는 설문이 종료되었습니다.  
그 외 만3~5세는 47번으로 이동하십시오)

#### 14 귀하께서는 인터넷을 통하여 다음과 같은 활동을 하십니까?

항 목	예 (✓)	아니오 (✓)
(1) TV 프로그램 보기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 신문(뉴스기사) 보기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 라디오 프로그램 듣기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 잡지, 서적 읽기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 영화 보기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

⇒ 만12세 미만(2006년 7월 1일 이후 출생자)은 16번으로 이동하십시오

#### 15 만12세 이상만 응답 귀하께서는 안전한 인터넷 이용을 위해 어떠한 조치를 취하십니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 소프트웨어(방화벽, 바이러스 백신 등) 설치 및 주기적 업데이트
- ☐ ② 강력한 비밀번호(문자, 숫자, 특수문자 혼합) 사용
- ☐ ③ 외부 장치 및 서버(USB메모리, 클라우드 등)에 안전하게 백업
- ☐ ④ 주기적으로 비밀번호 변경
- ☐ ⑤ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)
- ☐ ⑥ 아무런 조치를 하지 않음

▶ 이메일 이용에 관한 내용입니다.  
만6세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

##### 이메일(E-mail)이란?

컴퓨터, 스마트폰 등으로 인터넷 이용자간에 소식, 정보 등을 주고 받는 전자우편 방식

예) 개인/업무용 메일 확인 및 발송, 각종 이메일 청구서 확인, 이벤트 등 광고성 이메일 확인 등

#### 16 최근에 언제 이메일을 이용하셨습니다?

- ☐ ① 최근 24시간 이내
- ☐ ② 24시간 초과 ~ 1주일 이내
- ☐ ③ 1주일 초과 ~ 1개월 이내
- ☐ ④ 1개월 초과 ~ 3개월 이내
- ☐ ⑤ 3개월 초과 ~ 1년 이내
- ☐ ⑥ 이메일 이용 안한 지 1년 넘음 ⇒ 18번으로
- ☐ ⑦ 이메일 이용한 적 없음 ⇒ 18번으로

#### 17 이메일을 얼마나 자주 이용하십니까?

빈 도	업무(일)을 위한 이용	업무 외 이용 (개인적 용도 등)
(1) 하루에 1회 이상	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 1주일에 1회 이상	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 한 달에 1회 이상	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 한 달에 1회 미만	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 이용 안함	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



▶ 인스턴트 메신저 이용에 관한 내용입니다.  
만6세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

**인스턴트 메신저(Instant Messenger)란?**

컴퓨터, 스마트폰 등으로 온라인 상에서 개인 간 실시간으로 메시지, 사진 등의 데이터를 주고받을 수 있는 서비스

예) 카카오톡, 페이스북 메신저, 라인, 네이트온, 텔레그램, 위비톡, 구글 행아웃, 스노우, 위챗, 비트윈, 스카이프, 왓츠앱, BBM 등

- 18** 최근에 언제 인스턴트 메신저를 이용하셨습니다? 컴퓨터(PC)로 이용하는 경우와 모바일 기기로 이용하는 경우에 따라 각각 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

이용시기	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(1) 최근 24시간 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 24시간 초과 ~ 1주일 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 1주일 초과 ~ 1개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 1개월 초과 ~ 3개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 3개월 초과 ~ 1년 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 인스턴트 메신저 이용 안한 지 1년 넘음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 인스턴트 메신저 이용한 적 없음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

컴퓨터(PC), 모바일 모두 (6), (7)인 경우 22번으로

- 19** 하루 평균 인스턴트 메신저를 얼마나 자주 이용하십니까?

※ 이용 횟수의 기준은 인스턴트 메신저(앱, 프로그램 등)를 열어서 메시지를 확인하거나 보내는 경우를 의미함

- ☐ ① 하루 평균 5회 미만  
☐ ② 하루 평균 5 ~ 10회 미만  
☐ ③ 하루 평균 10 ~ 20회 미만  
☐ ④ 하루 평균 20 ~ 30회 미만  
☐ ⑤ 하루 평균 30회 이상

- 20** 평소 자주 이용하는 인스턴트 메신저는 다음 중 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. 1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다.

1순위( ) → 2순위( ) → 3순위( )

- ① 카카오톡                      ② 페이스북 메신저  
 ③ 라인                            ④ 네이트온  
 ⑤ 텔레그램                    ⑥ 위비톡  
 ⑦ 구글 행아웃                ⑧ 스노우  
 ⑨ 위챗                           ⑩ 비트윈  
 ⑪ 스카이프                    ⑫ 왓츠앱  
 ⑬ BBM(BlackBerry Messenger)  
 ⑭ 기타(적어 주십시오: )

- 21** 인스턴트 메신저 이용 시 어떤 기능을 이용하고 계십니까? 이용해보신 기능을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 대화하기(비밀대화, 그룹대화 포함)  
☐ ② 음성 및 영상통화  
☐ ③ 구매하기(선물하기, 이모티콘, 기프트콘, 영화예매 포함)  
☐ ④ 게임  
☐ ⑤ 사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유(보내고 받기)  
☐ ⑥ 지도 및 위치 공유  
☐ ⑦ 투표하기  
☐ ⑧ 제휴서비스(플러스친구, 할인정보 등)  
☐ ⑨ 택배 배송정보 확인(카카오알림톡 등)  
☐ ⑩ 송금 서비스  
☐ ⑪ 기타(적어 주십시오: )

▶ SNS(소셜 네트워크 서비스) 이용에 관한 내용입니다.  
만6세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

**SNS(Social Network Service)란?**

인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유하는 활동으로 타인이 게시한 콘텐츠를 단순히 열람·관찰하는 행위도 포함

예) 페이스북, 인스타그램, 네이버 밴드, 카카오톡스토리, 트위터, 블로그, 카페, 구글 플러스, 웨이보, 텀블러, 링크드인 등

- 22** 최근에 언제 SNS(소셜 네트워크 서비스)를 이용하셨습니다? 컴퓨터(PC)로 이용하는 경우와 모바일 기기로 이용하는 경우에 따라 각각 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

이용시기	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(1) 최근 24시간 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 24시간 초과 ~ 1주일 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 1주일 초과 ~ 1개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 1개월 초과 ~ 3개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 3개월 초과 ~ 1년 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) SNS 이용 안한 지 1년 넘음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) SNS 이용한 적 없음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

컴퓨터(PC), 모바일 모두 (6), (7)인 경우 27번으로

- 23** SNS 평균 이용 빈도와 1회 평균 이용 시간은 얼마나 되십니까?

- ☐ ① 하루 (평균 \_\_\_\_\_ 회, 1회 평균 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ② 1주일 (평균 \_\_\_\_\_ 회, 1회 평균 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ③ 한 달 (평균 \_\_\_\_\_ 회, 1회 평균 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ④ 6개월 (평균 \_\_\_\_\_ 회, 1회 평균 \_\_\_\_\_ 분)  
☐ ⑤ 1년 (평균 \_\_\_\_\_ 회, 1회 평균 \_\_\_\_\_ 분)



**24** SNS에 접속할 때 이용하는 기기는 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 데스크탑 컴퓨터  
☐ ② 노트북 컴퓨터  
☐ ③ 스마트폰(갤럭시, 아이폰, G 등)  
☐ ④ 스마트패드(갤럭시탭, 아이패드 등)  
☐ ⑤ TV(스마트TV 등 인터넷이 연결된 TV)  
☐ ⑥ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

**25** 평소 자주 이용하는 SNS 서비스는 다음 중 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. 1순위 혹은 2순위 까지만 선택하셔도 무방합니다.

1순위(        ) → 2순위(        ) → 3순위(        )

- ① 페이스북                      ② 인스타그램  
 ③ 네이버 밴드                ④ 카카오톡  
 ⑤ 트위터                      ⑥ 네이버 블로그  
 ⑦ 네이버 카페                ⑧ 구글 플러스  
 ⑨ 웨이보                      ⑩ 텀블러  
 ⑪ 링크드인  
 ⑫ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

**26** SNS를 이용하는 이유를 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오.

1순위(        ) → 2순위(        ) → 3순위(        )

- ① 친교·교제를 위해서  
 ② 타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서  
 ③ 일상생활에 대한 기록을 위해서  
 ④ 취미·여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서  
 ⑤ 정보나 지식, 사건사고 등을 공유하기 위해서  
 ⑥ 단순히 시간을 보내기 위해서  
 ⑦ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)  
 ⇒ 만12세 미만(2006년 7월 1일 이후 출생자)은 41번으로 이동하십시오

**27** SNS 비이용자만 응답 SNS를 이용하지 않는 이유는 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 필요가 없어서  
☐ ② 모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서  
☐ ③ 사생활 및 개인정보 유출이 우려되어서  
☐ ④ SNS를 통해 알려진 정보는 믿을 수 없어서  
☐ ⑤ 이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서  
☐ ⑥ 시간이 없어서  
☐ ⑦ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)  
 ⇒ 만12세 미만(2006년 7월 1일 이후 출생자)은 41번으로 이동하십시오

▶ 클라우드 서비스 이용에 관한 내용입니다.  
 만12세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

#### 클라우드 서비스(Cloud Service)란?

미디어 파일(사진, 음악 등) 및 개인 파일(문서, 주소록 등)을 외부 저장 공간이 아닌 웹서버에 저장하는 서비스로 보관된 파일은 컴퓨터, 스마트폰 등으로 다운로드 후 편집 등 원하는 작업 수행 가능

예) 드라이브형(네이버 클라우드, 구글 드라이브, 아이 클라우드, 올레 U 클라우드, SKT 클라우드베리, LG U+박스, MS 원드라이브, 드롭박스 등)  
 문서작업(구글 독스, MS 오피스 365 등)  
 일정/연락처(구글 캘린더, 네이버 캘린더, 네이버 주소록 등)

**28** 최근에 언제 클라우드 서비스를 이용하셨습니다?

- ☐ ① 최근 24시간 이내  
☐ ② 24시간 초과 ~ 1주일 이내  
☐ ③ 1주일 초과 ~ 1개월 이내  
☐ ④ 1개월 초과 ~ 3개월 이내  
☐ ⑤ 3개월 초과 ~ 1년 이내  
☐ ⑥ 클라우드 서비스 이용 안한 지 1년 넘음 ⇒ 30번으로  
☐ ⑦ 클라우드 서비스 이용한 적 없음 ⇒ 30번으로

**29** 클라우드 서비스를 이용하는 목적은 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

항 목	업무용 (✓)	개인용 (✓)
(1) 자료 및 정보 관리 (파일 올리기, 내려 받기, 폴더 및 파일 공유 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 문서 편집 (구글 독스, MS 오피스 365 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 멀티미디어 콘텐츠 스트리밍 재생 (음악 듣기, 동영상 보기 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 기기에 저장된 일정, 연락처 등 동기화 및 관리 (캘린더형 드라이브 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



▶ 인터넷쇼핑(무료 콘텐츠 구매 포함) 이용에 관한 내용입니다.  
만12세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

#### 인터넷쇼핑이란?

각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료 애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함  
예) 옥션, G마켓, 이마트몰 등 쇼핑물 웹/모바일 사이트 통해 구매  
쿠팡, 티몬 등 소셜커머스 웹/모바일 사이트 통해 구매  
중고나라, 셀잇, 번개장터 등 중고거래 웹/모바일 사이트 통해 구매  
구글 플레이, 애플 앱스토어 등을 통한 유료 앱 구매

30 최근에 언제 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함) 하셨습니까? 컴퓨터(PC)로 이용하는 경우와 모바일 기기로 이용하는 경우에 따라 각각 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

이용시기	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(1) 최근 24시간 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 24시간 초과~1주일 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 1주일 초과~1개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 1개월 초과~3개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 3개월 초과~1년 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 인터넷쇼핑 이용 안한 지 1년 넘음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 인터넷쇼핑 이용한 적 없음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

컴퓨터(PC), 모바일 모두 (6), (7)인 경우 37번으로

31 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 얼마나 자주 구매(예약·예매 포함) 하십니까?

- ☐ ① 하루 (평균 \_\_\_\_\_회)  
☐ ② 1주일 (평균 \_\_\_\_\_회)  
☐ ③ 한 달 (평균 \_\_\_\_\_회)  
☐ ④ 6개월 (평균 \_\_\_\_\_회)  
☐ ⑤ 1년 (평균 \_\_\_\_\_회)

32 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 금액은 월평균 어느 정도입니까? 2017년 7월부터 2018년 6월까지 구매 경험을 기반으로 월 평균 금액을 기재해 주십시오.

월 평균 \_\_\_\_\_ 원

33 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)할 때 이용하시는 결제수단은 무엇입니까? 컴퓨터(PC) 쇼핑 및 모바일 쇼핑 방법을 구분하여 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

구 분	컴퓨터(PC) 쇼핑 (✓)	모바일 쇼핑 (✓)
(1) 신용카드	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 체크카드 / 직불카드	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 간편결제 - 신용카드 연동	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 간편결제 - 체크/직불카드 연동	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 휴대폰 소액결제(통신 과금 서비스)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 인터넷뱅킹 계좌이체(무통장 입금)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) ATM 계좌이체(무통장 입금)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 모바일뱅킹 계좌이체(무통장 입금)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) 선불카드 및 상품권	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) 마일리지 및 포인트	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11) 기타(적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34 인터넷을 통해 구매(예약·예매 포함)한 상품 또는 서비스는 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

항 목	컴퓨터(PC) 쇼핑 (✓)	모바일 쇼핑 (✓)
(1) 도서, 잡지, 신문 (다운로드, 오프라인 배송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 생활/주방 용품 (세제, 일회용품, 주방기기 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 유·아동 용품 (기저귀, 유모차, 출산·육아 관련 용품 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 컴퓨터 및 컴퓨터 주변기기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 컴퓨터 게임 또는 비디오 게임 소프트웨어 (다운로드, 오프라인 배송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 컴퓨터 소프트웨어(게임 제외) (다운로드, 오프라인 배송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 화장품	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) 금융 상품(보험가입 및 주식거래)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) 식재료, 음식	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11) 건강기능식품(홍삼, 비타민 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12) 영화, 동영상, 이미지(영화, TV 프로그램 등) (다운로드, 스트리밍, 오프라인 배송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(13) 음악(음원 사이트 이용 등) (다운로드, 스트리밍, 오프라인 배송 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





항 목	컴퓨터(PC) 쇼핑 (✓)	모바일 쇼핑 (✓)
(14) 가전, 전자제품(카메라, 이동전화 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(15) 가구, 인테리어 용품 (침구, 책상, 옷장 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(16) 영화, 문화공연 (미술관 · 스포츠 관람 등 예약 · 예매)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(17) 여행 상품 (패키지, 숙소, 교통, 렌터카 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(18) 교육	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(19) 교환권 (카페, 편의점 상품권, 기프트콘 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(20) 유료 콘텐츠		
① 유료 앱(애플리케이션)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 휴대폰 통화 연결음, 이모티콘, 배경화면 등	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 웹툰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 게임아이템(PC, 스마트폰 게임 아이템)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 성인용 콘텐츠	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(21) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**35** 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)할 때 이용하는 기기는 무엇입니까? 해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

- ☐ ① 데스크탑 컴퓨터  
☐ ② 노트북 컴퓨터  
☐ ③ 스마트폰(갤럭시, 아이폰, G 등)  
☐ ④ 스마트패드(갤럭시탭, 아이패드 등)  
☐ ⑤ TV(스마트TV 등 인터넷이 연결된 TV)  
☐ ⑥ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

**36** 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하면서 다음과 같은 불편 및 피해를 경험한 적이 있습니까? 해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

- ☐ ① 제품 구입 신청 후 해지나 철회가 안 됨  
☐ ② 제품 구입 신청 후 배달이 지연됨  
☐ ③ 제품 구입 신청 후 배달이 안 됨  
☐ ④ 주문 제품과 다른 물품 또는 하자 있는 물품 배달  
☐ ⑤ 배달된 제품의 반품 또는 환불이 어려움  
☐ ⑥ 제품에 대한 사후 서비스가 안 됨  
☐ ⑦ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)  
☐ ⑧ 불편 및 피해 경험 없음

⇒ 응답 후 38번으로 이동

**37** 인터넷쇼핑 비이용자만 응답 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하지 않은 이유는 무엇입니까? 해당사항을 **모두** 선택해 주십시오.

- ☐ ① 관심 또는 필요가 없어서  
☐ ② 직접 매장에서 구매하는 것을 선호하므로  
☐ ③ 보안문제가 우려되어서  
☐ ④ 사생활 침해가 우려되어서  
☐ ⑤ 인터넷으로 판매되는 상품 및 서비스를 신뢰할 수 없어서  
☐ ⑥ 결제 과정이 복잡하고 불편해서  
☐ ⑦ 이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서  
☐ ⑧ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

▶ 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함) 이용에 관한 내용입니다.  
만12세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

#### 인터넷뱅킹이란?

인터넷 상에서의 저축, 송금, 투자, 자산관리 등 모든 은행거래 활동을 포함하며 각 금융사가 제공하는 모바일 애플리케이션을 이용한 모바일뱅킹 서비스도 포함

예) 각 은행별 PC기반 인터넷뱅킹 서비스 및  
KB국민은행 스타뱅킹, 신한S뱅크, NH농협 스마트뱅킹,  
KEB하나은행 스마트폰 뱅킹 등 모바일뱅킹 서비스

**38** 최근 1년간 은행거래를 하신 경험이 있습니까?

※ 인터넷을 통한 은행거래를 포함하여 실제 생활에서 은행거래를 의미함

- ☐ ① 예 ☐ ② 아니요 ⇒ 41번으로

**39** 최근에 언제 인터넷뱅킹을 이용하셨습니다? 컴퓨터(PC)로 이용하는 경우와 모바일 기기로 이용하는 경우에 따라 각각 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

이용시기	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(1) 최근 24시간 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 24시간 초과 ~ 1주일 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 1주일 초과 ~ 1개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 1개월 초과 ~ 3개월 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 3개월 초과 ~ 1년 이내	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 인터넷뱅킹을 이용 안한 지 1년 넘음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 인터넷뱅킹을 이용한 적 없음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

컴퓨터(PC), 모바일 모두 (6), (7)인 경우 41번으로



**40** 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함) 서비스에 접속할 때 이용하는 기기는 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 데스크탑 컴퓨터  
☐ ② 노트북 컴퓨터  
☐ ③ 스마트폰(갤럭시, 아이폰, G 등)  
☐ ④ 스마트패드(갤럭시탭, 아이패드 등)  
☐ ⑤ TV(스마트TV 등 인터넷이 연결된 TV)  
☐ ⑥ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

▶ 정보통신 기기의 보유 및 이용여부에 관한 내용입니다.  
 인터넷 이용여부에 관계없이 만6세 이상이면  
 모두 응답해주시기 응답해 주시기 바랍니다.

**41** 다음과 같은 휴대 가능한 정보통신 기기를 보유·이용하고 있습니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

※ (2)스마트폰은 현재 이동통신사에 가입한 상태인 기기를 기준으로 보유 여부를 체크하여 주시기 바랍니다.

항 목	보유 여부 (✓)	인터넷 이용여부 (✓)
(1) 노트북 컴퓨터	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 스마트폰 (삼성 갤럭시 S9, LG G7, 애플 아이폰X, 화웨이 P20, 샤오미 Mi8 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 일반 이동전화 (스마트폰 제외)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 스마트패드 (갤럭시탭, 아이패드 등 태블릿)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4-1) 보유한 스마트패드 단말기명 (적어 주십시오: _____)		
(5) PDA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) MP3플레이어	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 게임기 (플레이스테이션, PSP, XBOX, 닌텐도 3DS, 닌텐도 스위치 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 전자책 단말기 (크레마, 아이리버 샘, 킨들, 코보 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) 웨어러블 기기 (삼성 기어S, 애플워치, 샤오미 미밴드, 핏 빗 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

▶ 웨어러블 기기에 대한 내용입니다.  
 만6세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

**웨어러블 기기(Wearable Device)란?**

시계, 안경, 의복 등의 형태로 신체에 착용하여, 주변 환경 및 개인의 신체 변화 정보를 실시간으로 수집하고 인터넷을 통해 공유·활용하는 기기

예) 스마트 밴드, 스마트 워치, 미아방지 목걸이 등

**42** 보유하신 웨어러블 기기 종류는 다음 중 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

항 목	보유 (✓)
(1) 시계형 (삼성 기어S, 애플워치, LG 워치 어베인, 소니 스마트워치 등)	<input type="checkbox"/>
(2) 밴드형 (미밴드, 핏빗, 삼성 기어핏, 소니 스마트밴드, 나이키 퓨얼밴드 등)	<input type="checkbox"/>
(3) 영·유아 및 노약자 기기 (LG 키즈온, T키즈폰 준, 올레톡톡, 유니버토키, 라인 키즈폰, 리니어블, 위치알리미, 배회감지기, allB 등)	<input type="checkbox"/>
(4) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>
(5) 보유하지 않음 ⇒ 44번으로	<input type="checkbox"/>

**43** 웨어러블 기기 보유자만 응답 웨어러블 기기의 기능 중 이용하고 계신 서비스를 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신  
☐ ② 인터넷을 통한 정보검색 기능  
☐ ③ 심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강관리 기능  
☐ ④ 이동거리, 경로 기록 기능  
☐ ⑤ 길 안내 기능  
☐ ⑥ 가상·증강현실 체험 기능  
☐ ⑦ 영유아 및 노약자의 위치 확인 등 추적, 보호 기능  
☐ ⑧ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

⇒ 만12세 미만(2006년 7월 1일 이후 출생자) 중 최근 1개월 이내 인터넷  
 이용자(문 05번에서 ①~③ 응답자는 설문이 종료되었습니다.  
 그 외 만12세 미만은 47번으로 이동하십시오)





▶ 스마트폰 이용에 대한 내용입니다.  
스마트폰을 보유한 만12세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

**44 스마트폰 이용자 대상** 스마트폰에서 주로 이용하는 앱은 무엇입니까? 순서에 상관없이 3가지를 선택해 주십시오.

(            ), (            ), (            )

- ① 사진 및 동영상
- ② 뉴스
- ③ 채팅, SNS 등 커뮤니케이션
- ④ 금융
- ⑤ 게임
- ⑥ 맛집 등 지역정보
- ⑦ 음악, 미디어
- ⑧ 내비게이션 및 지도
- ⑨ 쇼핑
- ⑩ 건강, 스포츠
- ⑪ 호텔예약 등 여행
- ⑫ 사진, 백과사전 등 지식
- ⑬ 버스, 철도, 항공 등 공공 교통수단
- ⑭ 날씨, 미세먼지 등 기상정보
- ⑮ 전자책, 도서, 웹툰
- ⑯ 메모, 달력, 문서관리 등 생산성
- ⑰ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

**45 스마트폰 이용자 대상** 평소 한 대의 스마트폰을 구입하신 후 얼마나 오랫동안 사용하고 다른 기기로 교체 하십니까?

평균 \_\_\_\_\_년 \_\_\_\_\_개월

**46 스마트폰 이용자 대상** 스마트폰을 교체하는 가장 큰 이유는 무엇입니까? 가장 최근에 교체한 스마트폰을 기준으로 다음 중 한 가지만 골라 표시하여 주십시오.

- ☐ ① 약정이 끝나서
- ☐ ② 기존 기기의 고장으로
- ☐ ③ 기존 기기를 분실해서
- ☐ ④ 새로운 기기에 대한 호기심으로
- ☐ ⑤ 유행을 따르기 위해
- ☐ ⑥ 기존 기기에 싫증이 나서
- ☐ ⑦ 기존 기기의 성능이 낮아져서
- ☐ ⑧ 업무/학업에 필요해서
- ☐ ⑨ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)
- ☐ ⑩ 한 번도 교체한 적 없음

⇒ 최근 1개월 이내 인터넷 이용자로 05번에서 ①~③ 응답자는  
설문이 종료되었습니다

▶ 인터넷 비이용자에 관한 내용입니다.

※ 2페이지 문05번(최근 인터넷 이용 시기)에서 ④~⑦ 응답자만 응답합니다.

**47** 인터넷을 전혀 또는 최근 1개월 이내 이용하지 않은 이유는 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

- ☐ ① 관심 또는 필요가 없어서
- ☐ ② 이용 할 자신이 없거나 이용 방법을 몰라서
- ☐ ③ 이용 비용이 부담스러워서
- ☐ ④ 컴퓨터 등 장비가 없어서
- ☐ ⑤ 시간이 없어서
- ☐ ⑥ 콘텐츠 내용이 해로울 것 같아서  
(자녀 유해사이트에 대한 접근 우려 등)
- ☐ ⑦ 사생활 침해가 우려되어서(개인정보 유출 등)
- ☐ ⑧ 보안문제가 우려되어서(바이러스 감염 등)
- ☐ ⑨ 기타(적어 주십시오: \_\_\_\_\_)

**48** 향후 인터넷을 이용할 의향이 있습니까?

- ☐ ① 있음
- ☐ ② 없음

※ 끝까지 응답해 주셔서 감사드립니다. ※

본 조사에 대해 궁금한 점은 아래로 연락 부탁드립니다.  
인터넷이용실태조사 전용 콜센터  
☎ 070-4774-5581



### 직업코드

“소득을 얻기 위해 하시는 일”을 중심으로 해당되는 코드를 골라 기재해 주십시오.

코드	직업명	직업예시
1	관리자	업무의 80%이상을 기획, 관리 분야에 투입하는 일 • 국회의원, 고위공무원, 단체 또는 기업의 경영자, 고위임원, 관리자, 공동주택관리자 등
2	전문가 및 관련 종사자	• 교수, 교사, IT 및 각종 기술 전문가, 학원강사, 예술인, 모델, 작가, 연예인, 매니저, 운동선수, 종교인, 해외영업원, 기술영업원, 부동산중개사, 프로그래머, 레크레이션강사, 산업 특화 소프트웨어 프로그래머, 놀이 및 행동치료사, 요리 연구가 등
3	사무 종사자	• (중하위직)공무원, 문서/통계/영업지원/전산/회계/홍보 등의 사무원 및 사무보조원, 비서, 접수/발권/전화교환 등 안내직, 고객상담 및 모니터요원, 속기사, 대학 행정조교, 증권 사무원, 의료 서비스 상담 종사원 등
4	서비스 종사자	• 여행(승무원, 여행안내원)/음식·조리(주방장, 조리사)/미용(코디네이터, 분장사)/기타(웨딩플래너 등) 등 각종 대인서비스 • 경찰관 및 수사관, 소방관, 교도관, 청원경찰, 경호원 등 보안관련 서비스 • 요양 보호사, 노인 및 장애인 돌봄 서비스 종사원, 보육 관련 시설 서비스 종사원, 반려동물 훈련사, 문화 관광 및 숲·자연환경 해설사 등
5	판매 종사자	• 대금수납/매표/요금정산원, 보험설계사, 제품/광고 영업원, 매장판매직, 단말기 및 통신 서비스 판매원, 홍보도우미 및 판촉원 등 • 소규모 상점 경영자, 소규모 상점 일선 관리 종사원 등
6	농림어업 숙련 종사자	• 농업 숙련 종사자, 임업 숙련 종사자, 어업 숙련 종사자
7	기능원 및 관련 기능 종사자	• 건설·금속·기계·세공·음식료·선박·자동차 등 각종 기능종사자 또는 물품 제조원 등
8	장치·기계 조작 및 조립 종사자	• 장치·기계조작·조립원/각종 차량 운전원(덤프트럭, 콘크리트 믹서 트럭 등) 등
9	단순노무종사자	• 간이음식점 조리사, 건설단순노무, 건물관리/경비, 건물청소, 배달, 주유원, 단순조립원, 포장원, 제품운반원, 대여 제품 방문 점검원 등 단순노무
A	군인	• 직업군인(장기 부사관 및 준위 등)





**2018**

**인터넷이용실태조사**

**부록 4 - 요약보고서**



## 기본분석

1	조사 개요	140
---	-------	-----

2	인터넷 ‘접속’	141
---	----------	-----

3	인터넷 ‘기반’	146
---	----------	-----

4	인터넷 ‘휴대’	147
---	----------	-----

5	인터넷 ‘소통’	150
---	----------	-----

4	인터넷 ‘생활’	155
---	----------	-----

## 심층분석

1	인터넷 ‘나 혼자 즐긴다’	162
---	----------------	-----

2	인터넷 ‘나이 제한은 없다’	164
---	-----------------	-----

3	인터넷 ‘나는 집에서 쇼핑한다’	166
---	-------------------	-----

4	인터넷 ‘언제 어디서나 이용한다’	168
---	--------------------	-----

# 1 조사 개요



<b>모집단</b>	전국 가구 및 만3세 이상 인구
<b>조사 대상</b>	전국 25,000 가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원
<b>유효 표본</b>	25,000가구 및 가구 내 만3세 이상 가구원 59,970명
<b>조사 방법</b>	가구 방문 면접 조사
<b>조사 기간</b>	2018. 7. 30. - 9. 30.
<b>기준 시점</b>	2018. 7. 1.

<b>표본추출</b>	다단계층화집락추출 (Stratified Multi-stage Cluster Sampling)
<b>추정</b>	사후층화(다단계층화집락추출 추정식 적용) · 가구 : 통계청 장래가구추계의 2018년 추계가구 · 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2018년 추계인구
<b>표본오차</b>	· 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

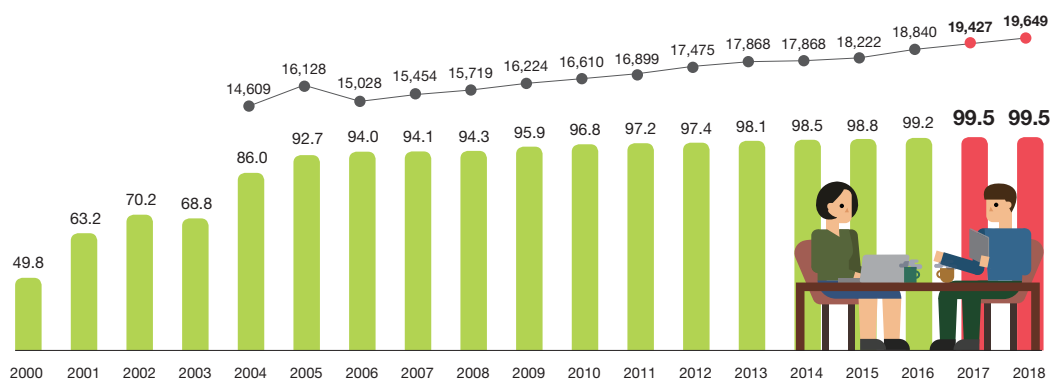


그림 1) 가구 인터넷 접속률 및 접속가구 수 추이(% , 천 가구) - 국내 전체 가구

## 가구 인터넷 접속 방법

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, '모바일인터넷'은 99.9%, '광랜' 80.8%, '케이블 모뎀' 6.8%, 'xDSL' 6.2%, '이동형 무선인터넷 공유기' 3.7%로 나타남

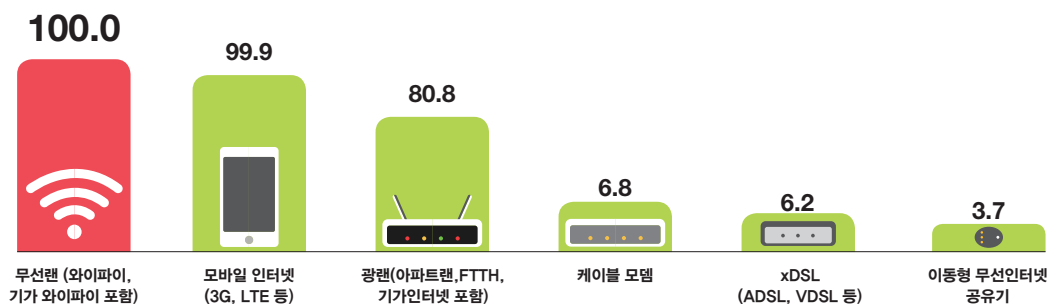


그림 2) 가구 인터넷 접속 방법(복수응답, %) - 인터넷 접속 가구

## 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

### 만 3세 이상 인구의 91.5%가 '인터넷 이용자'

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

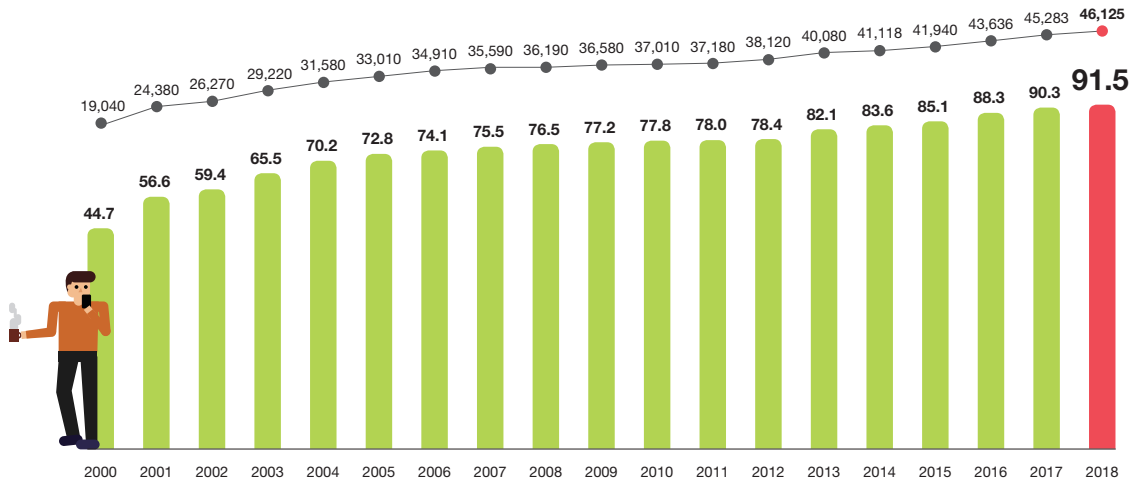


그림 3) 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천명) - 만 3세 이상 인구

## 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

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

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

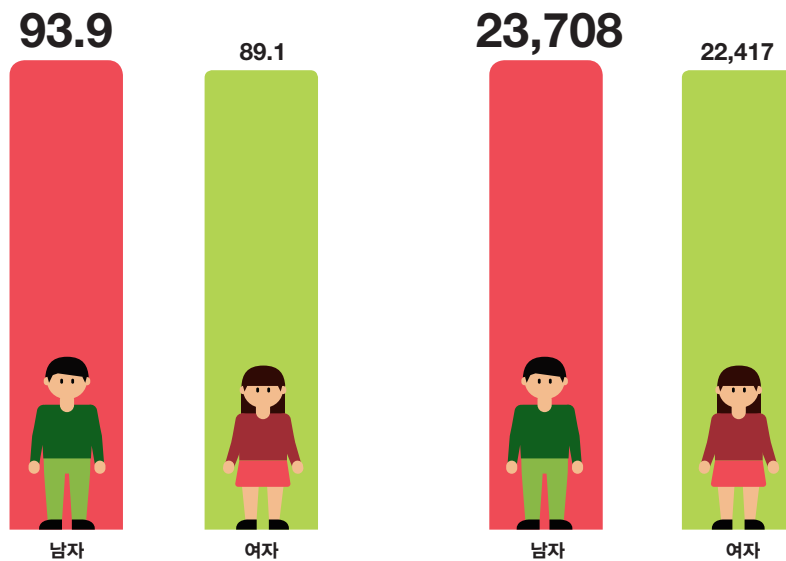


그림 4) 성별 인터넷 이용률(%)

그림 5) 성별 인터넷 이용자 수(천명)

## 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수

### ‘40대’ 인터넷 이용자 수가 가장 많음(8,484천명)

‘10대’(99.9%), ‘20대’(99.9%), ‘30대’(99.9%), ‘40대’(99.7%), ‘50대’(98.7%) 대부분이 인터넷 이용자로 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

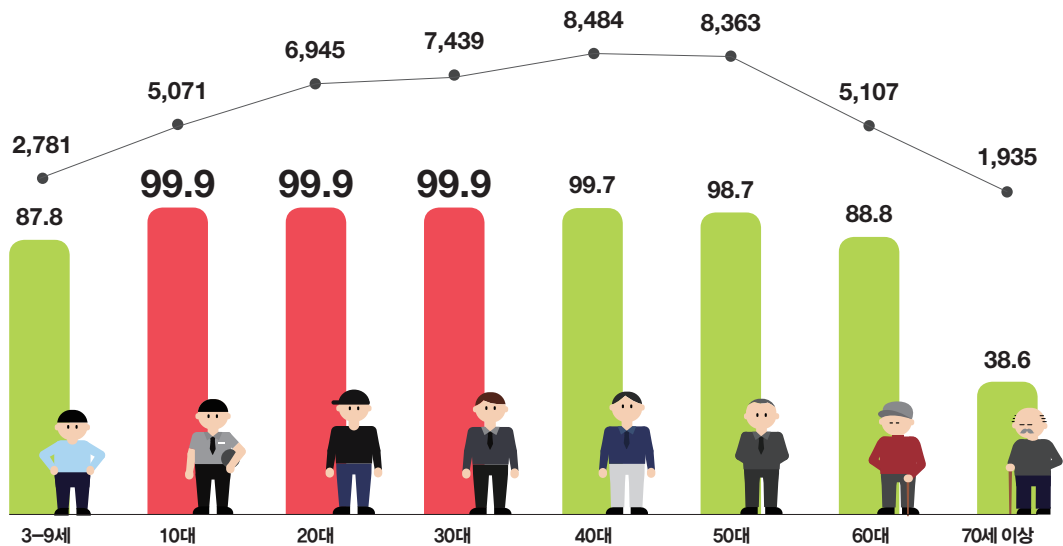
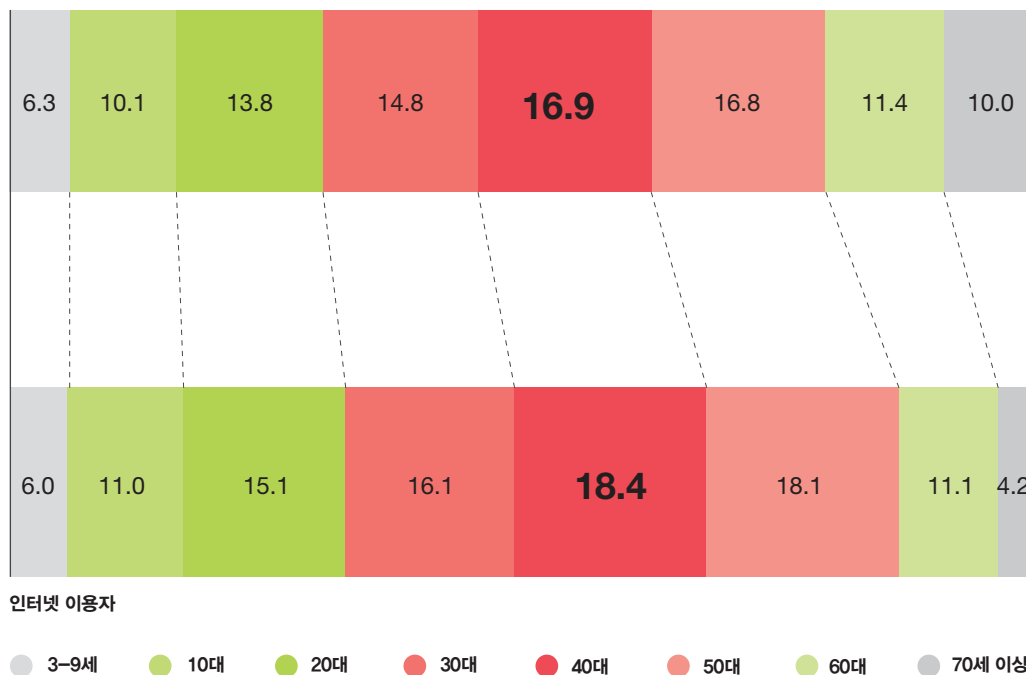


그림 6) 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천명) - 만 3세 이상 인구

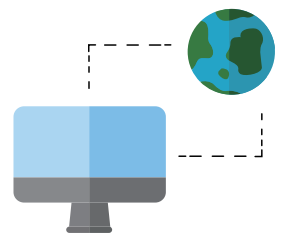
### 전체 인구



인터넷 이용자

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

그림 7) 전체 인구 및 인터넷 이용자의 연령별 구성비 비교(%) - 만 3세 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

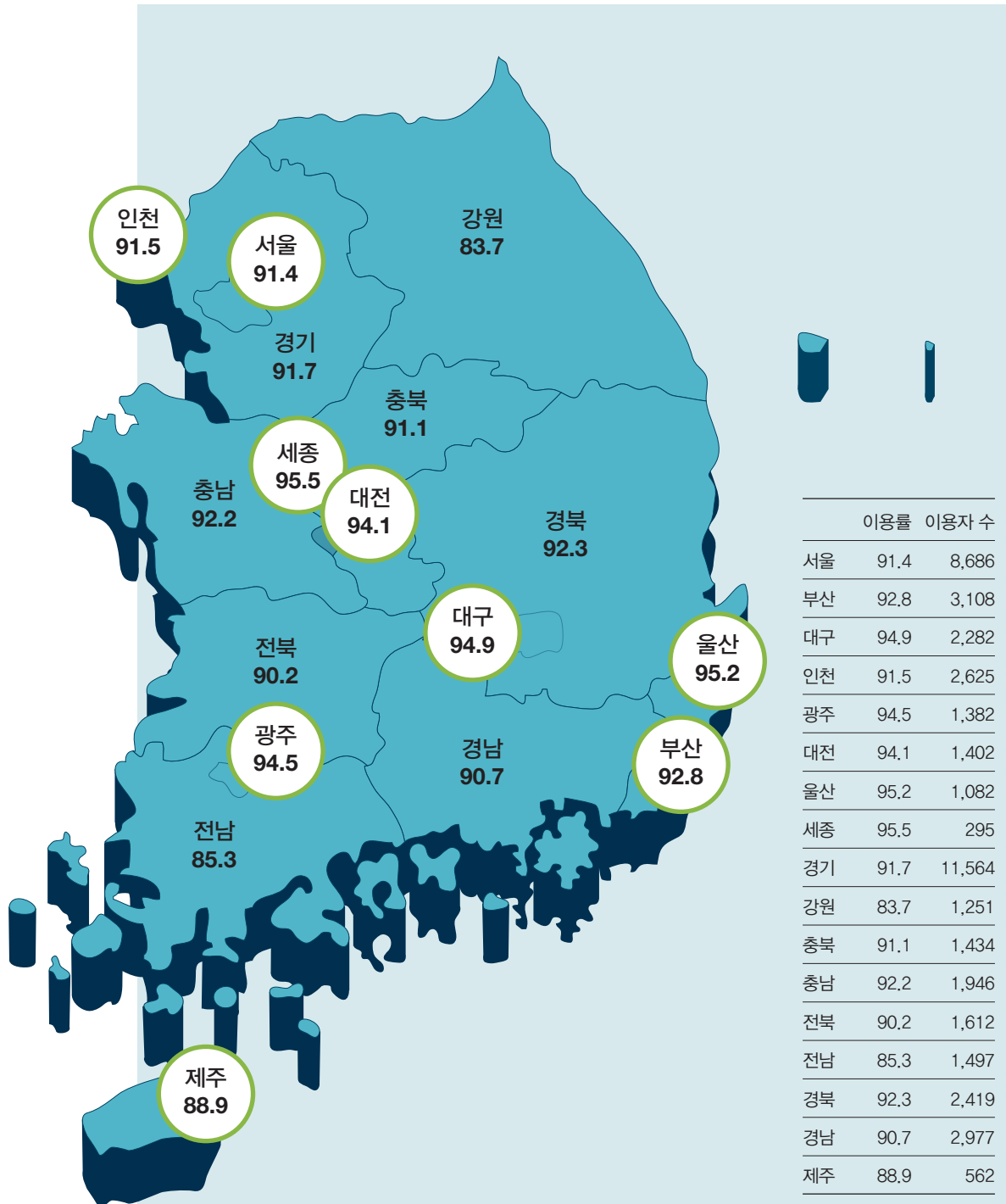


그림 9) 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% 천명) - 만 3세 이상 인구

## 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

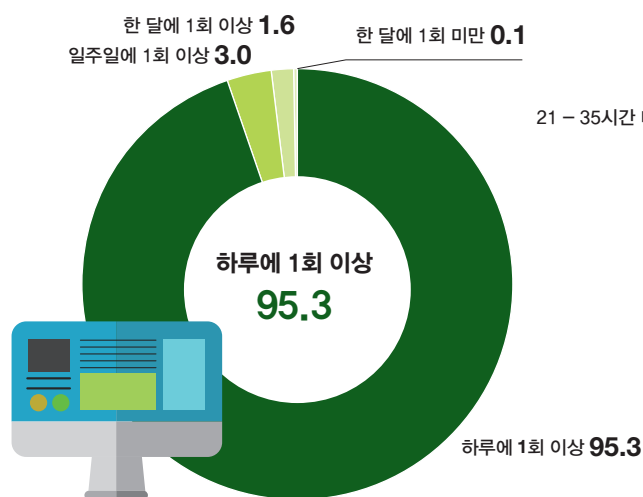


그림 9) 인터넷 이용 빈도(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

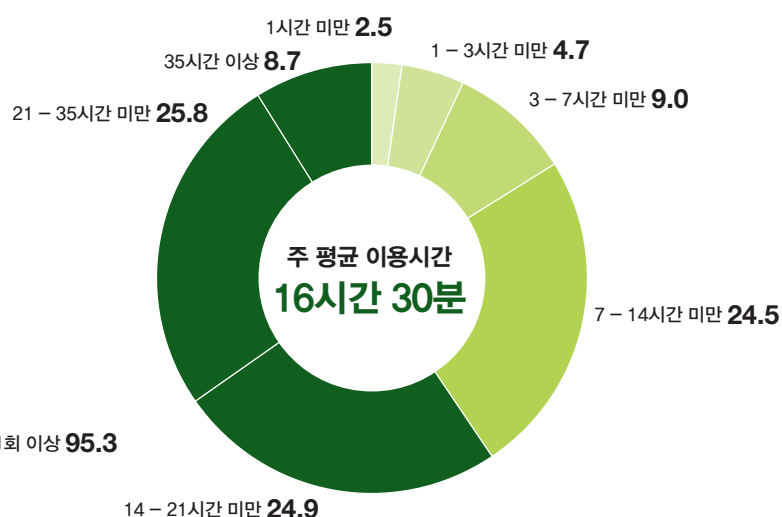


그림 10) 주 평균 인터넷 이용 시간(%) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

## 인터넷 이용 목적

### 인터넷 주 이용 목적은 '커뮤니케이션'(94.8%), '자료 및 정보획득'(93.7%), '여가활동'(92.5%)

만3세 이상 인터넷 이용자는 주로 '커뮤니케이션'(94.8%), '자료 및 정보 획득'(93.7%), '여가활동'(92.5%) 등을 목적으로 인터넷을 이용

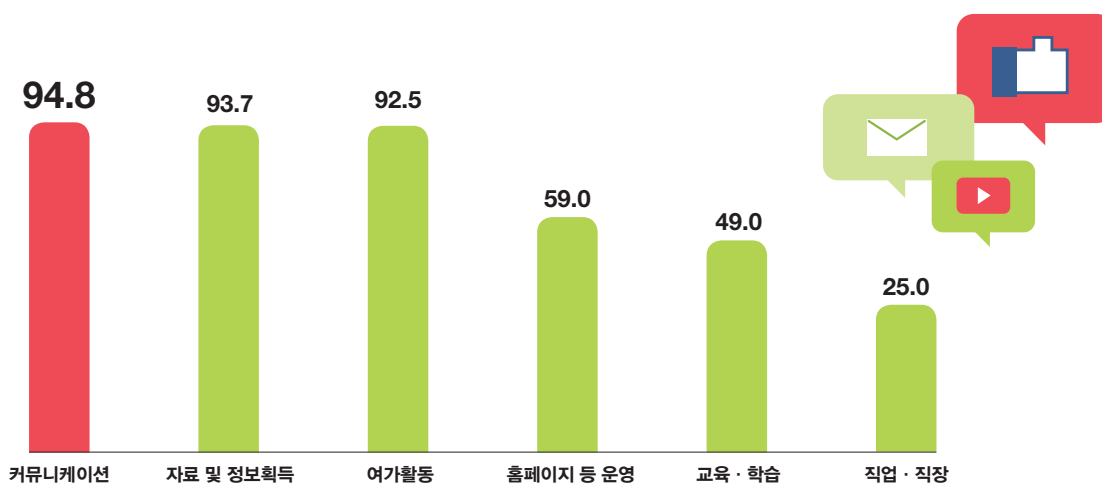


그림 11) 인터넷 이용목적(복수응답, %) - 만 3세 이상 인터넷 이용자

# 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

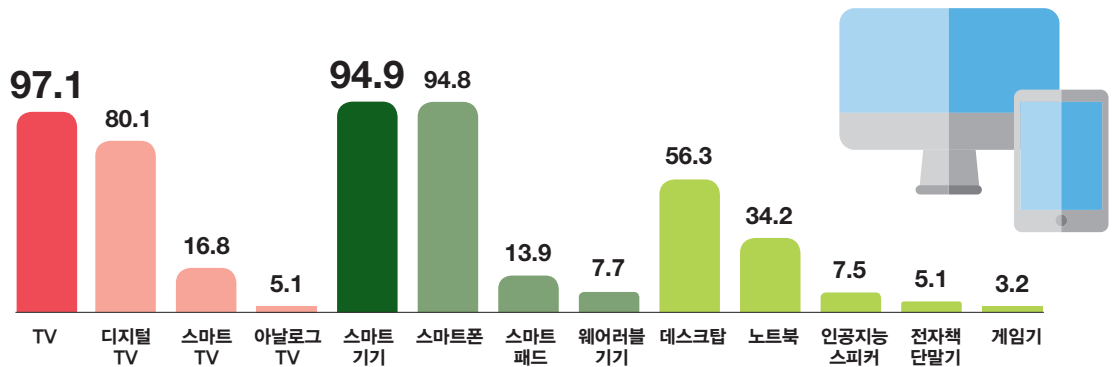


그림 12) 가구 정보통신기기 보유현황(복수응답, %) - 국내 전체 가구

### 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

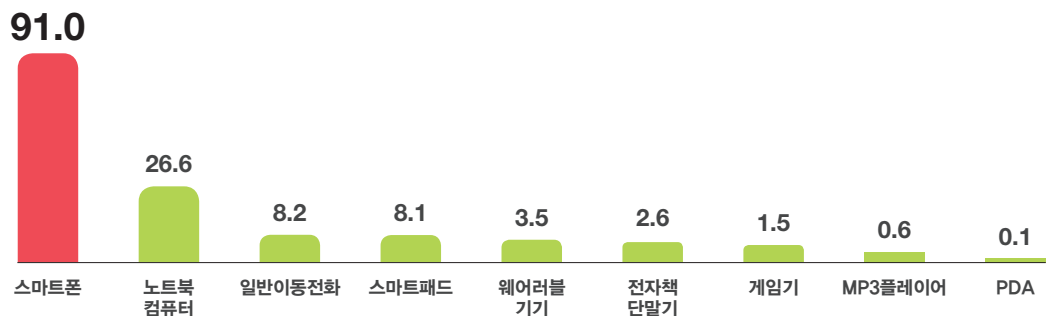
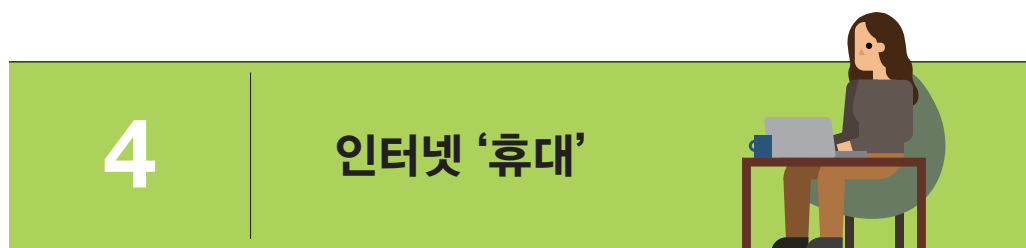


그림 13) 개인 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, %) - 만 6세 이상 인구



## 모바일 인터넷 이용률

### 만3세 이상 인구의 90.4%가 모바일 인터넷 이용자

만3세 이상 인구 중 모바일 인터넷 이용자(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

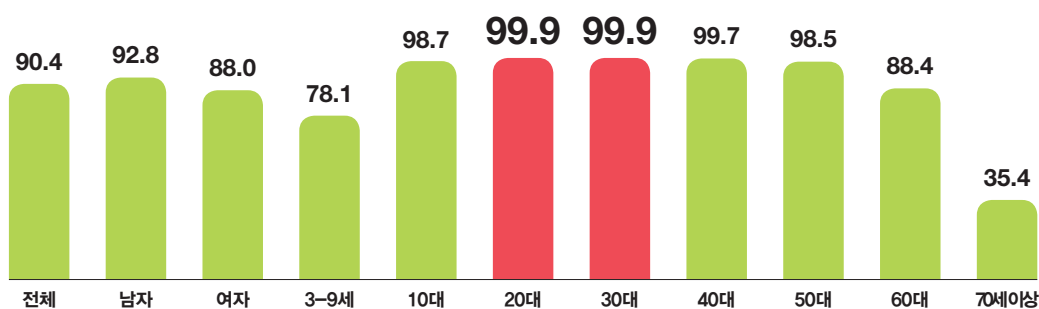


그림 14) 모바일 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

## 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

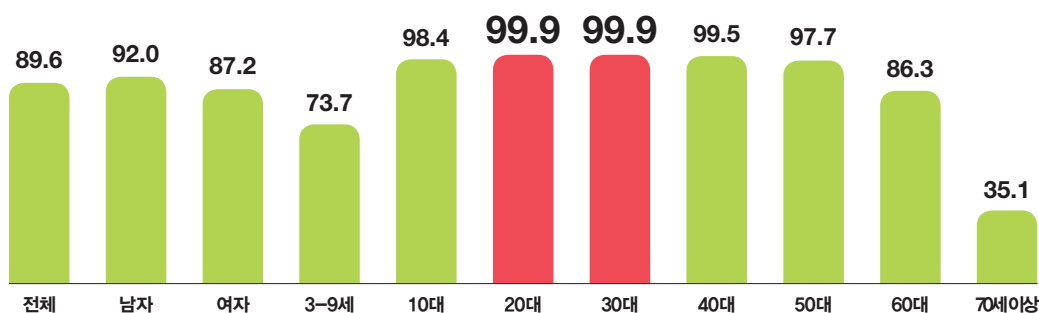


그림 15) 스마트폰 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

## 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

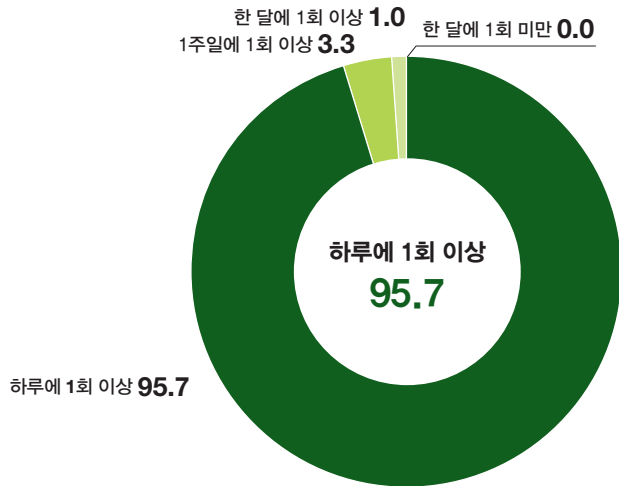


그림 16) 스마트폰 이용빈도(%) - 만 3세 이상 스마트폰 이용자

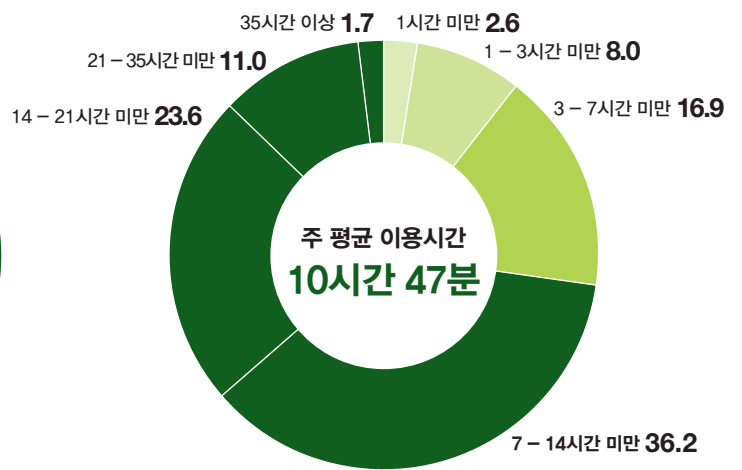


그림 17) 주평균 스마트폰 이용시간(%) - 만 3세 이상 스마트폰 이용자

## 웨어러블 기기 종류별 보유현황

### 웨어러블 기기 보유자는 주로 '시계형'(73.1%) 보유

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

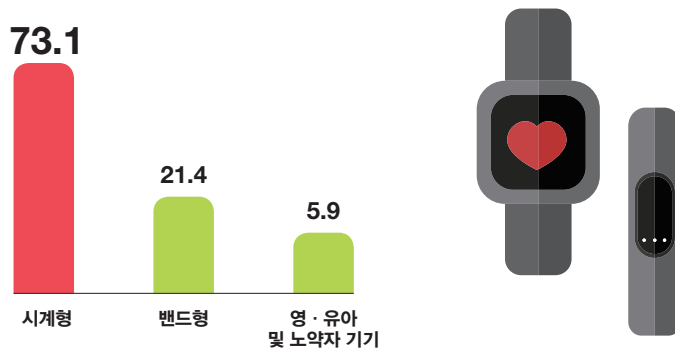


그림 18) 웨어러블 기기 종류별 보유 현황(복수응답, %) - 만 6세 이상 웨어러블기기 보유자



## 웨어러블 기기 이용기능

### 웨어러블 기기의 주 이용기능은 '스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신'(81.5%)

웨어러블 기기 보유자들이 가장 많이 이용하는 기능은 '스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신'(81.5%)이고, '심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강 관리 기능'(53.7%), '이동 거리, 경로 기록 기능'(42.8%)을 다음으로 많이 이용하는 것으로 나타남

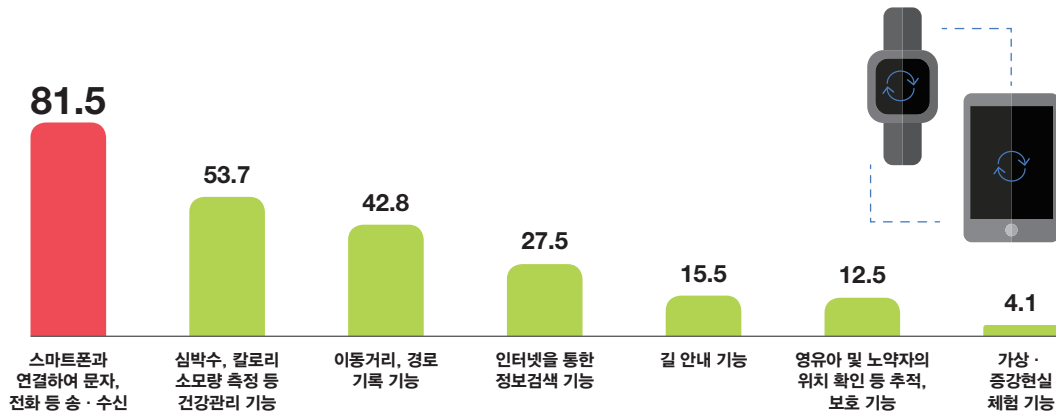


그림 19) 웨어러블 기기 이용 기능(복수응답, %) - 만 6세 이상 웨어러블 기기 보유자

# 5

## 인터넷 '소통'

### 인스턴트 메신저 이용률

#### 만6세 인터넷 이용자의 95.9%가 인스턴트 메신저 이용

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

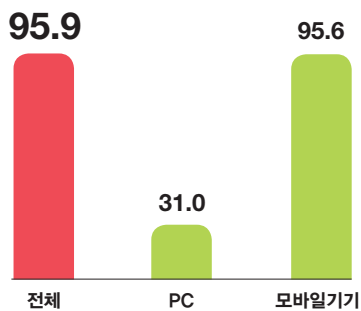
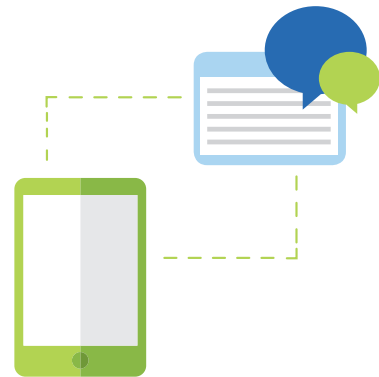


그림 20) 인스턴트메신저 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷이용자



### 주이용 인스턴트 메신저 서비스

#### 가장 많이 이용하는 인스턴트 메신저는 '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

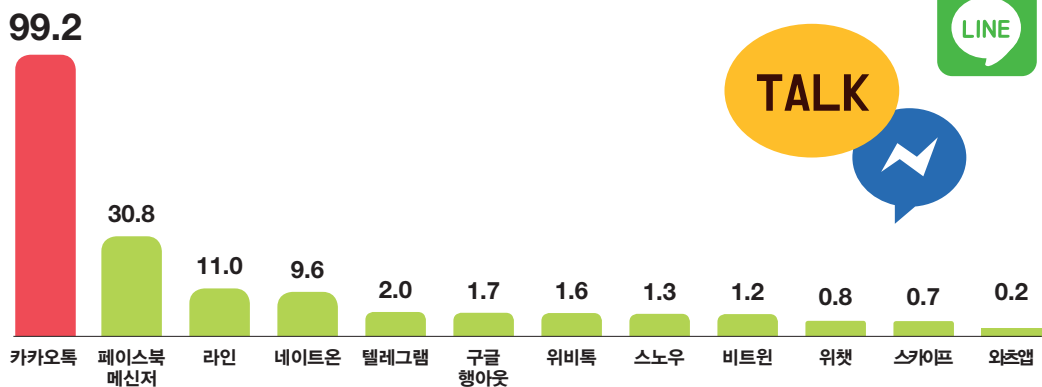


그림 21) 주이용 인스턴트 메신저 서비스(복수응답, %) - 만 6세 이상 인스턴트 메신저 이용자



## 인스턴트 메신저 이용기능

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

인스턴트 메신저 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

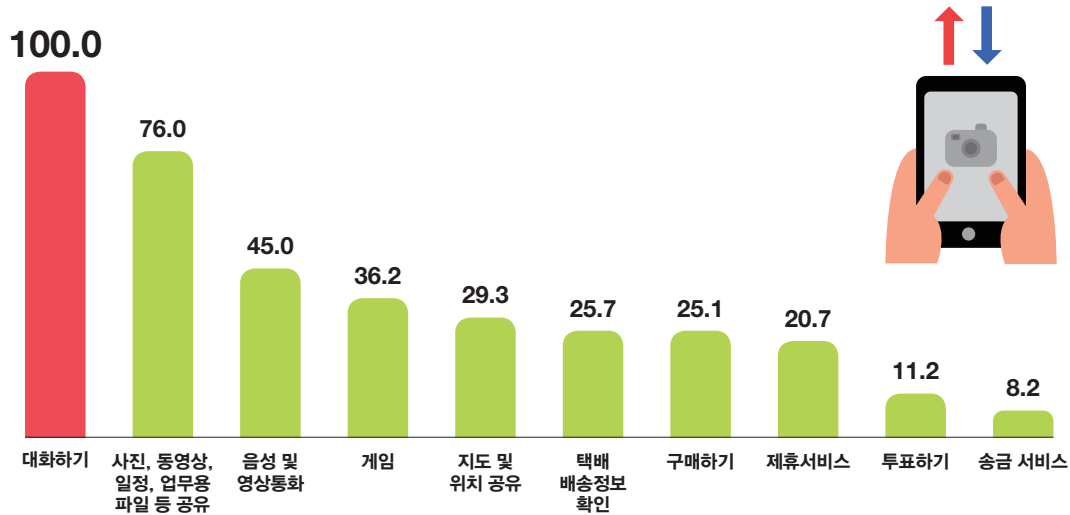


그림 22) 인스턴트메신저 이용기능(복수응답, %) - 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자

## SNS 이용률

### 만6세 이상 인터넷 이용자의 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

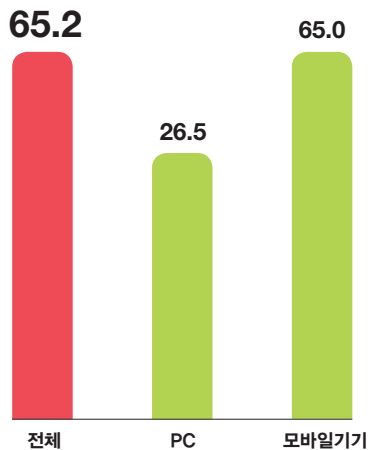


그림 23) SNS 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

## SNS 이용 빈도 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)

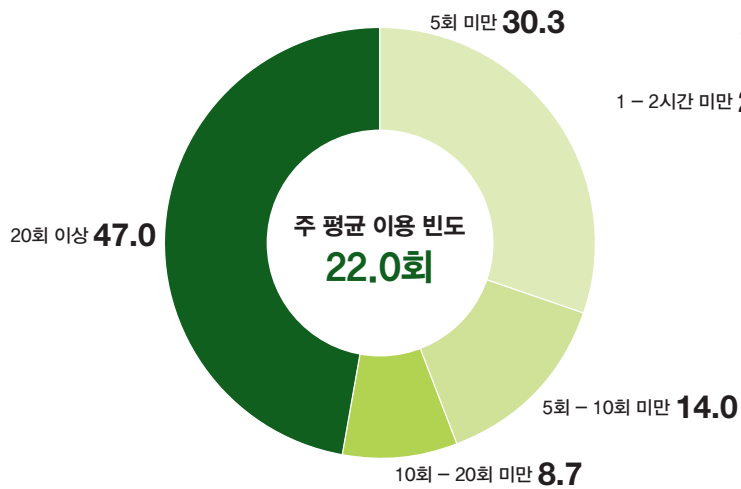


그림 24) 주평균 SNS 이용 빈도(%) - 만 6세 이상 SNS 이용자

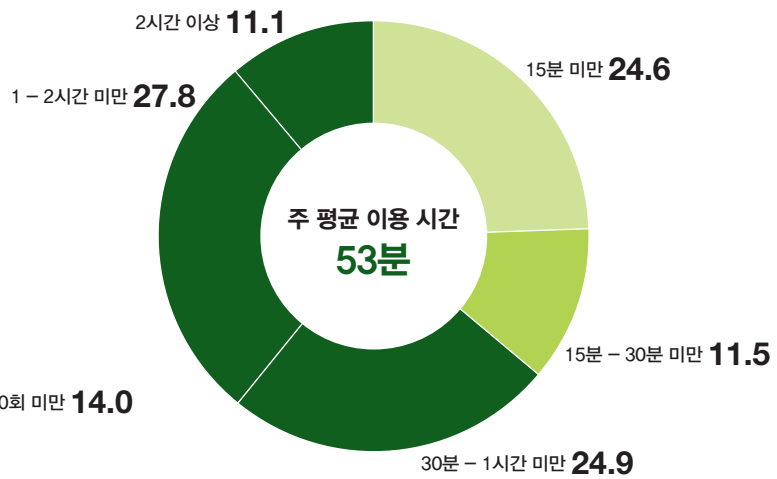


그림 25) 주평균 SNS 이용 시간(%) - 만 6세 이상 SNS 이용자

## 주이용 SNS 서비스

### 주 이용 SNS 서비스는 '페이스북'(65.7%), '카카오스토리'(49.6%), '인스타그램'(41.0%)

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

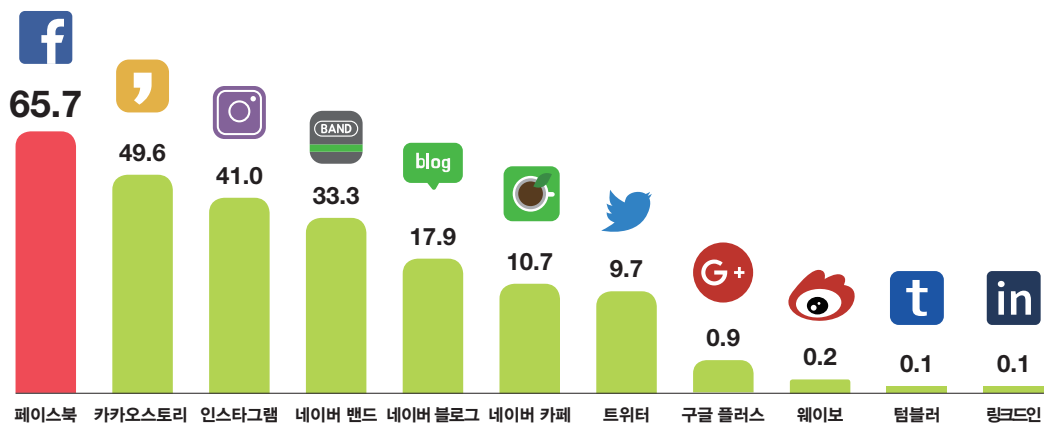


그림 26) 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 SNS 이용자

## SNS 이용 이유

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

만6세 이상 SNS 이용자 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

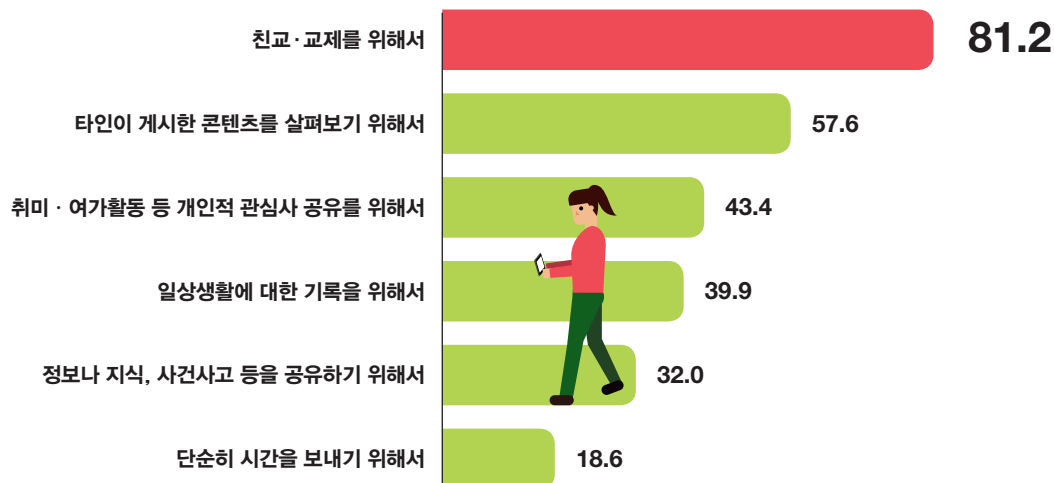


그림 27) SNS 이용 이유(3개 항목 응답, %) - 만 6세 이상 SNS 이용자

## SNS 비이용 이유

### 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

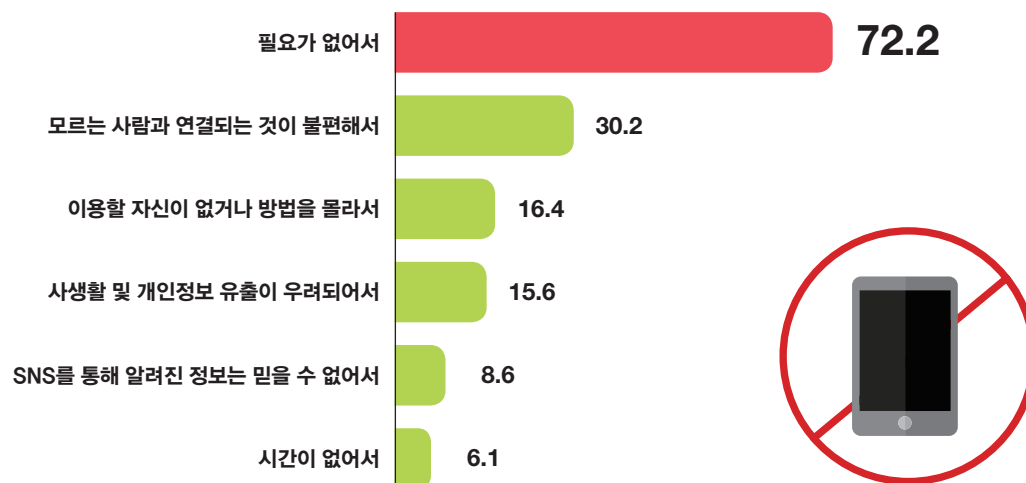


그림 28) SNS 비이용 이유(복수응답, %) - 만 6세 이상 SNS 비이용자

## 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%p 높으며, '20대'(97.5%)의 이메일 이용률이 가장 높음

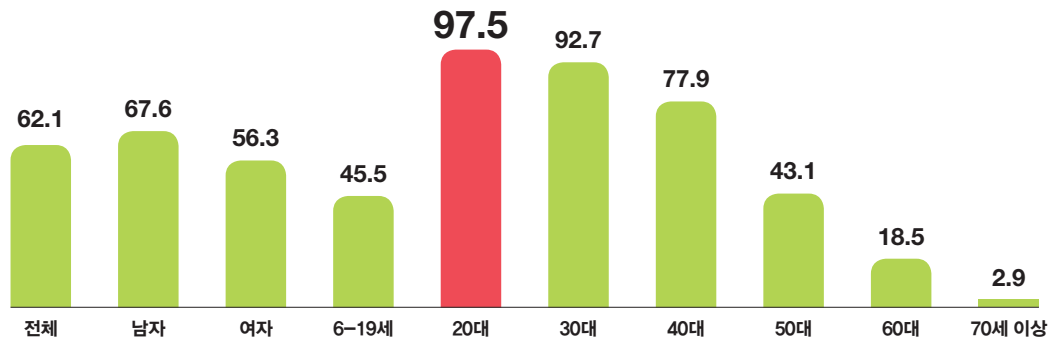


그림 29) 이메일 이용률(%) - 만 6세 이상 인터넷 이용자

## 6

## 인터넷 '생활'

## 인터넷 쇼핑 이용률

**만12세 이상 인터넷 이용자의 62.0%가 인터넷 쇼핑 이용**

만12세 이상 인터넷 이용자 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

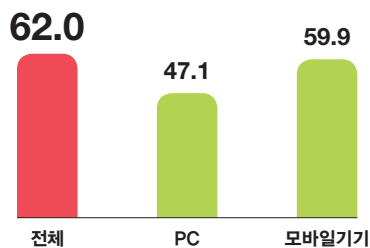
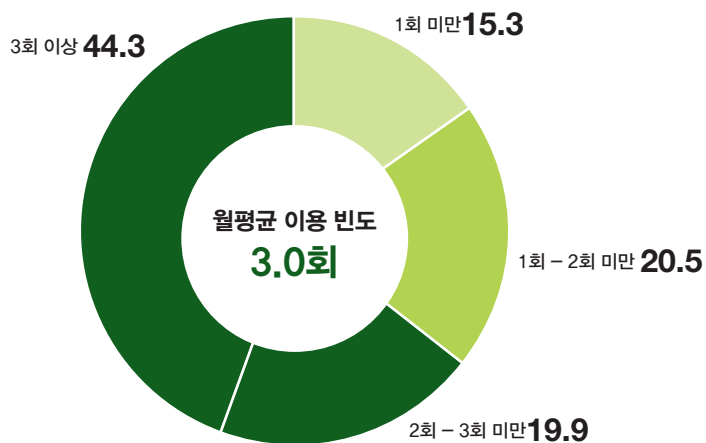


그림 30) 인터넷쇼핑 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자

## 인터넷 쇼핑 빈도 및 구매금액

**인터넷 쇼핑 이용자는 월 평균 3.0회 인터넷 쇼핑 이용, 평균 구매 금액은 96,758원**

만12세 이상 인터넷이용자 중 인터넷 쇼핑 이용자의 월 평균 인터넷 쇼핑 이용빈도는 3.0회('월 3회 이상' 44.3%, '1~2회 미만' 20.5%, '2~3회 미만' 19.9%, '1회 미만' 15.3%)이며, 월평균 구매 금액은 96,758원



월평균 구매 금액: 96,758원



그림 31) 월평균 인터넷 쇼핑 빈도 및 구매금액(%) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

## 인터넷 쇼핑 결제 방법

### 인터넷 쇼핑의 주요 결제 방법은 '신용카드'(79.1%)

만12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자 중 '신용카드'로 결제한 비율이 79.1%로 가장 많았고, 다음으로는 '무통장입금' 41.6%, '체크 카드/직불 카드' 36.5%, '간편 결제' 36.0% 등의 순으로 나타남  
간편결제의 경우 전년(28.7%) 대비 7.3%p 증가해 가장 큰 폭으로 증가한 결제 방법으로 나타남

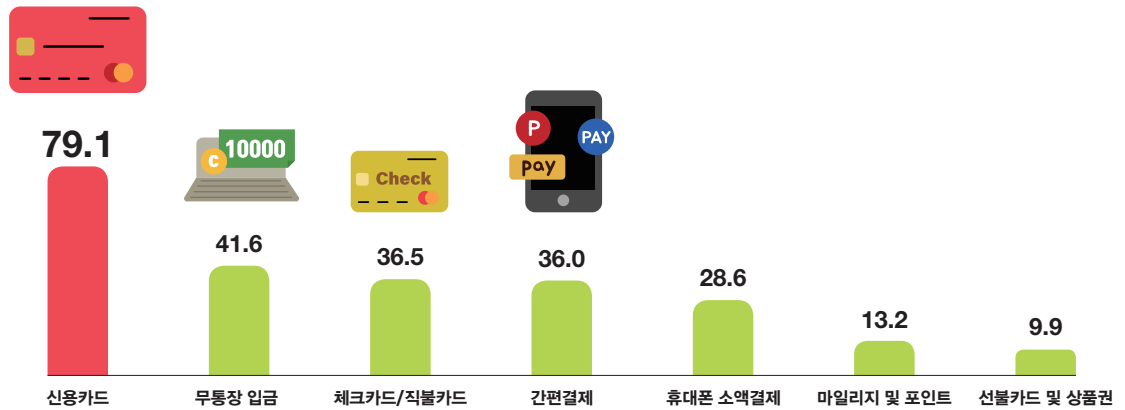


그림 32) 인터넷쇼핑 결제 방법(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자

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

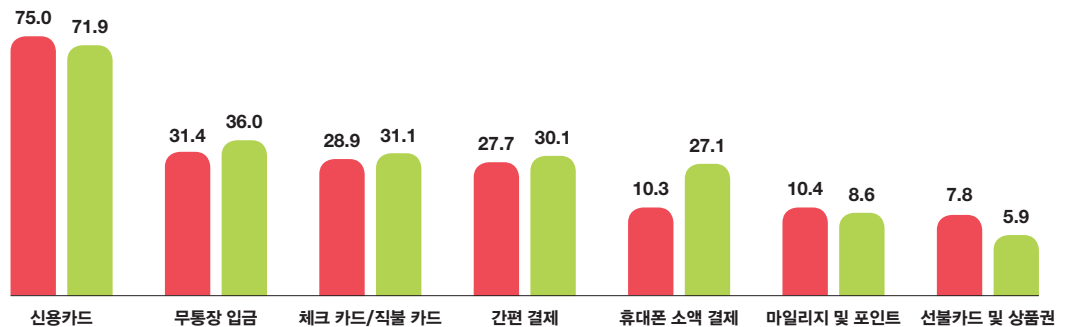


그림 33) 인터넷 쇼핑 결제 방법(복수응답, %) - 만 12세 이상 PC 쇼핑 이용자/모바일 쇼핑 이용자

■ PC ■ 모바일





## 인터넷 쇼핑 품목

### 인터넷 쇼핑의 주요 품목은 '의류, 신발, 스포츠 용품, 액세서리'(87.7%)

만12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자의 구매 품목은 '의류, 신발, 스포츠 용품, 액세서리'가 87.7%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 '영화, 문화 공연'(54.6%), '도서, 잡지, 신문'(48.9%), '화장품'(42.1%) 등의 순임

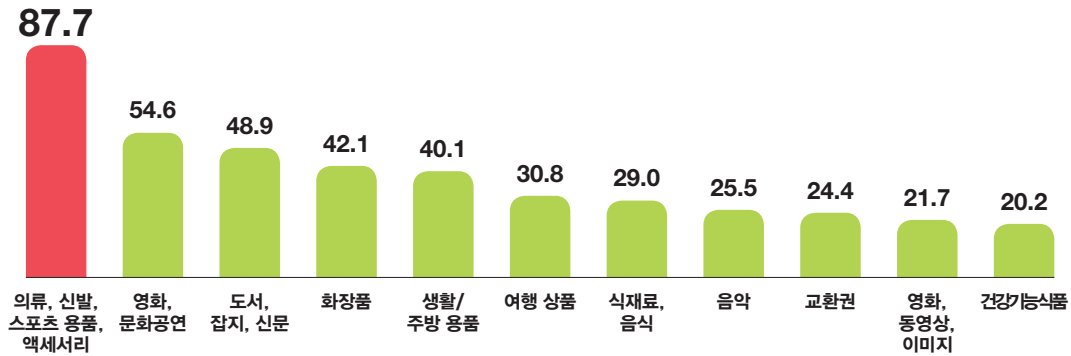


그림 34) 인터넷 쇼핑 품목(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

\*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

## 인터넷 뱅킹 이용률

### 만12세 이상 인터넷 이용자의 63.7%가 인터넷 뱅킹 이용

만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 내 인터넷 뱅킹을 이용한 사람의 비율은 63.7%이며, 모바일 기기를 통한 이용률(59.8%)이 PC를 통한 이용률(38.2%)보다 21.6%p 높음

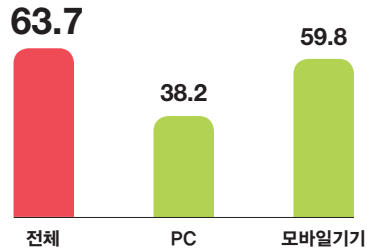


그림 35) 인터넷 뱅킹 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자

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

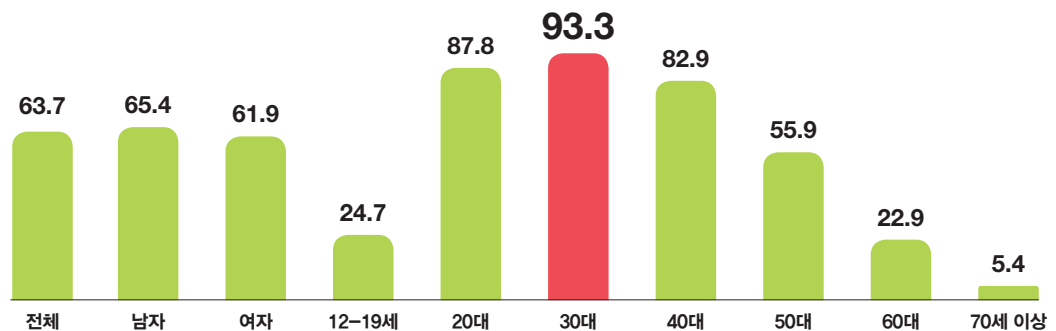
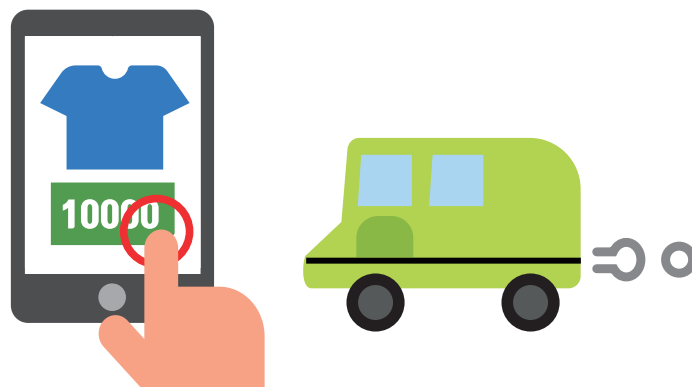


그림 36) 성 · 연령별 인터넷 뱅킹 이용률(%) - 만 12세 이상 인터넷이용자



## 클라우드 서비스 이용률

### 만12세 이상 인터넷 이용자의 클라우드 서비스 이용률은 30.2%

만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 내 클라우드서 서비스를 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

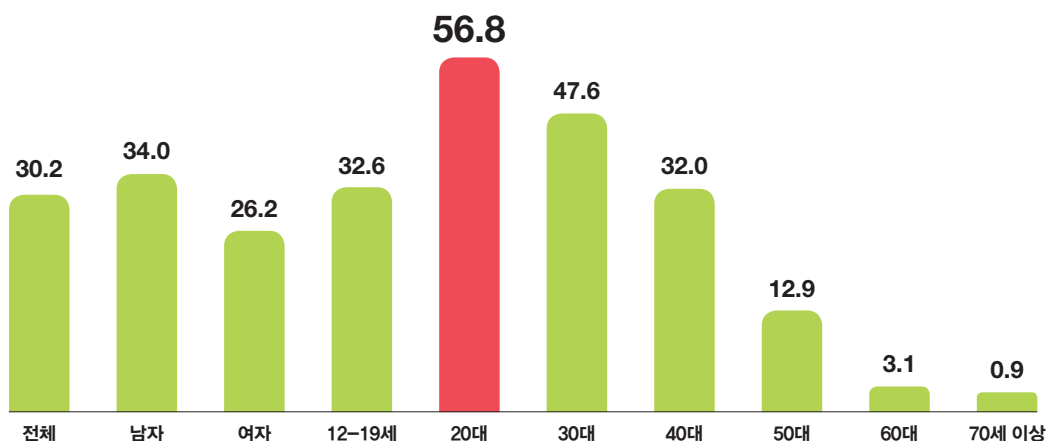


그림 37) 클라우드 서비스 이용률(%) - 만12세 이상 인터넷이용자

## 클라우드 서비스 이용목적

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

만12세 이상 클라우드 서비스 이용자들의 이용 목적으로는 '자료 및 정보 관리'(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

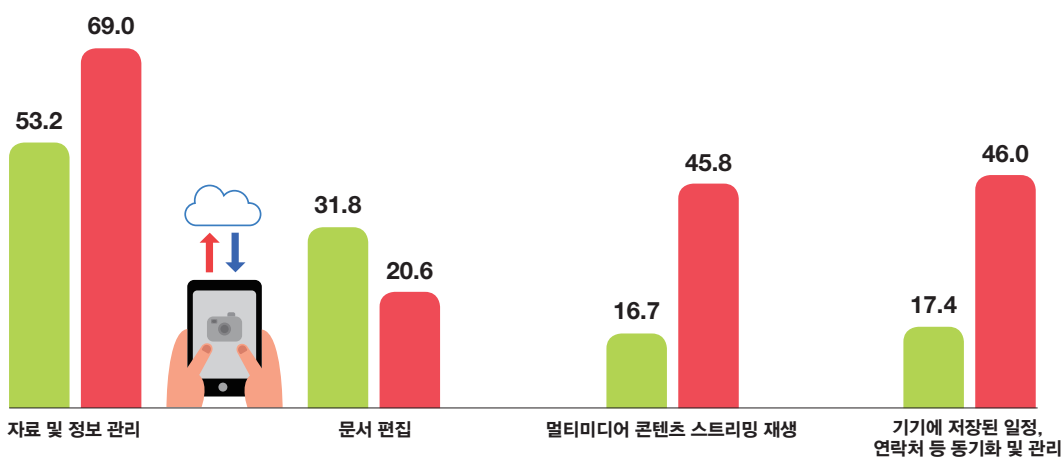


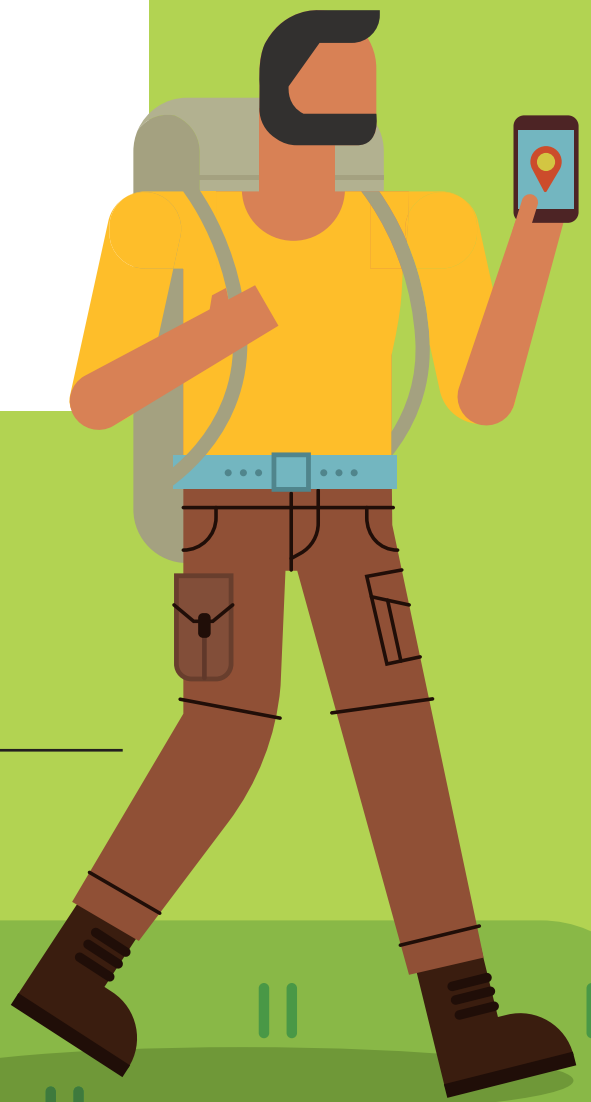
그림 38) 클라우드 서비스 이용목적(복수응답, %) - 만12세 이상 클라우드 서비스 이용자

■ 업무용 ■ 개인용



# 심층분석

인터넷,  
새로운 세상을  
열다



과학기술정보통신부



한국인터넷진흥원

# 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%)

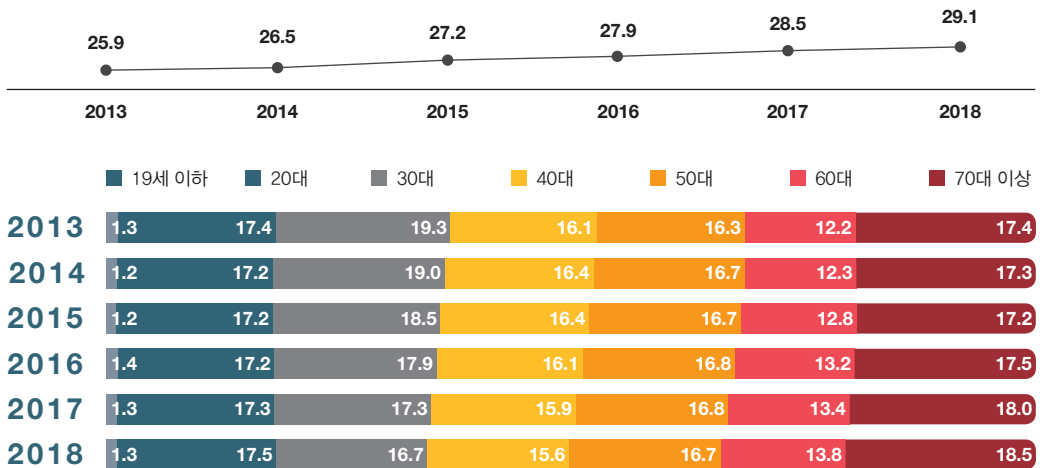


그림 39) 연도별 1인가구 비중 및 구성비율(%)

## 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

인터넷 및 이용기기 이용률

인터넷 주요 서비스 이용률

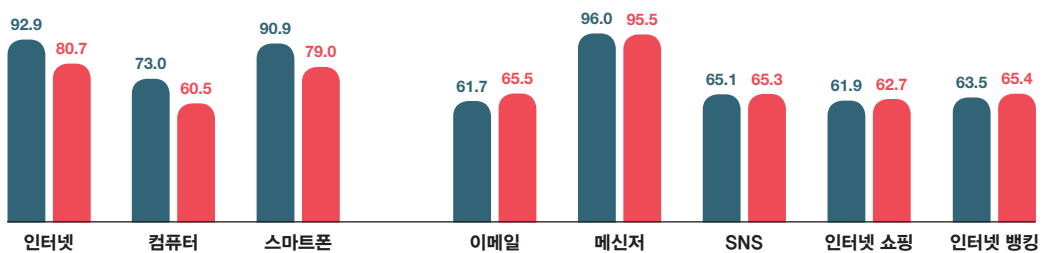


그림 40) 가구원수별 이용률(%)

■ 다인가구 ■ 1인가구

## 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

인터넷 및 이용기기 이용률

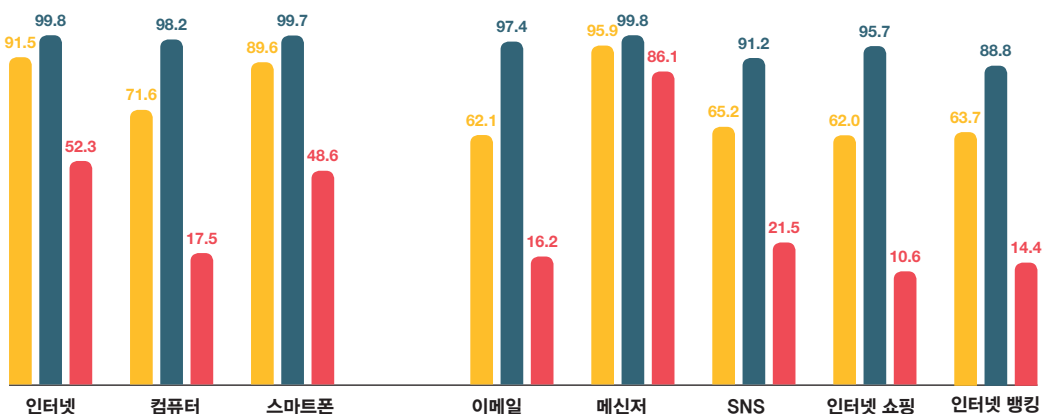
인터넷 주요 서비스 이용률  
(인터넷 이용자)

그림 41) 청년층-고령층 1인가구 이용률(%)

■ 전체 ■ 20대 1인가구 ■ 60대 이상 1인가구

### 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

인터넷 및 이용기기 이용률

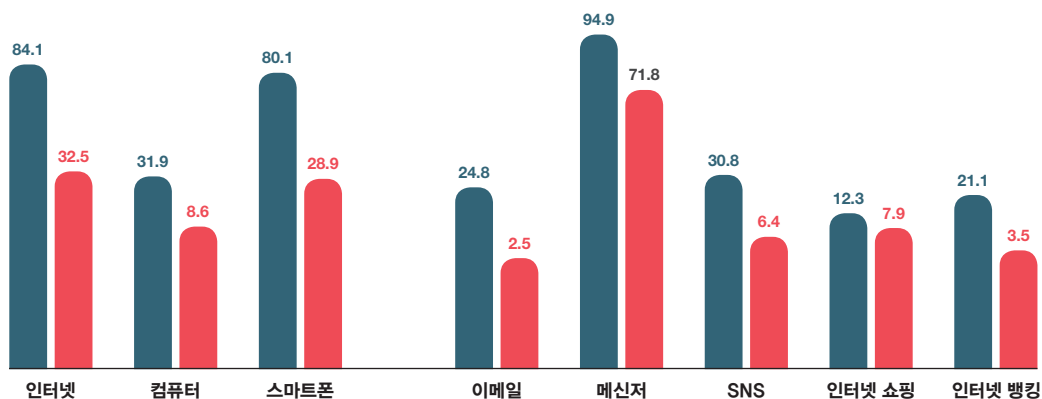
인터넷 주요 서비스 이용률  
(인터넷 이용자)

그림 42) 60대-70대 이상 1인가구 이용률(%)

■ 60대 1인가구 ■ 70대 이상 1인가구

## 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

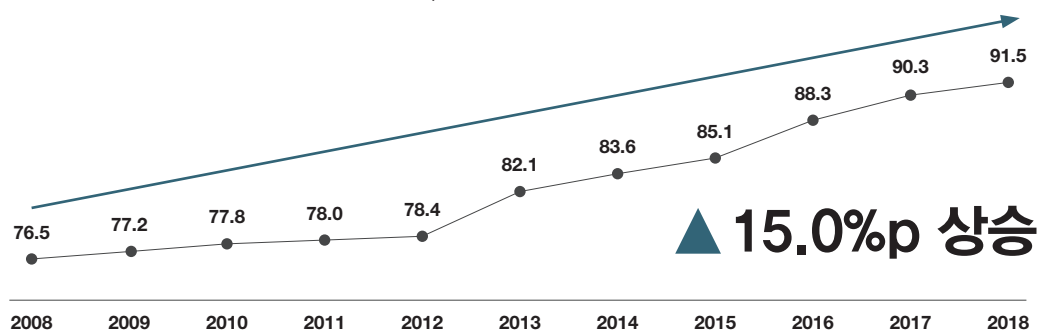


그림 43) 인터넷 이용률 추이(%)

### 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

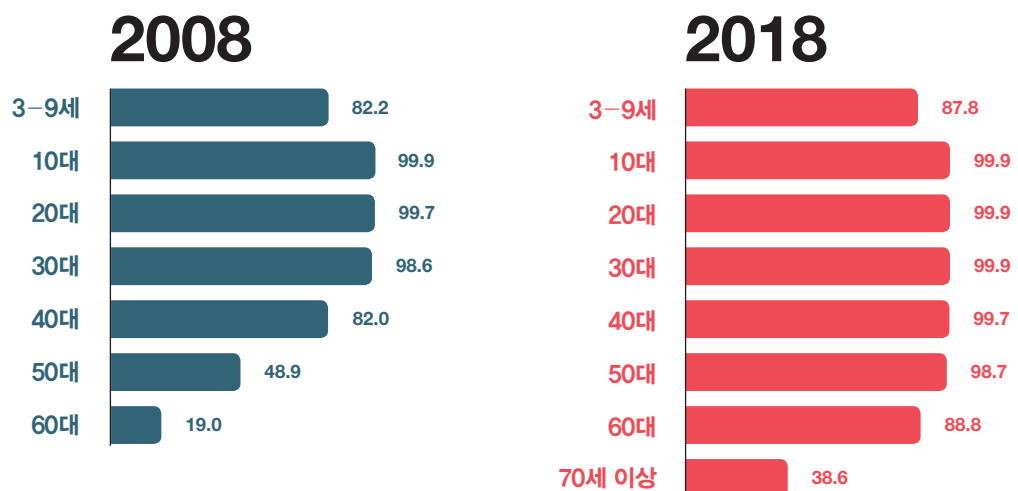
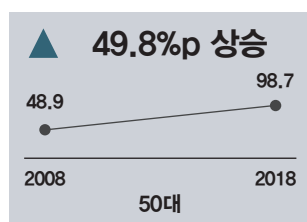
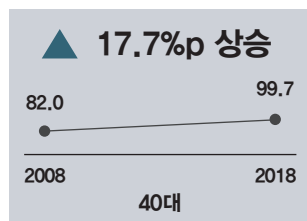


그림 44) 연령별 인터넷 이용률 - 2008년 · 2018년 비교(%)



### 최근 10년간 인터넷 이용률 상승을 견인한 계층은 고령층과 유아동

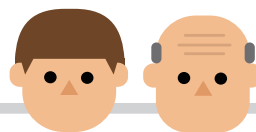
최근 10년간 인터넷 이용률 증가폭은 10대~30대는 보합 수준이었으나, 50대가 49.8%p로 가장 컸고, 이어 40대(17.7%p), 3~9세(5.6%p), 30대(1.3%p) 등의 순임



	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	-

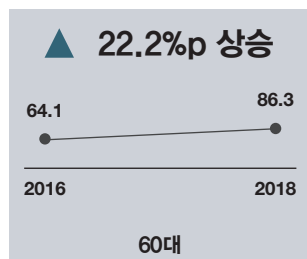
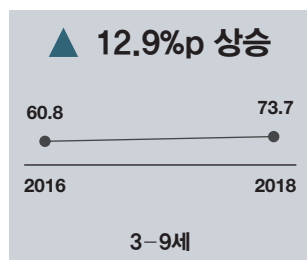
그림 45) 연령별 인터넷 이용률 및 증가율 - 2008년 · 2018년 비교(%)

### 연령별 스마트폰 이용률 추이



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

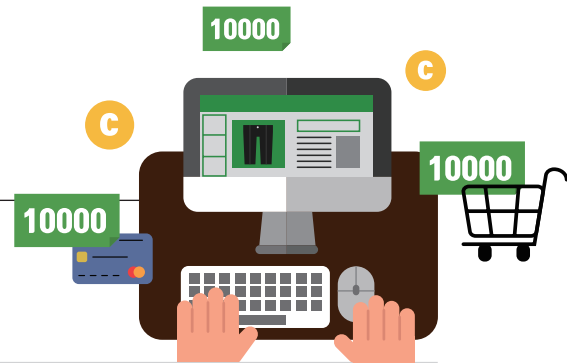
인터넷 주 이용기기인 스마트폰의 최근 2년간 이용률 증가폭을 살펴보면, 60대 22.2%p, 70세 이상 20.2%p, 3~9세 12.9%p 등의 순으로 인터넷 이용률을 상승한 계층인 고령층과 유아동의 상승폭 또한 타 연령대 대비 높게 나타남



	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'



#### 인터넷 쇼핑 거래액 현황

##### 온라인쇼핑 거래액 매년 급증

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

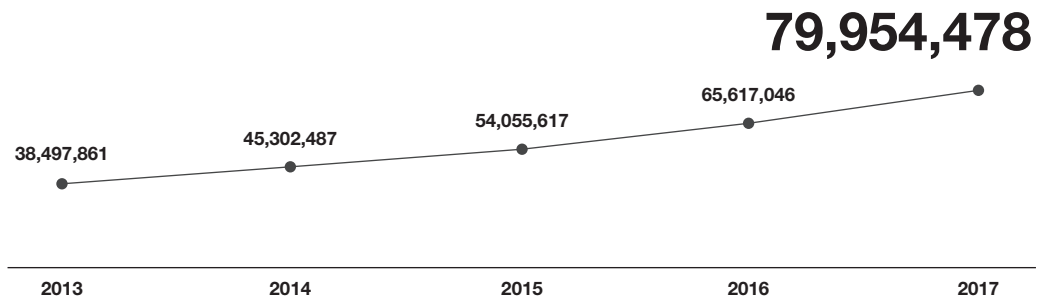


그림 47) 온라인 쇼핑물 거래액(백만원) ※ 통계청, 온라인쇼핑동향조사

#### 인터넷 쇼핑 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

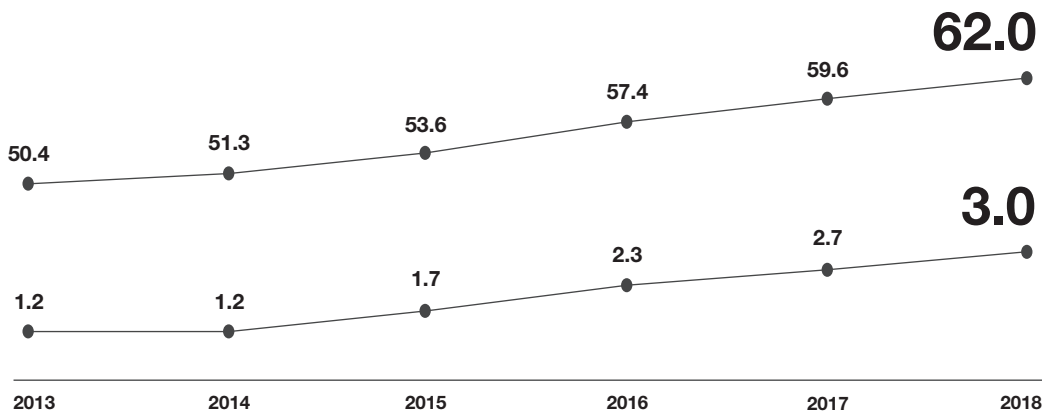


그림 48) 인터넷 쇼핑 이용률 및 월평균 이용빈도 - 만12세 이상 인터넷이용자(%)

## 인터넷 쇼핑 이용기기

### 인터넷 쇼핑 이용기기로 스마트폰은 증가, 데스크탑 컴퓨터는 감소

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

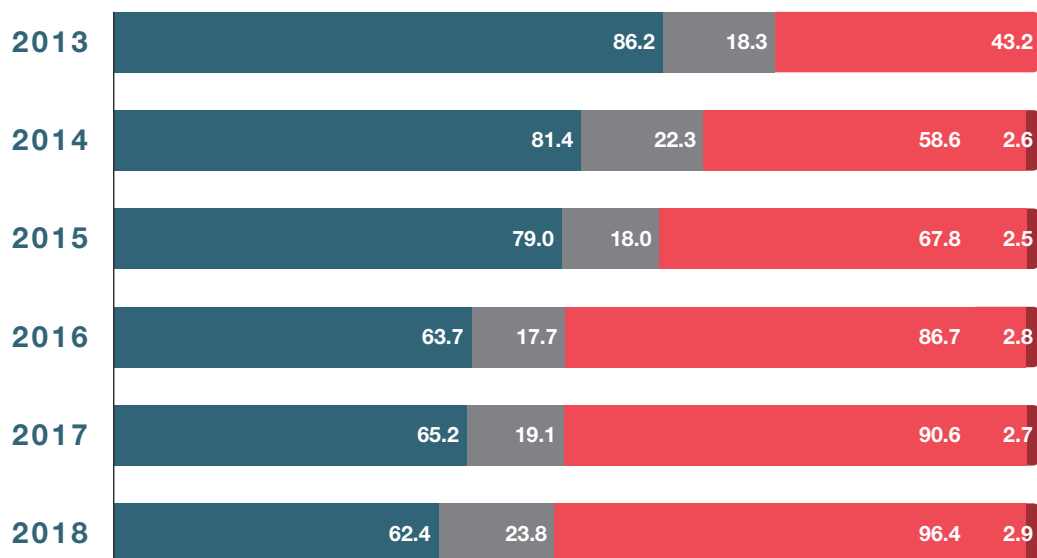


그림 49) 인터넷 쇼핑 이용기기(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷 쇼핑 이용자 ■ 데스크탑 ■ 노트북 ■ 스마트폰 ■ 스마트패드

## 인터넷 쇼핑 결제방법

### 신용카드나 체크/직불카드가 연동된 간편결제 이용률이 가장 큰 폭 증가

인터넷 쇼핑 시 결제방법은 최근 2년간 무통장 입금을 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

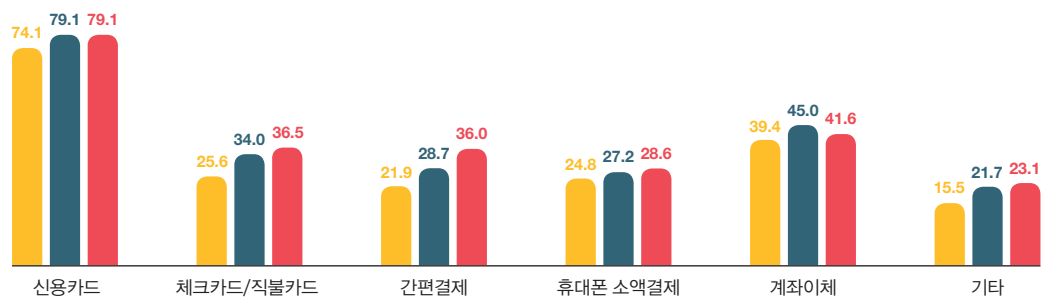


그림 50) 인터넷 쇼핑 결제 방법(복수응답, %) - 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

■ 2016 ■ 2017 ■ 2018

# 4 인터넷 '언제 어디서나 이용한다'



## 연도별 모바일인터넷 이용률 추이

### 인터넷 이용률과 모바일 인터넷 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

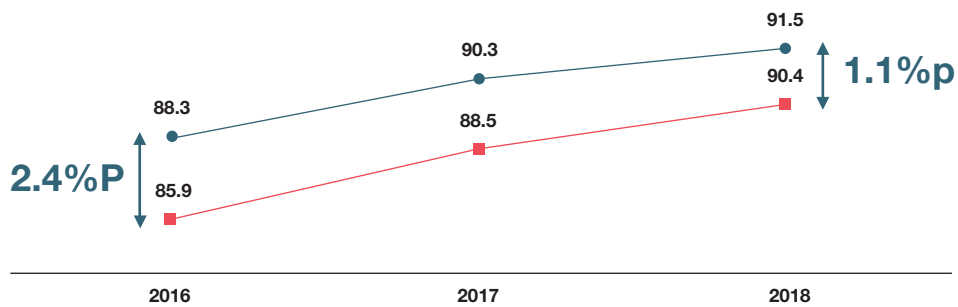


그림 51) 인터넷 및 모바일 인터넷 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

—●— 인터넷 —■— 모바일인터넷

## 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

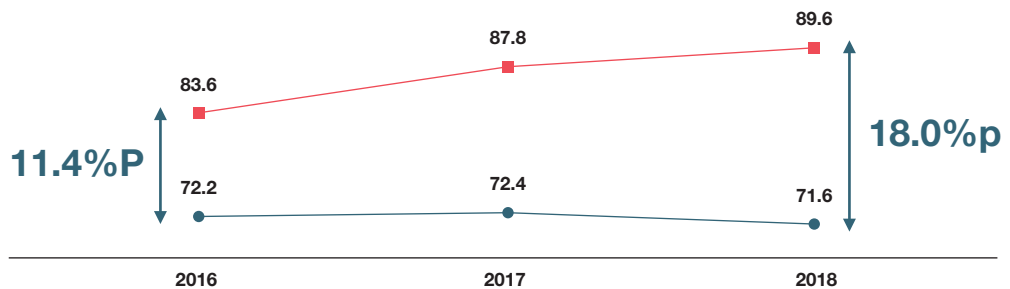
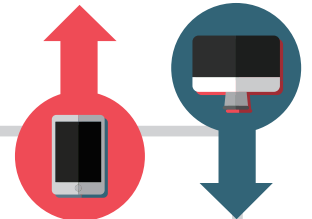


그림 52) 컴퓨터 및 스마트폰 이용률(%) - 만 3세 이상 인구

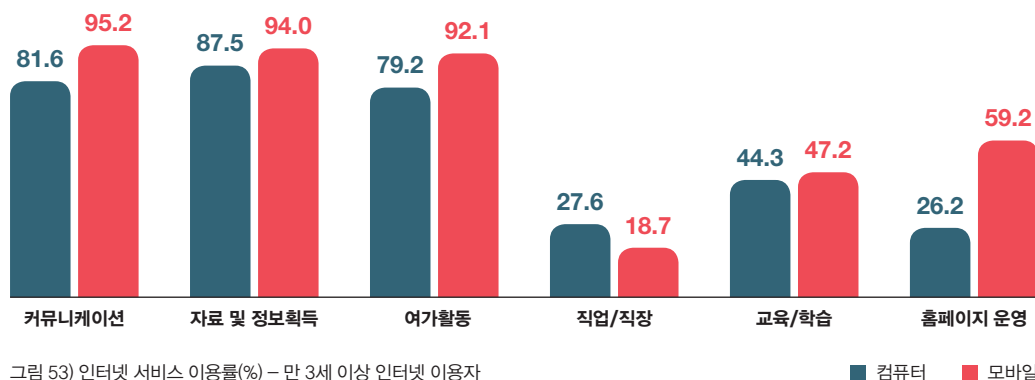
—●— 컴퓨터 이용률 —■— 스마트폰 이용률



## 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





## 2018 인터넷이용실태조사

**인쇄** 2019년 5월

**발행** 2019년 5월

**발행인** 김석환

**발행처** 한국인터넷진흥원 (Korea Internet & Security Agency)

(58324) 전라남도 나주시 진흥길 9

Tel. 1544-5118

1. 본 보고서는 과학기술정보통신부의  
출연금으로 수행한 사업의 결과입니다.

2. 본 보고서의 내용을 발표할 때에는  
반드시 한국인터넷진흥원 사업의  
결과임을 밝혀야 합니다.

3. 본 보고서의 판권은  
한국인터넷진흥원이 소유하고 있으며,  
당 진흥원의 허가 없이 무단 전재 및  
복사를 금합니다.





