

# KISDI STAT

## REPORT

2015. 11. 30 / Vol. 15-17


**정보통신정책연구원**  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

## 2015년 미디어보유와 이용행태 변화

한국미디어패널조사 연구팀

### III 분석 자료와 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년 서울/경기 및 6대 광역시에 거주하는 약 3,000여 가구를 대상으로 한국미디어패널조사를 시작하여 2011년부터는 만 6세 이상 가구원을 모집단으로 전국 16개 시도의 5,000여 가구와 가구원 약 1만 2천명을 대상으로 주요 미디어 기기 보유 현황, 방송통신 서비스 가입, 미디어 이용행태 등에 대하여 매년 실시하고 있으며, 미디어 다이어리를 기입하는 방식을 통하여 가구원의 미디어 이용 장소, 이용매체, 이용행위, 연결방법에 대한 정보를 하루 15분 단위로 파악하는 조사가 포함되어 있음
- 본고에서는 2011년부터 2015년<sup>1)</sup>까지의 한국미디어패널조사 결과를 이용하여 주요 미디어기기 보유현황, 방송통신서비스 가입추이의 변화, 미디어 이용행태 변화를 파악하고 분석해보고자 함

### III 매체 보유

- 디지털 TV의 보유율은 지난 5년간 지속적으로 증가하여 2015년 전체 가구의 약 83.3%가 보유하고 있는 것으로 조사되었으며, 3D 영상 시청이 가능한 디지털 TV의 보유율도 함께 증가추세를 보였으나, 스마트 TV 기능이 가능한 디지털 TV의 보유율은 2011년부터 2014년까지는 꾸준히 증가추세를 보이다 2015년 소폭 감소하였음
- 가정의 셋톱박스 보유율 역시 디지털 TV 보유율의 증가 추세와 비슷하게 증가하고 있으며, 2015년 조사결과에 따르면 전체 가구의 약 76.4%가 셋톱박스를 보유하고 있는 것으로 조사됨
- 2015년 가정용 비디오 재생기기(VCR, DVD플레이어, 블루레이/HD-DVD 플레이어, DivX 플레이어, PVR/DVR)를 보유하고 있는 가구는 10가구 중 1가구(10.6%)로 2011년 이후 감소하고 있음

1) 2015년 조사 완료에 따라 결과를 일부 반영하여 작성함. 2015년 조사 결과는 추후 2015 한국미디어패널조사 보고서를 통해 공표 될 예정이며, 원시자료 검증 후 결과의 수치는 다소 달라질 수 있음

- 마찬가지로, 가정용 비디오 촬영기기(카메라, 캠코더, 홈CCTV)를 보유한 가구 또한 38.8%로 전년대비 4.7%p 감소하는 등, 2011년 이후 지속적으로 감소함
- 데스크톱 컴퓨터 보유율은 63.0%로 2011년 이후 점차 감소하는 추세이나, 노트북 컴퓨터나 태블릿 PC 등 휴대하기 편리한 기기들의 보유율은 최근 소폭 상승하는 추세를 보임
- 2015년 가정용 전화기 보유율(일반 전화기, 인터넷 전화기 포함)은 전년 대비 1.4%p 감소한 64.8%로 지난 5년간 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있으나, 휴대폰 보유율은 2012년 전체 국민의 90%를 상회하는 수준에 도달하였음에도 지속적으로 증가하는 경향을 보임

[표 1] 미디어기기 보유율

(단위: 백분율, %)

| 조사년도         | 2011년<br>(n=5,109) | 2012년<br>(n=4,432) | 2013년<br>(n=4,381) | 2014년<br>(n=4,313) | 2015년<br>(n=4,305) |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 디지털 TV       | 49.7               | 58.2               | 68.4               | 76.3               | 83.3               |
| - 스마트TV 기능   | 2.6                | 5.8                | 9.0                | 9.6                | 9.1                |
| - 3D영상 시청가능  | 5.2                | 8.8                | 11.6               | 11.9               | 13.6               |
| 셋톱박스         | 45.7               | 42.0               | 44.8               | 64.9               | 76.4               |
| 라디오          | 19.4               | 12.4               | 12.6               | 8.6                | 7.6                |
| 가정용 비디오 재생기기 | 30.0               | 21.2               | 16.6               | 12.9               | 10.6               |
| 촬영기기         | 57.9               | 53.4               | 48.9               | 43.5               | 38.8               |
| 데스크톱 컴퓨터     | 69.2               | 66.7               | 64.8               | 63.5               | 63.0               |
| 노트북 컴퓨터      | 23.8               | 24.4               | 23.8               | 23.5               | 26.5               |
| 태블릿 PC       |                    | 3.5                | 4.1                | 4.3                | 6.0                |
| 가정용 전화기      | 77.9               | 72.8               | 67.1               | 66.2               | 64.8               |

\* 2011년에는 노트북 컴퓨터에 태블릿 PC를 포함하여 조사함

- 특히, 휴대폰 보유율에서 스마트폰이 차지하는 비율은 2011년 조사 당시 약 24.2%에 불과하였으나, 2015년 약 83.2%로 불과 4년 사이 약 3.4배 증가한 것을 볼 수 있으며, 상대적으로 일반휴대폰이 차지하는 비율은 급속히 감소하는 경향을 보임

[표 2] 휴대폰 보유율

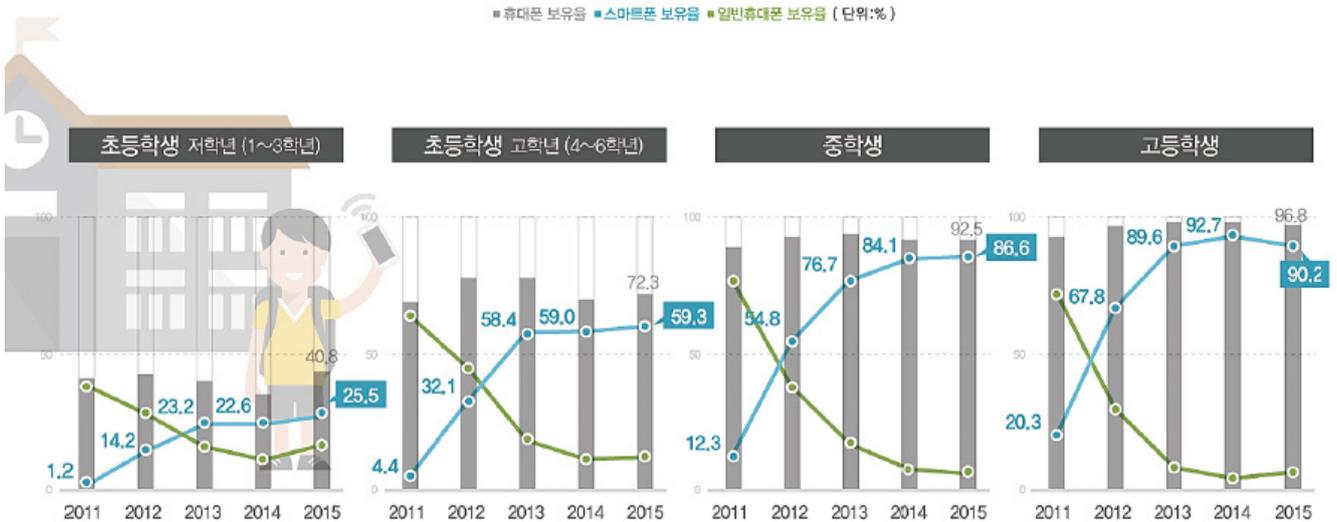
(단위: 백분율, %)

| 조사년도                                    | 2011년<br>(n=12,000) | 2012년<br>(n=10,319) | 2013년<br>(n=10,464) | 2014년<br>(n=10,172) | 2015년<br>(n=9,873) |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| 전체                                      | 89.2                | 91.2                | 91.8                | 92.4                | 93.2               |
| - 스마트폰<br>(3G, LTE, LTE-A)              | 24.2                | 54.0                | 71.9                | 79.5                | 83.2               |
| - 일반 휴대폰<br>(2G, 3G일반휴대폰,<br>PDA폰, 키즈폰) | 75.8                | 46.0                | 28.1                | 20.5                | 16.8               |

- 어린이 및 청소년의 휴대폰/스마트폰 보유율은 연령대별 차이를 보였는데, 초등학생의 경우 2012년부터 소폭 감소하는 추세를 보이다 2015년 반등하였으며, 초등학교 저학년생의 4분의 1이 휴대폰을 보유하고 있고 초등

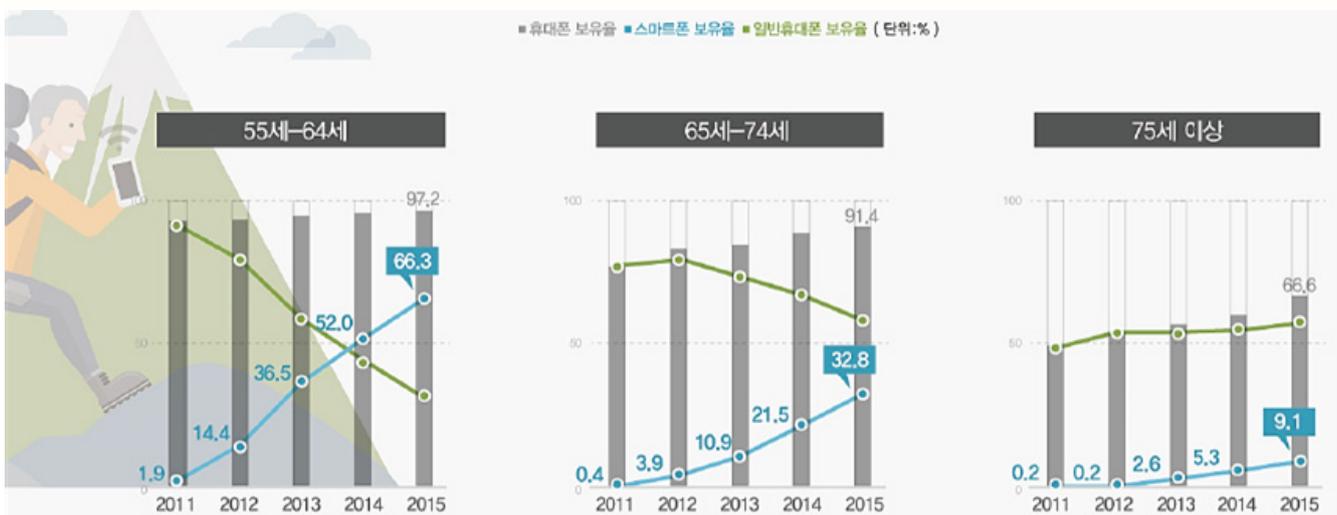
학교 고학년은 10명중 6명꼴로 스마트폰을, 10명중 1명 꼴로 일반휴대폰을 보유하고 있는 것으로 나타남  
 - 하지만, 중고등학생의 휴대폰 보유율의 경우 2013년부터 매우 적게 감소하는 경향을 보였으나, 휴대폰 보유율은 90%를 상회하며 일상생활에 필수적인 매체로 자리 잡은 것으로 보임

[그림 1] 어린이 및 청소년 휴대폰/스마트폰 보유현황



- 스마트폰 보유의 확산은 55세 이상 중·장년, 노년층에도 예외는 아니며, 55세 이상 64세 이하 연령층의 약 66.3%가 스마트폰을 보유하고 있으며, 65세 이상 74세 이하의 경우에도 10명 중 3명꼴로 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 나타남  
 - 75세 이상 고령층의 약 2/3가 휴대폰을 보유하고 있는 것으로 나타나 전 연령층에 걸쳐 휴대폰이 개인 통신 수단으로 자리 잡고 있음을 시사 함

[그림 2] 고령자 휴대폰/스마트폰 보유현황



### III 방송통신서비스 가입 현황

- 가구 단위의 유선전화 중 일반 집전화의 가입 비율은 지속적으로 감소하고 있는 추세를 보이나, 인터넷 전화 가입 비율의 경우 2014년 소폭 상승하여 유지하고 있는 것으로 나타남
- IPTV가입가구의 증가에 힘입어 유료방송서비스 가입가구 비율은 지속적으로 증가하고 있으며, 2014년 이미 전체 가구의 90%를 상회하였고, 2015년 약 94.6%를 차지하는 것으로 나타남

[표 3] 전화 / 유료방송서비스 / 결합상품 가입현황

(단위: 백분율, %)

| 조사년도                  | 2011년<br>(n=5,109) | 2012년<br>(n=4,432) | 2013년<br>(n=4,381) | 2014년<br>(n=4,313) | 2015년<br>(n=4,305) |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 일반 집전화                | 59.4               | 57.1               | 51.8               | 49.7               | 47.9               |
| 인터넷 전화                | 24.9               | 19.3               | 17.4               | 18.4               | 18.4               |
| 유료방송 가입               | 85.9               | 85.9               | 89.3               | 91.7               | 94.6               |
| - 위성방송                | 5.1                | 4.6                | 4.3                | 4.1                | 3.8                |
| - IPTV                | 11.1               | 12.6               | 16.7               | 23.6               | 26.2               |
| - 케이블방송               | 72.1               | 70.1               | 70.2               | 72.0               | 66.3               |
| 결합상품 가입 <sup>2)</sup> | 34.7               | 34.3               | 37.5               | 40.1               | 44.2               |
| - 1묶음                 | 95.6               | 94.3               | 93.6               | 95.6               | 97.2               |
| - 2묶음 <sup>3)</sup>   | 4.1                | 5.6                | 5.9                | 4.2                | 2.8                |

- 특히, 방송통신 서비스 결합상품의 가입률은 점차 증가하고 있는 추세로 전체 가구의 약 44.2%에 해당하며 대부분의 경우 1묶음의 결합상품에 가입하고 있는 것으로 나타남
- 결합상품에 가입한 가구가 결합상품을 선택한 이유로는 절반이상이 '요금이 저렴해서/할인율이 커서'(58.9%)라고 응답했으며, 그 다음으로 '가입 시 선물, 경품 등 혜택 때문'(13.9%), '다른 서비스와 결합하기 위해서'(10.3%) 등의 순으로 나타남
- 결합상품에 가입한 가구가 결합상품 가입 시, 가장 중요하게 고려한 서비스로는 유료방송서비스(36.9%)와 초고속인터넷(36.4%)으로 나타남

[그림 3] 결합상품 선택 이유 (단위: 백분율, %, n=1,995)



2) 인터넷, 집전화, 유료방송, 이동통신 등 2회선 이상의 방송/통신 서비스를 묶어서 이용하는 경우를 지칭하며, 동일한 방송/통신 서비스에 대해 여러 회선을 이용하면서 하나의 상품으로 가입하는 경우, 가족 구성원이 동일한 이동 통신사를 이용하여 할인혜택을 받는 경우, 가구 내 이용 중인 통신/방송 서비스가 가구 외 회선과 결합된 경우(예: 따로 살고 있는 부모와 자녀가 이동통신 서비스 결합상품을 이용)도 포함

3) IPTV와 인터넷을 결합상품으로 이용하고, 집전화와 이동통신 서비스, 와이브로를 결합상품으로 이용할 경우 현재 가입한 결합상품은 2묶음으로 응답

[표 4] 결합상품 선택 이유 및 가입 시 중요 고려 서비스

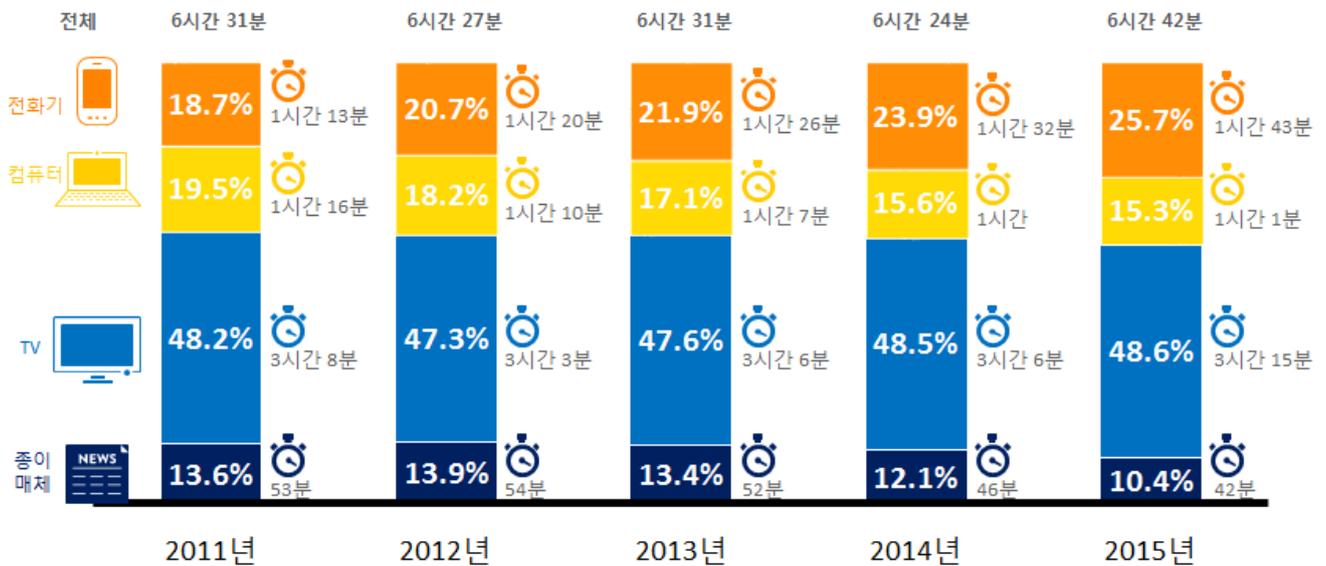
(단위: 백분율, %)

|          | 비율   |
|----------|------|
| 유료 방송서비스 | 36.9 |
| 초고속 인터넷  | 36.4 |
| 이동전화     | 20.1 |
| 집전화      | 6.1  |
| 기타       | 0.6  |

III 주요 미디어 이용행태

- 2015년 일 평균 매체 이용시간은 전년 대비 18분 증가한 6시간 42분으로 나타났으며, TV, 전화기의 이용시간은 증가, 종이매체, 컴퓨터의 이용시간은 점차적으로 감소하는 추세를 보임

[그림 4] 매체별 평균 사용시간(전체 응답자 기준)



- 이 중 미디어의 동시 이용자 비율은 지난 3년간 지속적으로 증가하는 추세를 보였는데, 가정용 TV와 스마트폰 이용의 조합이 차지하는 비율이 가장 큰 것으로 나타났고, 특히 지상파 TV를 시청하면서 스마트폰으로 채팅이나 통화를 하는 경우가 가장 많은 것으로 조사됨

[그림 6] 미디어 동시이용자 비율 및 동시 이용 매체와 이용시간

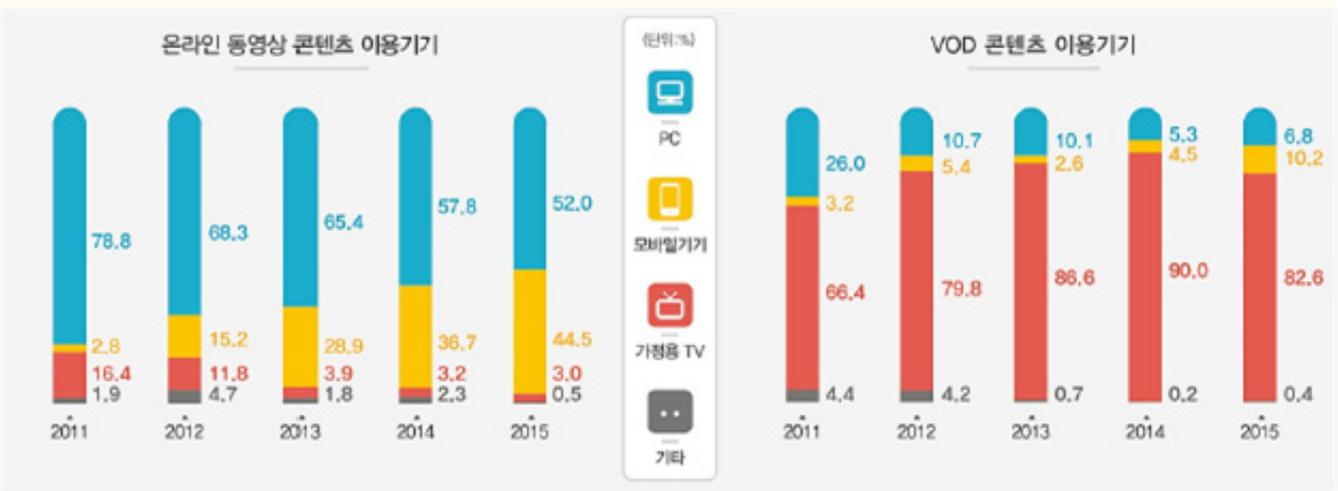
(단위: 백분율, %)



- 온라인 동영상 콘텐츠 감상에 사용하는 미디어 기기 중에서 모바일 기기가 차지하는 비율이 최근 5년 사이 급격히 증가하여 2015년에는 2011년 대비 약 16배 증가한 44.5%로 조사되었으며, 가정용 TV와 컴퓨터의 이용 비율은 지속적으로 감소하고 있는 추세를 보임
- VOD 콘텐츠 이용의 경우에는 전 년 대비 스마트기기 나 태블릿 PC와 같은 모바일 기기를 통한 이용이 5.7%p 증가한 약 10.2%로 나타났으며, 지속적으로 증가 추세를 보이던 가정용 TV와 컴퓨터 기기의 경우 전 년 대비 소폭 감소한 것으로 나타남

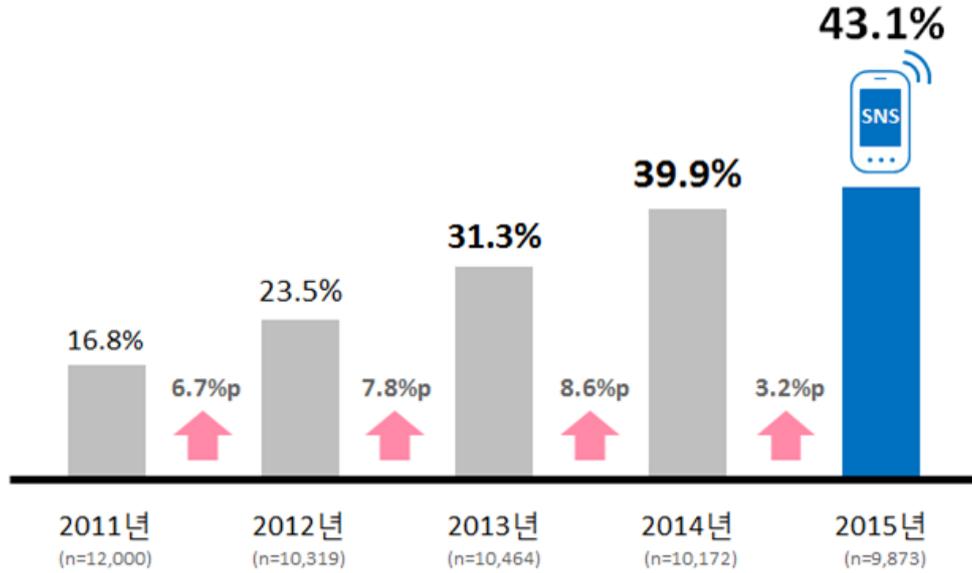
[그림 7] 온라인 동영상 콘텐츠 / VOD 이용 기기의 변화

(단위: 백분율, %)



- 소셜네트워크서비스(SNS)이용자의 비율은 지속적으로 증가하는 추세를 보이며 조사 년도에 따라 가장 많이 이용하는 서비스의 종류는 서로 다르게 나타남

[그림 8] 소셜네트워크서비스(SNS) 이용자 비율



- 소셜네트워크서비스 이용자 대부분이 스마트폰이나 PC를 사용하는 것으로 나타났으며 특히 스마트폰이 차지하는 비율이 급증하고 있는 것으로 조사됨

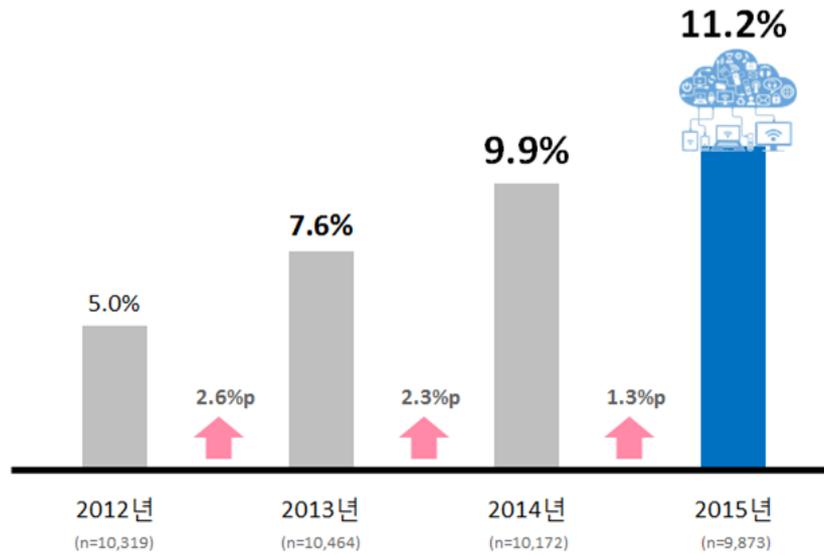
[표 5] 소셜네트워크 및 클라우드 서비스 이용현황

(단위: 백분율, %)

|                 |           | 2011년   | 2012년   | 2013년   | 2014년 | 2015년   |
|-----------------|-----------|---------|---------|---------|-------|---------|
| 주로 사용하는 SNS 계정  | 카카오토티     |         | 31.5    | 55.4    | 46.4  | 45.7    |
|                 | 페이스북      | 12.6    | 28.0    | 23.4    | 28.4  | 30.0    |
|                 | 트위터       | 20.4    | 19.4    | 13.1    | 12.4  | 10.8    |
|                 | 네이버 밴드    |         |         |         | 5.4   | 7.2     |
|                 | 싸이월드 미니홈피 | 59.8    | 17.0    | 5.5     | 4.0   | 2.4     |
|                 | 카카오 그룹    | -       | -       | -       | 2.1   | 1.9     |
|                 | 인스타그램     | -       | -       | -       |       | 1.9     |
| 미디어 기기별 SNS 이용량 | 전체        | 1시간 20분 | 1시간 14분 | 1시간 13분 | 1시간   | 1시간 05분 |
|                 | 스마트폰      | 19분     | 39분     | 53분     | 48분   | 58분     |
|                 | PC        | 59분     | 33분     | 19분     | 12분   | 07분     |

- 클라우드 서비스 이용도 마찬가지로 점차 증가하는 추세를 보이며 2015년 이용자 비율은 약 11.2%로 집계되어 2012년 대비 약 2.24배 증가한 것으로 나타남

[그림 9] 클라우드 서비스 이용자 비율



- 모바일기기<sup>4)</sup>의 이용행태 변화를 살펴보면, 가장 많이 이용하는 서비스로는 통화, 채팅/메신저, 정보콘텐츠, 게임, 문자메시지, 음악/음원, SNS, 기타 순으로 나타났으며, 통화, 문자메시지의 사용은 감소하고, 정보콘텐츠 등 부가적인 기능의 이용비율은 증가하는 것으로 나타남

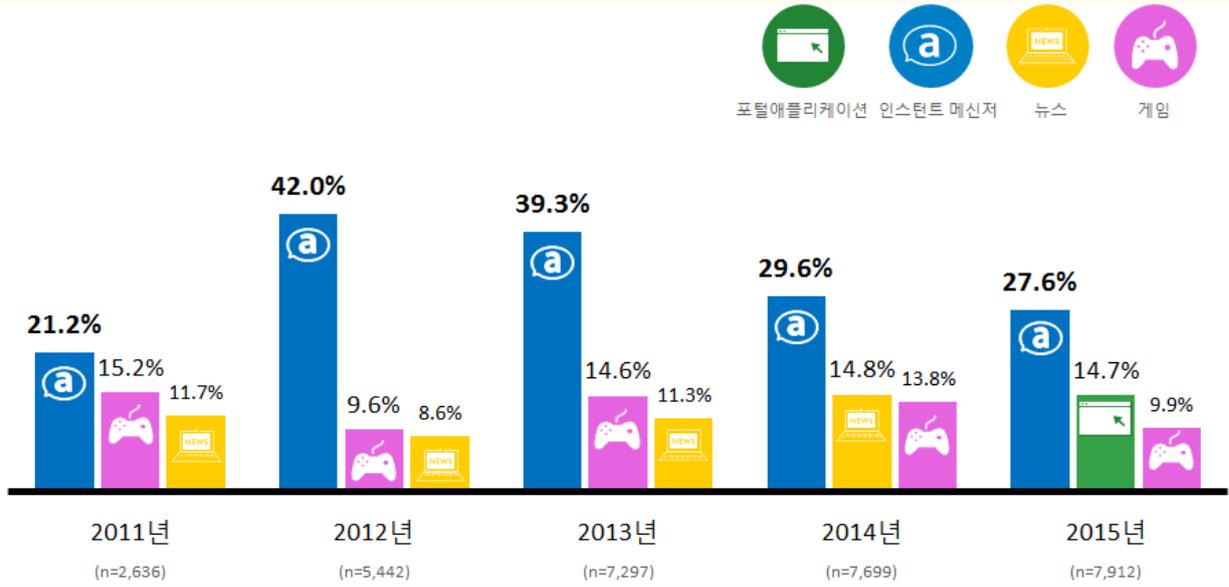
[표 6] 모바일기기(스마트폰/태블릿PC)의 이용행태 변화

| 조사년도   | 2011년<br>(n=2,552) | 2012년<br>(n=5,021) | 2013년<br>(n=7,026) | 2014년<br>(n=7,595) | 2015년<br>(n=7,770) |
|--------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 통화     | 47.8%              | 43.7%              | 34.2%              | 34.4%              | 30.6%              |
| 채팅/메신저 | 6.9%               | 14.6%              | 25.8%              | 23.4%              | 24.4%              |
| 정보콘텐츠  | 3.9%               | 4.3%               | 7.4%               | 9.9%               | 11.1%              |
| 게임     | 2.7%               | 3.0%               | 7.6%               | 7.7%               | 7.2%               |
| 문자메시지  | 21.4%              | 19.5%              | 7.2%               | 7.5%               | 6.5%               |
| 음악/음원  | 5.6%               | 4.8%               | 6.8%               | 5.6%               | 6.6%               |
| SNS    | 3.5%               | 3.9%               | 4.7%               | 5.0%               | 4.9%               |
| 기타     | 8.1%               | 6.3%               | 6.3%               | 6.5%               | 8.7%               |

- 모바일기기에서 가장 많이 사용하는 애플리케이션은 1순위 기준으로 2011년부터 커뮤니케이션관련 애플리케이션이 지속적으로 1위를 차지하였고, 2015년 신규 조사 항목으로 추가된 포털의 이용이 그 다음 순으로 나타남

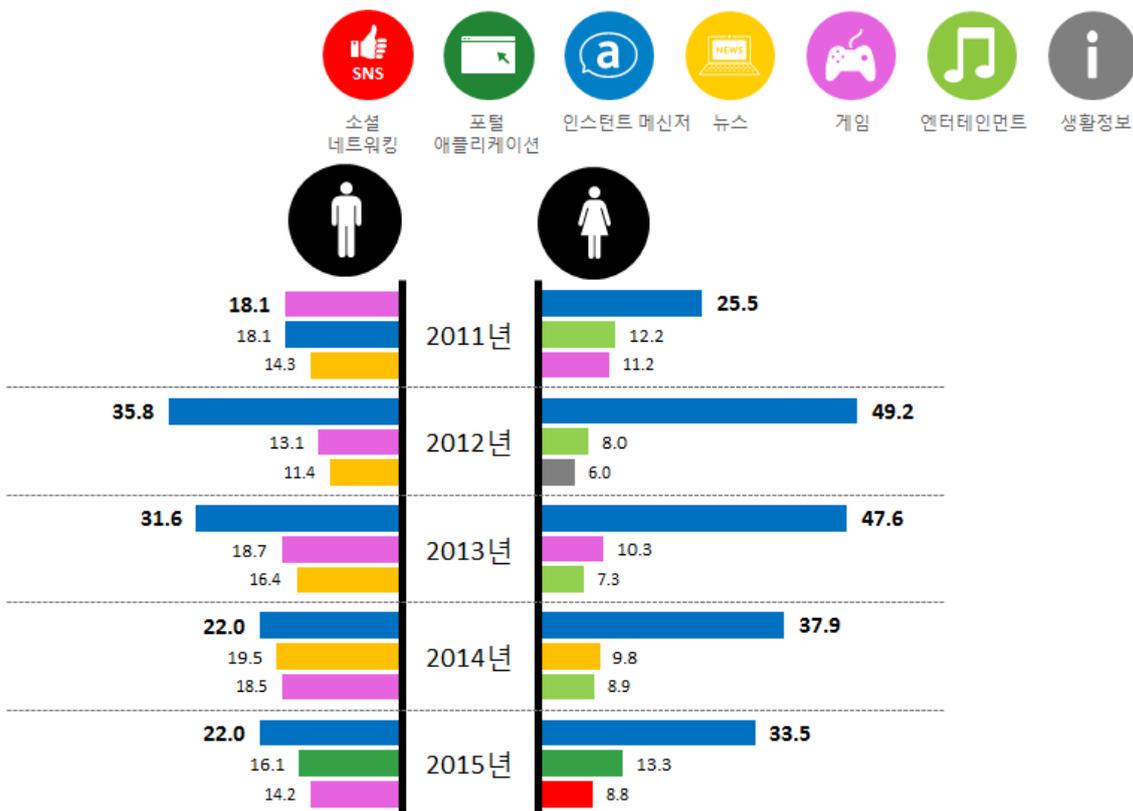
4) 본고에서는 스마트폰과 태블릿 PC로 한정

[그림 10] 가장 많이 이용하는 어플리케이션 종류(1순위)



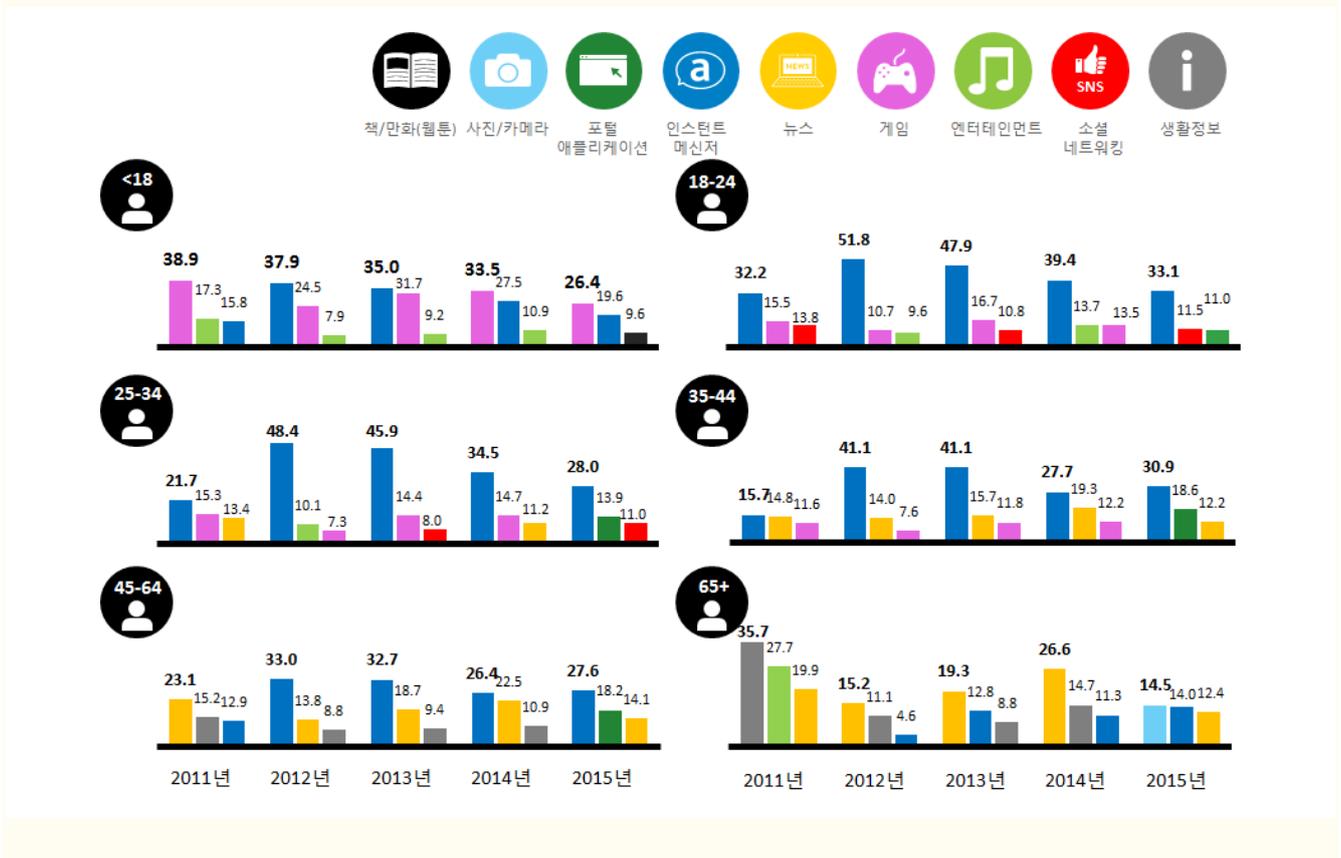
- 성별에 따른 어플리케이션 이용을 살펴보면, 남녀 모두 커뮤니케이션 관련 어플리케이션, 포털 어플리케이션을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났으나, 2015년 조사에서 남성의 경우 게임, 여성의 경우는 소셜네트워킹이 3순위를 차지하는 것으로 나타나 성별 차이를 보임

[그림 11] 가장 많이 이용하는 어플리케이션 종류(1순위) -성별



- 연령대별 특성을 살펴보면, 만18세 이하는 게임, 인스턴트 메시저가 전반적으로 높은 비율을 차지하였으며, 2015년 조사에서는 책/만화(웹툰)이 3순위를 차지하였고, 18세 이상부터 34세까지는 커뮤니케이션, 포털, 소셜네트워크링 애플리케이션이, 35세부터 64세까지는 커뮤니케이션, 포털, 뉴스 애플리케이션을 을 주로 이용하는 것으로 나타남
- 65세 이상 사용자의 경우 2015년 조사 결과에서 사진/카메라, 인스턴트 메시저, 뉴스를 가장 많이 사용하는 애플리케이션으로 대답하여 다른 연령대와 다소 차이를 보임

[그림 12] 가장 많이 이용하는 애플리케이션 종류(1순위) -연령별



### III 결과 요약 및 시사점

- 미디어 기기의 보유율을 살펴보면 가구/개인용 기기 모두 다기능, 휴대성 기능을 선호하는 것으로 나타났는데, 예를 들어 3D 영상 시청이 가능한 디지털 TV의 보유율과 셋톱박스 보유율, 휴대성이 있는 노트북 컴퓨터와 태블릿 PC의 보유율은 증가한 것을 알 수 있음
- 라디오, 가정용 촬영/재생기기, 가정용 전화기 등의 매체 보유율의 감소는 라디오, 촬영/재생 등의 기능이 갖추어지며 점차 진화하고 고도화되고 있는 스마트 디바이스 보급의 확산과 함께 연결 지어 해석할 수 있을 것으로 보임

- 특히 스마트폰의 보유율은 어린이 및 청소년뿐만 아니라 65세 이상 노년층의 경우에도 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타나 전 연령에 걸쳐 확산되며 일상생활에 필수적인 매체로 자리매김 하고 있음을 시사
- 최근 5년간(2011년 ~ 2015년) 방송통신 서비스 가입 추이를 살펴보면 유료방송 서비스의 경우 IPTV서비스 가입가구, 결합상품 가입가구의 비율이 지속적으로 증가추세를 보이는 반면 일반 집전화, 위성방송, 케이블 방송 가입가구의 비율은 감소추세를 나타내고 있는 것으로 나타남
- 특히 결합상품 서비스의 가입은 요금이나 가입 시 선물, 경품혜택과 같은 가격적인 요소가 가장 많이 반영되고 있는 것으로 나타났으며, 유료방송과 초고속 인터넷 서비스가 가입여부에 가장 중요한 요소로 파악되는 것은 IPTV가입가구의 증가와 함께 해석할 수 있을 것으로 보임
- 주요 미디어 이용시간의 변화를 살펴보면 2015년 조사의 경우 2011년 대비 약 11분 증가한 일평균 6시간 42분으로 조사되었으며 종이매체, 컴퓨터의 이용시간은 감소하였으나, TV, 전화기와 같은 매체의 이용시간은 소폭 증가하는 추세를 보임. 이는 다시보기, OTT (over the top) 서비스와 같은 다양한 형태의 방송 서비스, 스마트폰의 증가와 같은 미디어기기의 개인화가 매체이용에 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있음
- 특히, 지상파 TV를 보면서 스마트폰으로 채팅/통화를 하는 등 미디어 기기의 동시 이용자 비율은 지난 3년 동안 점차 증가하는 경향을 보임
- 또한, 모바일 기기를 통한 온라인 동영상 콘텐츠나 VOD이용은 점차 증가하는 것으로 나타났으나, 증가 추세를 보이던 가정용 TV를 통한 VOD 서비스 이용은 2015년 약 9.1% 감소하였는데, 이는 유료방송서비스의 VOD 서비스 제공 현황, OTT 서비스의 보급 등 다양한 요인들이 작용한 것으로 보이며 추후 부가적인 분석이 필요할 것으로 보임
- 통화와 문자메세지 중심의 모바일기기 이용행태는 채팅/메신저, 정보콘텐츠, 게임 등 다양한 목적의 이용으로 변화하며 주로 이용하는 기능간의 이용률 격차가 점차 줄어들고 있고, 65세 이상 노년층의 경우 가장 많이 사용하는 스마트폰 애플리케이션으로 사진/카메라를 쬐는 등 다기능매체(Multi-functional media device)로서 자리매김 하고 있는 경향을 확인할 수 있음
- 스마트 미디어 기기의 확산으로 등장한 여러 가지 서비스는 미디어 소비자의 다양한 니즈를 충족시키며 점차 변화하고 있음. 관련기업과 정책당국은 미디어 관련 산업의 발전을 꾀하고 궁극적으로는 수용자의 편익을 극대화 할 수 있도록, 변화하는 미디어 이용과 행태를 파악하고 반영하여야 함. 따라서 이러한 변화를 장·단기적으로 탐지하고 분석할 수 있는 패널자료의 수집은 지속적으로 필요할 것으로 보임

# KISDI STAT

## REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAT 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

\*\* 2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

| 발간번호      | 제목  | 저자      | 발간일        |
|-----------|---|---------|------------|
| 15-16호    | 독신가구의 미디어 이용행태                                    | 김욱준     | 2015-11-15 |
| 15-15호    | 복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석                    | 이선희     | 2015-10-30 |
| 15-14호    | 대학생의 미디어 이용 행태                                    | 하형석     | 2015-10-15 |
| 15-13호    | EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교       | 주재욱     | 2015-09-30 |
| 15-12호    | 방송 사업자 유형별 매출 추이 분석                               | 유선실     | 2015-09-15 |
| 15-11호    | 주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교                          | 정부연     | 2015-08-30 |
| 15-10호    | 유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성                             | 정용찬     | 2015-08-15 |
| 15-09호    | 휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석                              | 김윤화     | 2015-07-30 |
| 15-08호    | 라디오 이용 행태 추이 분석                                   | 박선영     | 2015-07-15 |
| 15-07호    | 한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교                             | 주재욱     | 2015-06-30 |
| 15-06호    | 연령대별 수면 전후의 미디어 이용                                | 하형석     | 2015-06-30 |
| 15-05호    | 은퇴연령계층의 미디어 이용                                    | 신지형     | 2015-06-15 |
| 15-04호    | 10대 이용자들의 미디어 이용행태 분석                             | 주재욱     | 2015-05-30 |
| 15-03호    | 종합유선방송 매출 추이 분석                                   | 유선실     | 2015-05-15 |
| 15-02호    | 가구의 결합상품 이용추이 분석 : 2012 ~ 2014                    | 김욱준     | 2015-04-30 |
| **15-01호  | 스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화                      | 정용찬     | 2015-04-15 |
| 15-03-02호 | SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석                     | 김윤화     | 2015-03-25 |
| 15-03-01호 | VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비                                | 신지형     | 2015-03-25 |
| 15-02-02호 | ICT 발전지수로 본 주요국 ICT 경쟁력 비교                        | 주재욱     | 2015-02-25 |
| 15-02-01호 | 방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석                  | 이선희     | 2015-02-25 |
| 15-01-02호 | 멀티미디어 시대의 N스크린 이용                                 | 하형석     | 2015-01-26 |
| 15-01-01호 | 유료방송 디지털 전환 추이 분석                                 | 박선영     | 2015-01-26 |
| 14-12-02호 | 한국 정보통신산업의 장기 추세 분석                               | 정혁      | 2014-12-23 |
| 14-12-01호 | 2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화                        | 신지형,하형석 | 2014-12-23 |
| 14-11-02호 | 가구 내 미디어 이용 지침 유무가 어린이 및 청소년의 미디어 이용행태에 미치는 영향 분석 | 김윤화,차보선 | 2014-11-25 |
| 14-11-01호 | 스마트 시대의 실시간 라디오 청취                                | 신지형     | 2014-11-25 |
| 14-10-02호 | 안드로이드와 IOS 이용자 비교                                 | 하형석     | 2014-10-25 |
| 14-10-01호 | ICT 산업 생산지수를 통해 본 한국 ICT 산업 추이                    | 정혁      | 2014-10-25 |
| 14-09-02호 | 데스크톱 PC와 노트북 PC 이용자 특성                            | 차보선     | 2014-09-25 |

|           |  |         |            |
|-----------|--|---------|------------|
| 14-09-01호 | 유료방송 가입과 동영상 콘텐츠 소비                        | 신지형     | 2014-09-25 |
| 14-08-02호 | 노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교              | 김윤화,하형석 | 2014-08-25 |
| 14-08-01호 | 방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성                  | 정용찬     | 2014-08-25 |
| 14-07-02호 | 방송채널사용사업자(PP)의 광고 매출 추이 분석                 | 유선실     | 2014-07-25 |
| 14-07-01호 | 동영상 콘텐츠 소비와 디바이스                           | 신지형     | 2014-07-25 |
| 14-06-02호 | 스마트세대 20대의 직업별 매체 이용 행태                    | 정용찬     | 2014-06-25 |
| 14-06-01호 | 스마트폰 이용여부에 따른 삶의 만족도                       | 김나영     | 2014-06-25 |
| 14-05-02호 | 전업주부 미디어 이용행태                              | 김윤화     | 2014-05-25 |
| 14-05-01호 | 유무선전화서비스 이용 현황                             | 신지형     | 2014-05-25 |
| 14-04-02호 | TV 시청 중 매체 동시 이용 행태                        | 정용찬     | 2014-04-25 |
| 14-04-01호 | 게임이용현황 분석                                  | 신선      | 2014-04-25 |
| 14-03-02호 | 미디어 활용 능력 현황 분석                            | 김나영     | 2014-03-25 |
| 14-03-01호 | 대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황                  | 신지형     | 2014-03-25 |
| 14-02-02호 | N스크린 이용행태 및 추이                             | 김윤화     | 2014-02-25 |
| 14-02-01호 | 유선전화 없는 가구의 방송매체 이용 행태                     | 정용찬     | 2014-02-25 |
| 14-01-02호 | 클라우드 서비스 이용현황                              | 김민철     | 2014-01-25 |
| 14-01-1호  | 결합상품 이용현황 분석                               | 신선      | 2014-01-25 |
| 13-12호    | SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석                    | 김윤화, 신선 | 2013-12-26 |
| 13-11-3호  | 스마트폰 보유 및 이용행태 변화 - 2012년과 2013년의 비교       | 김민철     | 2013-11-25 |
| 13-11-2호  | 인터넷 동영상 서비스 이용 현황                          | 신지형     | 2013-11-29 |
| 13-11-1호  | 유료방송 비가입가구의 방송매체 이용 행태                     | 정용찬     | 2013-11-25 |
| 13-10호    | 종이책과 전자책의 독서 현황 분석                         | 신선      | 2013-10-25 |
| 13-09-2호  | 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용 능력 분석              | 하태림     | 2013-09-25 |
| 13-09-1호  | 온라인 상거래 이용자의 미디어 이용행태                      | 신지형     | 2013-09-25 |
| 13-08-2호  | 개인의 온-오프라인 유료콘텐츠 지출성향 분석                   | 김윤화     | 2013-08-26 |
| 13-08-1호  | IPTV 이용 행태 분석                              | 정용찬     | 2013-08-26 |
| 13-07-2호  | 종이신문과 인터넷신문의 열독 현황과 패턴분석                   | 신선      | 2013-07-25 |
| 13-07-1호  | 가구내 TV보유현황 및 가구원의 TV시청시간 비교                | 김민철     | 2013-07-25 |
| 13-06-2호  | 온라인 커뮤니티 활동과 사회·정치적 참여 활동 현황               | 하태림     | 2013-06-25 |
| 13-06-1호  | 1인가구의 유료방송서비스 가입 및 이용행태                    | 신지형     | 2013-06-25 |
| 13-05-2호  | 지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석 : 실시간 시청과 VOD 시청행태 비교 | 김윤화     | 2013-05-25 |
| 13-05-1호  | 스마트세대 20대의 미디어 이용 행태                       | 정용찬     | 2013-05-25 |
| 13-04-2호  | SNS(소셜네트워크서비스) 이용현황                        | 신선      | 2013-04-25 |
| 13-04-1호  | 한국형 창조경제지수의 필요성과 개발방향                      | 김민철     | 2013-04-25 |
| 13-03-2호  | LTE 스마트폰과 3G 스마트폰 사용자 비교분석                 | 하태림     | 2013-03-25 |
| 13-03-1호  | 은퇴연령계층의 스마트기기 이용행태와 라이프스타일                 | 신지형     | 2013-03-25 |
| 13-02-2호  | 소셜TV 소비 행태 분석                              | 정용찬     | 2013-02-28 |
| 13-02-1호  | 스마트 기기별 콘텐츠 이용패턴 비교와 그 시사점                 | 김민철     | 2013-02-28 |
| 13-01-2호  | 가구 내 미디어 이용 지침과 어린이 및 청소년의 미디어 이용 행태       | 송정련     | 2013-01-31 |
| 13-01-1호  | N 스크린 이용행태 및 추이 분석                         | 김윤화     | 2013-01-31 |
| 12-02-2호  | TV 이용현황 분석                                 | 하태림     | 2012-12-28 |
| 12-02-1호  | 개인용 미디어기기의 종류별 이용현황의 변화와 시사점               | 신지형     | 2012-12-28 |
| 12-01-2호  | 아시아 주요 도시의 해외 방송 콘텐츠 이용행태                  | 정용찬     | 2012-12-14 |
| 12-01-1호  | 일반휴대폰에서 스마트폰으로의 전환에 따른 이용행태 변화             | 김민철     | 2012-12-14 |

## KISDI ICT통계분석센터 ☆☆☆

KISDI ICT통계분석센터에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

### 한국미디어패널조사

- ◆ 조사 목적: 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ 조사 방법: 가구 방문 일대일 면접 조사
- ◆ 조사 대상: 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

### 방송산업 실태조사

- ◆ 조사 목적: 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ 조사 방법: 전수조사, 인터넷 설문조사
- ◆ 조사 대상: 미래창조과학부·방송통신위원회에 등록된 방송사업자

### 방송매체 이용행태 조사

- ◆ 조사 목적: TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태를 분석
- ◆ 조사 방법: 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ 조사 대상: 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

## KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개 ☆☆☆

### ■ 방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

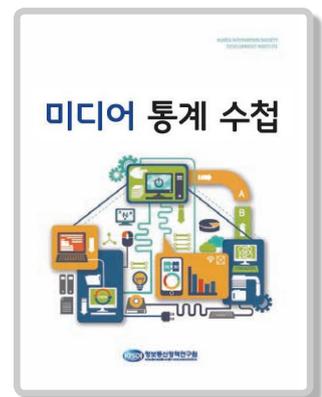
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

### ■ 미디어 통계수첩 소개

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 미래창조과학부와 방송통신위원회의 방송산업실태 조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동