

2020 인터넷이용실태조사

인터넷이용실태조사

총괄 책임자

정부만 본부장

참여 연구진

민성준 팀장

이용한 연구위원

한유정 연구원

C o n t e n t s

part. 01

인포그래픽으로 보는 주요지표

- 인터넷, 우리 국민은 얼마나 이용할까? 20
- 인터넷 이용자, 어떤 서비스를 이용할까? 24
- 앞으로의 인터넷, 어떻게 달라질까? 28

part. 02

심층분석

1. 사회적 거리두기와 인터넷 이용의 증가 36
2. 경제 · 사회활동의 온라인 비대면화 39
3. 집콕생활의 필수, 동영상서비스 이용 42
4. 신기술 도입의 가속화 47

part. 03

요약본

1. 조사개요	53
2. 인터넷 '접속'	54
3. 인터넷 '기반'	59
4. 인터넷 '휴대'	60
5. 인터넷 '소통'	62
6. 인터넷 '생활'	66

C o n t e n t s

part. 04

I . 조사개요

1. 조사 목적	76
2. 조사 연혁	77
3. 조사 내용 및 범위	79
4. 주요 용어 및 정의	80
5. 조사 체계	82
6. 표본 설계	83
가. 모집단	83
나. 표본 규모 및 추출 방법	83
7. 실사	85
가. 실사 개요	85
나. 표본 관리	85
8. 자료 입력 및 처리	86
가. 자료 검증 및 대체	86
나. 자료 입력 및 분석	86
9. 추정 및 표본오차	87
가. 추정	87
나. 표본오차 및 신뢰구간	89
10. 결과발표 및 통계 활용분야	90
11. 모집단 현황	91
12. 표본 현황	94

II. 인터넷 ‘기반’

1. 가구 인터넷 접속률	100
가. 인터넷접속률	100
나. 가구 인터넷 접속방법	100
2. 가구 인터넷 이용환경	101
가. 컴퓨터 보유율	101
나. 정보통신기기 보유현황	101
다. 정보통신서비스 이용현황	102
3. 개인 인터넷 이용률	103
가. 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수	103
나. 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수	105
다. 연령별 인터넷이용률 및 이용자 수	106
라. 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수	108
마. 직업별 인터넷 이용률	110
바. 학력별 인터넷 이용률	111
사. 가구소득별 인터넷 이용률	111
4. 개인 인터넷 이용행태	112
가. 인터넷 접속방법	112
나. 인터넷 이용기간	113
다. 인터넷 이용빈도	114
라. 인터넷 이용시간	115
마. 인터넷 이용장소	116
바. 컴퓨터 이용률	117
사. 인터넷 이용목적	118
아. 안전한 인터넷 이용을 위한 활동	119

III. 인터넷 ‘휴대’

1. 모바일 인터넷 이용	122
가. 휴대형 정보통신기기 보유현황	122
나. 모바일 인터넷 이용률	123
2. 이동전화 및 스마트폰 인터넷 이용	124
가. 이동전화 이용률	124
나. 스마트폰 보유율	125
다. 스마트폰 인터넷 이용률	126
라. 스마트폰 이용시간	127
마. 주이용 스마트폰 애플리케이션	128
3. 웨어러블기기 보유 및 이용	129
가. 웨어러블기기 보유율	129
나. 웨어러블기기 이용 기능	129

IV. 인터넷 ‘소통’

1. 인스턴트메신저 이용현황	132
가. 인스턴트메신저 이용률	132
나. 인스턴트메신저 이용기능	134
다. 주이용 인스턴트메신저 서비스	134
2. SNS 이용현황	136
가. SNS 이용률	136
나. SNS 이용빈도 및 시간	138
다. 주이용 SNS 서비스	139
라. SNS 이용 이유	140
마. SNS 비이용 이유	140
3. 이메일 이용현황	141
가. 이메일 이용률	141
나. 이메일 이용용도 및 빈도	142

V. 인터넷 '생활'

1. 인터넷 정보 검색	146
가. 상품서비스 정보	146
나. 여행 · 교통 · 숙박 · 위치 정보	146
다. 건강 · 의료정보	147
2. 인터넷쇼핑 이용	148
가. 인터넷쇼핑 이용률	148
나. 인터넷쇼핑 빈도	150
다. 인터넷쇼핑 구매비용	150
라. 해외직구 이용률	151
마. 인터넷쇼핑 결제방법	152
바. 인터넷쇼핑 구매품목	153
사. 인터넷쇼핑 구매 앱/사이트	154
아. 인터넷쇼핑 비이용 이유	154
3. 인터넷뱅킹 이용	155
가. 인터넷뱅킹 이용률	155
나. 인터넷뱅킹 이용서비스	156
4. 온라인 미디어 이용	157
가. 온라인 미디어 이용률	157
나. TV 시청	158
다. 신문 읽기	159
라. 라디오 청취	159
마. 잡지 · 서적 읽기	160
바. 영화 관람	160
5. 온라인 교육/직업 · 직장	161
가. 온라인 교육	161
나. 구직활동 및 입사지원	161
다. 화상 회의	162
라. 직업 · 직장관련 온라인 참여	162
마. 원격근무	163

VI. 인터넷 ‘신기술’

1. 동영상 서비스 이용	166
가. 연령별 동영상 이용률	166
나. 동영상 서비스 이용 빈도	166
다. 동영상 서비스 이용 시간	167
라. 동영상 서비스 이용 앱/사이트	167
마. 성별 · 연령별 주 이용 앱/사이트	168
바. 검색 이용률	169
사. 검색수단 신뢰도	169
2. 클라우드 서비스 이용	170
가. 클라우드 서비스 이용률	170
나. 클라우드 서비스 이용목적	171
3. 인공지능 음성인식 서비스 이용	172
가. 인공지능 음성인식 서비스 이용률	172
나. 인공지능 음성인식 서비스 이용기기	172
다. 인공지능 음성인식 서비스 이용 기능	173

Ⅶ. 인터넷 ‘단절’

part. 05

부 록

1. 인터넷 비이용자 현황	176
2. 인터넷 비이용 이유	178
3. 인터넷 이용 의향	179

1. 인터넷이용자 정의	181
2. 주요 변경 내역	185
3. 표본오차	195
4. 조사표	201

표 차례

〈표 1-1〉	만3세 이상 인구의 인터넷 이용률과 이용자 수 표본오차 및 추정 결과	89
〈표 1-2〉	가구의 인터넷 접속률 표본오차 및 추정 결과	89
〈표 1-3〉	지역별 동·읍·면부별 가구 분포	91
〈표 1-4〉	지역별 성별 연령별 인구 분포	92
〈표 1-5〉	지역(동읍면부)별 가구원수별 표본가구 분포	94
〈표 1-6〉	지역별 성별 연령별 표본(인구)분포	95
〈표 2-1〉	최근 인터넷 이용시기별 이용률 및 이용자 수(% , 천명, 만 3세 이상 인구 기준)	104
〈표 2-2〉	지역 규모 및 지역별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	109
〈표 2-3〉	성·연령별 인터넷 이용기간(% , 만3세 이상 인터넷 이용자 기준)	113
〈표 2-4〉	성·연령별 인터넷 이용빈도(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	114
〈표 2-5〉	성·연령별 인터넷 이용장소(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	116
〈표 2-6〉	성·연령별 인터넷 이용목적(복수응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	118
〈표 2-7〉	성·연령별 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, % , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	119
〈표 4-1〉	성·연령별 주이용 인스턴트메신저 서비스(3개 항목 응답, % , 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)	135
〈표 4-2〉	성·연령별 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, % , 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)	139
〈표 6-1〉	성·연령별 주 이용 앱/사이트(3개 항목 응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	168

그림 차례

그림 2-1)	가구 인터넷 접속률 및 접속 가구 수 추이(% , 천 가구, 국내 전체 기준)	100
그림 2-2)	가구 인터넷 접속방법(복수응답, % , 인터넷 접속 가구 기준)	100
그림 2-3)	가구 컴퓨터 보유율(% , 전체 가구 기준)	101
그림 2-4)	가구 정보통신기기 보유현황(복수응답, % , 전체 가구 기준)	101
그림 2-5)	가구 정보통신서비스 이용현황(복수응답, % , 전체 가구 기준)	102
그림 2-6)	개인 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천 명, 만 3세 이상 인구 기준)	103
그림 2-7)	만 60세 이상 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천 명, 만 60세 이상 인구 기준)	103
그림 2-8)	최근 인터넷 이용시기(% , 만 3세 이상 인구 기준)	104
그림 2-9)	성별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	105
그림 2-10)	성별 인터넷 이용자 수(천명)	105
그림 2-11)	성별 인터넷 이용자 구성비(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	105
그림 2-12)	연령별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	106

그림 2-13) 연령별 인터넷 이용자 수(천명, 만 3세 이상 인구 기준)	106
그림 2-14) 연령별 인터넷 이용자 구성비(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	107
그림 2-15) 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천 명, 만 3세 이상 인구 기준)	108
그림 2-16) 지역별 규모별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	109
그림 2-17) 직업별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	110
그림 2-18) 학력별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	111
그림 2-19) 가구소득별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	111
그림 2-20) 인터넷 접속방법(복수응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	112
그림 2-21) 인터넷 이용기간(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	113
그림 2-22) 인터넷 이용빈도(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	114
그림 2-23) 주평균 인터넷 이용시간(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	115
그림 2-24) 성·연령별 주평균 인터넷 이용시간(시간, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	115
그림 2-25) 인터넷 이용 장소(복수응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	116
그림 2-26) 컴퓨터 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	117
그림 2-27) 성·연령별 컴퓨터 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	117
그림 2-28) 인터넷 이용목적(복수응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	118
그림 2-29) 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, % , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	119
그림 3-1) 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, % , 만 6세 이상 인구 기준)	122
그림 3-2) 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, % , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	122
그림 3-3) 최근 모바일 인터넷 이용시기(% , 만 3세 이상 인구 기준)	123
그림 3-4) 성·연령별 모바일 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	123
그림 3-5) 이동전화 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	124
그림 3-6) 성·연령별 이동전화 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	124
그림 3-7) 성·연령별 스마트폰 보유율(% , 만 6세 이상 인구 기준)	125
그림 3-8) 최근 스마트폰을 통한 인터넷 이용시기(% , 만 3세 이상 인구 기준)	126
그림 3-9) 성·연령별 스마트폰을 통한 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)	126
그림 3-10) 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(% , 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준)	127
그림 3-11) 성·연령별 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(시간, 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준)	127
그림 3-12) 주이용 스마트폰 애플리케이션(3개 항목 응답, % , 만 12세 이상 스마트폰 이용자 기준)	128
그림 3-13) 성·연령별 웨어러블기기 보유율(% , 만 6세 이상 인구 기준)	129
그림 3-14) 웨어러블기기 이용 기능(복수응답, % , 만 6세 이상 웨어러블기기 보유자 기준)	129
그림 4-1) 최근 인스턴트메신저 이용시기(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	132
그림 4-2) 기기별 인스턴트메신저 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	133
그림 4-3) 성·연령별 인스턴트메신저 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	133

그림 4-4) 인스턴트메신저 이용기능(복수응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)	134
그림 4-5) 주이용 인스턴트메신저 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)	134
그림 4-6) 최근 SNS 이용시기(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	136
그림 4-7) 기기별 SNS 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	137
그림 4-8) 성·연령별 SNS 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	137
그림 4-9) 주평균 SNS 이용빈도(% , 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)	138
그림 4-10) 주평균 SNS 이용시간(% , 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)	138
그림 4-11) 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)	139
그림 4-12) SNS 이용이유(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)	140
그림 4-13) SNS 비이용 이유(복수응답, %, 만 6세 이상 SNS 비이용자 기준)	140
그림 4-14) 최근 이메일 이용시기(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	141
그림 4-15) 성·연령별 이메일 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	141
그림 4-16) 개인 용도 이메일 이용빈도(% , 만 6세 이상 개인 용도 이메일 이용자 기준)	142
그림 4-17) 업무 용도 이메일 이용빈도(% , 직장인 이메일 이용자 기준)	142
그림 5-1) 성·연령별 상품서비스 정보 검색 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	146
그림 5-2) 성·연령별 여행·교통·숙박·위치 정보 검색 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	146
그림 5-3) 성·연령별 건강·의료정보 검색 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	147
그림 5-4) 인터넷쇼핑 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	148
그림 5-5) 기기별 인터넷 쇼핑 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	149
그림 5-6) 성·연령별 인터넷쇼핑 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	149
그림 5-7) 월평균 인터넷쇼핑 빈도(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	150
그림 5-8) 월평균 인터넷쇼핑 구매비용(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	150
그림 5-9) 성·연령별 해외직구 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	151
그림 5-10) 해외직구 비중(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	151
그림 5-11) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	152
그림 5-12) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %, 만 12세 이상 컴퓨터 쇼핑 이용자/모바일 쇼핑 이용자)	152
그림 5-13) 인터넷쇼핑 구매품목(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	153
그림 5-14) 인터넷 상품 구매시 주이용 앱/사이트(3개 항목 응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)	154
그림 5-15) 인터넷쇼핑 비이용 이유(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 비이용자 기준)	154
그림 5-16) 최근 인터넷뱅킹 이용시기(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	155
그림 5-17) 기기별 인터넷뱅킹 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	155
그림 5-18) 성·연령별 인터넷뱅킹 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	156
그림 5-19) 인터넷뱅킹 이용서비스(2개 항목 응답, %, 만 12세 이상 인터넷뱅킹 이용자)	156
그림 5-20) 온라인 미디어 서비스별 이용률(복수응답, %, 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	157

그림 5-21) 성·연령별 온라인 미디어 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	158
그림 5-22) 성·연령별 온라인 TV 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	158
그림 5-23) 성·연령별 온라인 신문 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	159
그림 5-24) 성·연령별 온라인 라디오 청취율(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	159
그림 5-25) 성·연령별 온라인 잡지·서적 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	160
그림 5-26) 성·연령별 온라인 영화 관람률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)	160
그림 5-27) 성·연령별 온라인 교육 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	161
그림 5-28) 성·직업별 구직활동 및 입사지원 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	161
그림 5-29) 성·직업별 화상회의 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	162
그림 5-30) 성·직업별 직업·직장 관련 온라인 참여 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	162
그림 5-31) 성·직업별 원격근무 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	163
그림 6-1) 성·연령별 동영상 서비스 이용률(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	166
그림 6-2) 동영상 서비스 이용 빈도(% , 만 3세 이상 동영상 서비스 이용자 기준)	166
그림 6-3) 동영상 서비스 이용 시간(% , 만 3세 이상 동영상 서비스 이용자 기준)	167
그림 6-4) 동영상 서비스 이용 앱/사이트(3개 항목 응답, % , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)	167
그림 6-5) 성·연령별 동영상 서비스 검색 이용률 (2개 항목 응답, % , 만3세 이상 인터넷 이용자 기준)	169
그림 6-6) 성·연령별 동영상 서비스 검색 수단 신뢰도 (2개 항목 응답, % , 만3세 이상 인터넷 이용자 기준)	169
그림 6-7) 최근 클라우드 서비스 이용시기(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	170
그림 6-8) 성·연령별 클라우드 서비스 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)	171
그림 6-9) 클라우드 서비스 이용목적(복수응답, % , 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자 기준)	171
그림 6-10) 성·연령별 인공지능 음성인식 서비스 이용률(% , 만 6세 이상 인구 기준)	172
그림 6-11) 인공지능 음성인식 서비스 이용기기(2개 항목 응답, % , 만 6세 이상 인구 기준)	172
그림 6-12) 인공지능 음성인식 서비스 이용기능(2개 항목 응답, % , 만 6세 이상 인공지능 음성인식서비스 이용자 기준)	173
그림 7-1) 성·연령별 인터넷 비이용자 현황(% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	176
그림 7-2) 인터넷 비이용자 구성비 성·연령별 (% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	176
그림 7-3) 인터넷 비이용자 구성비 직업별 (% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	177
그림 7-4) 인터넷 비이용자 구성비 학력 (% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	177
그림 7-5) 인터넷 비이용 이유(복수응답, % , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	178
그림 7-6) 성·연령별 인터넷 이용의향(% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)	179

이용자 유의사항

1. 본 보고서는 2020년
인터넷이용실태조사(국가승인 지정통계 제120005호)
의 결과를 수록한 것입니다.

2. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는
반드시 과학기술정보통신부와
한국지능정보사회진흥원의 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





• 인터넷, 우리 국민은 얼마나 이용할까?

- 가구 인터넷 접속률
- 인터넷 이용자 수
- 성별 인터넷 이용률
- 연령별 인터넷 이용률
- 모바일 인터넷 이용률
- 지역별 인터넷 이용률
- 인터넷 이용시간

• 인터넷 이용자, 어떤 서비스를 이용할까?

- 인스턴트 메신저 이용률
- 인터넷 쇼핑 이용률
- 인터넷 뱅킹 이용률
- 화상회의, 원격근무 이용률
- 온라인 교육 이용률

• 앞으로의 인터넷, 어떻게 달라질까?

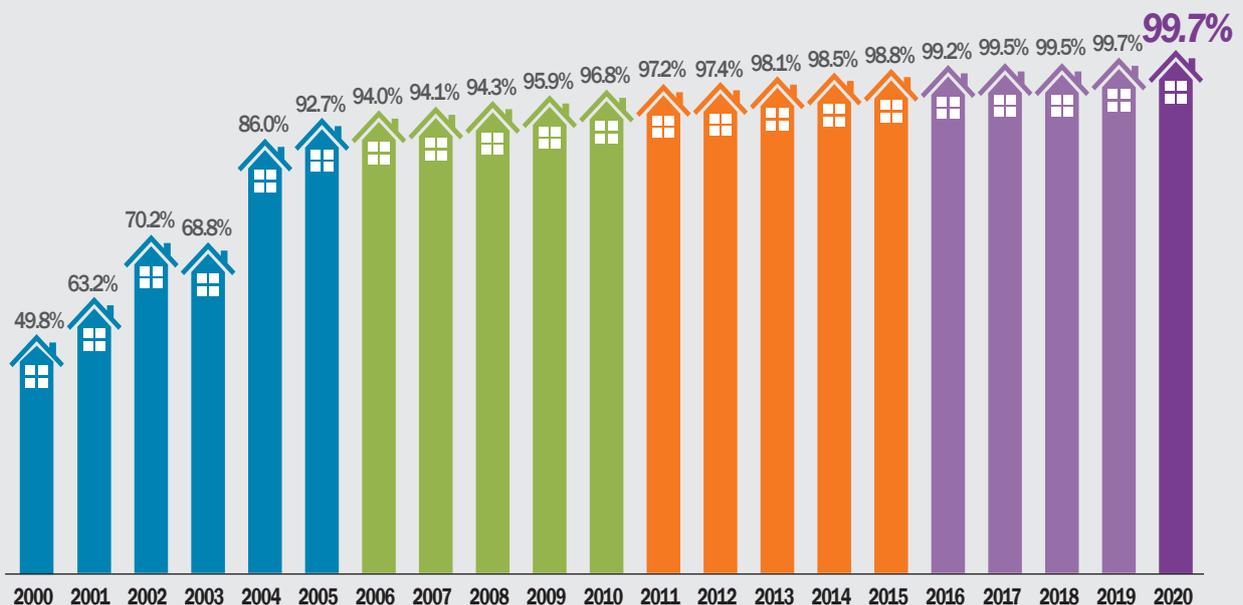
- 5G 서비스 이용률
- 동영상 서비스 이용률
- 동영상 검색 서비스
- 인공지능 음성인식 서비스 이용률
- 클라우드 서비스 이용률

가구 인터넷 접속률 _ 전체 가구 대상



인터넷, 우리 국민은 얼마나 이용할까?

우리나라 1,984만 가구 중 1,980만 가구 인터넷 접속 가능



인터넷 이용자 수 (이용률) _ 최근 1개월 이내 인터넷 이용 기준

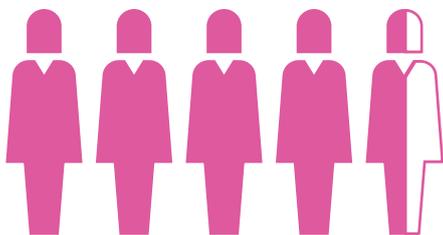
만3세 이상 국민 5,097만명 중 대한민국 인터넷 이용자수



성별 인터넷 이용률

남성 이용률이 여성 이용률보다 4.3%p 높음

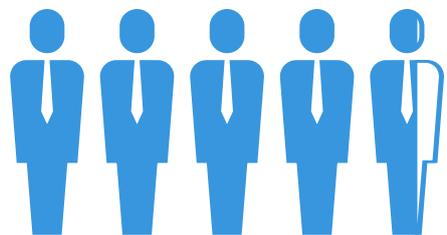
여자
89.7%/100



4.3%

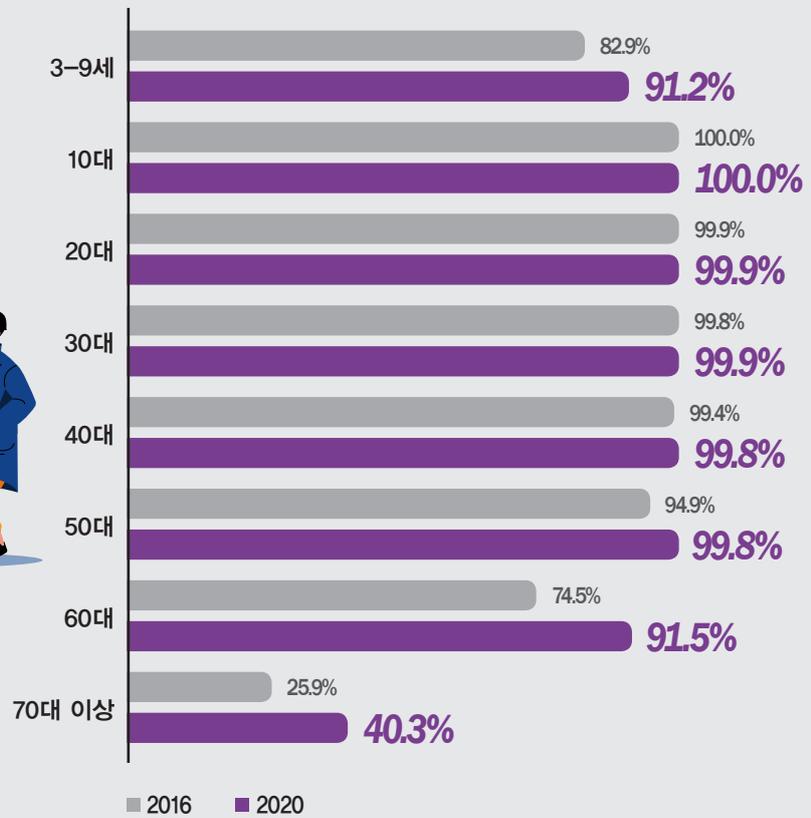


남자
94.0%/100



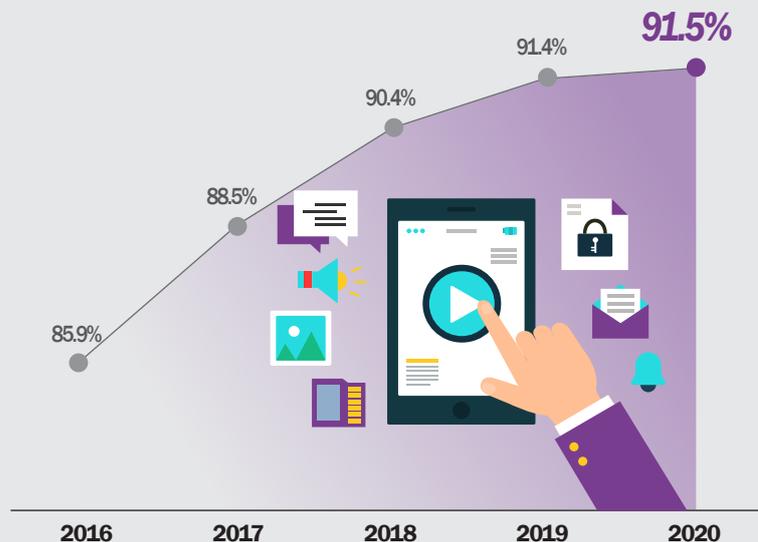
연령별 인터넷 이용률

5년간 60대 이상 고령층에서 인터넷 이용률 증가

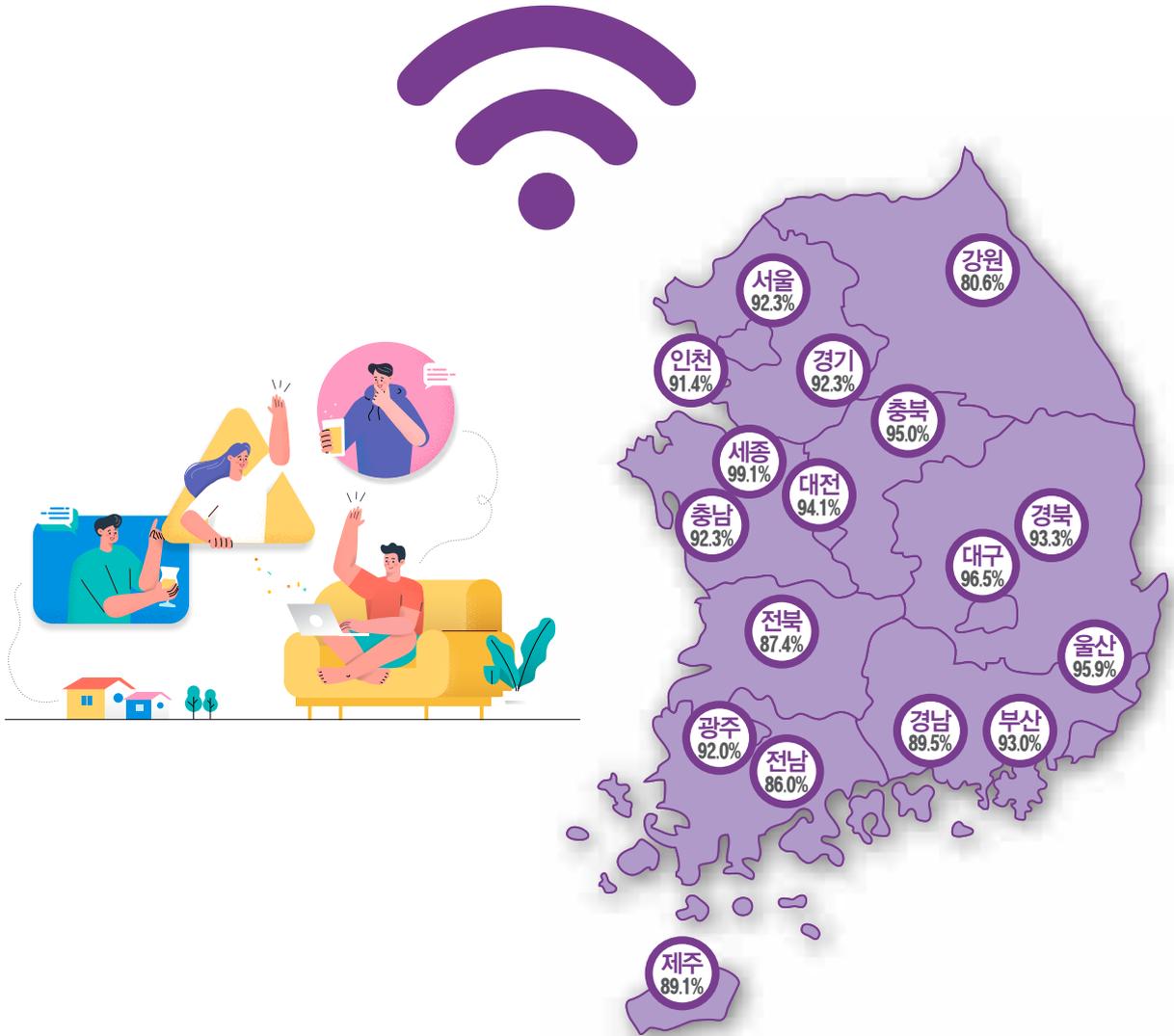


모바일 인터넷 이용률 _ 만 3세 이상 전체

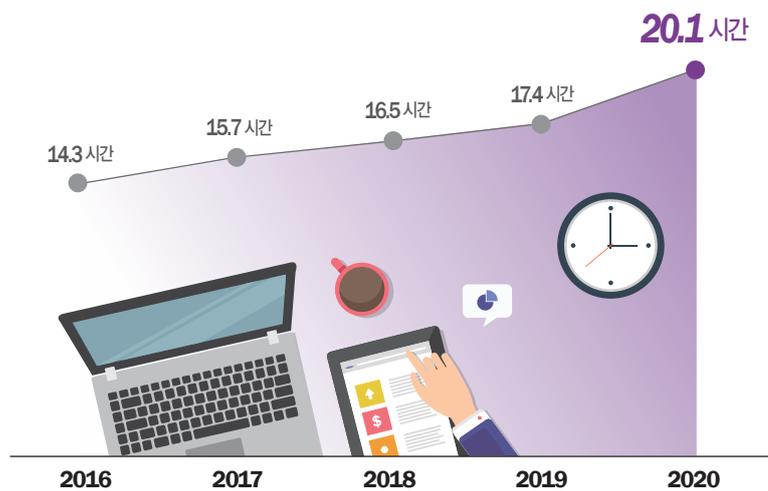
16년 대비 5.6%p 증가



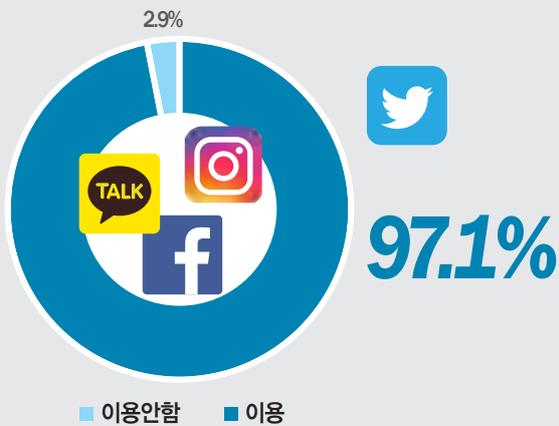
지역별 인터넷 이용률 _ 만 3세 이상 전체



인터넷 이용시간 _ 만 3세 이상 인터넷이용자

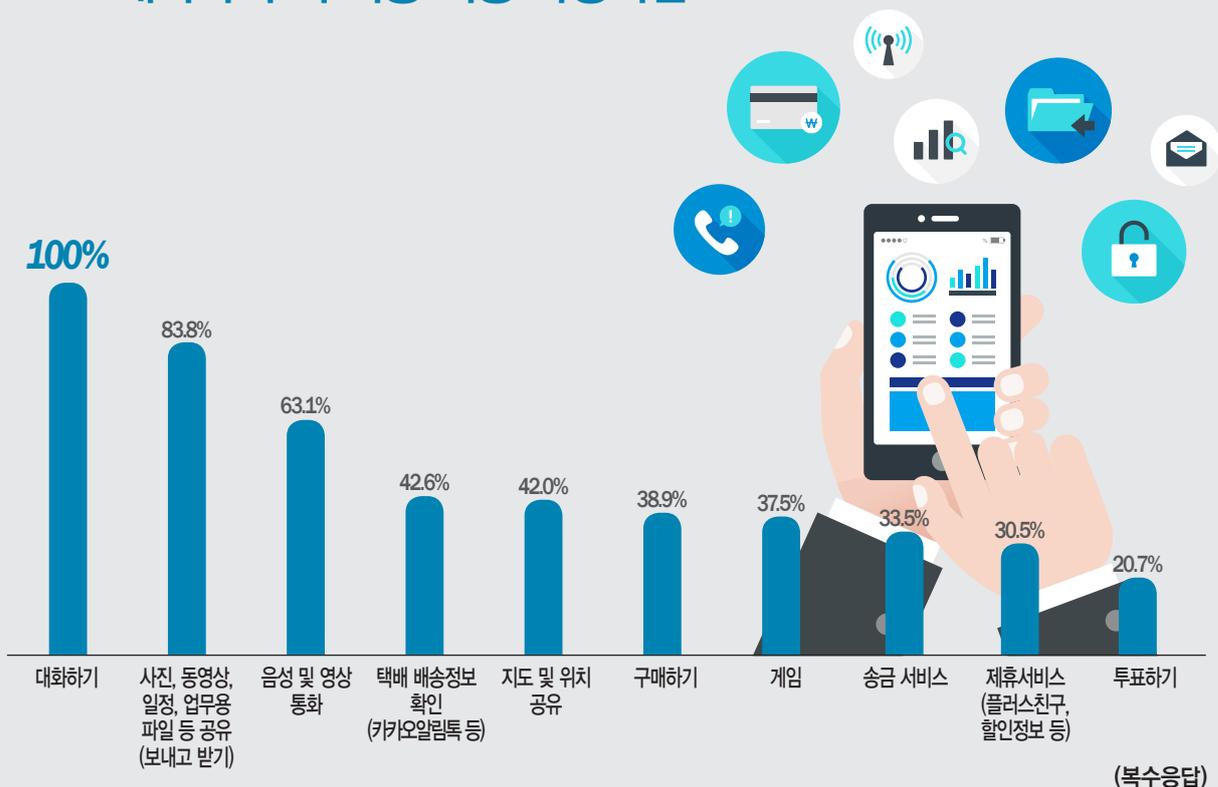


인스턴트 메신저 이용률 _ 만 6세 이상 인터넷이용자



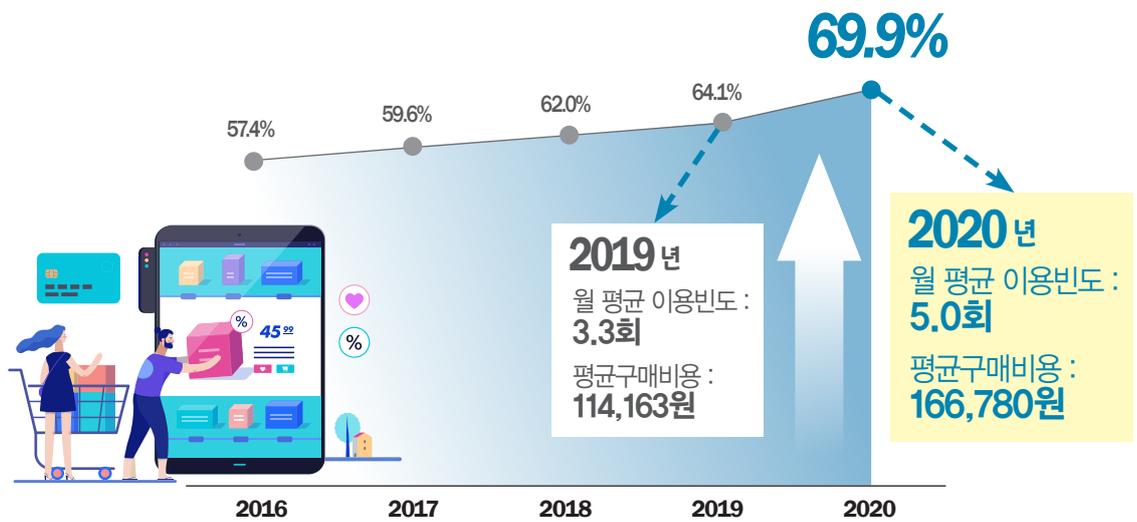
인터넷 이용자, 어떤 서비스를 이용할까?

국민의 97.1%가 인스턴트 메신저 이용자로,
대화하기 외 이용 기능 다양화함



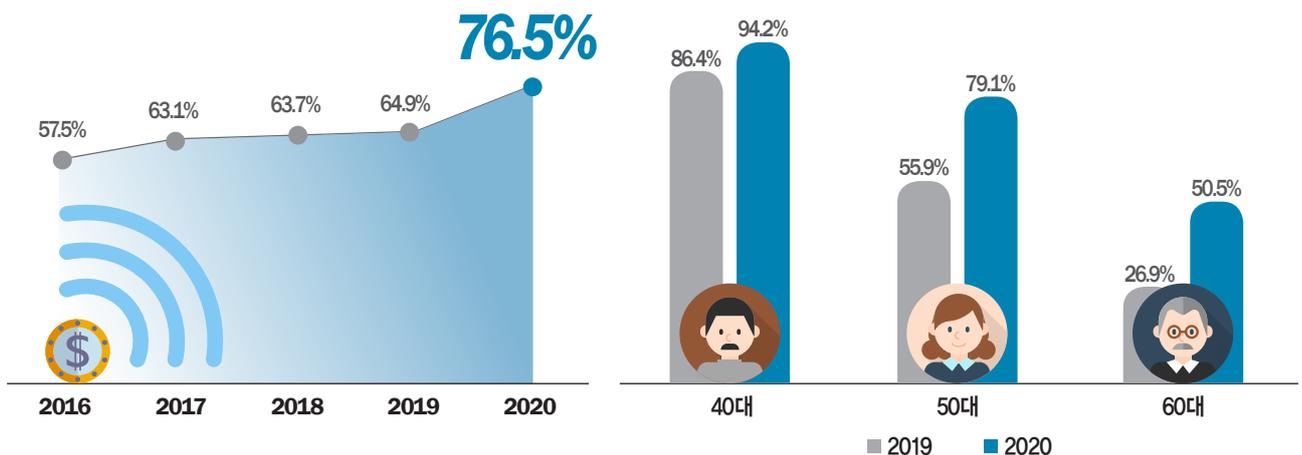
인터넷 쇼핑 이용률 _ 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자

전년 대비 이용빈도 1.7회 증가했으며, 구매비용도 52,617원 증가함



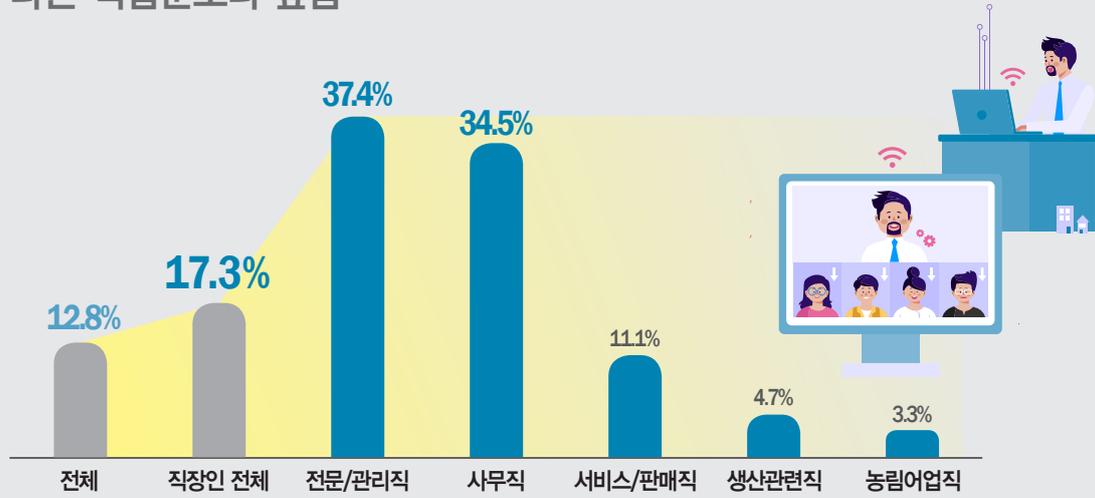
인터넷 뱅킹 이용률 _ 만 12세 이상 인터넷이용자

전년 대비 이용률이 11.6%p 증가했으며, 중장년층 이상인 40~60대 이용률 증가폭이 큼

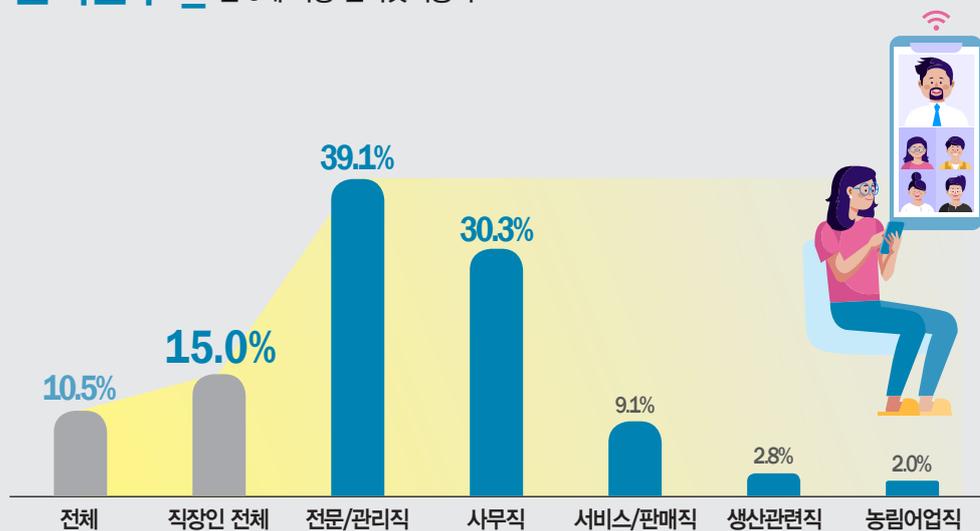


화상회의 _ 만 3세 이상 인터넷이용자

화상회의 및 원격근무는 전문/관리직 및 사무직의 이용률이 다른 직업군보다 높음

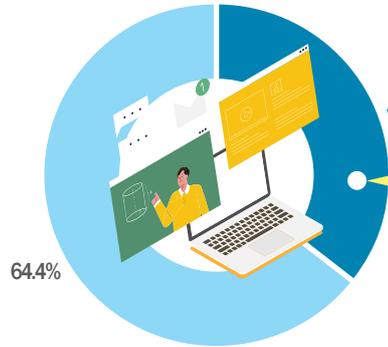


원격근무 _ 만 3세 이상 인터넷이용자



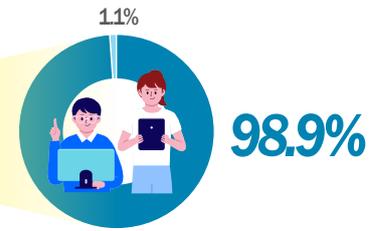
온라인 교육 이용률 _ 만 3세 이상 인터넷이용자

온라인 교육 이용률 : 전체

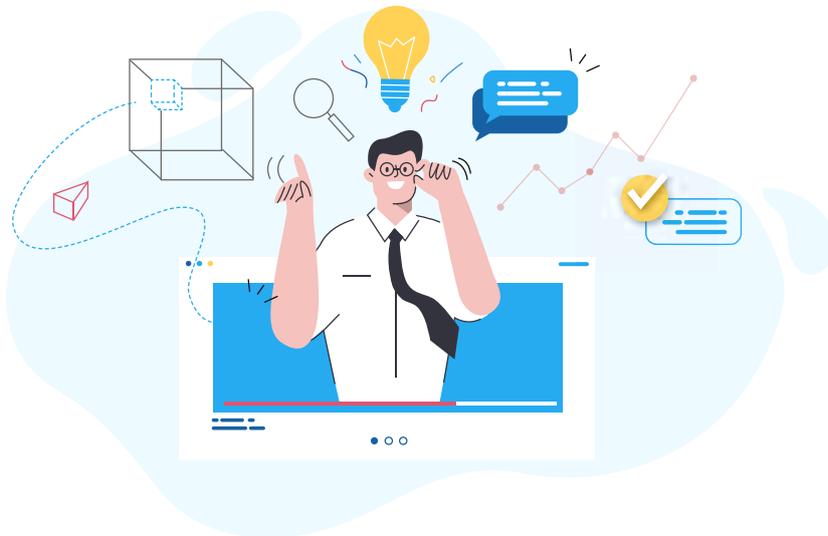


■ 이용 ■ 이용안함

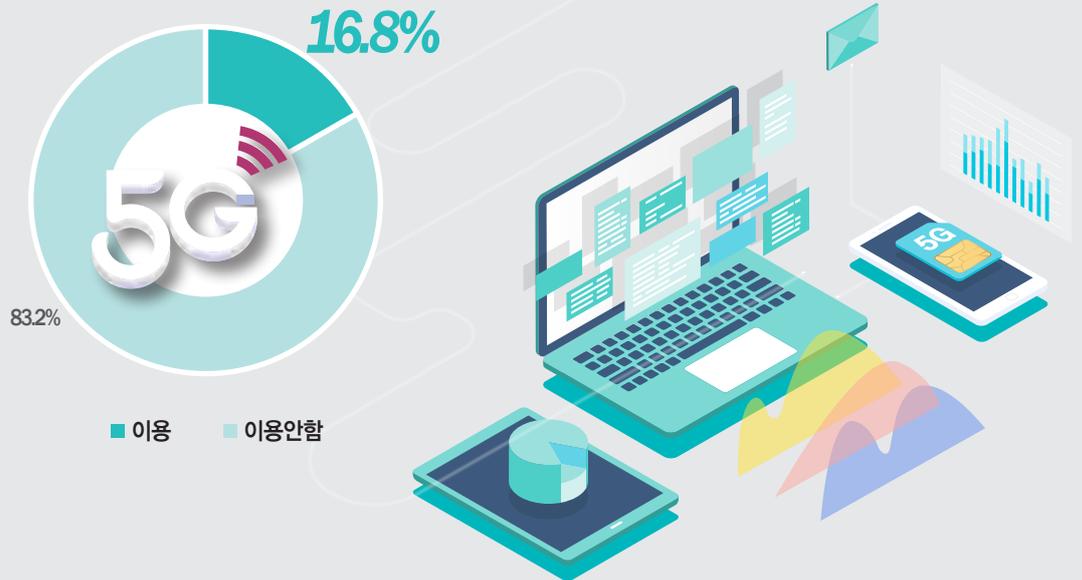
학생 이용률



■ 이용 ■ 이용안함



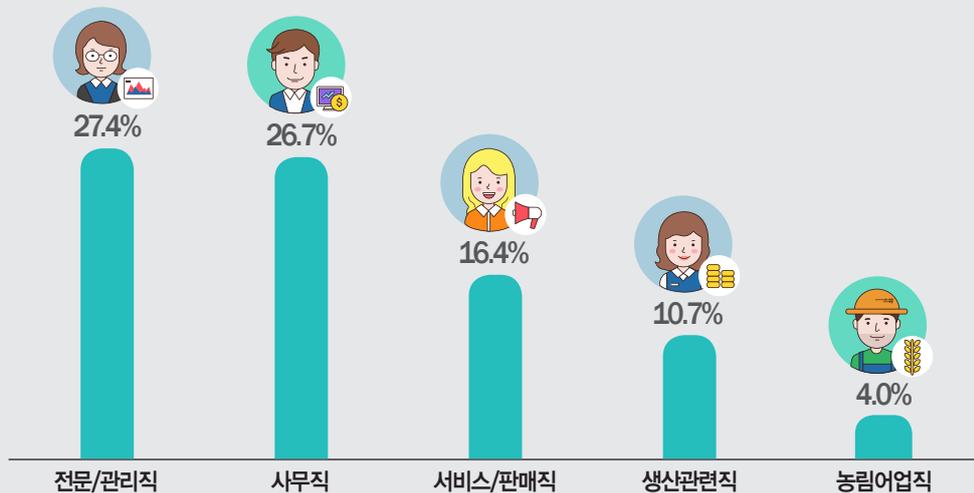
5G 서비스 이용률 _ 만 3세 이상 인터넷이용자



앞으로의 인터넷, 어떻게 달라질까?

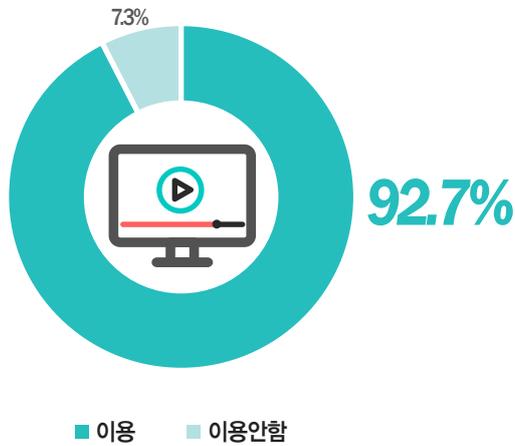


직업군별 5G 서비스 이용률

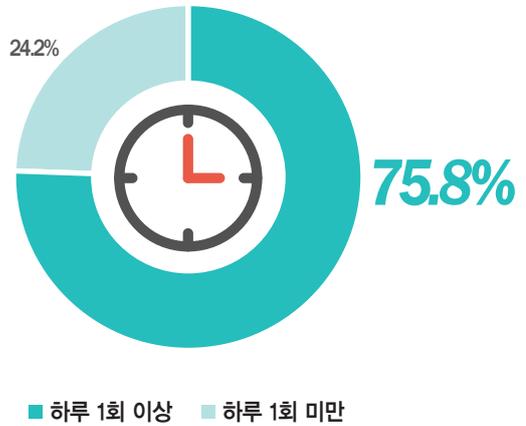


동영상 서비스 이용률 _ 만 3세 이상 인터넷이용자

동영상 서비스 이용률

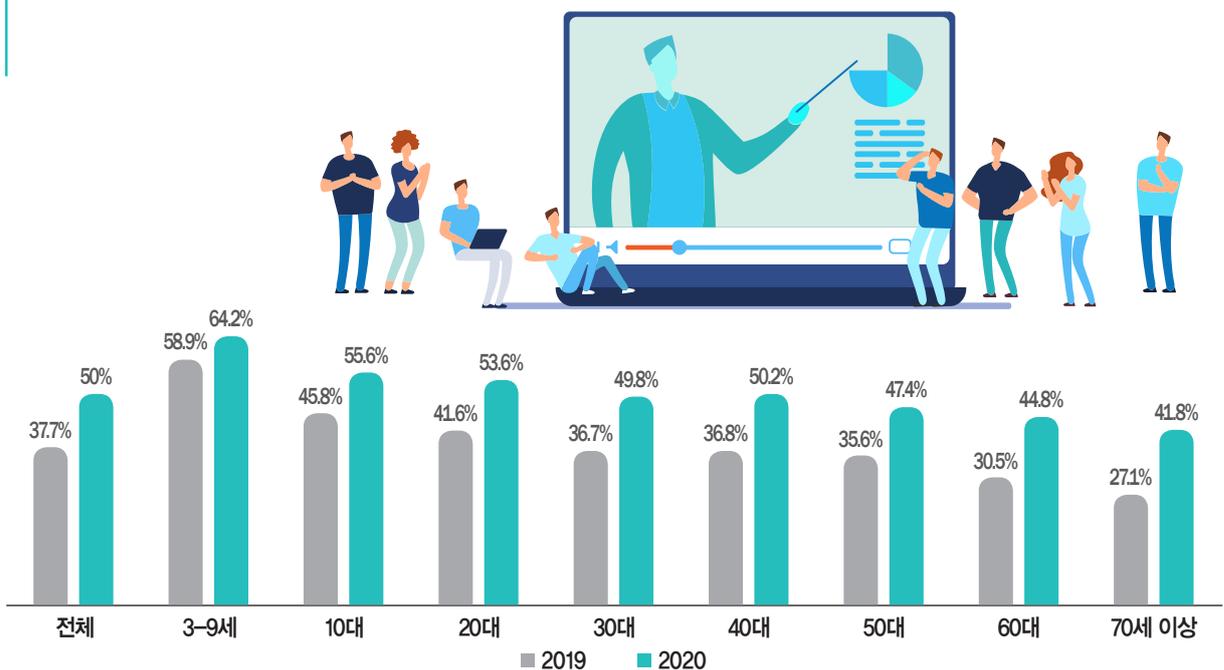


하루 1회 이상 이용자 비율



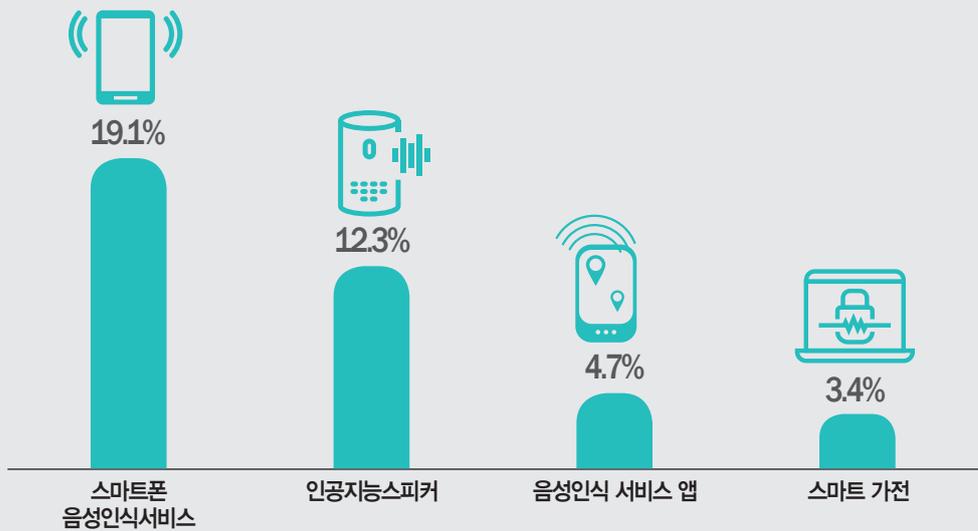
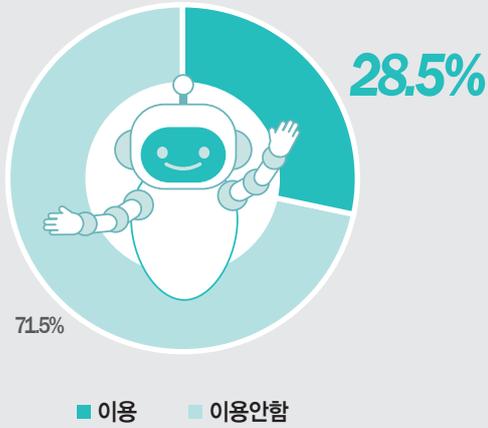
동영상 검색 서비스 _ 만 3세 이상 인터넷이용자

동영상서비스를 검색서비스로 이용하는 비율이 전년 대비 증가함



인공지능 음성인식 서비스 이용률 _ 만 6세 이상 전체

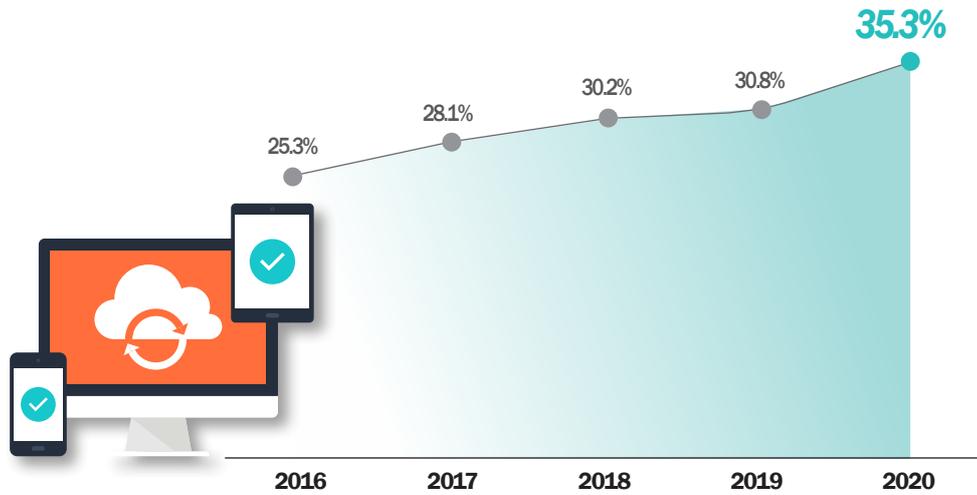
인공지능 음성인식 서비스 이용률



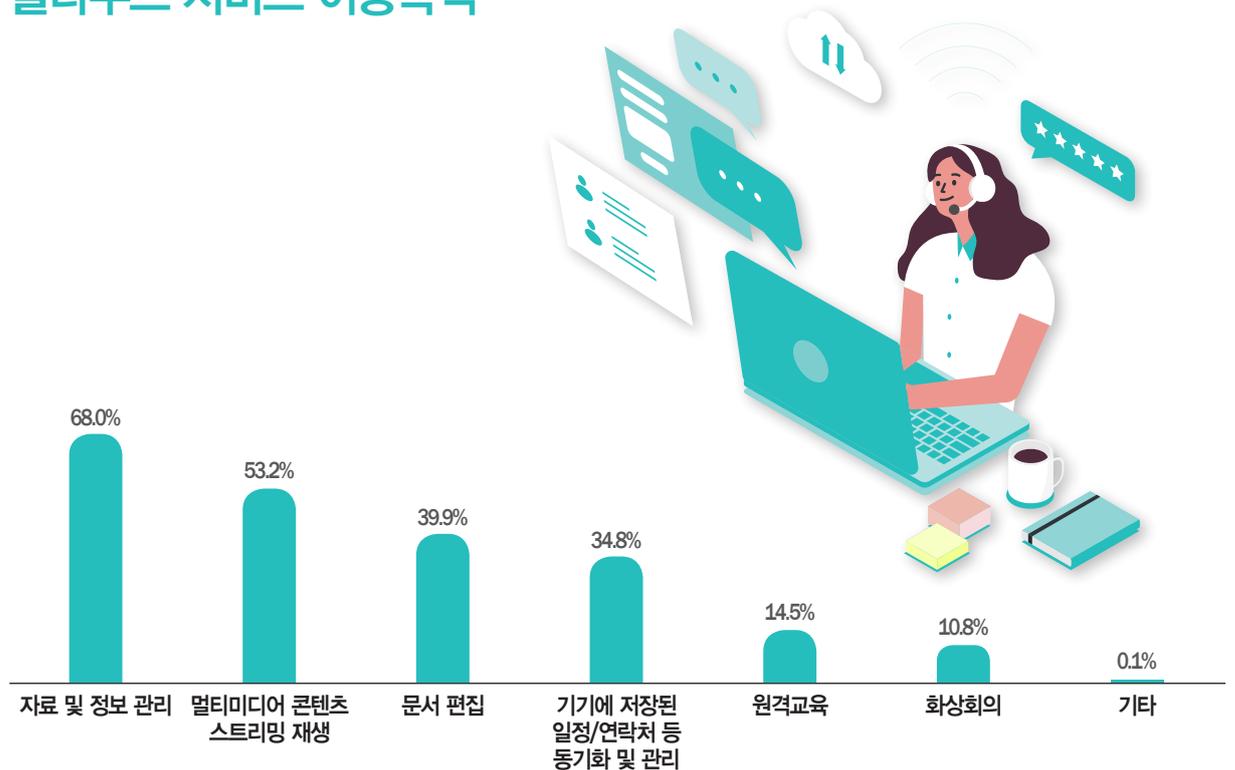
(복수응답)



클라우드 서비스 이용률 _ 만 12세 이상 인터넷이용자



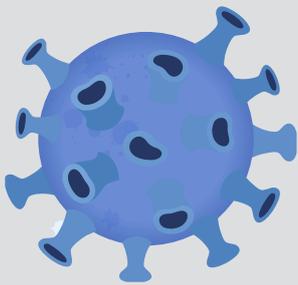
클라우드 서비스 이용목적



(복수응답)

심층분석

코로나19와 인터넷



심층분석 코로나19와 인터넷

인터넷이용실태조사

1 사회적 거리두기와 인터넷 이용의 증가



인터넷 이용은 증가, 실외 인터넷 이용은 감소



인터넷 이용률과 이용시간은 5년간 꾸준한 증가세를 보이며, 특히 2020년 인터넷 이용시간(20.1시간)의 경우 코로나의 영향으로 2.7시간의 큰 증가율을 보임

그림 1 인터넷 이용률 추이(%)

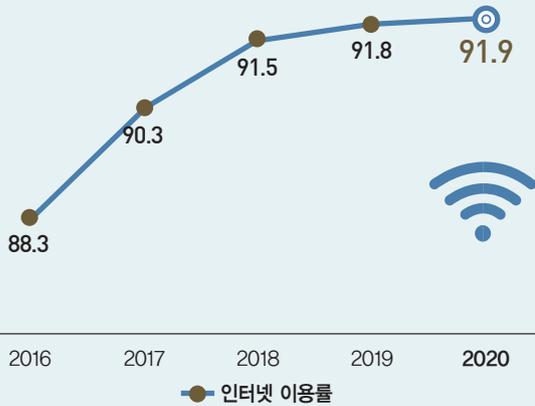
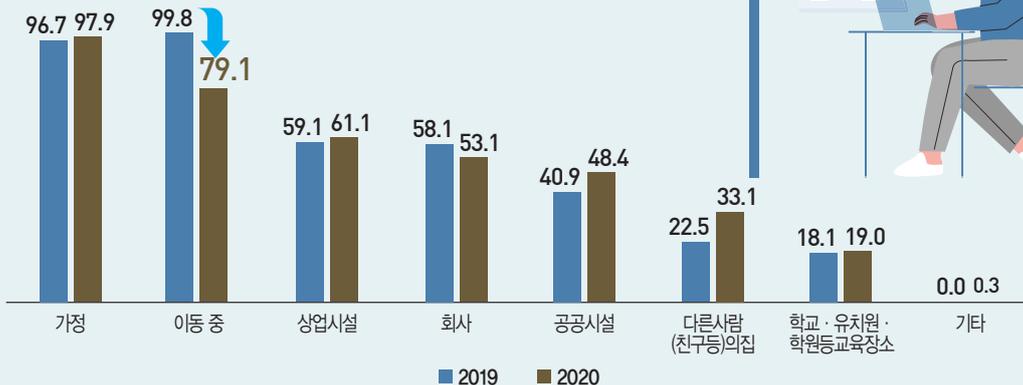


그림 2 인터넷 이용시간 추이(시간)



2020년에는 코로나 관련 방역단계 상승으로 인해 실내 활동 시간이 증가하면서 이동 중 인터넷을 이용하는 비중이 크게 감소(79.1%, 20.7%p↓)

그림 3 인터넷 이용장소 추이(복수응답, %)



마음은 가깝게, 인터넷을 통한 온라인 소통의 증가

대표적인 온라인 소통 수단인 인스턴트메신저의 이용률은 97.1%로 전년 대비 0.8%p 증가하였으며, 오프라인 모임이 급격히 줄어들면서 온라인 소통이 증가한 것으로 보임

그림 4 인스턴트메신저 이용률 추이(%)



인스턴트메신저의 이용기능 또한 음성 및 영상통화(63.1%, 7.3%p↑)와 함께 모든 항목이 증가하는 모습을 보이면서 보다 강화된 온라인 소통이 확인됨

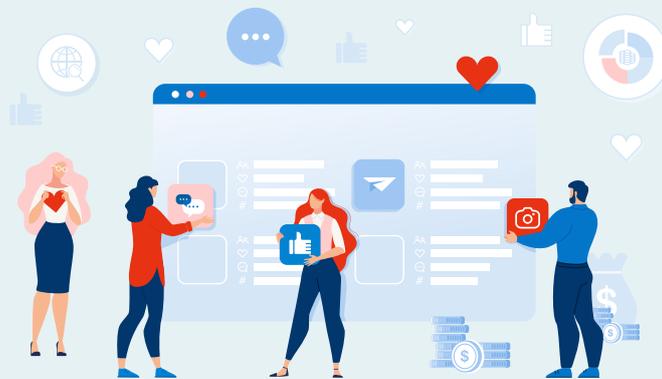
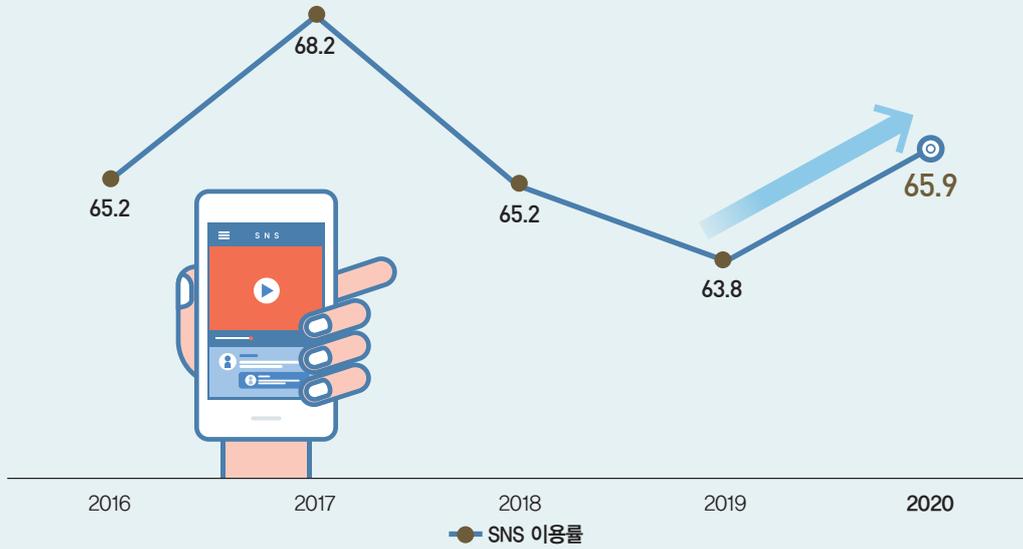


그림 5 인스턴트메신저 이용기능 추이(복수응답, %)



SNS 이용률 또한 '19년까지의 감소 추세에서 올해 증가 추세로 돌아선 것으로 나타남(65.9%, 2.1%p↑)

그림 6 SNS 이용률 추이(%)



이에 따라 주평균 SNS 이용시간도 '19년 53.9분에서 '20년 65.8분으로 크게 증가함

그림 7 주평균 SNS 이용시간 추이(분)



2 경제·사회활동의 온라인 비대면화

인터넷 쇼핑과 बैं킹의 필요성 증가로 중·장년층의 이용 대폭 증가

외출을 자제하고 집에서 장을 보고 금융업무를 처리하면서 인터넷쇼핑과 인터넷뱅킹의 이용률이 크게 상승

- 인터넷쇼핑은 '19년 64.1%에서 '20년 69.9%로 5.8%p 증가함
- 인터넷뱅킹의 경우, 더 급격한 상승세를 보이면서 76.5%로 나타남(11.6%p ↑)

그림 8 인터넷쇼핑 및 인터넷뱅킹 이용률 추이(%)



특히, 40대~60대에서의 증가 추세가 두드러지게 나타났으며, 관련하여 고령층의 정보화 수준 또한 상대적으로 크게 향상된 것으로 분석됨

- 인터넷쇼핑 이용률: 40대 14.6%p ↑, 50대 16.1%p ↑, 60대 10.6%p ↑
- 인터넷뱅킹 이용률: 40대 7.8%p ↑, 50대 23.2%p ↑, 60대 23.6%p ↑
- 고령층 정보화수준: '19년 64.3% → '20년 68.6%(4.3%p 상승)('20년 디지털정보격차 실태조사)

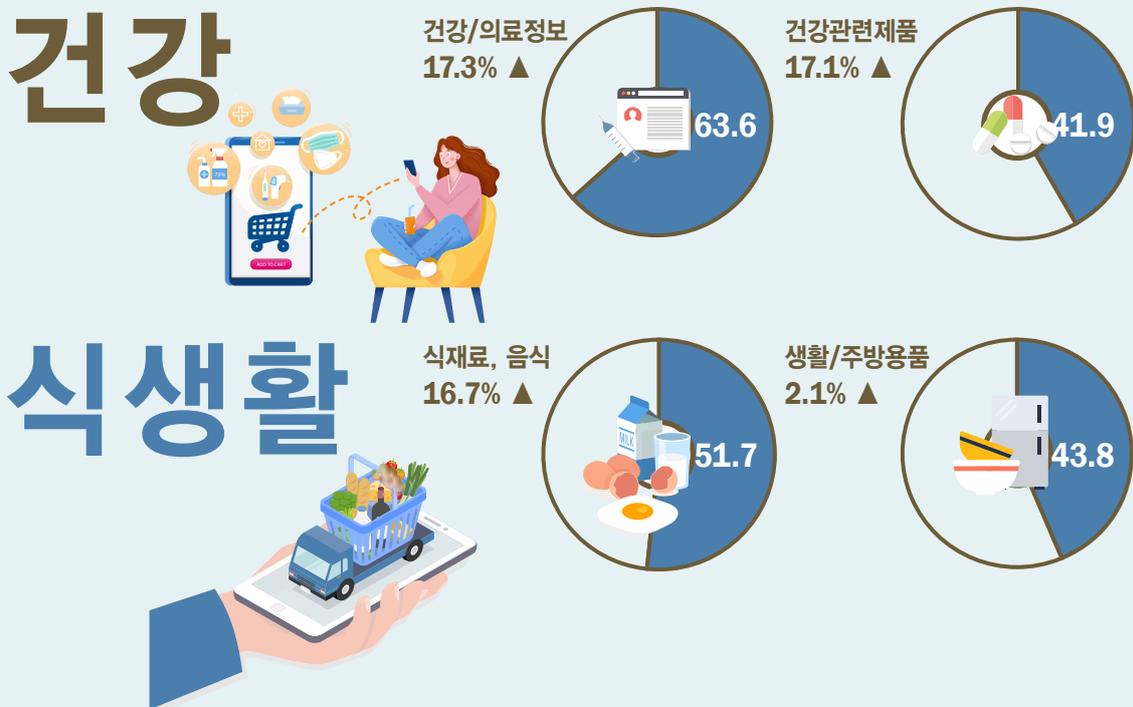
그림 9 연령별 인터넷쇼핑(좌) 및 인터넷뱅킹(우) 이용률 추이(%)



온라인으로 건강정보를 검색하고 생필품을 구입

- 질병에 대한 위기의식이 확산되면서 건강과 식생활 이슈에 대한 관심이 크게 증가
- 건강/의료정보 관련 정보획득 비율은 63.6%를 보이면서 '19년 대비 가장 크게 상승한 것으로 나타남(17.3%p↑)
 - 인터넷쇼핑 구매품목 또한 건강관련제품이 41.9%로 17.1%p 증가함¹⁾
 - 식생활에서도 변화를 보여, 인터넷쇼핑을 통해 식재료, 음식을 구입하는 비율은 51.7%로 16.7%p 증가하였으며, 이와 함께 생활/주방 용품 구입도 늘어나 43.8%로 나타남

그림 10 건강 및 식생활 중심 인터넷 세부이용목적 및 인터넷쇼핑 구매품목(%)



- 건강/의료정보 관련 정보획득의 경우, 40대에서 76.3%로 가장 높으며, 50대에서 '19년 대비 가장 큰 증가 추세를 보임(20.1%p↑)

표 1 연령별 인터넷 세부이용목적 '건강/의료정보' 응답자 추이(% , %p)

연령	2019	2020	GAP
3-9세	3.7	15.9	▲12.2
10대	21.6	36.7	▲15.1
20대	53.3	66.8	▲13.5
30대	57.8	75.7	▲17.9
40대	57.3	76.3	▲19.0
50대	53.7	73.8	▲20.1
60대	46.1	64.6	▲18.5
70세 이상	26.0	45.6	▲19.6

1) 인터넷 세부이용목적(자료 및 정보획득): '19년 '건강/의료정보' → '20년 '건강/의료정보(질병 현황, 병원정보, 증상, 영양정보 검색 등 포함)' 항목 설명 추가
 인터넷쇼핑 구매품목: '19년 '건강기능식품(홍삼, 비타민 등)' → '20년 '건강관련제품(마스크, 손세정제, 비타민, 홍삼 등)' 항목 예시 추가

온라인 수업과 원격 근무, 사회활동 방식의 변화 발생

사회활동 또한 비대면으로 전환되면서 직장과 학교에서는 인터넷을 기반으로 근로형태와 수업방식에 변화 발생
 - 인터넷 세부이용목적 중 온라인 교육은 '19년 대비 11.0%p 증가하여 35.6%로 나타났으며, 4월 온라인 개학으로 학생의 온라인 교육 경험은 '19년 대비 37.1%p 증가하여 98.9%로 나타남

그림 11 인터넷 세부이용목적 중 '온라인 교육' 응답자 추이(%)



- 화상회의, 원격근무도 각각 12.8%, 10.5%로 나타났는데, 특히 전문/관리직(화상회의의 37.4%, 원격근무 39.1%)과 사무직(화상회의의 34.5%, 원격근무 30.3%)에서 높은 비율을 보임

그림 12 직업군별 화상회의 및 원격근무 경험비율(%)



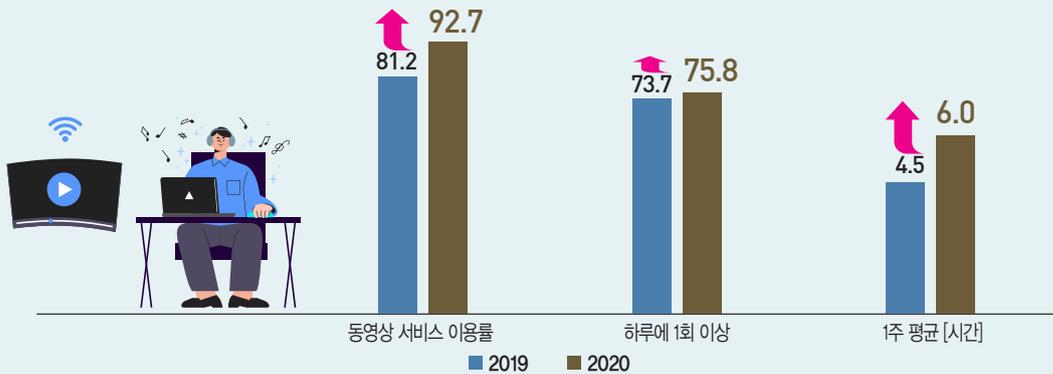
3 집콕생활의 필수, 동영상서비스 이용

동영상 서비스 이용시간과 빈도 증가

집에서 생활하는 시간이 늘어나면서 실내 문화/여가생활을 하기 위한 방편으로 동영상을 보는 비중이 증가 (92.7%, 11.5%p ↑)

- 동영상 서비스를 하루에 1회 이상 이용하는 비율이 75.8%로 증가(2.1%p ↑)
- 동영상 서비스 이용시간 또한 1주일 평균 4.5시간에서 6.0시간으로 증가

그림 13 동영상 서비스 이용률(좌) 이용빈도(중) 및 시간(우) 추이(% , 시간)



- 3~9세의 경우, 매일 1회 이상 동영상을 시청하는 비율의 증가 추세가 눈에 띄게 나타남

표 2 연령별 동영상 서비스 이용빈도 '하루에 1회 이상' 응답자 추이(% , %p)

연령	2019	2020	GAP
3-9세	66.2	76.5	▲10.3
10대	77.4	82.7	▲5.3
20대	80.6	81.4	▲0.8
30대	73.1	77.3	▲4.2
40대	70.9	75.8	▲4.9
50대	73.7	70.6	▽3.1
60대	69.8	69.4	▽0.4
70세 이상	66.5	66.6	▲0.1

- 동영상 서비스 이용시간의 경우에는 10대의 증가 추세가 두드러짐(3.1시간 ↑)

표 3 연령별 동영상 서비스 1주 평균 이용시간 추이(시간)

연령	2019	2020	GAP
3-9세	3.8	5.6	▲1.8
10대	4.8	7.9	▲3.1
20대	5.6	8.0	▲2.4
30대	4.7	6.5	▲1.8
40대	4.3	5.9	▲1.6
50대	4.2	4.9	▲0.7
60대	3.4	3.7	▲0.3
70세 이상	3.6	3.1	▽0.5

동영상 서비스 이용 플랫폼 다양화

- 동영상 서비스를 이용하는 앱/사이트로는 유튜브(11.0%p), 넷플릭스(9.6%p)의 비중이 크게 증가함
- 다양한 동영상 플랫폼이 런칭되면서 페이스북 와치와 웨이브의 비중도 높아짐
- '19년 동영상 서비스 이용 앱/사이트 순위에서 2,3순위였던 아프리카TV(7.4%p), 네이버(5.9%p)의 비율은 다소 낮아짐

그림 14 동영상 서비스 이용 앱/사이트(1+2+3순위, '19년 대비 '20년 응답률의 증감, %p)



*페이스북 와치와 '웨이브' 항목은 '20년 신규. '폭(Pooq)' 항목은 '20년 삭제로 제외. '전혀 안봄/이용 안함' 항목 제외

표 4 동영상 서비스 이용 앱/사이트(1+2+3순위, %, %p)

항목	2019	2020	GAP
유튜브	76.9	87.9	▲11.0
넷플릭스	7.4	17.0	▲9.6
티빙	3.7	3.9	▲0.2
기타	0.1	0.3	▲0.2
페이스북 와치	-	6.4	-
웨이브	-	3.2	-
아마존 프라임	0.3	0.2	▽0.1
다음	11.8	11.7	▽0.1
왓챠플레이	4.2	3.9	▽0.3
통신사 앱/사이트	9.1	6.8	▽2.3
네이버	36.1	30.2	▽5.9
아프리카TV	17.8	10.4	▽7.4
전혀 안봄/이용 안함	18.8	7.3	▽11.5
폭(Pooq)	4.2	-	-

동영상 서비스 이용을 위한 태블릿PC 보유증가

– 동영상 서비스를 이용하기 위한 수단으로 휴대형 정보통신기기 중 태블릿PC의 보유 비율이 '19년 9.9%에서 '20년 18.7%로 크게 증가함(8.8%p)

그림 15 휴대형 정보통신기기 보유현황 추이(복수응답, %)



– 특히, 태블릿PC의 보유율은 전 연령층에서 증가 추세를 보이고 있으며, 6~19세부터 30대까지의 증가세가 두드러짐

표 5 연령별 휴대형 정보통신기기 보유현황 '태블릿PC' 응답자 추이(% , %p)

연령	2019 (%)	2020 (%)	GAP (%p)
6-19세	11.9	35.7	▲23.8
20대	15.8	27.7	▲11.9
30대	14.1	25.4	▲11.3
40대	11.8	20.5	▲8.7
50대	6.8	12.5	▲5.7
60대	5.0	5.2	▲0.2
70세 이상	1.4	2.0	▲0.6



정보검색에 활용되는 동영상 서비스

- 인터넷 검색 시 주요 검색수단인 포털사이트를 이용하는 비율이 76.3%로 감소하고(8.1%p ↓), 유튜브 등 동영상 서비스를 이용하는 비중이 크게 증가하여 50.0%로 절반을 차지함(12.3%p ↑)
- 이와 함께 SNS와 메신저를 이용한 정보검색도 비중이 증가추세에 있어 검색수단의 다양화를 짐작할 수 있음

그림 16 인터넷 검색 시 주이용 사이트/앱 추이(1+2순위, %)



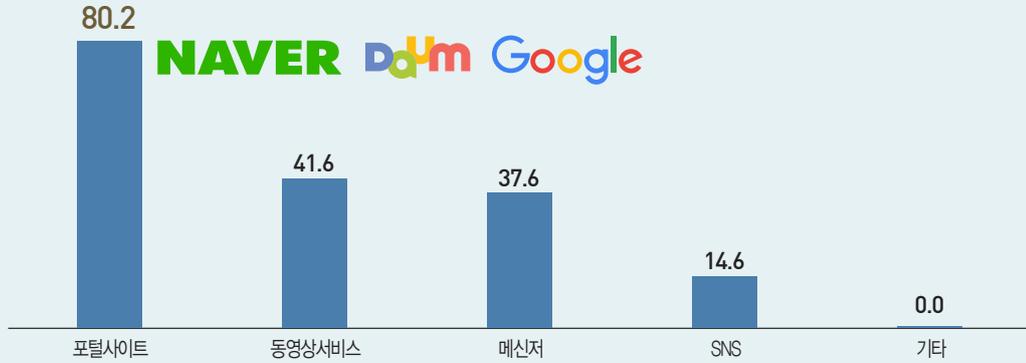
- 네이버, 다음, 구글 등 포털사이트의 경우, 전 연령층에서 감소 추세를 보이고 있으며, 3~9세부터 20대까지의 감소 추세가 두드러짐

표 6 연령별 인터넷 검색 시 주이용 사이트/앱 '포털사이트' 응답자 추이(1+2순위, %, %p)

연령	2019 (%)	2020 (%)	GAP
3~9세	80.8	55.2	▽25.6
10대	78.1	65.7	▽12.4
20대	81.9	70.7	▽11.2
30대	85.6	76.6	▽9.0
40대	87.4	80.1	▽7.3
50대	87.1	82.9	▽4.2
60대	84.1	81.5	▽2.6
70세 이상	83.2	73.5	▽9.7

- 그러나 감소 추세임에도 검색 결과를 가장 신뢰하는 사이트/앱은 포털사이트(80.2%)로 나타남
- 다음으로는 유튜브 등의 동영상서비스(41.6%), 카카오톡 등의 메신저(37.6%), 페이스북 등의 SNS(14.6%) 순임

그림 17 인터넷 검색 시 신뢰 사이트/앱(1+2순위, %)



- 포털사이트의 경우, 50대의 응답률이 85.0%로 가장 높으며, 연령이 낮을수록 응답률이 감소하는 것으로 나타남
- 특히, 3-9세의 경우에는 포털사이트와 동영상 서비스의 응답률이 56.6%와 54.0%로 비슷한 수준인 것으로 나타남

표 7 연령별 인터넷 검색 시 신뢰 사이트/앱(1+2순위, %)

연령	포털사이트	동영상서비스	SNS	메신저	기타
3-9세	56.6	54.0	10.4	29.3	0.1
10대	72.2	43.9	19.1	38.3	0.0
20대	80.3	42.4	21.6	37.6	0.0
30대	81.4	43.1	17.9	39.3	0.0
40대	83.8	40.5	13.3	38.6	0.0
50대	85.0	39.3	10.7	38.0	0.0
60대	80.5	40.3	9.2	37.3	0.0
70세 이상	72.0	37.3	8.2	29.0	0.1



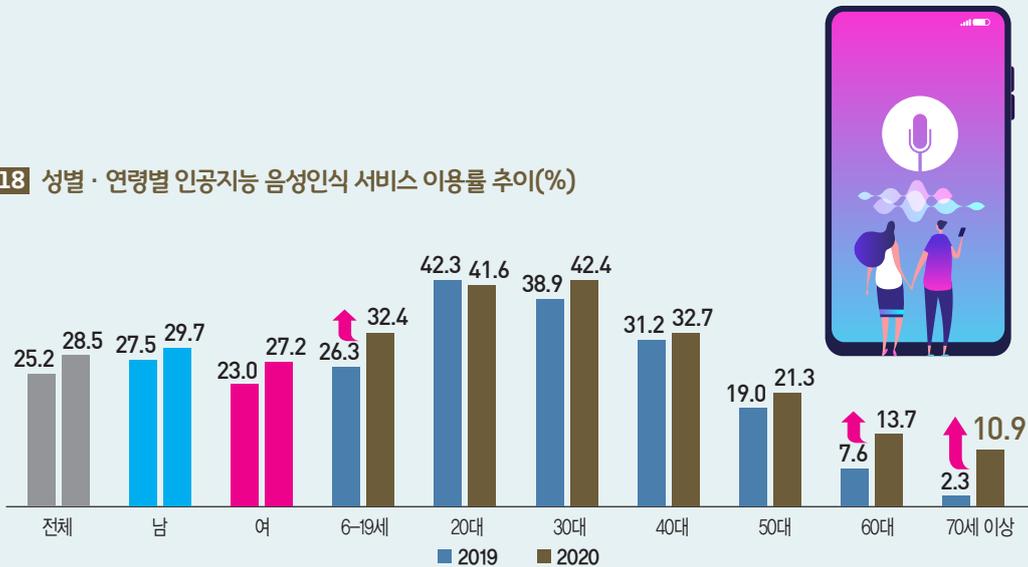
4 신기술 도입의 가속화

인공지능 음성인식 서비스 이용 증가

비대면 흐름과 함께 인공지능 음성인식 서비스 이용도 증가함

- 전체 이용률은 28.5%이며 '19년 대비 3.3%p 증가함
- 성별로 남성의 인공지능 음성인식 서비스 이용률(29.7%)이 높으나, 증가 추세는 여성이 '19년 대비 4.2%p 증가하여 남성보다 높은 것으로 나타남
- 연령별로는 6~19세(6.1%p ↑)와 60대(6.1%p ↑) 및 70세 이상(8.6%p ↑)에서 증가 추세가 강한 것으로 나타남

그림 18 성별·연령별 인공지능 음성인식 서비스 이용률 추이(%)



- 인공지능 음성인식 서비스 이용기기의 경우 전체적으로 증가 추세에 있으며, 응답률이 높은 이용기기는 '갤럭시 빅스비, 애플 시리' 등 스마트폰 음성인식서비스(19.1%)로, '19년 대비 2.7%p 증가
- 반면, 'T map 등 내비게이션 앱, 음성/문자 변환 앱, 번역 앱' 등 음성인식 서비스 앱은 4.7%로 '19년 대비 3.0%p 감소함
- 이외에 인공지능스피커(1.8%p ↑)와 스마트 가전(1.2%p ↑)도 증가 추세를 보임

그림 19 인공지능 음성인식 서비스 이용기기 추이(1+2순위, %)

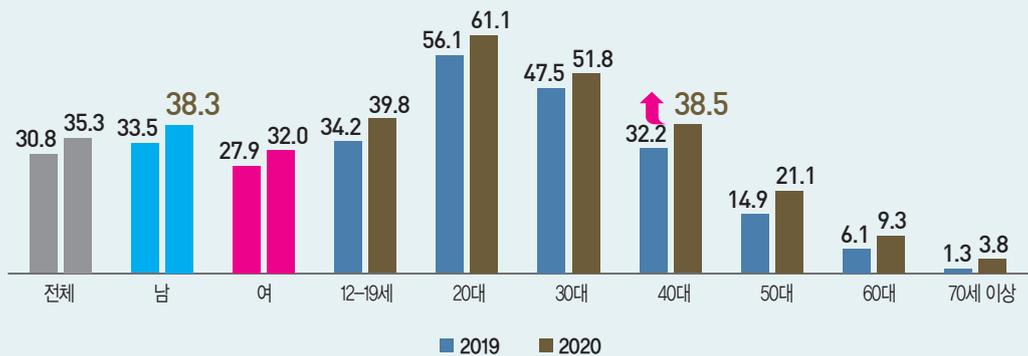


클라우드 서비스 이용 증가

온라인 교육과 업무, 회의가 잦아지면서 클라우드 서비스 이용 또한 증가

- 전체 이용률은 35.3%이며 '19년 대비 4.5%p 증가함
- 특히 클라우드 서비스 이용률은 모든 성별 및 연령층에 걸쳐 증가하였으며, 연령별로는 20대의 클라우드 서비스 이용률이 가장 높으나(61.1%), 증가 추세는 40대(38.5%, 6.3%p↑)에서 강한 것으로 나타남

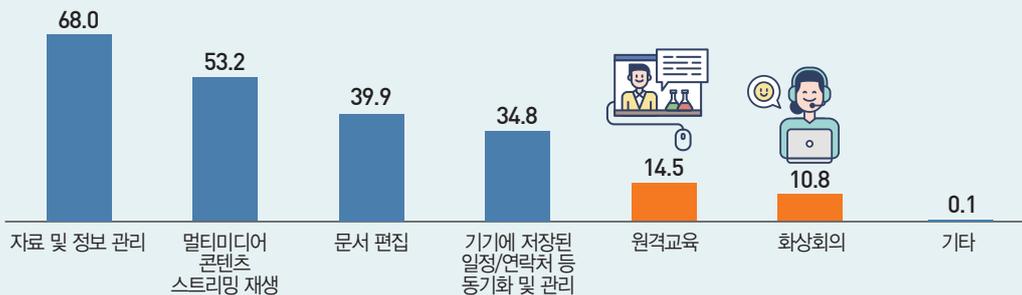
그림 20 성별·연령별 클라우드 서비스 이용률 추이(%)



- 클라우드 서비스 이용 목적은 자료 및 정보 관리(68.0%), 멀티미디어 콘텐츠 스트리밍 재생(53.2%), 문서 편집(39.9%)순으로 나타났으며, 원격교육(14.5%), 화상회의(10.8%)도 10% 이상의 비중을 차지함



그림 21 클라우드 서비스 이용 목적(%)

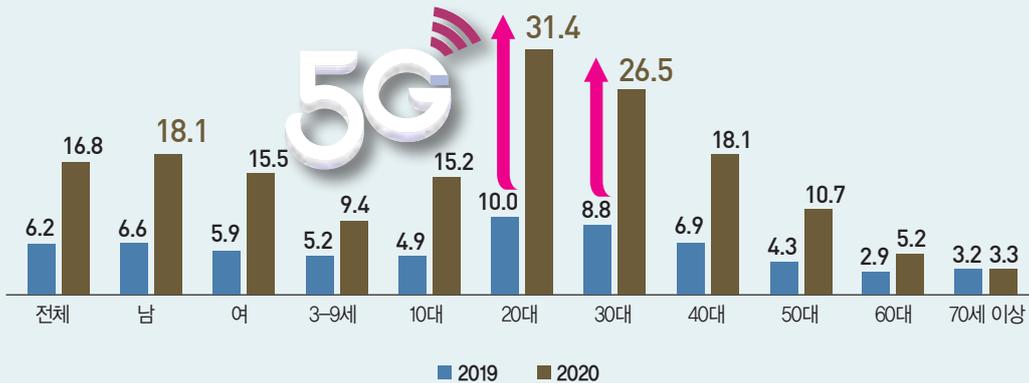


5G 서비스 이용 증가

화상회의와 원격근무의 비중이 높아지면서 트래픽과 인터넷 속도의 문제로 5G 인터넷 서비스를 이용하는 비율도 증가 추세

- 전체 이용률은 16.8%이며 '19년 대비 10.6%p 증가함²⁾
- 성별로는 남성이 18.1%(11.5%p ↑)로 여성(15.5%, 9.6%p ↑) 보다 높으며, 연령별로는 20대와 30대의 5G 서비스 이용률이 가장 높고(31.4%, 26.5%), 증가 추세 또한 강한 것으로 나타남(21.4%p ↑, 17.7%p ↑)

그림 22 성별·연령별 인터넷 접속방법 중 '5G 스마트폰을 이용한 무선인터넷 사용' 응답자 추이(%)



- 화상회의와 원격근무의 비율이 높은 전문/관리직과 사무직에서 5G 서비스를 이용하는 비율이 각각 27.4%(12.9%p ↑), 26.7%(16.4%p ↑)로 '19년 대비 크게 증가함

그림 23 직업군별 인터넷 접속방법 '5G 스마트폰을 이용한 무선인터넷 사용' 응답자 추이(%)



2) '20년 12월 기준 과기부 무선 통신서비스 통계에 따르면 5G 가입자는 11,851,373명임

인터넷이용실태조사 요약본

인터넷이용실태조사



과학기술정보통신부

NIA 한국지능정보사회진흥원

01 조사개요

모집단	전국 가구 및 만 3세 이상 인구
조사대상	전국 25,000가구 및 가구 내 만 3세 이상 가구원
유효표본	25,050가구 및 가구 내 만 3세 이상 가구원 60,000명
조사방법	가구방문 면접조사
조사기간	2020.8.3. – 2020.09.30
기준시점	2020.7.1.

표본추출	다단계층화집락추출 (Stratified Multi-stage Cluster Sampling)
추정	사후층화(다단계층화집락추출 추정식 적용) · 가구 : 통계청 장래가구추계의 2020년 추계가구 · 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2020년 추계인구
표본오차	· 가구 : 인터넷 접속률 $\pm 0.06\%p$ (95% 신뢰수준) · 가구원 : 인터넷 이용률 $\pm 0.22\%p$ (95% 신뢰수준)



표본 설계

목표 가구 할당 : 25,000 가구를 17개 시도에 시도별 가구수(2020년 추계가구)를 기준으로 제곱근 비례할당 후, 각 시도내 동/읍면부 가구수(2018년 등록센서스 마이크로데이터)로 비례할당

가구 추출 : 2018년 등록센서스 마이크로데이터(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 통계 추출

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

02 인터넷 '접속'

가구 인터넷 접속률 및 접속 가구 수

국내 가구 99.7%가 인터넷 접속 가능

2020년 7월 기준 우리나라 전체 가구(19,849천 가구) 중 가구 내 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율은 99.7%로 전년과 동일하며, 인터넷 이용 가능 가구 수는 전년 대비 약 110천 가구 감소함

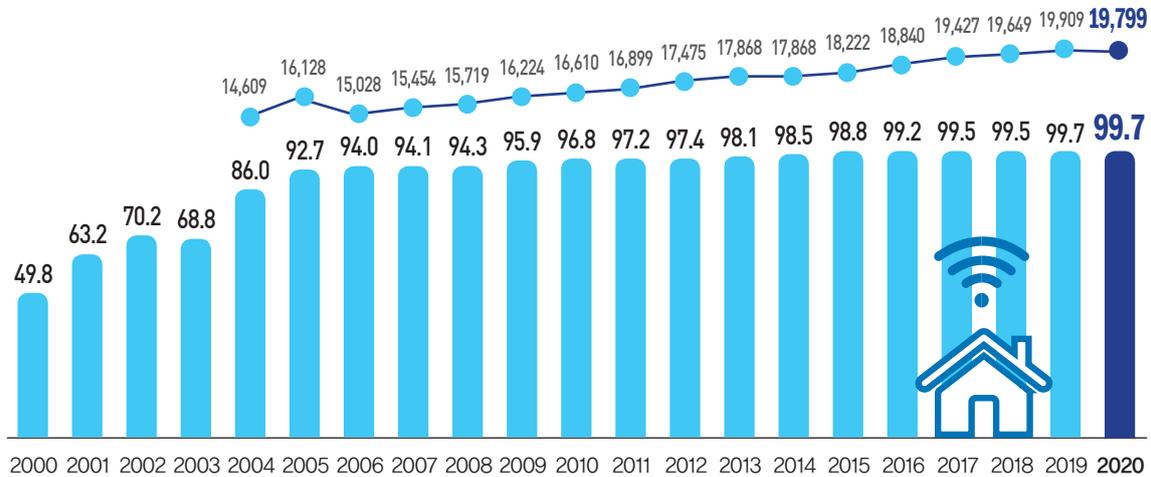


그림1) 가구 인터넷 접속률 및 접속 가구 수 추이(% , 천 가구, 국내 전체 기준)

가구 인터넷 접속방법

인터넷 접속 시 '무선랜'(100.0%), '모바일 인터넷'(99.9%), '유선 인터넷'(81.7%) 이용

인터넷 접속 가구 중 가구 내 '무선랜' 이용이 가능한 가구의 비율은 100.0%로 나타났고, '모바일 인터넷'은 99.9%, '유선인터넷'은 81.7%, '이동형 무선인터넷 공유기' 5.2%로 나타남

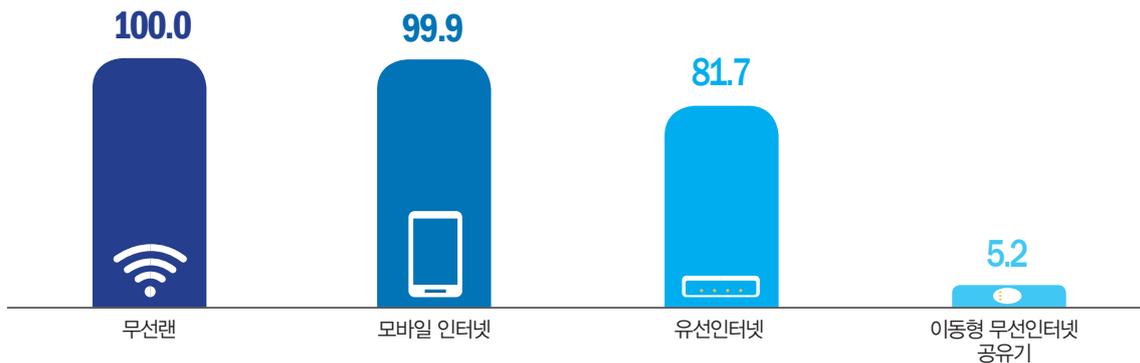


그림 2) 가구 인터넷 접속 방법 (복수응답, %, 인터넷 접속 가구 기준)



개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

만 3세 이상 인구의 91.9%가 '인터넷이용자'

2020년 7월 만 3세 이상 인구(50,971천명) 중 인터넷 이용자(최근 1개월 내 인터넷을 이용한 사람)의 비율은 91.9%(46,819천명)로, 전년 대비 0.1%p(465천명) 증가함

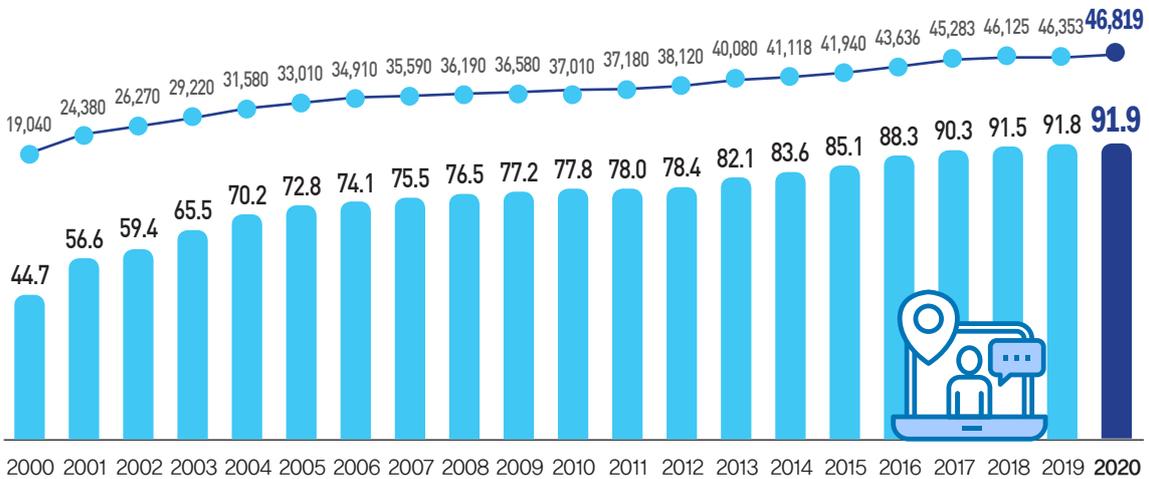


그림 3) 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천 명, 만 3세 이상 인구 기준)

성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

'남자'(94.0%)의 인터넷 이용률이 '여자'(89.7%)보다 다소 높음

만 3세 이상 '남자'의 인터넷이용자 비율은 94.0%(23,989천명)로 '여자' 대비 4.3%p(1,159천명) 높음

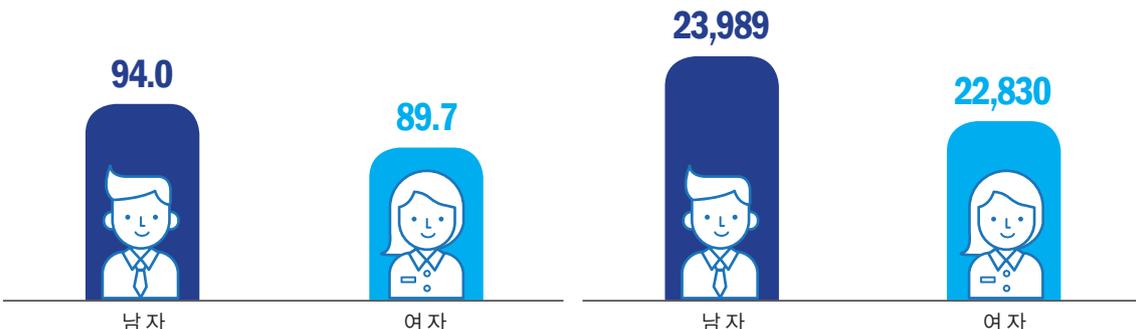


그림 4) 성별 인터넷 이용률 (% , 만 3세 이상 인구 기준)

그림 5) 성별 인터넷 이용자 수(천 명)

연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수

‘50대’ 인터넷이용자 수가 가장 많음(8,567천명)

‘10대’(100.0%), ‘20대’(99.9%), ‘30대’(99.9%), ‘40대’(99.8%), ‘50대’(99.8%) 대부분이 인터넷 이용자로 나타났으며, ‘60대’의 인터넷 이용률이 전년 대비 2.4%p 증가함

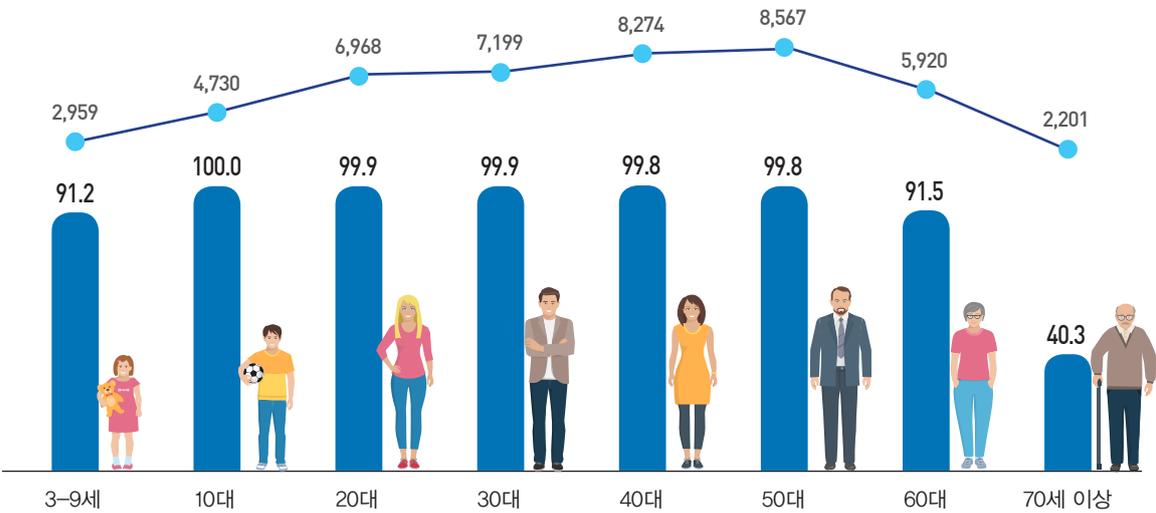


그림 6) 연령별 인터넷 이용률 및 이용자 수 (% , 천명, 만 3세 이상 인구 기준)

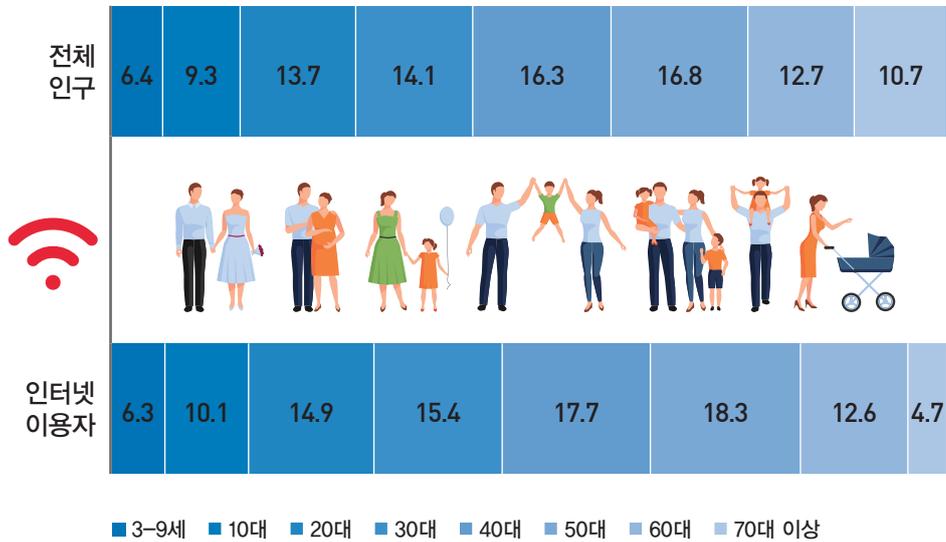


그림 7) 전체 인구 및 인터넷 이용자 연령별 구성비 (% , 만 3세 이상 인구 기준)



지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수

인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 '세종'(99.1%), 가장 낮은 지역은 '강원'(80.6%)

17개 광역자치단체별로 인터넷 이용률을 살펴보면, '세종'(99.1%), '대구'(96.5%), '울산'(95.9%)에서 상대적으로 높은 이용률을 보인 반면, 상대적으로 낮은 이용률을 보인 지역으로는 제주(89.1%), 전북(87.4%), 전남(86.0%), 강원(80.6%)등으로 나타남

지역	이용률	이용자 수
서울	92.3	8,746
부산	93.0	3,064
대구	96.5	2,299
인천	91.4	2,655
광주	92.0	1,347
대전	94.1	1,390
울산	95.9	1,073
경기	92.3	12,159
강원	80.6	1,205
충북	95.0	1,526
충남	92.3	2,001
세종	99.1	336
전북	87.4	1,545
전남	86.0	1,496
경북	93.3	2,441
경남	89.5	2,948
제주	89.1	586

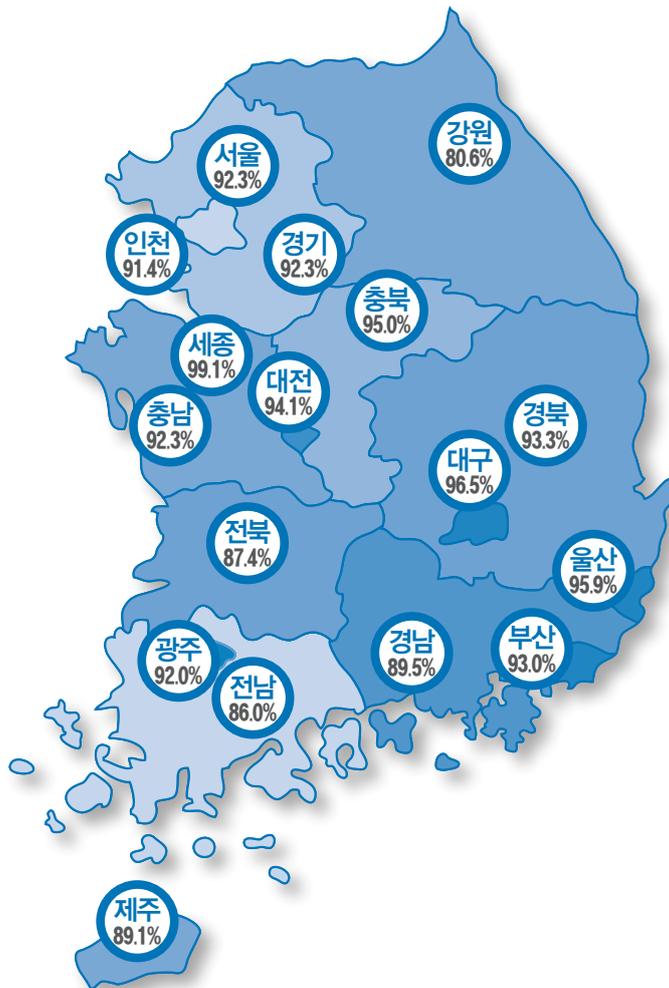


그림 8) 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수 (% , 천명, 만 3세 이상 인구 기준)



인터넷 이용빈도 및 시간

인터넷 이용자의 94.9%는 하루에 1회 이상 이용, 주 평균 이용시간은 20.1시간

만 3세 이상 인터넷이용자 중 94.9%가 '하루에 1회 이상 인터넷을 이용'하며, 주 평균 20.1시간을 이용함
 63.2%가 주 평균 14시간 이상(14-21시간 미만 17.6%, 21-35시간 미만 27.0%, 35시간 이상 18.6%) 이용함

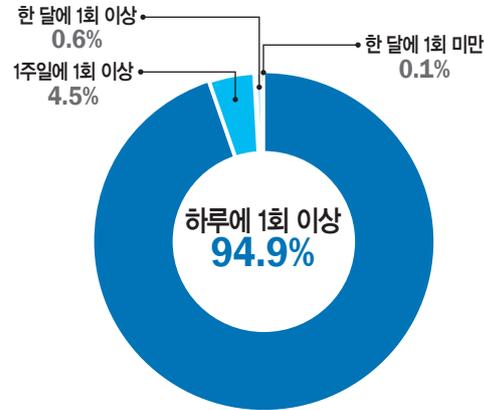


그림 9) 인터넷 이용빈도
(%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

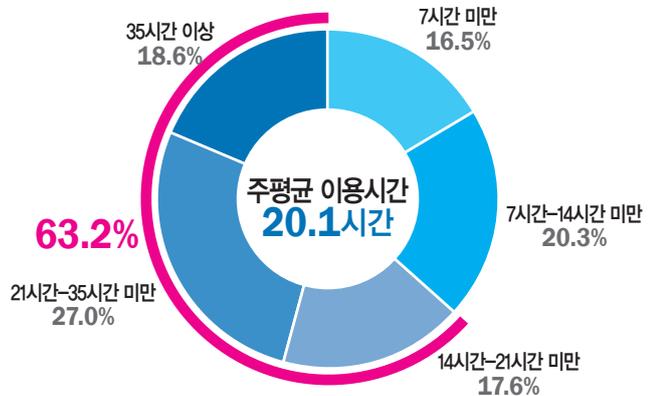


그림 10) 주평균 인터넷 이용시간
(%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

인터넷 이용목적

주 인터넷 이용목적은 '커뮤니케이션'(96.2%), '여가활동'(95.5%), '자료 및 정보 획득'(94.8%),

만 3세 이상 인터넷이용자는 주로 '커뮤니케이션'(96.2%), '여가활동'(95.5%), '자료 및 정보 획득'(94.8%) 등을 목적으로 인터넷을 이용함

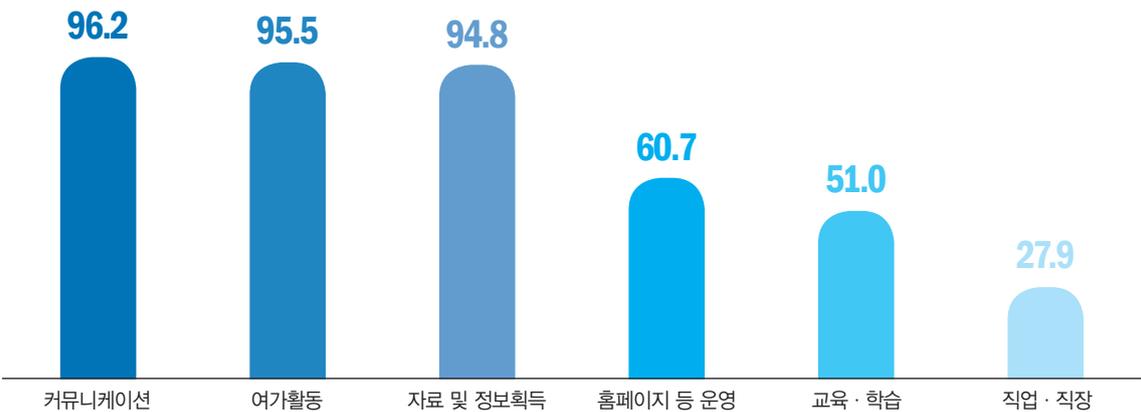


그림 11) 인터넷 이용목적 (복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

03

인터넷 '기반'

가구 정보통신기기 현황

대부분의 가구(94.9%)가 스마트폰 보유

국내 전체 가구 중 94.9%가 스마트폰을 보유하고, '일반TV'가 54.9%, '데스크탑'이 51.9%로 나타남

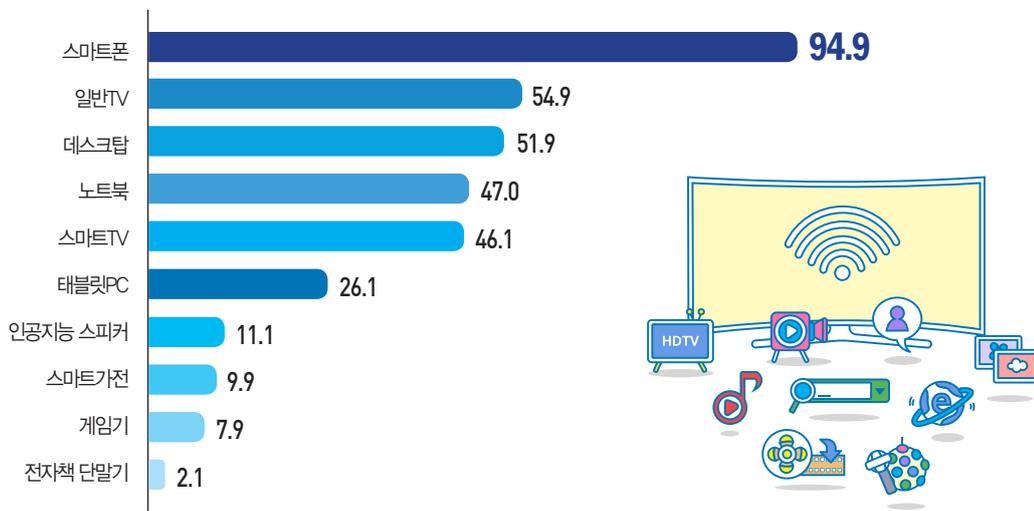


그림 12) 가구 정보통신기기 보유현황 (복수응답, %, 국내 전체 가구 기준)

개인 휴대형 정보통신기기 현황

만 6세 이상 인구의 93.1%가 '스마트폰' 보유

만 6세 이상 인구의 93.3%는 '모바일기기(스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블기기)'를 보유하고 있는 것으로 나타남
전체 휴대형 정보통신기기 중 '스마트폰' 보유율이 93.1%로 가장 높은 것으로 조사되었으며,
다음으로 '노트북 컴퓨터(36.4%)', '태블릿PC(18.7%)', '일반 이동전화(6.4%)' 등의 순으로 보유함

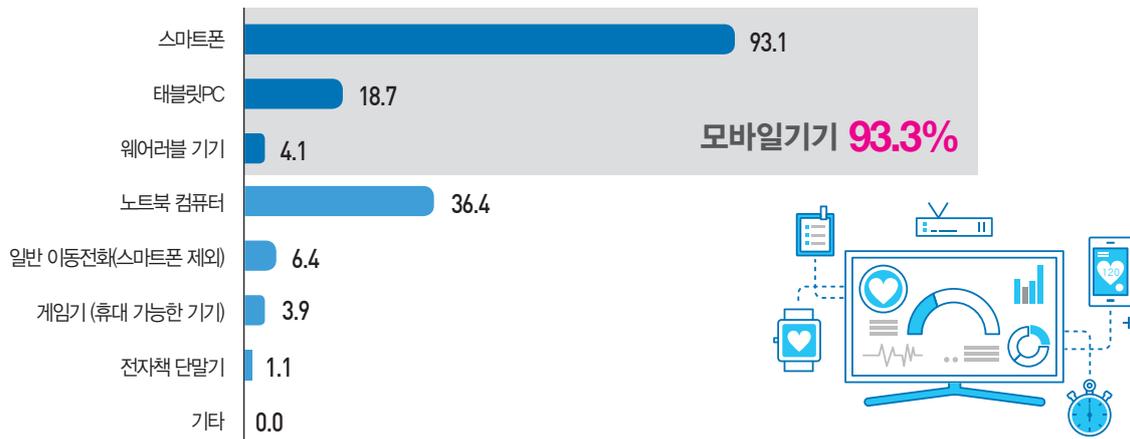


그림 13) 개인 휴대형 정보통신기기 보유현황 (복수응답, %, 만 6세 이상 인구 기준)

04 인터넷 '휴대'

모바일 인터넷 이용률



만 3세 이상 인구의 91.5%가 모바일 인터넷 이용자

2020년 7월 기준 만 3세 이상 인구 중 모바일 인터넷이용자 (최근 1개월 내 일반 이동전화, 스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블기기 등을 통해 무선인터넷을 이용한 사람)의 비율은 91.5%로, '남자'(93.6%)가 '여자'(89.4%)대비 4.2%p 높고, 10대~50대의 대부분이 모바일 인터넷을 이용하고 있음

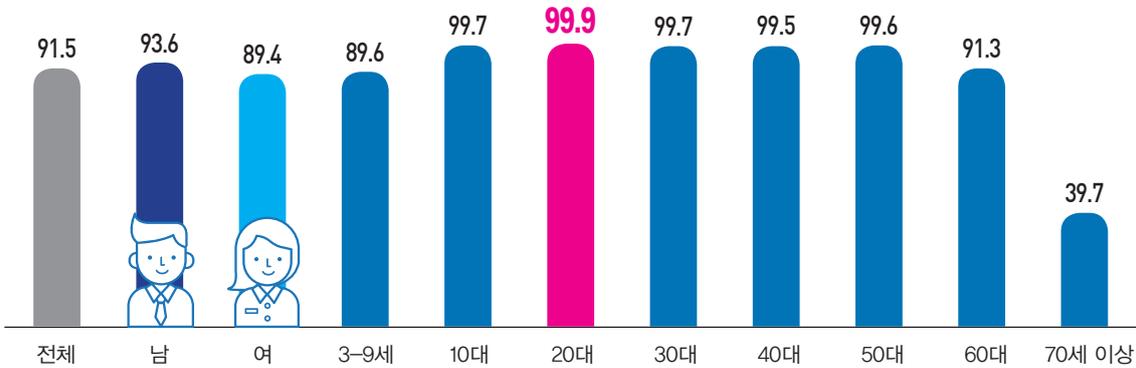


그림 14) 성·연령별 모바일 인터넷 이용률 (% , 만 3세 이상 인구 기준)

스마트폰 이용률



만 3세 이상 인구의 91.1%가 스마트폰 이용자

2020년 7월 기준 만 3세 이상 인구 중 스마트폰 이용자 (최근 1개월 내 스마트폰을 통한 무선인터넷 이용자)의 비율은 91.1%로, '남자'(93.2%)가 '여자'(89.0%)대비 4.2%p 높고, 10대~50대의 대부분이 스마트폰을 이용하고 있음

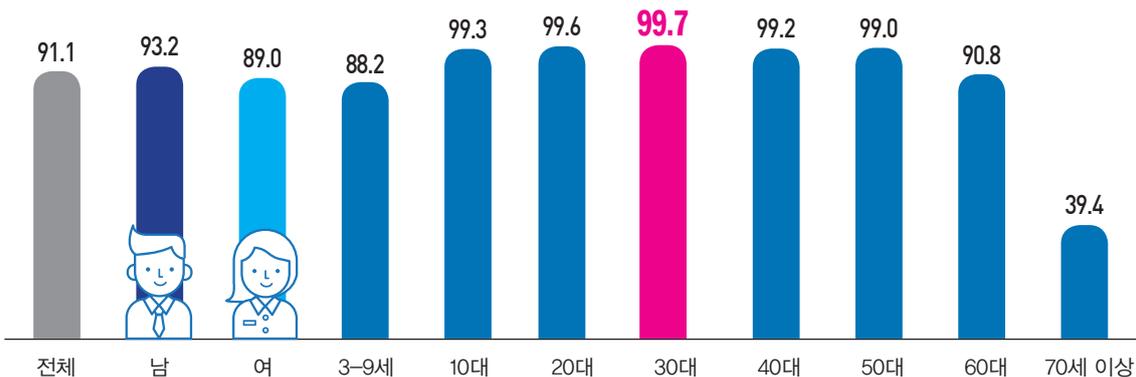


그림 15) 성·연령별 스마트폰 이용률 (% , 만 3세 이상 인구 기준)



스마트폰 이용빈도 및 시간

스마트폰 이용자의 93.2%는 하루에 1회 이상 이용, 주 평균 이용시간은 11.9시간

만 3세 이상 스마트폰 이용자 중 93.2%가 하루에 1회 이상 스마트폰을 이용하며, 주 평균 11.9시간을 이용함
38.9%가 주 평균 14시간 이상(14-21시간 미만 21.2%, 21-35 시간 미만 13.5%, 35시간 이상 4.3%) 이용함

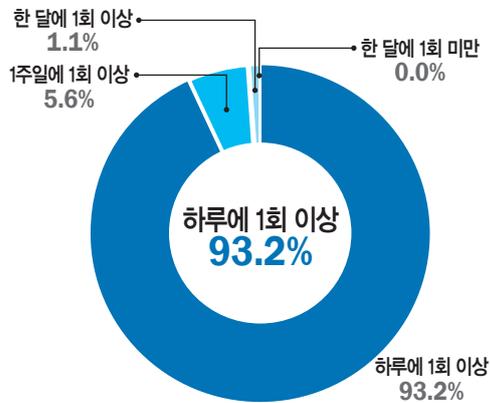


그림 16) 스마트폰 이용빈도
(%, 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준)

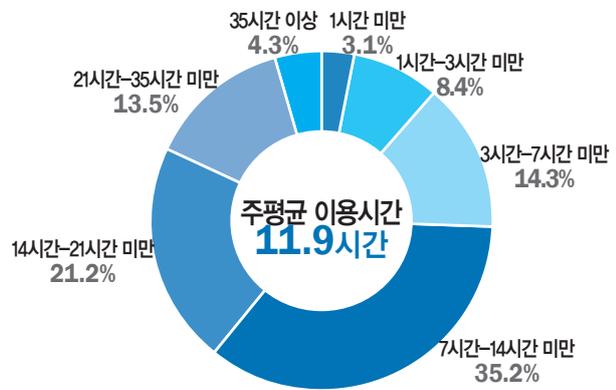


그림 17) 주평균 스마트폰 이용시간
(%, 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준)

웨어러블기기 보유율

만 6세 이상 인구의 4.1%가 웨어러블기기 보유

만 6세 이상 인구 중 4.1%가 웨어러블기기를 보유하고 있으며, '남자'의 보유율이 '여자'의 보유율보다 2.3%p 높게 나타남. 연령별로는 20대가 8.0%로 가장 높게 나타남

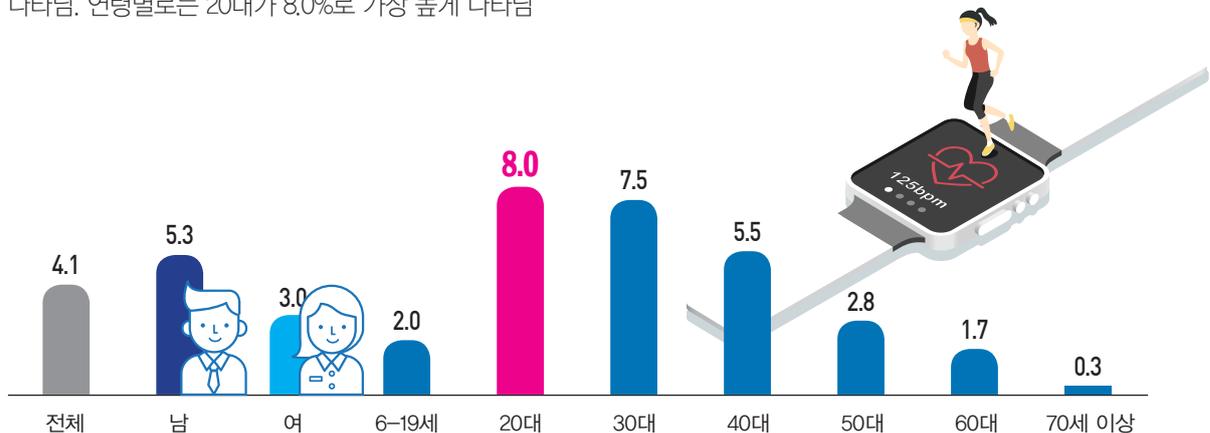


그림 18) 성·연령별 웨어러블기기 보유율 (% , 만 6세 이상 인구 기준)

05 인터넷 '소통'

인스턴트메신저 이용률

만 6세 인터넷이용자의 97.1%가 인스턴트메신저 이용

만 6세 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트메신저를 이용한 사람의 비율은 97.1%이며, PC를 통한 이용률(39.1%)보다 모바일기기를 통한 이용률(97.0%)이 2배 이상 높음

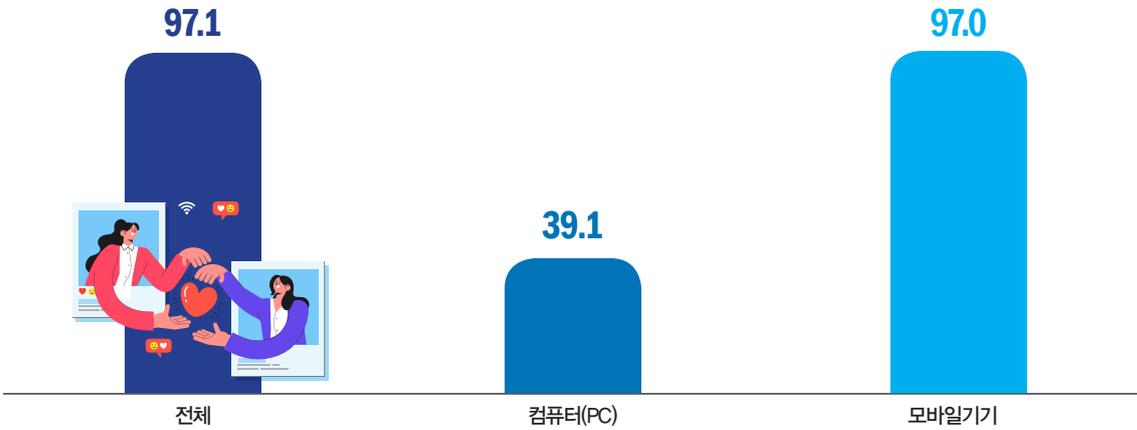


그림 19) 인스턴트메신저 이용률 (%. 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

주이용 인스턴트메신저 서비스

가장 많이 이용하는 인스턴트메신저는 '카카오톡'(99.0%)

만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 중 '카카오톡'을 자주 이용하는 사람의 비율은 99.0%, '페이스북 메신저'는 23.5%, '인스타그램 다이렉트' 14.9% 등으로 나타남

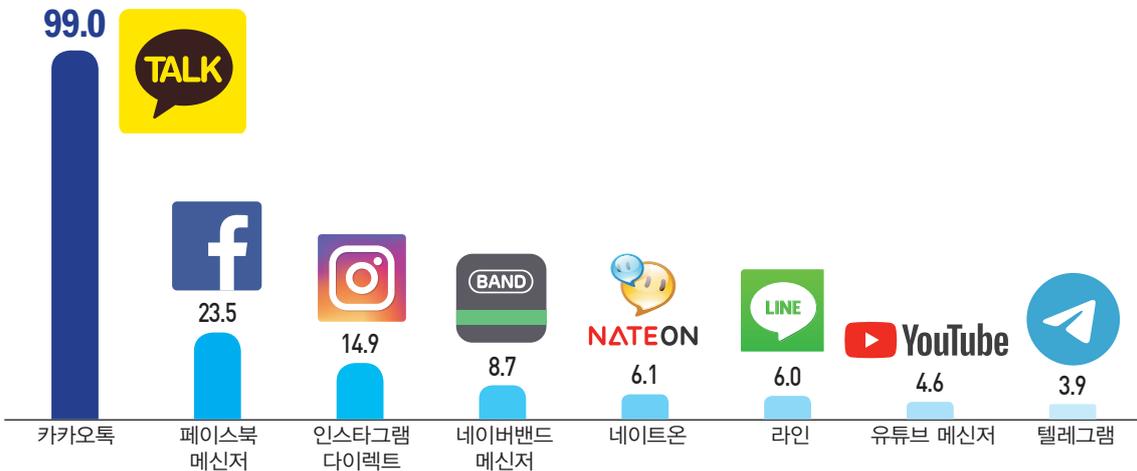
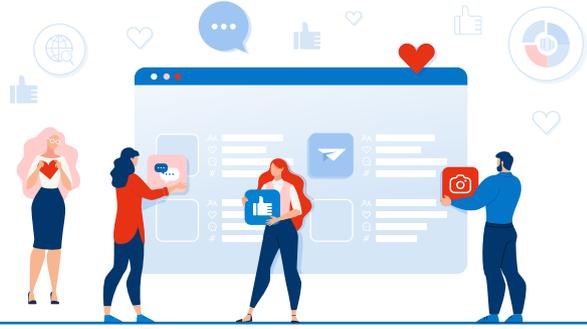


그림 20) 주이용 인스턴트메신저 서비스 (3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자)



인스턴트메신저 이용기능

‘대화하기’ 기능 외 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등의 공유’83.8%

인스턴트메신저 이용자들이 가장 많이 이용하는 기능으로는 ‘대화하기’(100.0%)외에 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유’(83.8%)가 가장 많았고, ‘음성 및 영상통화’(63.1%), ‘택배 배송정보 확인’(42.6%), ‘지도 및 위치 공유’(42.0%) 등의 기능도 자주 이용하는 것으로 나타남

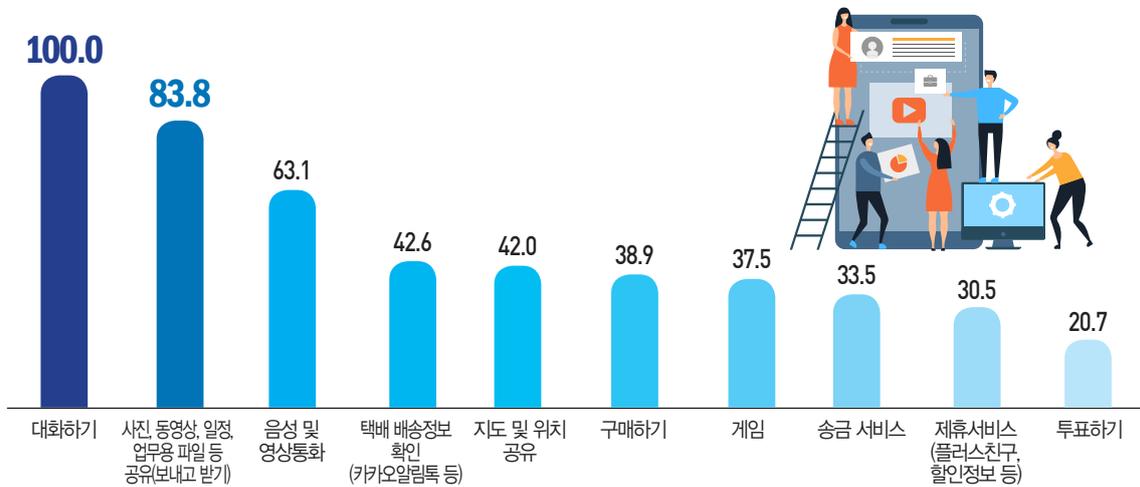


그림 21) 인스턴트메신저 이용기능 (복수응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)

SNS 이용률

만 6세 인터넷이용자의 65.9%가 SNS 이용

만 6세 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 사람의 비율은 65.9%이며, PC를 통한 이용률(32.0%)보다 모바일기기를 통한 이용률(64.7%)이 2배 이상 높음

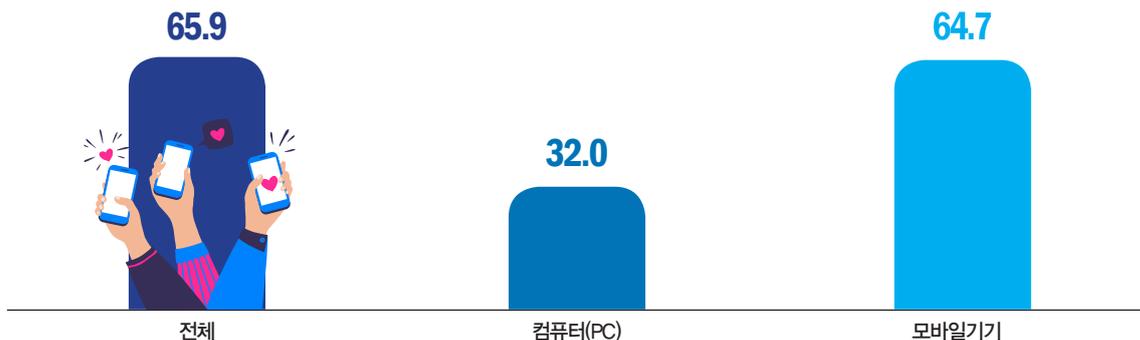


그림 22) SNS 이용률 (% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

SNS 이용빈도 및 시간

SNS 이용자는 일주일 평균 21.9회 SNS 이용

만 6세 이상 SNS 이용자들의 주평균 이용빈도는 21.9회이며, 31.9%가 주평균 20회 이상 이용하는 것으로 나타남
SNS 이용자들의 주평균 이용시간은 65.8분임

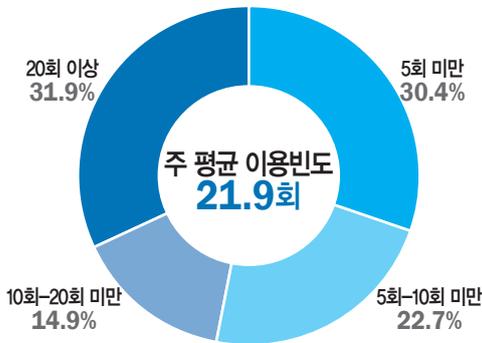


그림 23) 주평균 SNS 이용빈도
(%, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

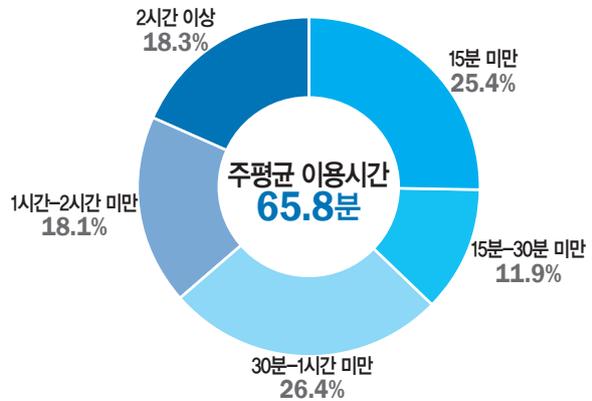


그림 24) 주평균 SNS 이용시간
(%, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

주이용 SNS 서비스

주 이용 SNS 서비스는 '페이스북'(60.9%), '인스타그램'(52.2%)

만 6세 이상 SNS 이용자들의 주이용 SNS서비스로는 '페이스북' 60.9%로 가장 많았고, '인스타그램' 52.2%, '카카오 스토리' 31.4%, '네이버밴드' 30.6% 등의 순으로 나타남

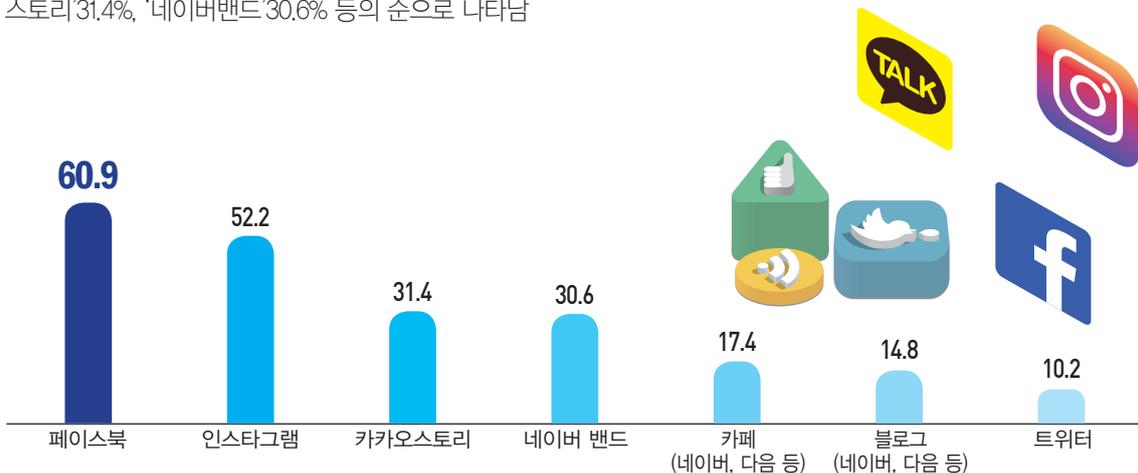


그림 25) 주이용 SNS 서비스 (3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)



SNS 이용이유

SNS를 이용하는 가장 큰 이유는 '친교/교제를 위해서'(75.5%)

만 6세 이상 SNS 이용자 중 '친교/교제를 위해서' SNS를 이용하는 사람의 비율이 75.5%로 가장 많았고, 다음으로는 '타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서' 50.9%, '취미/여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서' 46.7%, '일상생활에 대한 기록을 위해서' 40.5% 등의 순으로 나타남

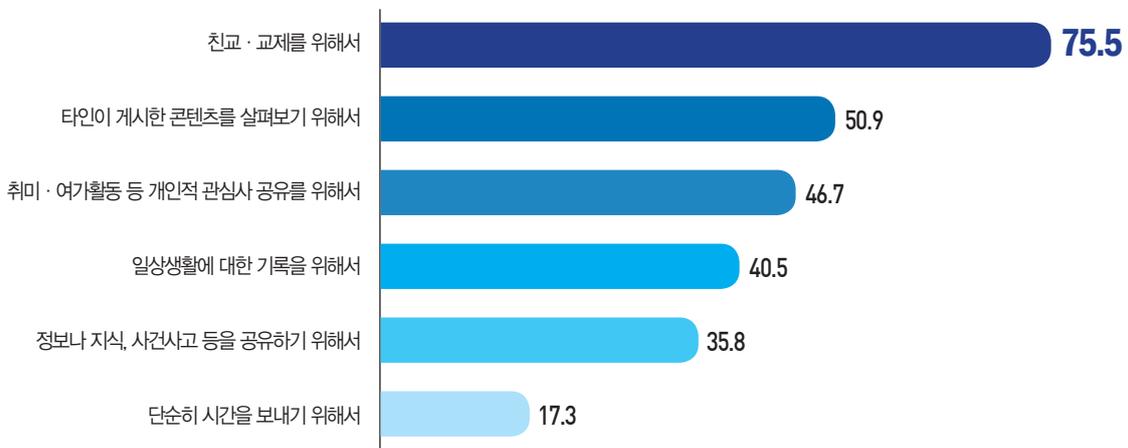


그림 26) SNS이용 이유 (3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

이메일 이용률

만 6세 이상 인터넷 이용자 10명 중 6명(60.4%)이 이메일 이용

만 6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 이메일 서비스를 이용한 사람의 비율은 60.4%이며, '남자'(65.0%)가 '여자'(55.5%)보다 9.5%p 높으며, '20대'(95.2%)의 이메일 이용률이 가장 높음

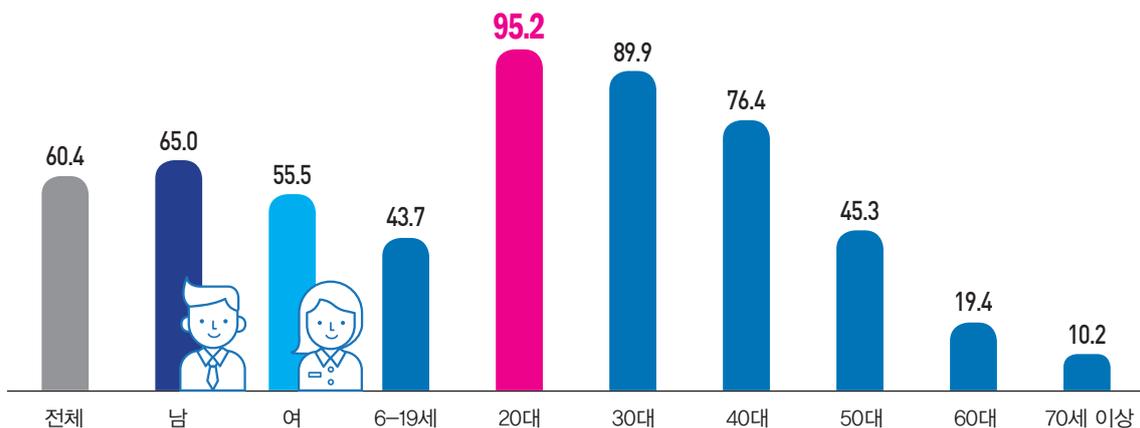


그림 27) 이메일 이용률(%), 만6세 이상 인터넷 이용자 기준)



06 인터넷 '생활'

동영상서비스 이용률

만 3세 이상 인터넷 이용자의 92.7%가 동영상서비스 이용

만 3세 이상 인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 동영상서비스 이용한 비율은 92.7%

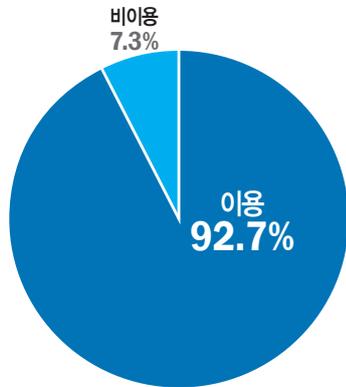


그림 28) 동영상서비스 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

동영상서비스 이용빈도 및 시간

동영상서비스 이용자의 75.8%가 하루 1회 이상 사용, 주 평균 6시간

만 3세 이상 동영상서비스 이용자의 75.8%가 하루 1회 이상 사용, 주평균 6시간 동영상서비스 이용함

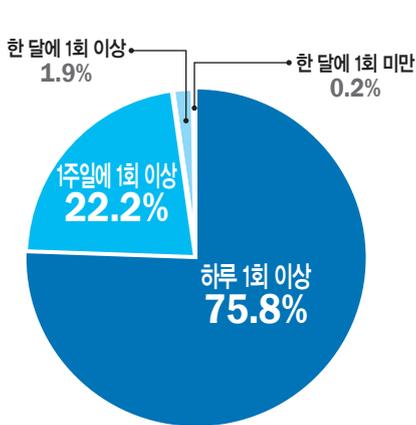


그림 29) 동영상서비스 이용빈도 (%, 만 3세 이상 동영상서비스 이용자 기준)

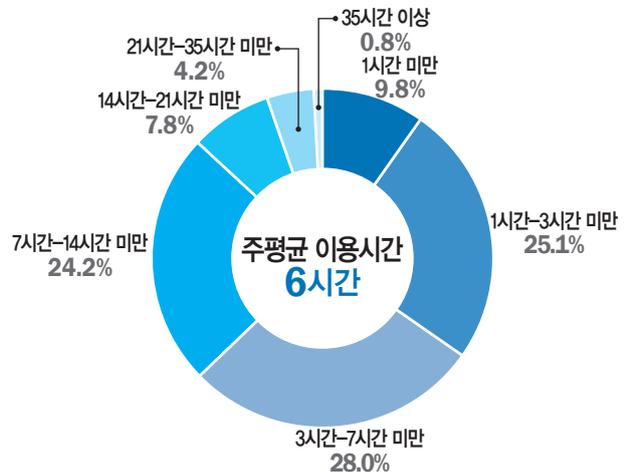


그림 30) 주평균 동영상서비스 이용시간 (%, 만 3세 이상 동영상서비스 이용자 기준)



주이용 동영상서비스

'가장 많이 이용하는 동영상서비스는 '유튜브'(87.9%)

만 3세 이상 인터넷 이용자 중 '유튜브' 이용자가 87.9%로 가장 많았으며, 다음으로 '네이버'30.2%, '넷플릭스'17.0%, '다음'11.7%등의 순임

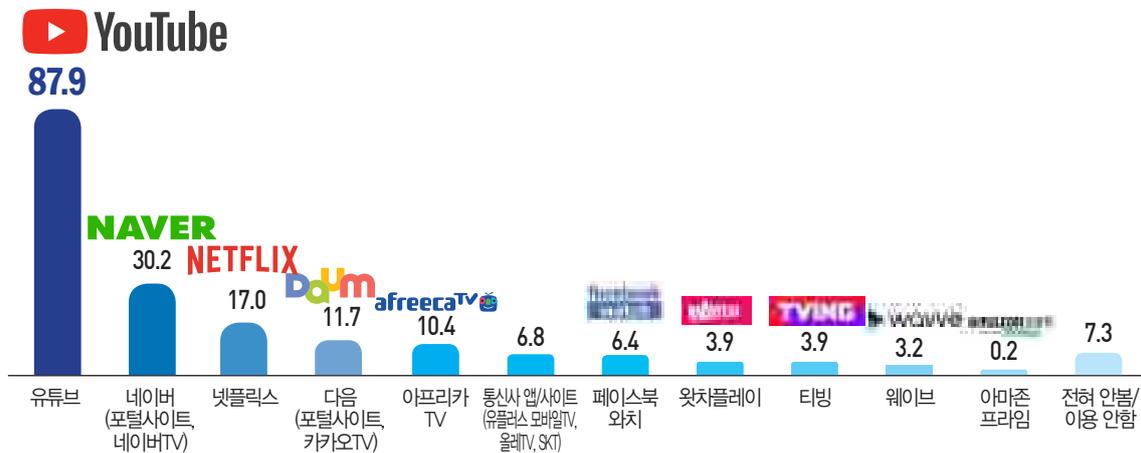


그림 31) 주이용 동영상서비스 앱/사이트 (3개 항목 응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

인터넷쇼핑 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 69.9%가 인터넷쇼핑 이용

만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 인터넷쇼핑을 이용한 사람의 비율은 69.9%이며, 모바일기기를 통한 이용률(65.4%)이 PC를 통한 이용률(46.1%)보다 19.3%p 높음

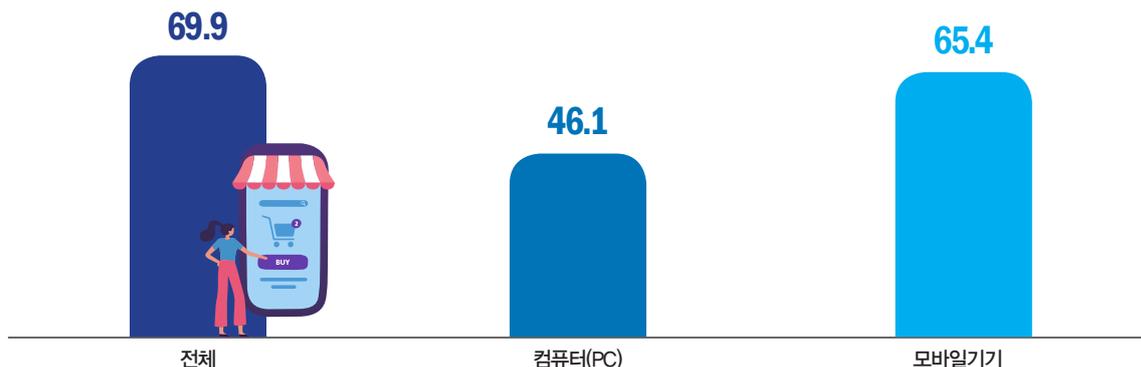


그림 32) 인터넷쇼핑 이용률 (% , 만 12세 이상 인터넷이용자 기준)



인터넷쇼핑 빈도 및 구매금액

인터넷쇼핑 이용자는 월 평균 5회 인터넷쇼핑 이용, 평균 구매금액은 166,780원

만 12세 이상 인터넷이용자 중 인터넷쇼핑 이용자의 월 평균 인터넷쇼핑 이용빈도는 5회('월 3회 이상'53.9%, '2-3회 미만'17.9%, '1-2회 미만'16.7%, '1회 미만'11.5%)이며, 평균 구매금액은 166,780원임

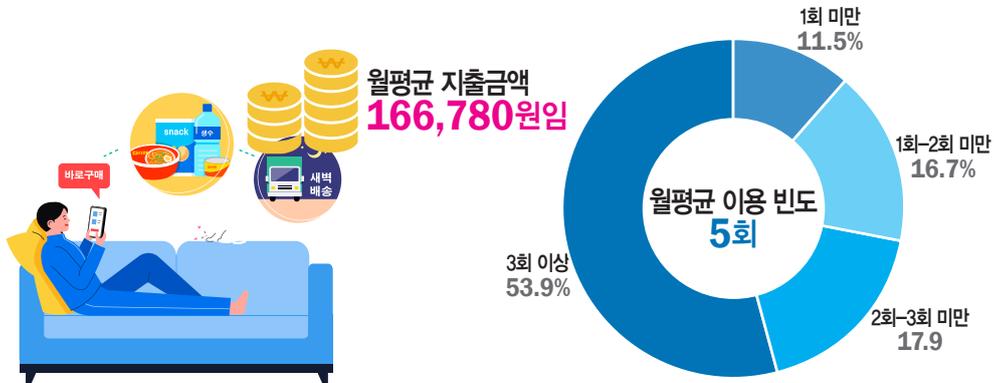


그림 33) 월평균 인터넷쇼핑 이용빈도(%), 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

인터넷쇼핑 품목

인터넷쇼핑의 주요 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리'(81.8%)

만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자의 구매 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리'가 81.8%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 '식재료, 음식'(51.7%), '생활, 주방용품'(43.8%), '도서, 잡지, 신문'(43.7%)등의 순임

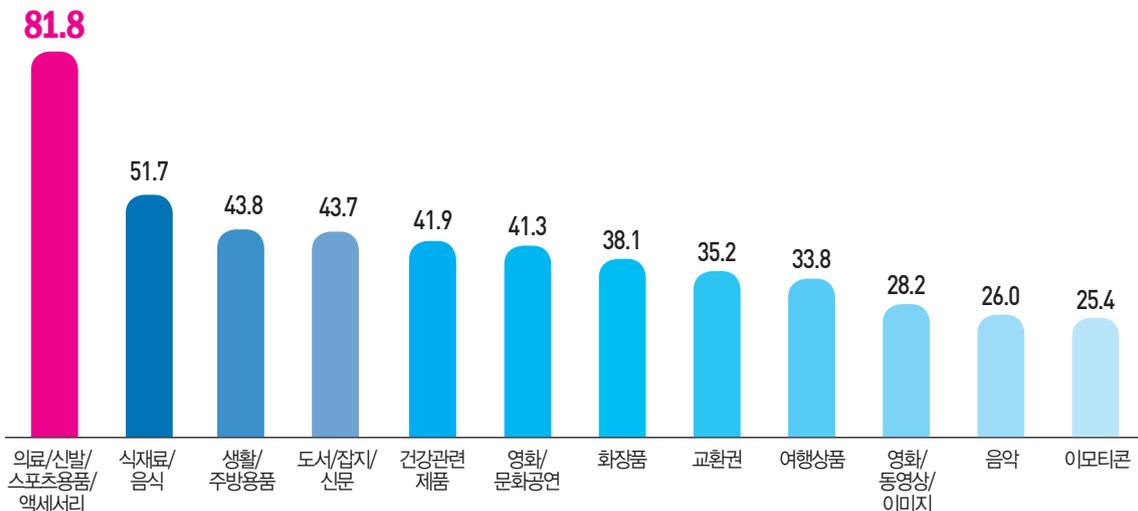


그림 34) 인터넷쇼핑 품목 (복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

※그 외 '가구/인테리어 용품' 18.3%, '컴퓨터 및 컴퓨터 주변기기' 15.4%, '가전/전자제품' 14.8%, '금융 상품' 14.0%, '웹툰/만화' 11.1%, '교육' 8.3%, '유/아동 용품' 7.1%, '유료 앱' 7.1% '게임 내 유료 결제 아이템' 6.9%, '휴대폰 통화 연결음' 6.8%, '모바일/PC/콘솔 게임 소프트웨어' 6.7%, '컴퓨터 소프트웨어' 5.6%, '성인용 콘텐츠' 1.1% 순

인터넷뱅킹 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 76.5%가 인터넷뱅킹 이용

만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 인터넷뱅킹을 이용한 사람의 비율은 76.5%이며, 모바일기기를 통한 이용률 (75.5%)이 PC를 통한 이용률(38.3%)보다 37.2%p 높음



그림 35) 인터넷뱅킹 이용률 (% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

응답자 특성별로 살펴보면, '남자'(77.7%)가, '여자'(75.2%)보다 높고, 연령별로는 '30대'(97.6%), '40대'(94.2%), '20대'(94.0%) 등의 순으로 높음

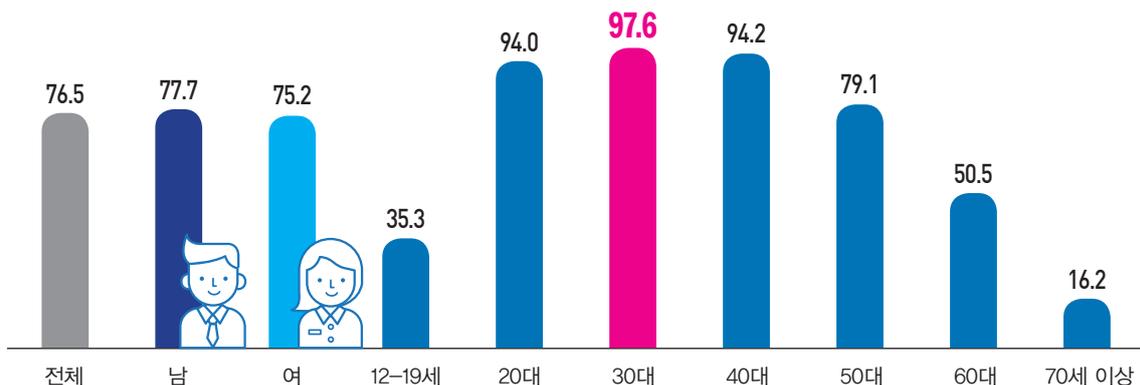


그림 36) 성·연령별 인터넷뱅킹 이용률 (% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)



클라우드 서비스 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 클라우드 서비스 이용률은 35.3%

만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 내 클라우드 서비스를 이용한 사람의 비율은 35.3%이며, '남자'(38.3%)의 이용률이 '여자'(32.0%)보다 6.3%p 높고, 연령별로는 '20대'(61.1%)의 이용률이 가장 높음

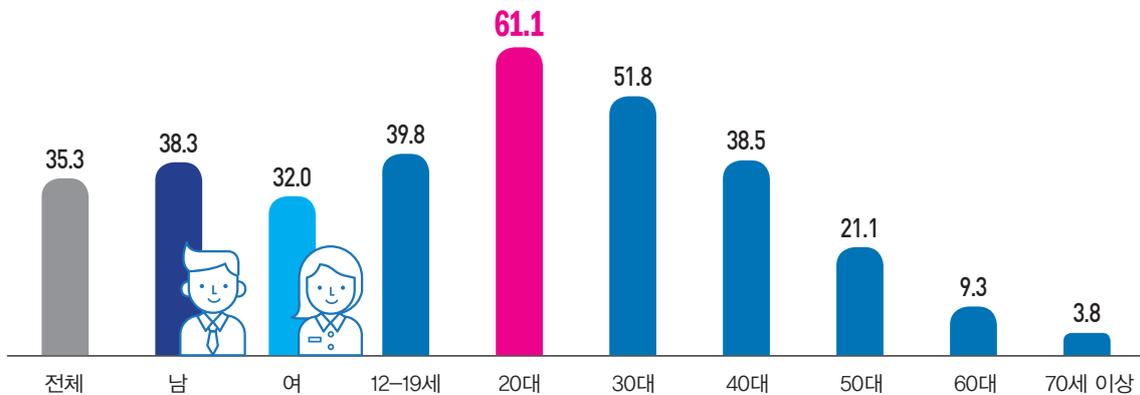


그림 37) 성·연령별 클라우드 서비스 이용률 (% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

클라우드 서비스 이용목적

클라우드 서비스 주 이용목적은 '자료 및 정보 관리'(68.0%)

만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자들의 이용목적으로는 '자료 및 정보관리'가 68.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '멀티미디어 콘텐츠 스트리밍 재생'(53.2%), '문서 편집'(39.9%), '기기에 저장된 일정/연락처 등 동기화 및 관리'(34.8%) 등의 순임

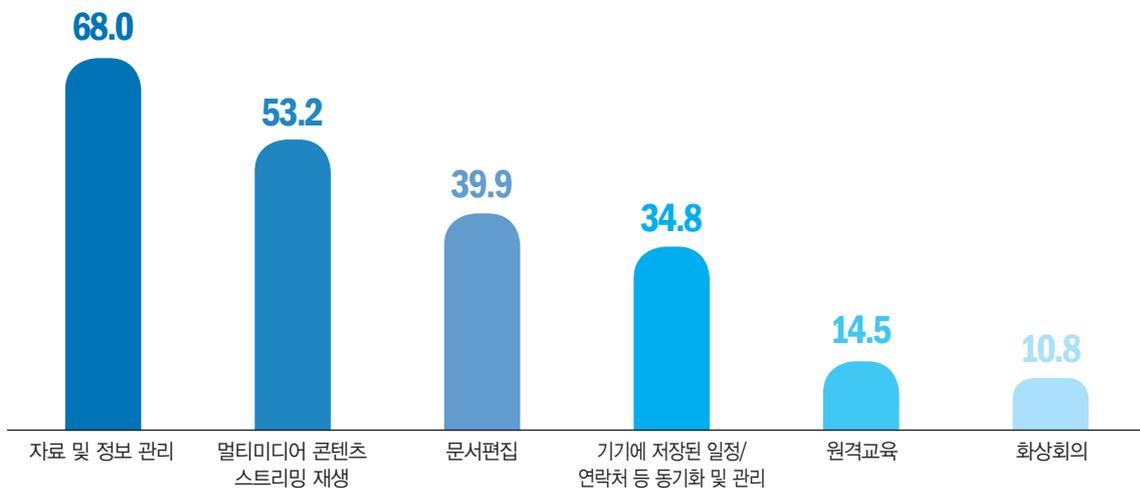


그림 38) 클라우드 서비스 이용목적 (% , 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자 기준)



인공지능 음성인식 이용률

만 6세 이상 인구의 인공지능 음성인식 서비스 이용률은 28.5%

2020년 7월 기준 인공지능 음성인식 서비스 이용률은 28.5%이며, '남자'(29.7%)의 이용률이 '여자'(27.2%)보다 2.5%p 높고, 연령별로는 '30대'(42.4%)의 이용률이 가장 높음

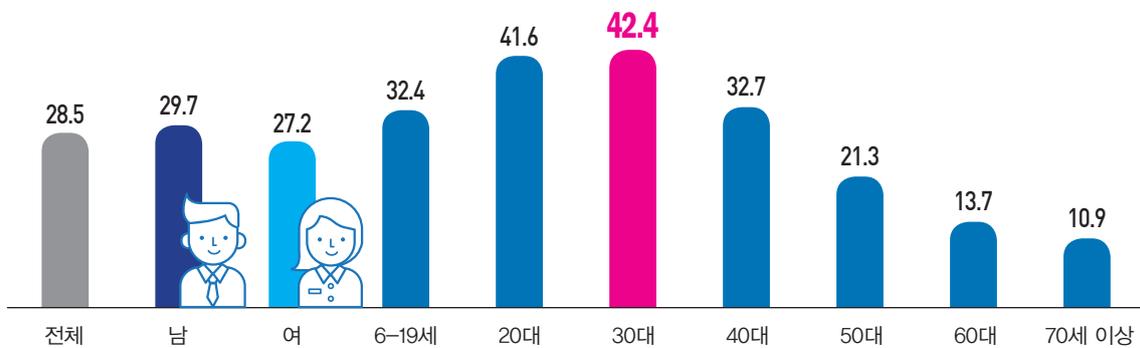


그림 39) 성·연령별 인공지능 음성인식 이용률 (% , 만 6세 이상 인구 기준)

인공지능 음성인식 서비스 이용기기

인공지능 음성인식 서비스 주 이용기기는 '스마트폰 음성인식서비스'(19.1%)

인공지능 음성인식 서비스를 이용하는 기기로는 '스마트폰 음성인식 서비스'(19.1%)가 가장 많았고, 다음으로는 '인공지능 스피커'(12.3%), '음성인식 서비스 앱'(4.7%), '스마트 가전'(3.4%) 순으로 나타남

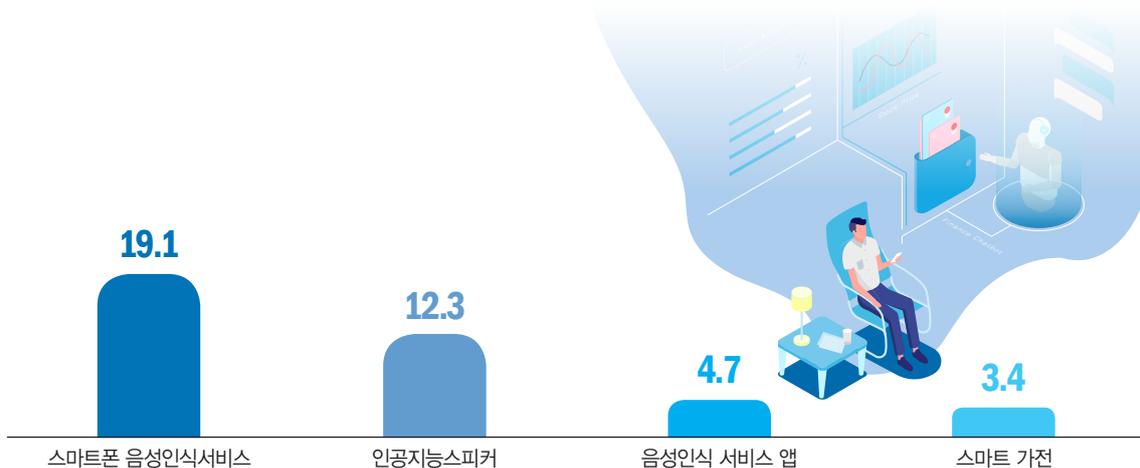


그림 40) 인공지능 음성인식 서비스 이용기기(2개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인구 기준)

인공지능 음성인식 서비스 이용 기능

인공지능 음성인식 서비스 주 이용기능은 ‘음악/라디오/뉴스 등 듣기’(50.6%)

만 6세 이상 인공지능 음성인식 서비스 이용자 중 ‘음악/라디오/뉴스 등 듣기’(50.6%) 기능을 가장 많이 이용하며, ‘날씨/교통정보 얻기’(43.5%), ‘일정관리’(16.6%)를 다음으로 많이 이용하는 것으로 나타남

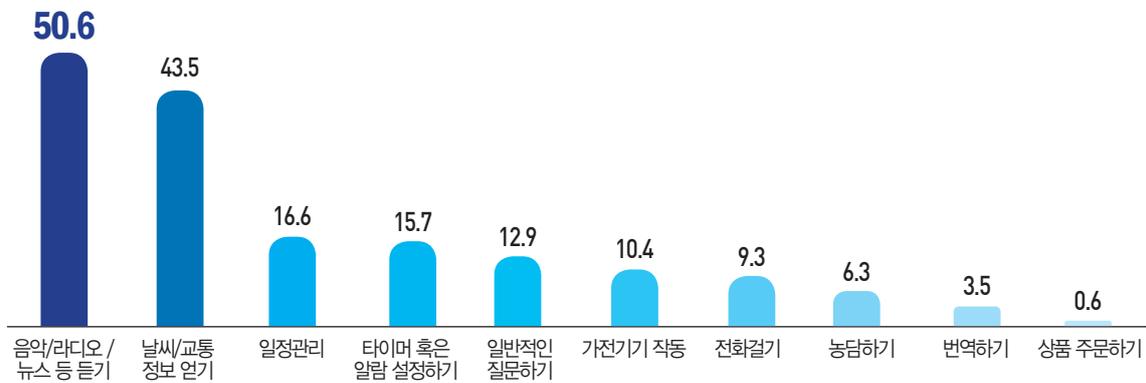


그림 41) 인공지능 음성인식 서비스 이용기능(2개 항목 응답, %, 만 6세 인공지능 음성인식 서비스 이용자 기준)



인터넷이용실태조사

인터넷이용실태조사



I . 조사개요

- 01 조사 목적
- 02 조사 연혁
- 03 조사 내용 및 범위
- 04 주요 용어 및 정의
- 05 조사 체계
- 06 표본 설계
- 07 실 사
- 08 자료 입력 및 처리
- 09 추정 및 표본오차
- 10 결과발표 및 통계 활용분야
- 11 모집단 현황
- 12 표본 현황

01 조사 목적

인터넷이 사회 전반으로 빠르게 확산됨에 따라 인터넷이용률과 이용자 수의 양적 성장뿐만 아니라 구체적인 인터넷 이용행태 및 일상생활에서 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 인터넷이용자수 및 이용률에 대한 정량적 측정
- 국제기구의 ICT 통계지표 및 국제지수 산출을 위한 기초자료 제공
- 가구의 정보통신기기 보유 및 인터넷 접속 등 인터넷 이용환경 분석
- 인터넷 이용시간, 장소, 방법, 용도 등 인터넷 이용행태 파악
- 일상생활에서 인터넷 활용 및 인터넷의 사회적 영향 분석
- 향후 인터넷 이용 전망

02

조사 연혁

1999년 10월

전국 1,403가구(만7세 이상 인구 3,445명)를 대상으로 『국내 인터넷이용자수 산출 및 통계기법 검증에 관한 연구』 실시

- 인터넷이용자는 '월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자'로 정의

2000년 3월

전국 2,623가구(만7세 이상 인구 8,491명)를 대상으로 『2000년도 상반기 인터넷 이용자수 산출 및 통계조사기법 검증·개선에 관한 연구』 실시

2000년 8월 - 2000년 12월

『인터넷이용자수 및 이용행태에 관한 설문조사』 실시

- 전국 약 3,500가구(만7세 이상 인구 약 10,000명)를 대상으로 조사패널 구축
- 2000년 8월(면접조사) 조사패널 구축 후 전화조사로 조사방법 변경 (단, 신규 표본에 대해 면접조사 병행)

2001년 3월 - 2001년 12월

『인터넷이용자수 및 이용행태에 관한 설문조사』 실시

- 동일한 조사패널 가구를 대상으로 연 4회(3월, 6월, 9월, 12월) 전화조사 실시

2002년 6월 - 2002년 12월

『인터넷이용자수 및 이용행태 조사』로 조사명 변경

- 만6세 이상 가구원으로 조사대상 확대
- 연 2회(6월, 12월)로 조사주기 변경

2003년 6월 - 2004년 6월

『정보화실태조사』로 조사명 변경 및 국가승인통계(지정통계 제12005호) 지정

- '2000년 인구주택총조사'의 10% 표본 조사구를 기반으로 표본 재설계
- 전국 7,000가구(약 18,000명)를 대상으로 가구방문 면접조사 실시

2004년 12월

인터넷이용자 정의 변경

- 인터넷이용자를 '최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 자'로 정의 변경
- 이동통신망을 통한 무선인터넷이용자도 인터넷이용자에 포함

2006년 12월 - 2007년 12월

표본 개편 및 표본규모 확대

- '2005년 인구주택총조사'의 조사구 중 통계청에서 사용하는 '10% 표본 조사구'를 제외한 90% 조사구를 기반으로 표본 재설계
- 전국 10,000가구(약 25,000명)를 대상으로 조사
- 만3세 이상 가구원으로 조사대상 확대

2008년 6월

『인터넷이용실태조사』로 조사명 변경 및 표본규모 확대

- 전국 17,000가구(약 42,000명)를 대상으로 조사
- 조사주기(연 1회) 및 조사기간(2개월) 변경

2009년 5월 - 2010년 5월

표본규모 확대 및 조사기준시점 변경

- 전국 30,000가구(약 73,000명)를 대상으로 조사
- 조사기준시점(5월 1일 0시) 및 조사기간(2.5개월) 변경

2011년 7월

조사기준시점(7월 1일 0시) 변경

2012년 7월

표본 개편

- '2010년 인구주택총조사' 결과 중 통계청의 '가구+주택' DB를 기반으로 표본 재설계
- 표본 규모 및 조사기준시점은 동일

2014년 7월

표본규모 축소

- 전국 30,000가구에서 25,000가구(약 65,000명)로 조사 대상 축소
- 조사구는 3,000개 조사구를 그대로 유지하는 대신, 조사구당 조사 가구수를 8~ 9개로 축소함

2016년 7월

모바일인터넷이용실태조사(승인통계 제329002호) 작성 중지 후 주요 문항 흡수

2018년 7월

표본 개편

- 통계청 『2015년 인구주택총조사』의 2% 가구주택사향의 일반조사구 (1,A) 및 해당 조사구의 가구명부를 기준으로 표본 추출률 변경

2019년 7월

표본 개편

- 통계청 마이크로데이터 통합서비스(MDIS) 에서 '2017년 등록센서스' 마이크로데이터를 기준으로 표본 추출률 변경

2020년 7월

표본 개편

- 통계청 마이크로데이터 통합서비스(MDIS)에서 '2018년 등록센서스' 마이크로데이터를 기준으로 표본 추출률 변경

03

조사 내용 및 범위

본 조사는 인터넷 이용현황 및 이용행태, 가구의 인터넷 환경, 일상생활에서 인터넷활용, 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.

- 인터넷이용자 수와 이용률 산출 및 시계열 분석
- 모바일 인터넷 및 스마트폰 인터넷이용자 수, 이용률 산출
- 성, 연령, 학력, 직업, 지역 등에 따른 인터넷 이용현황
- 인터넷 이용시간, 빈도, 장소, 용도 등 인터넷 이용행태
- 가구의 정보통신기기 보유 및 인터넷 접속 등 인터넷 이용환경
- 이메일, 인스턴트 메신저, SNS 등 인터넷 커뮤니케이션 현황
- 인터넷쇼핑, 인터넷뱅킹, 동영상, 인공지능 음성인식 서비스 등 인터넷 주요 서비스 이용 현황
- 온라인을 통한 TV, 신문, 라디오, 잡지·서적 등 미디어 이용현황
- 5G, 동영상서비스, 인공지능 음성인식 서비스 등 인터넷 신기술 이용 현황
- 인터넷을 이용하지 않는 이유 및 향후 이용의향 분석



주요 용어 및 정의

인터넷이용자(률)

만 3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 인터넷을 이용한 자(의 비율)

모바일 인터넷이용자(률)

인터넷 이용자 중 최근 1개월 이내 일반 이동전화, 스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블 기기 등 무선인터넷 연결이 가능한 모바일 기기를 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)

스마트폰 이용자(률)

인터넷 이용자 중 최근 1개월 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)

컴퓨터 보유율

전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿PC 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율

인터넷 접속률

전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 유선인터넷, 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) : 만 6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 자(의 비율)

SNS(소셜 네트워크 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) : 만 6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 자(의 비율)

이메일 이용자(률)

만 6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 이메일을 이용한 자(의 비율)

인터넷쇼핑

각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료 애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함

- 인터넷쇼핑 이용자(률) : 만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 자(의 비율)

클라우드 서비스

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

- 클라우드 서비스 이용자(률) : 만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 자(의 비율)

인터넷뱅킹

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

- 인터넷뱅킹 이용자(률) : 만 12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 자(의 비율)

웨어러블 기기

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

- 웨어러블 기기 이용자(률) : 만 6세 이상 인구 중 웨어러블 기기를 보유 및 최근 1년 이내 이용한자(의 비율)

동영상 서비스

인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화, 1인 미디어 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스

- 동영상서비스 이용자(률) : 만 3세 이상 인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 동영상 서비스를 이용한 자(의 비율)

인공지능 음성인식서비스

음성인식기술을 사용하여 스마트폰, 스피커가 사람의 음성을 인식하고 이에 대한 명령을 처리하는 서비스

- 예시 : 스마트폰 음성인식서비스 (갤럭시 빅스비, 애플 시리, LG Q보이스 등), 인공지능 스피커(네이버 클로바, 카카오미니, 아마존 알렉사, SK텔레콤 누구, KT기가지니 등), 음성인식 서비스 앱(T map 등 네비게이션 앱, 음성/문자로 변환하는 앱, 번역 앱 등), 스마트 가전(음성인식 서비스가 가능한 TV, 냉장고 에어컨 등

조사 체계

조사대상	전국 25,000가구 및 가구내 상주하는 만 3세 이상 가구원
유효 응답자수	만 3세 이상 가구원 60,000명
조사 주기	연 1회
조사기간	2020. 8. 03 – 9. 30 (2개월)
조사방법	가구 방문 면접조사
조사기관	<ul style="list-style-type: none"> - 주관기관 : 과학기술정보통신부(Ministry of Science and ICT) - 전담기관 : 한국지능정보사회진흥원(National Information Society Agency) - 수행기관 : (주)메트릭스리서치
법적근거	<p>통계법 18조 (통계작성의 승인), 지능정보화기본법 제12조(한국지능정보사회진흥원의 설립), 제66조(지표조사)</p>

06

표본 설계

가. 모집단

- 목표 모집단(Target Population) : 전국 가구 및 만 3세 이상 인구
- 조사 모집단(Survey Population)
 - : 2020년 7월 1일 현재 전국 가구 및 가구내 상주하는 만 3세 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

1) 표본 규모 : 25,000 가구

2) 추출단위 및 추출틀

최종 추출단위(Sampling Unit) : 전국 가구

- 1차 추출단위(Primary Sampling Unit) : 지역별, 동부/읍면부별 및 주택유형별 조사구
- 2차 추출단위(Secondary Sampling Unit) : 각 조사구 내 가구

추출틀(Sampling Frame) : 통계청의 MDIS에서 '2018년 등록센서스' 마이크로데이터를 이용

3) 표본추출방법 : 다단계층화집락추출

가구 층화 및 표본 할당

- 1차 : 전국을 17개 시도로 층화 후 시도별 가구 수(2018년 등록센서스)를 기준으로 목표 가구 수 (25,000 가구)를 제공군 비례할당

※ 시도별 비례할당을 하는 경우 서울과 경기도에 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 에 제공된 할당된 가구 수
- NHH_h 는 시도 h 의 부모집단 가구 수(2020년 추계가구 수)

- 2차 : 1인가구의 증가 추세를 반영하기 위해 17개 시도를 1인가구와 다인가구(2018년 등록센서스)로 총화 후 제공근비례할당
- 3차 : 17개 시도를 동부/읍면부로 총화 후 동부/읍면부별 가구 수(2018년 등록센서스)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(2018년 등록센서스)를 기준으로 목표 조사구 수(3,000개)를 제공근 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 만 3세 이상 가구원 전수 조사 실시

07 실사

가. 실사 개요

- 조사기간 : 2020. 8. 3 – 9. 30
- 조사기준시점 : 2020. 7. 1
- 조사주기 : 1년
- 조사대상 : 표본으로 선정된 가구 및 가구내 상주하는 만 3세 이상 가구원 전체
 - 단, 군복무자, 장기 해외출장·체류자, 기숙사 거주자, 수감자 등은 제외
- 조사방법 : 전문 조사원이 표본으로 선정된 가구를 방문하여 설문지에 대한 응답 내용을 기입하는 가구방문 면접조사
- 조사절차 : 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



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 보완조사 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(통계패키지 프로그램)를 이용하여 분석됨
 - 응답자의 이름, 주소, 전화번호 등 개인을 식별할 수 있는 정보는 일련번호로 부호화하거나 자료 입력 시 제외함
- **분석 단위 : 가구 및 가구원**
 - 가구 독립변수 : 가구주 연령, 가구소득, 지역
 - 가구원 독립변수 : 성, 연령, 성×연령, 청소년(9-24세), 직업, 학력, 가구소득, 지역 규모, 지역
- 인터넷이용률 추정의 경우, 모집단 정보 이용이 가능한 성별 및 연령별, 지역별 이용률은 인터넷이용자수 추정 후 산출하였으며, 모집단에 대한 정보가 없는 직업별, 학력별 등의 경우에는 이용자수 추정 없이 이용률만 산출함

09

추정 및 표본오차

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, $w_{area,sex,age} = \frac{N_{area,sex,age}}{n_{area,sex,age}}$
$\hat{p}_{area,sex,age}$	특정 지역, 성, 연령에 대한 추정치

• 가구 추정치

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

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

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

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

나. 표본오차 및 신뢰구간

- 전국 추정비율에 대한 95% 신뢰수준 하에서의 표본오차 및 신뢰구간치

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

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

인터넷 이용률 표본오차	±0.22%p (95% 신뢰수준)
인터넷 이용률 추정 결과	91.9% ±0.22%p
인터넷이용자 수 표본오차	±103천명 (95% 신뢰수준)
인터넷이용자 수 추정 결과	46,819천명 ±103천명

〈표 1-2〉 가구의 인터넷 접속률 표본오차 및 추정 결과

인터넷 접속률 표본오차	±0.06%p (95% 신뢰수준)
인터넷 접속률 추정 결과	99.7% ±0.06%p

10

결과발표 및 통계 활용분야

- 『2020년 인터넷이용실태조사』 보고서는 한국지능정보사회진흥원 > 지식정보 > 통계·실태조사 > 인터넷이용실태조사 (www.nia.or.kr)을 통해 게시함
- 본 통계자료는 통계청, 한국지능정보사회진흥원 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

인터넷이용실태조사의 모집단은 가구와 가구원으로 구성되며, 2020년 인터넷이용실태조사를 위한 우리나라 가구의 조사모집단을 지역별 동·읍면부별로 살펴보면 아래 <표1-3>에서 보는바와 같이 19,849,115가구이며 이중 1인 가구는 6,020,894개로 전체 가구의 30.3%에 해당하며 다인 가구는 13,828,221개다.

<표1-3> 지역별 동·읍·면부별 가구 분포¹⁾

지역(동 읍면부)	모집단		
	총가구	1인가구	다인가구
서울특별시	3,871,742	1,296,532	2,575,210
부산광역시	1,351,242	409,490	941,752
동부	1,291,331	393,888	897,443
읍면부	59,911	15,602	44,309
대구광역시	951,754	274,742	677,012
동부	860,257	252,203	608,054
읍면부	91,497	22,539	68,958
인천광역시	1,087,098	281,798	805,300
동부	1,059,198	272,876	786,322
읍면부	27,900	8,922	18,978
광주광역시	574,966	177,215	397,751
대전광역시	597,893	197,770	400,123
울산광역시	429,693	113,030	316,663
동부	347,188	90,597	256,591
읍면부	82,505	22,433	60,072
세종특별자치시	117,905	36,099	81,806
동부	75,629	17,153	58,476
읍면부	42,276	18,946	23,330
경기도	4,755,118	1,257,914	3,497,204
동부	3,971,085	1,022,014	2,949,071
읍면부	784,033	235,900	548,133
강원도	612,306	206,741	405,565
동부	369,942	120,533	249,409
읍면부	242,364	86,208	156,156
충청북도	634,939	208,313	426,626
동부	365,849	113,715	252,134
읍면부	269,090	94,598	174,492
충청남도	846,411	277,898	568,513
동부	389,657	124,008	265,649
읍면부	456,754	153,890	302,864
전라북도	719,484	235,415	484,069
동부	502,774	158,148	344,626
읍면부	216,710	77,267	139,443
전라남도	696,322	228,257	468,065
동부	304,479	89,727	214,752
읍면부	391,843	138,530	253,313
경상북도	1,074,303	358,997	715,306
동부	561,188	176,492	384,696
읍면부	513,115	182,505	330,610
경상남도	1,289,597	386,851	902,746
동부	818,426	234,569	583,857
읍면부	471,171	152,282	318,889
제주특별자치도	238,342	73,832	164,510
동부	173,432	52,668	120,764
읍면부	64,910	21,164	43,746
합계	19,849,115	6,020,894	13,828,221

1) 출처 통계청, '장래가구추계' 2020년 기준 추계가구 수

2020년 인터넷이용실태조사를 위한 가구원 조사모집단은 우리나라 각 가구에 거주하는 만 3세 이상 인구로 정의되며, 지역별·성별·연령별 분포는 아래 <표 1-4>와 같다. 전체 조사모집단의 크기는 50,971,222명이며 이중 남자가 25,531,106명이며 여자는 25,440,116명이다. 연령별로는 50대가 8,587,047명으로 가장 많으며 다음으로 40대가 8,291,728명, 30대는 7,203,550명, 20대는 6,971,785명이며 70세 이상은 10대보다 많은 5,465,642명이다.

<표 1-4> 지역별 성별 연령별 인구 분포²⁾

성별	계	3~9	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70세이상
전국	50,971,222	3,246,383	4,732,100	6,971,785	7,203,550	8,291,728	8,587,047	6,472,987	5,465,642
남자	25,531,106	1,665,757	2,451,377	3,703,732	3,775,425	4,234,782	4,310,213	3,156,476	2,233,344
여자	25,440,116	1,580,626	2,280,723	3,268,053	3,428,125	4,056,946	4,276,834	3,316,511	3,232,298
서울	9,475,910	498,505	761,181	1,501,886	1,493,749	1,508,250	1,525,271	1,218,153	968,915
남자	4,596,712	256,160	390,419	718,988	749,206	749,966	742,792	574,232	414,949
여자	4,879,198	242,345	370,762	782,898	744,543	758,284	782,479	643,921	553,966
부산	3,295,963	184,346	270,069	450,260	422,094	499,195	557,774	504,433	407,792
남자	1,614,887	94,572	139,986	235,689	218,123	251,937	267,991	237,478	169,111
여자	1,681,076	89,774	130,083	214,571	203,971	247,258	289,783	266,955	238,681
대구	2,382,064	146,019	226,941	322,261	306,955	385,073	423,835	315,086	255,894
남자	1,178,230	74,679	118,762	173,224	160,383	190,633	207,378	150,158	103,013
여자	1,203,834	71,340	108,179	149,037	146,572	194,440	216,457	164,928	152,881
인천	2,904,165	188,959	272,045	399,185	429,349	487,679	512,869	354,015	260,064
남자	1,460,803	96,964	140,183	210,858	225,830	249,943	255,366	174,931	106,728
여자	1,443,362	91,995	131,862	188,327	203,519	237,736	257,503	179,084	153,336
광주	1,463,123	99,964	157,114	220,310	198,103	247,125	240,083	162,611	137,813
남자	728,504	51,571	81,607	114,768	102,070	123,633	120,174	78,379	56,302
여자	734,619	48,393	75,507	105,542	96,033	123,492	119,909	84,232	81,511
대전	1,476,357	95,496	147,094	244,344	201,094	237,716	241,291	173,675	135,647
남자	740,210	49,109	76,317	130,145	104,954	118,738	119,967	84,549	56,431
여자	736,147	46,387	70,777	114,199	96,140	118,978	121,324	89,126	79,216
울산	1,119,040	81,461	112,350	138,936	162,474	190,877	211,218	139,076	82,648
남자	579,714	41,917	59,313	80,461	87,717	97,738	107,694	70,110	34,764
여자	539,326	39,544	53,037	58,475	74,757	93,139	103,524	68,966	47,884
세종	339,363	37,415	40,888	43,313	60,765	65,139	42,606	28,201	21,036
남자	170,534	19,176	20,450	22,936	29,852	33,478	22,057	13,987	8,598
여자	168,829	18,239	20,438	20,377	30,913	31,661	20,549	14,214	12,438

성별	계	3~9	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70세이상
경기	13,170,954	933,059	1,300,356	1,776,439	2,015,704	2,310,627	2,227,589	1,476,585	1,130,595
남자	6,673,419	478,179	669,611	953,124	1,063,747	1,183,058	1,125,788	731,270	468,642
여자	6,497,535	454,880	630,745	823,315	951,957	1,127,569	1,101,801	745,315	661,953
강원	1,494,705	84,680	136,930	190,064	167,848	219,249	260,013	225,642	210,279
남자	754,425	43,252	71,461	108,399	88,737	112,878	132,795	111,974	84,929
여자	740,280	41,428	65,469	81,665	79,111	106,371	127,218	113,668	125,350
충북	1,606,383	102,872	149,660	224,277	209,348	243,973	273,281	213,259	189,713
남자	820,471	52,360	78,007	126,498	113,473	127,091	140,316	106,524	76,202
여자	785,912	50,512	71,653	97,779	95,875	116,882	132,965	106,735	113,511
충남	2,168,736	147,249	204,036	290,404	301,539	338,311	342,330	268,375	276,492
남자	1,116,616	75,427	106,028	160,759	167,066	182,308	179,745	133,674	111,609
여자	1,052,120	71,822	98,008	129,645	134,473	156,003	162,585	134,701	164,883
전북	1,766,814	107,764	172,159	224,169	197,133	265,145	293,154	243,015	264,275
남자	882,060	55,205	89,598	124,121	102,695	136,477	150,183	119,604	104,177
여자	884,754	52,559	82,561	100,048	94,438	128,668	142,971	123,411	160,098
전남	1,738,248	107,159	162,379	179,196	188,719	252,568	298,312	251,196	298,719
남자	875,697	54,663	84,532	104,669	100,494	134,130	156,902	124,906	115,401
여자	862,551	52,496	77,847	74,527	88,225	118,438	141,410	126,290	183,318
경북	2,616,523	156,316	227,063	312,930	315,338	384,739	451,495	386,930	381,712
남자	1,327,321	80,981	119,828	180,497	172,644	201,411	231,472	190,705	149,783
여자	1,289,202	75,335	107,235	132,433	142,694	183,328	220,023	196,225	231,929
경남	3,294,879	225,176	321,987	373,363	443,861	542,965	576,848	437,385	373,294
남자	1,679,138	115,921	168,676	214,954	242,317	282,775	293,147	216,689	144,659
여자	1,615,741	109,255	153,311	158,409	201,544	260,190	283,701	220,696	228,635
제주	657,995	49,943	69,848	80,448	89,477	113,097	109,078	75,350	70,754
남자	332,365	25,621	36,599	43,642	46,117	58,588	56,446	37,306	28,046
여자	325,630	24,322	33,249	36,806	43,360	54,509	52,632	38,044	42,708

2) 출처 통계청, '잠재가구추계' 2020년 기준 추계인구 수

12 표본 현황

앞에서 정의된 조사모집단으로부터 6장 표본설계 부문의 설명과 절차에 따라 추출된 표본가구의 지역별 (동·읍면부) 가구원수별 분포는 아래 <표 1-5>과 같다. 아래 표에서 보는 바와 같이 총 표본가구는 25,050개이며 이중 1인 가구는 6,752개이며 다인 가구는 18,298개이다.

<표 1-5> 지역(동읍면부)별 가구원수별 표본가구 분포

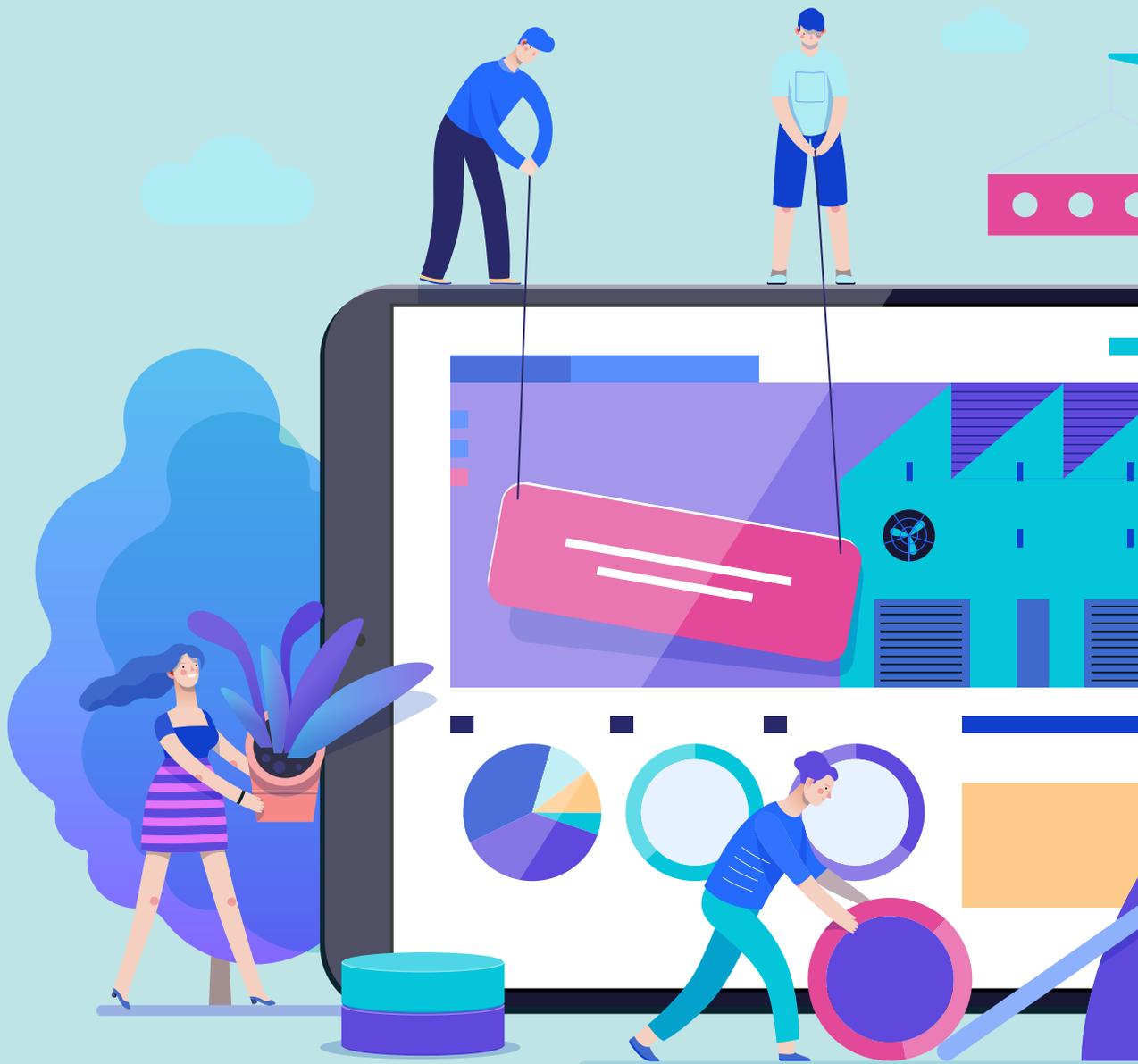
지역(동 읍면부)	표 본		
	총표본가구	1인가구	다인가구
서울특별시	2,896	918	1,978
부산광역시	1,731	473	1,258
동부	1,423	376	1,047
읍면부	308	97	211
대구광역시	1,448	376	1,072
동부	1,090	252	838
읍면부	358	124	234
인천광역시	1,560	372	1,188
동부	1,342	318	1,024
읍면부	218	54	164
광주광역시	1,137	282	855
대전광역시	1,158	340	818
울산광역시	976	274	702
동부	659	183	476
읍면부	317	91	226
세종특별자치시	543	143	400
동부	309	52	257
읍면부	234	91	143
경기도	3,280	810	2,470
동부	2,280	563	1,717
읍면부	1,000	247	753
강원도	1,181	337	844
동부	653	161	492
읍면부	528	176	352
충청북도	1,199	301	898
동부	646	158	488
읍면부	553	143	410
충청남도	1,388	390	998
동부	667	178	489
읍면부	721	212	509
전라북도	1,273	293	980
동부	771	147	624
읍면부	502	146	356
전라남도	1,274	293	981
동부	596	125	471
읍면부	678	168	510
경상북도	1,553	489	1,064
동부	793	232	561
읍면부	760	257	503
경상남도	1,701	461	1,240
동부	967	246	721
읍면부	734	215	519
제주특별자치도	752	200	552
동부	466	142	324
읍면부	286	58	228
합계	25,050	6,752	18,298

앞에서 정의된 조사모집단으로부터 6장 표본설계 부문의 설명과 절차에 따라 추출된 표본가구원의 지역별·성별·연령별 인구 분포는 아래 <표 1-6>과 같다. 아래 표에서 보는 바와 같이 표본에 추출된 총 가구원은 60,000명이며 이중 남자는 28,821명이며 여자는 31,179명이며 연령별로는 50대가 10,478명으로 가장 많으며 다음으로 30대가 9,628명, 60대가 8,925명 40대가 8,518명 등이다.

<표 1-6> 지역별 성별 연령별 표본(인구)분포

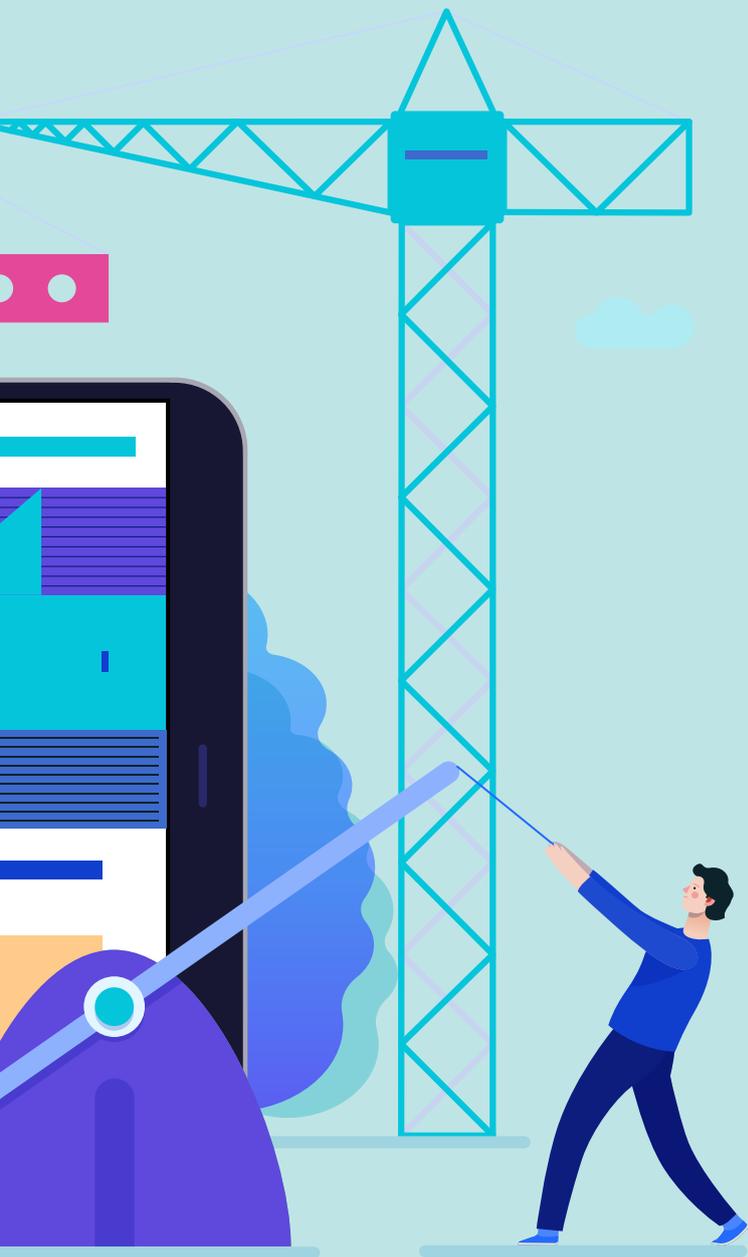
성별	계	3~9	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70세이상
전국	60,000	3,939	5,254	6,579	9,628	8,518	10,478	8,925	6,679
남자	28,821	1,856	2,557	3,173	4,730	4,209	4,940	4,352	3,004
여자	31,179	2,083	2,697	3,406	4,898	4,309	5,538	4,573	3,675
서울	7,426	538	767	1,017	1,381	1,154	1,307	913	349
남자	3,551	269	369	458	672	583	617	439	144
여자	3,875	269	398	559	709	571	690	474	205
부산	4,004	274	321	335	638	532	796	755	353
남자	1,929	123	158	167	311	260	359	390	161
여자	2,075	151	163	168	327	272	437	365	192
대구	3,300	185	259	351	420	532	641	520	392
남자	1,589	93	121	176	215	257	304	260	163
여자	1,711	92	138	175	205	275	337	260	229
인천	4,279	345	437	555	858	596	691	461	336
남자	2,005	129	200	263	417	292	326	221	157
여자	2,274	216	237	292	441	304	365	240	179
광주	2,516	106	207	271	361	330	468	391	382
남자	1,203	45	102	141	186	164	216	188	161
여자	1,313	61	105	130	175	166	252	203	221
대전	2,672	217	181	350	491	386	509	348	190
남자	1,315	111	96	175	244	196	237	170	86
여자	1,357	106	85	175	247	190	272	178	104
울산	2,410	234	194	174	377	349	395	418	269
남자	1,209	105	118	111	180	182	178	204	131
여자	1,201	129	76	63	197	167	217	214	138
세종	1,297	163	106	125	329	199	158	140	77
남자	641	84	60	59	154	98	79	63	44
여자	656	79	46	66	175	101	79	77	33

성별	계	3~9	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70세이상
경기	9,010	587	1,074	1,262	1,570	1,519	1,668	916	414
남자	4,255	251	474	593	754	746	798	469	170
여자	4,755	336	600	669	816	773	870	447	244
강원	2,621	134	191	398	470	384	417	405	222
남자	1,232	64	82	175	239	173	201	188	110
여자	1,389	70	109	223	231	211	216	217	112
충북	2,813	176	228	308	463	495	442	413	288
남자	1,394	86	111	151	232	242	226	203	143
여자	1,419	90	117	157	231	253	216	210	145
충남	3,146	203	226	297	572	405	519	547	377
남자	1,535	97	118	148	291	202	236	261	182
여자	1,611	106	108	149	281	203	283	286	195
전북	2,877	148	220	268	314	330	482	553	562
남자	1,348	72	121	124	140	162	218	265	246
여자	1,529	76	99	144	174	168	264	288	316
전남	2,865	135	193	205	287	290	470	580	705
남자	1,357	70	99	95	150	137	227	268	311
여자	1,508	65	94	110	137	153	243	312	394
경북	3,328	170	266	270	333	432	571	587	699
남자	1,552	79	130	131	162	216	267	288	279
여자	1,776	91	136	139	171	216	304	299	420
경남	3,852	276	250	272	558	371	635	773	717
남자	1,876	150	135	128	281	188	294	376	324
여자	1,976	126	115	144	277	183	341	397	393
제주	1,584	48	134	121	206	214	309	205	347
남자	830	28	63	78	102	111	157	99	192
여자	754	20	71	43	104	103	152	106	155



II. 인터넷 '기반'

- 01 가구 인터넷 접속률
- 02 가구 인터넷 이용환경
- 03 개인 인터넷 이용률
- 04 개인 인터넷 이용행태



01 가구 인터넷 접속률

전국 대부분(99.7%) 가구 내 인터넷 접속 가능

가. 인터넷접속률

2020년 7월 현재 우리나라 전체 가구(19,849천 가구) 중 가구 내 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율은 99.7%로 전년과 동일하다.

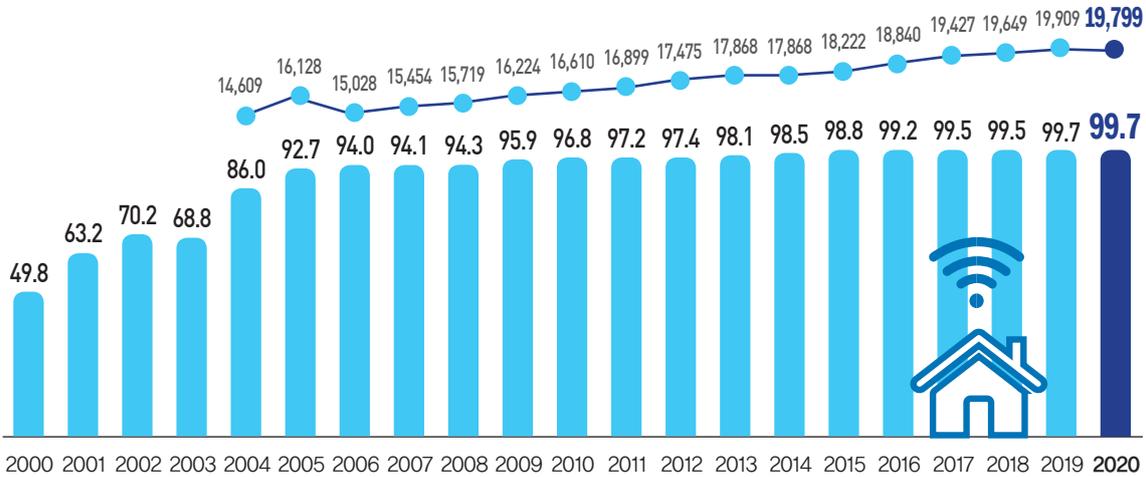


그림 2-1) 가구 인터넷 접속률 및 접속 가구 수 추이(% , 천 가구, 국내 전체 기준)

나. 가구 인터넷 접속방법

인터넷접속가구 중 가구 내 '무선랜' 이용이 가능한 가구의 비율은 100.0%로 나타났고, '모바일 인터넷'은 99.9%로 나타났다. 그 다음으로는 '유선인터넷'은 81.7%, '이동형 무선인터넷 공유기' 5.2%의 순으로 나타났다.

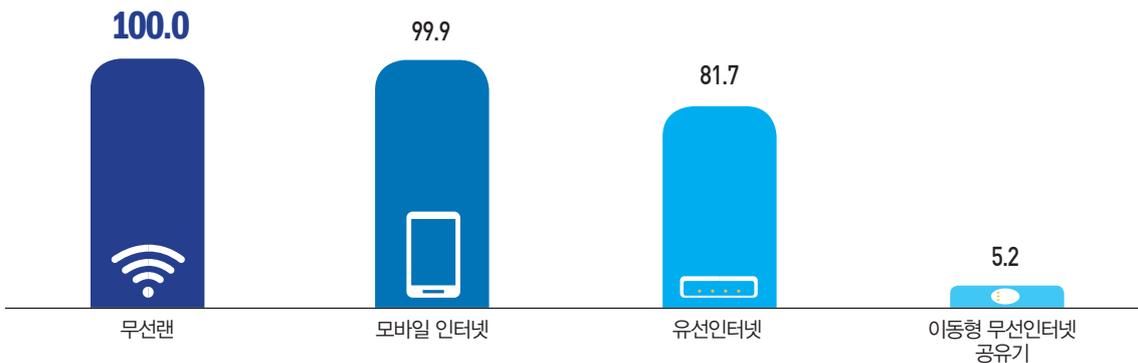


그림 2-2) 가구 인터넷 접속방법(복수응답, %, 인터넷 접속가구 기준)

02

가. 가구 인터넷 이용환경

가. 컴퓨터 보유율

2020년 7월 현재 전체 가구의 71.6% (전년 대비 0.1%p 감소)가 가구 내에 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿PC 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 꾸준한 증가세를 보이던 컴퓨터 보유율은 2012년을 기점으로 하락세를 나타내고 있다.

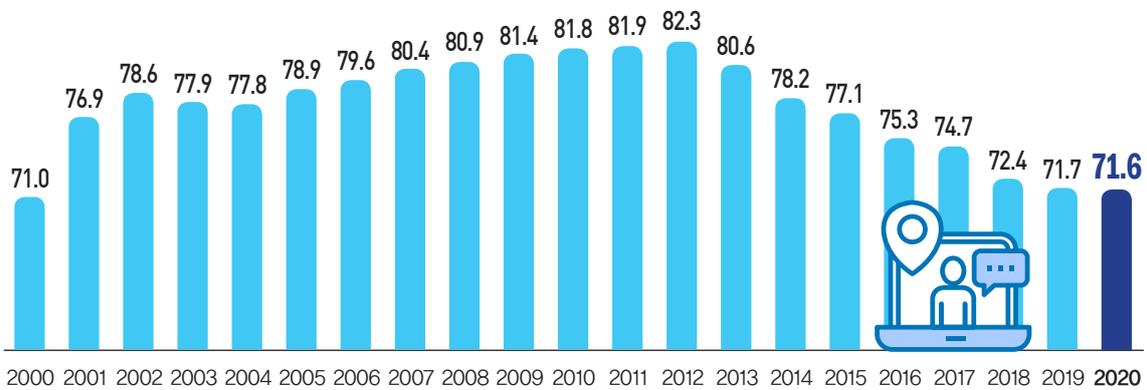


그림 2-3) 가구 컴퓨터 보유율(%). 전체 가구 기준

나. 정보통신기기 보유현황

우리나라 10가구 중 9가구(94.9%)는 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 한편 전체 가구 중 '일반TV'를 보유하고 있는 가구의 비율은 54.9%이며, '데스크탑 컴퓨터'와 '노트북 컴퓨터'를 보유하고 있는 가구의 비율은 각 51.9%, 47.0%로 나타났다.

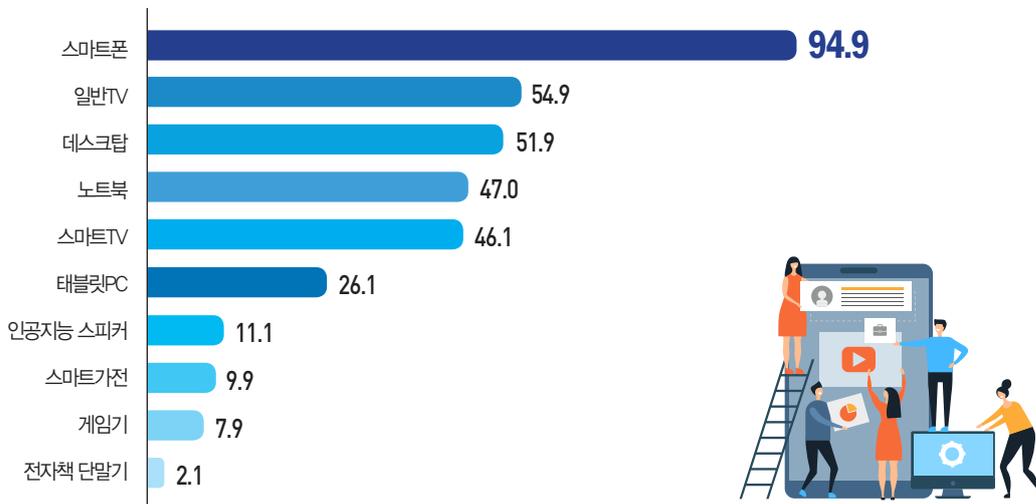


그림 2-4) 가구 정보통신기기 보유현황(복수응답, %, 전체 가구 기준)

다. 정보통신서비스 이용현황

대부분의 가구(99.9%)에서 가구 내 스마트폰을 포함한 '이동전화' 서비스를 이용하는 것으로 조사되었고, '유선 인터넷'을 이용하는 가구는 86.0%로 나타났다. 그 외의 정보통신 서비스로는 'IPTV'(56.3%), '케이블TV'(37.4%), '일반 집전화'(23.8%), 'IoT서비스³⁾(12.8%) 등의 순으로 조사되었다.

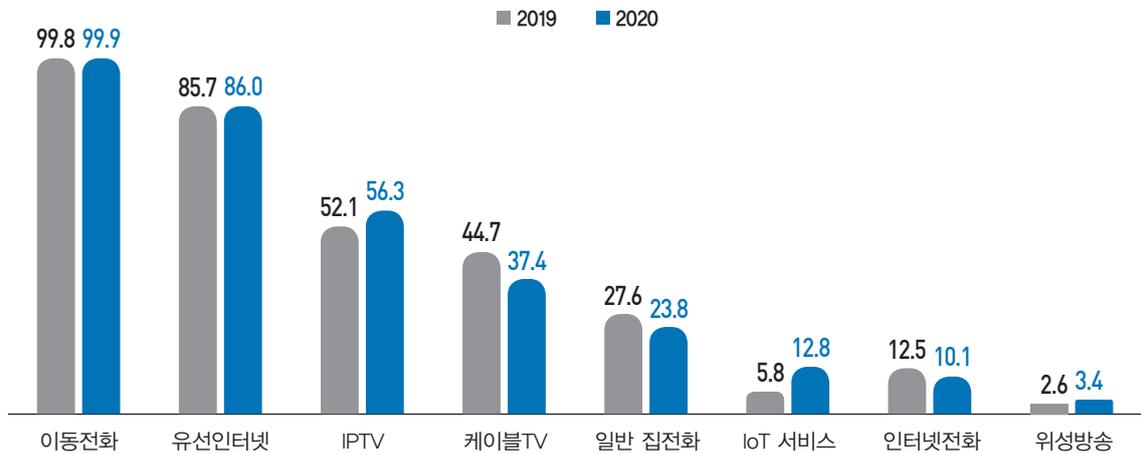


그림 2-5) 가구 정보통신서비스 이용현황(복수응답, %, 전체 가구 기준)



3) 2020년 조사용어 변경 :

'스마트홈 서비스(LG IoT@Home, SKT SMART HOME, KT GIGA IoT)

→ IoT서비스(CCTV, 조명, 가스, 냉·난방 등 원격 제어 기능 이용, LG IoT@Home, SKT SMART HOME, KT GIGA IoT)

03

개인 인터넷 이용률

만 3세 이상 인구의 91.9%인 46,819천명이 인터넷이용자

가. 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수

2020년 7월 현재 만 3세 이상 인구의 인터넷이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 91.9%로 전년 대비 0.1%p 증가하였으며, 인터넷이용자 수는 전년 대비 465천명 증가한 46,819천명으로 나타났다. 만 60세 이상 노년층의 인터넷 이용률은 68.0%(인터넷이용자수 8,121천명)로 조사되어 꾸준한 증가세를 보였다.

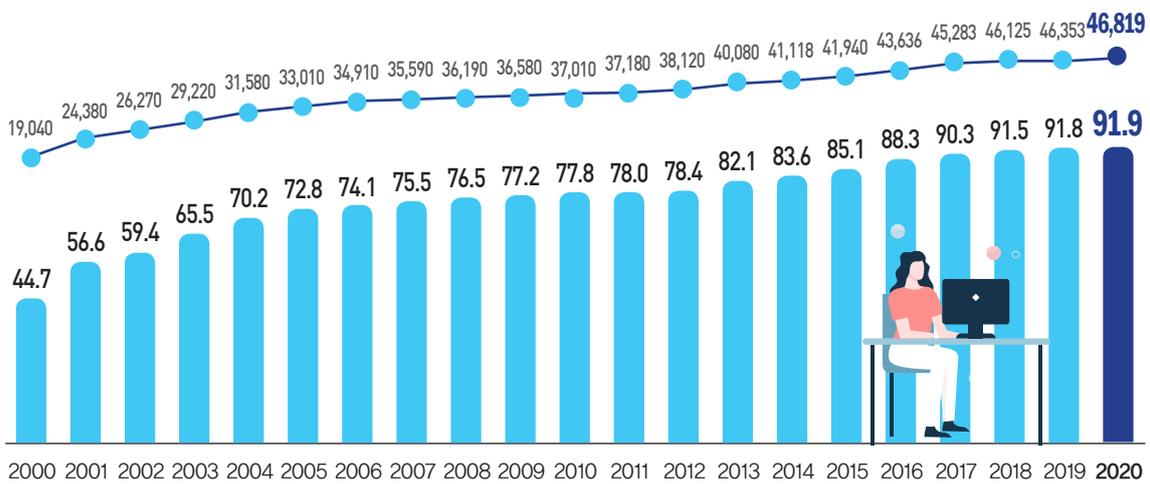


그림 2-6) 개인 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천 명, 만 3세 이상 인구 기준)

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

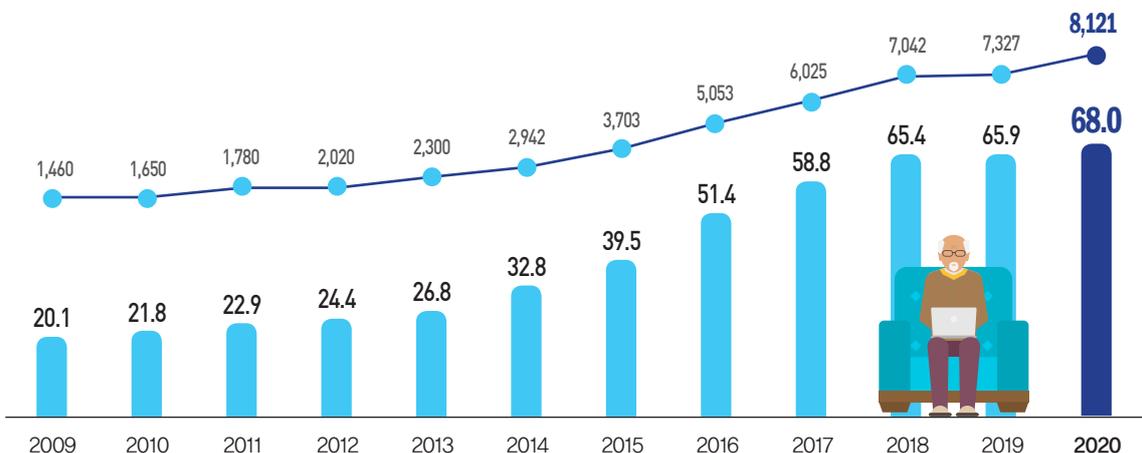


그림 2-7) 만 60세 이상 인터넷 이용률 및 이용자 수 추이(% , 천 명, 만 60세 이상 인구 기준)

만 3세 이상 인구 중 단 한 번이라도 인터넷을 이용해 본 경험이 있는 '인터넷 경험자'는 93.2%를 차지하며, 인터넷 이용시기별로는 '최근 24시간 이내' 인터넷을 이용한 경우가 85.3%, '최근 3개월 이내'로 범위를 확장할 경우 인터넷이용자는 91.9%로 나타났다.

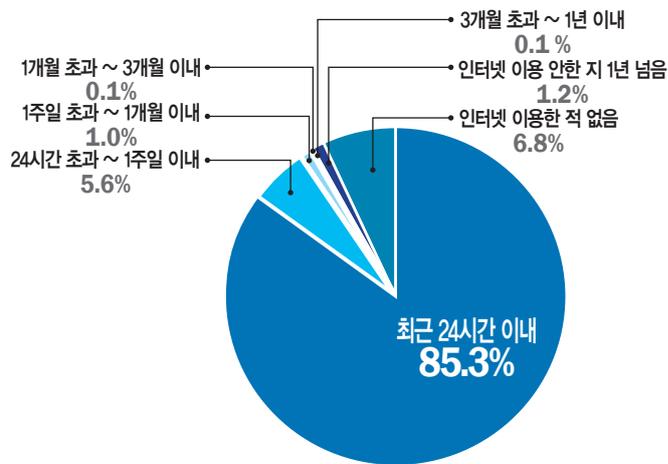


그림 2-8) 최근 인터넷 이용시기(%), 만 3세 이상 인구 기준)

〈표 2-1〉 최근 인터넷 이용시기별 이용률 및 이용자 수(%), 천명, 만 3세 이상 인구 기준)

구분	1주일 이내	1개월 이내	3개월 이내	1년 이내	인터넷 경험자
이용률	90.9	91.9	91.9	92.0	93.2
이용자 수	46,310	46,819	46,859	46,887	47,492



나. 성별 인터넷 이용률 및 이용자 수

만 3세 이상 최근 1개월 이내 인터넷이용자 가운데 남자의 인터넷 이용률은 94.0%로 전년 대비 0.1%p 증가하였고, 여자의 인터넷 이용률은 89.7%로 전년 대비 0.1%p 증가한 것으로 나타나, 성별 인터넷이용자 수는 남자가 23,989천명, 여자가 22,830천명으로 나타났다. 인터넷이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 남자가 전체 인터넷이용자의 51.2%, 여자가 48.8%의 비율로 나타났다.

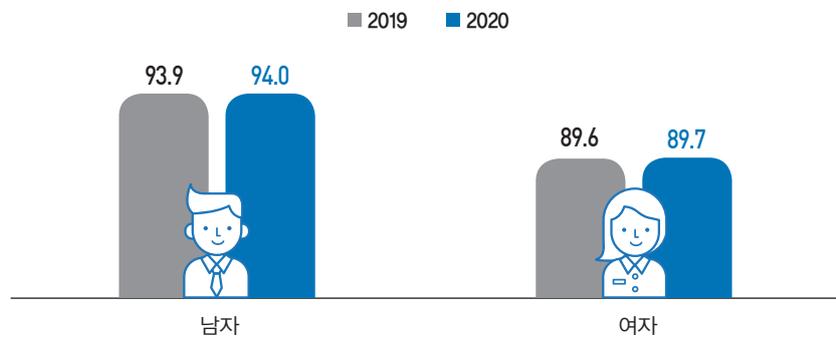


그림 2-9) 성별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

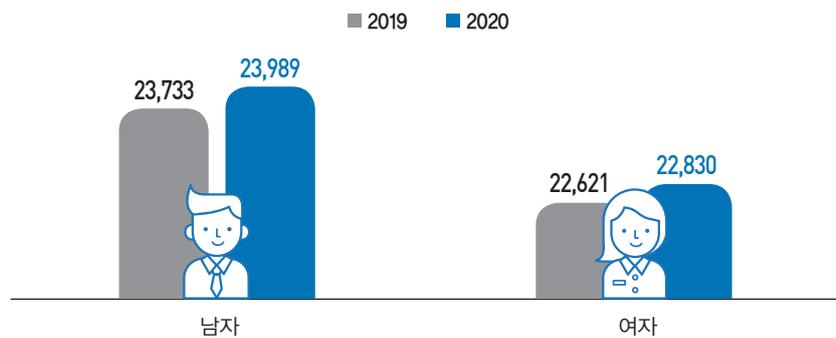


그림 2-10) 성별 인터넷 이용자 수(천명)

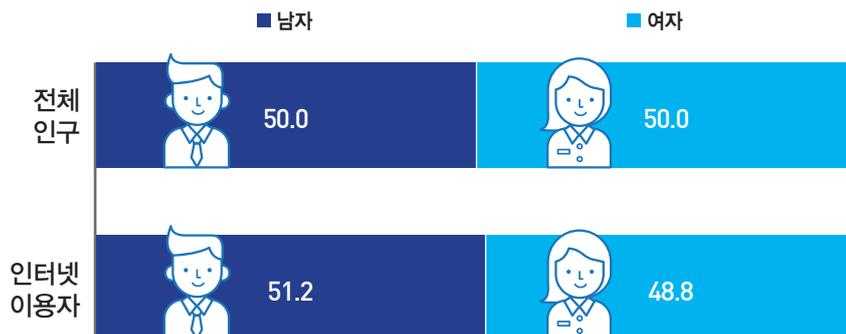


그림 2-11) 성별 인터넷 이용자 구성비(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

다. 연령별 인터넷이용률 및 이용자 수

우리나라 10~50대 인구의 대부분은 인터넷을 이용하고 있으며, 3~9세와 60대 역시 각각 91.2%, 91.5%로 70대를 제외한 전 연령층에서 90%이상의 높은 이용률을 보인다.

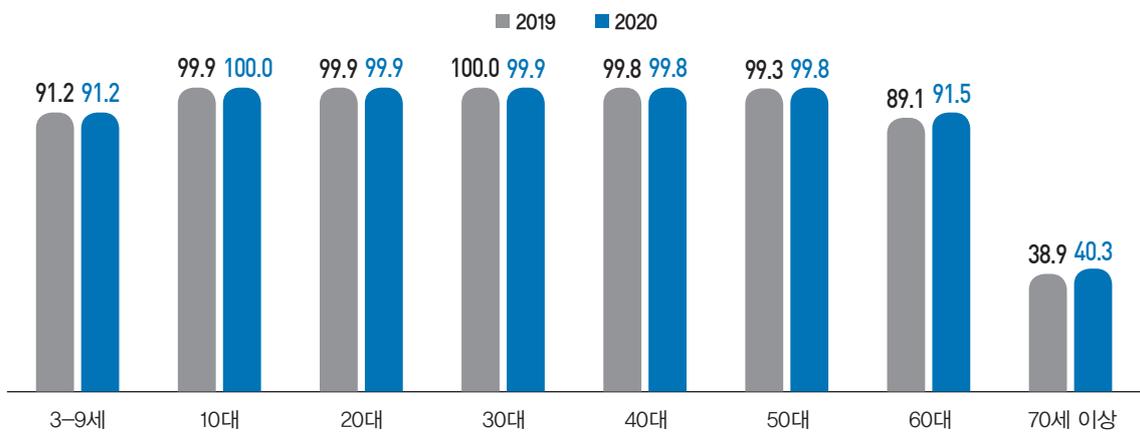


그림 2-12) 연령별 인터넷 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준

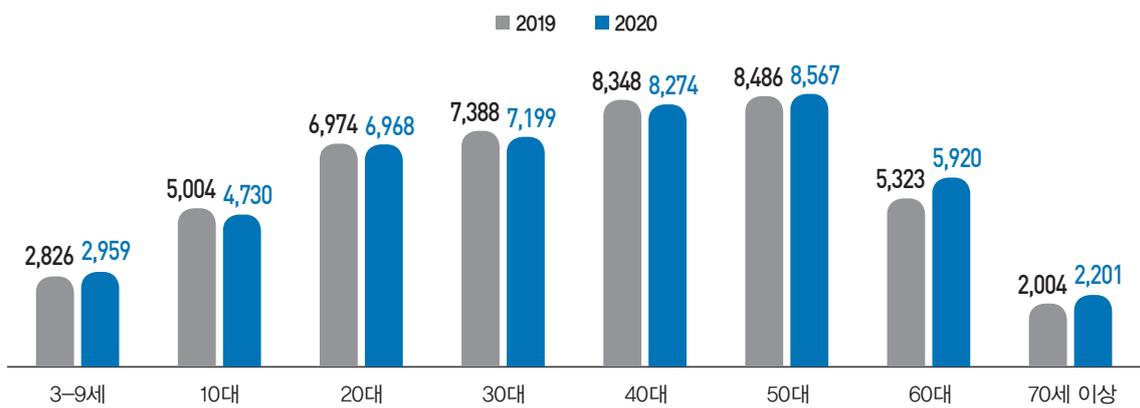


그림 2-13) 연령별 인터넷 이용자 수(천명, 만 3세 이상 인구 기준)

인터넷 이용자의 연령대별 구성비를 살펴보면, 50대의 비중이 18.3%로 가장 높고, 다음으로는 '40대'(17.7%), '30대'(15.4%), '20대'(14.9%), '60대'(12.6%), '10대'(10.1%), '3-9세'(6.3%), '70대'(4.7%)순으로 나타났다.

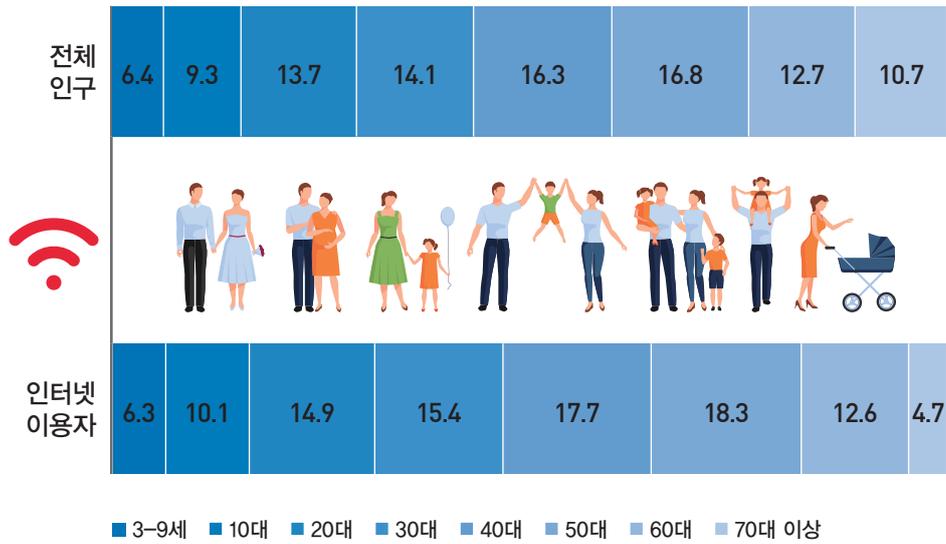


그림 2-14) 연령별 인터넷 이용자 구성비(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)



구분	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
2016년	3,231	5,460	6,840	7,653	8,671	8,305	5,204	4,547
2017년	3,204	5,247	6,898	7,546	8,585	8,390	5,457	4,780
2018년	3,165	5,085	6,994	7,467	8,513	8,463	5,749	5,014
2019년	3,144	4,914	6,993	7,362	8,343	8,589	6,080	5,235
2020년	3,084	4,732	6,972	7,204	8,292	8,587	6,473	5,466

2016-2020 장래인구추계(통계청) (단위:천명)

라. 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수

우리나라 17개 광역자치체의 인터넷 이용률을 살펴보면, 세종(99.1%), 대구(96.5%), 울산(95.9%), 충북(95.0%)이 95.0% 이상의 높은 인터넷 이용률을 보였고, 이 밖에도 대전(94.1%), 경북(93.3%), 부산(93.0%) 등이 93.0% 이상의 높은 이용률을 보이는 것으로 나타났다. 타 지역 대비 인터넷이용률이 상대적으로 낮은 지역은 제주(89.1%), 전북(87.4%), 전남(86.0%), 강원(80.6%) 등으로 나타났다.

인터넷이용자 수는 경기도가 12,159천명으로 가장 많았고, 다음으로는 서울은 8,746천명, 부산은 3,064천명, 경남 2,948천명 등의 순으로 나타났다.

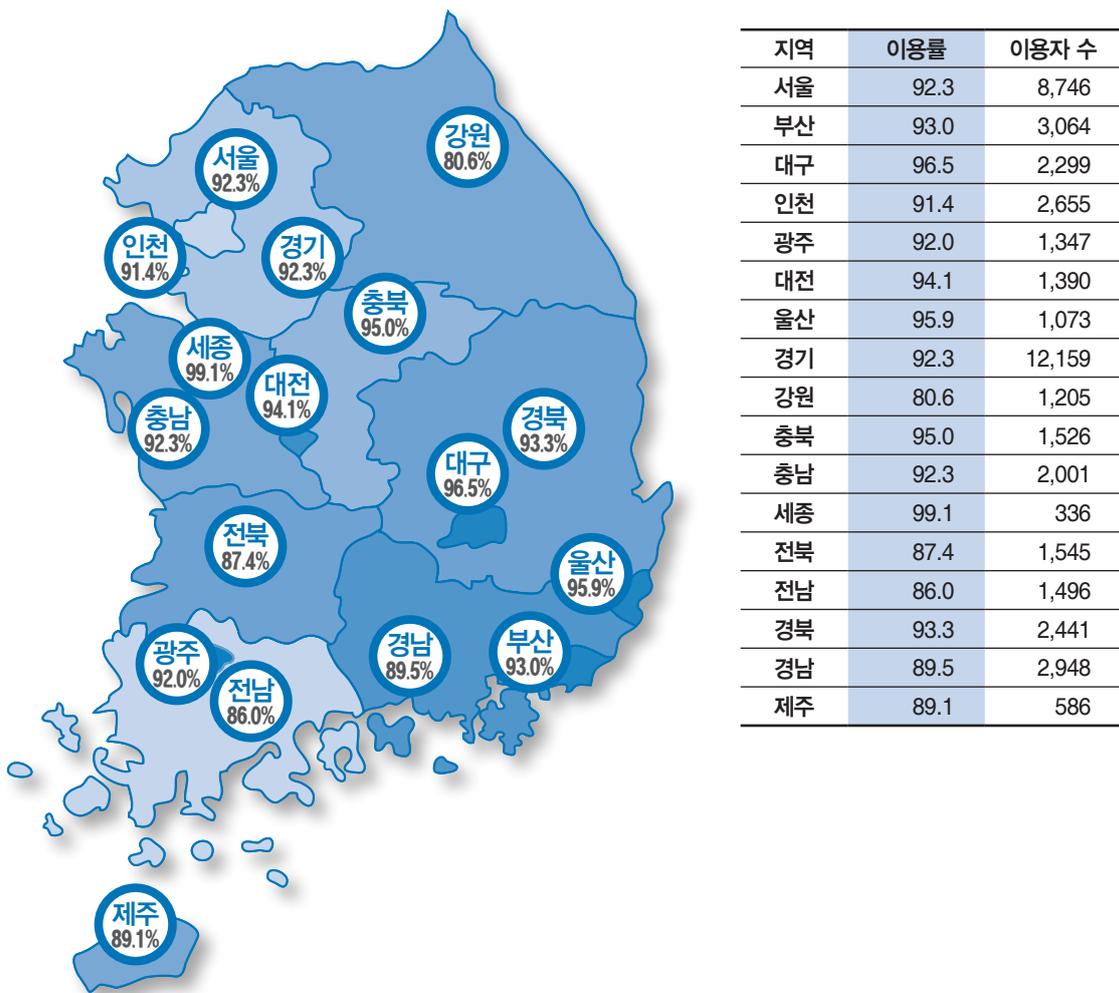


그림 2-15) 지역별 인터넷 이용률 및 이용자 수(% , 천 명, 만 3세 이상 인구 기준)

지역 규모별⁴⁾로는 동부 지역의 인터넷 이용률이 93.0%로 읍면부 지역의 이용률 88.4% (전년 대비 0.6%p 증가)보다 높은 것으로 나타났다.

한편, 동부와 읍면부의 지역 규모별 격차는 4.6%p로 전년대비 0.7%p 감소하였다.

동부와 읍면부에서 인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 세종으로 각각 99.2%, 99.0%의 이용률을 보였다.

동부와 읍면부의 인터넷 이용격차가 가장 큰 지역은 인천으로 동부(94.4%)와 읍면부(74.2%)의 이용격차는 20.2%p로 나타났다.

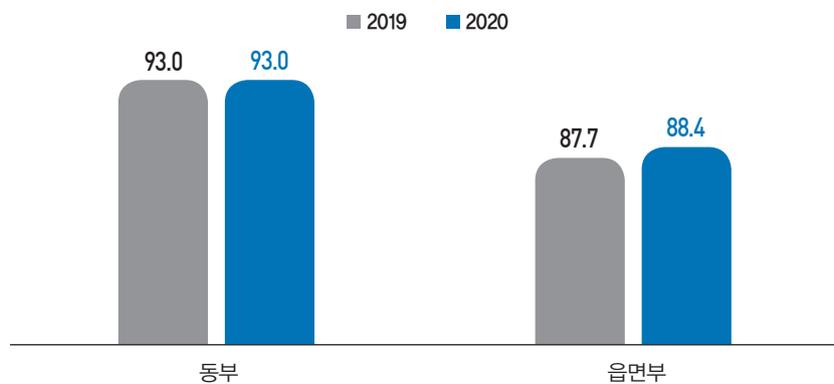


그림 2-16) 지역별 규모별 인터넷 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준

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

〈표 2-2〉 지역 규모 및 지역별 인터넷 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준)

시도	동부	읍면부	시도	동부	읍면부
서울	92.3%	-	강원	84.0%	76.5%
부산	92.8%	93.7%	충북	95.4%	94.5%
대구	97.5%	92.9%	충남	95.1%	89.6%
인천	94.4%	74.2%	전북	91.7%	79.4%
광주	92.0%	-	전남	91.8%	79.6%
대전	94.1%	-	경북	95.2%	90.9%
울산	97.0%	94.0%	경남	93.5%	83.2%
세종	99.2%	99.0%	제주	89.7%	88.1%
경기	92.3%	92.4%			

* (-): 해당 시도 내 읍면부 지역이 없는 경우

마. 직업별 인터넷 이용률

직업별⁵⁾로는 사무직의 인터넷 이용률이 99.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 전문/관리직(99.7%), 서비스/판매직(98.6%)의 순으로 나타났다. 이들 직장인의 평균 인터넷 이용률은 98.5%로 나타났다. 한편, 학생의 인터넷 이용률은 99.9%, 주부는 80.2%로 조사되었다.

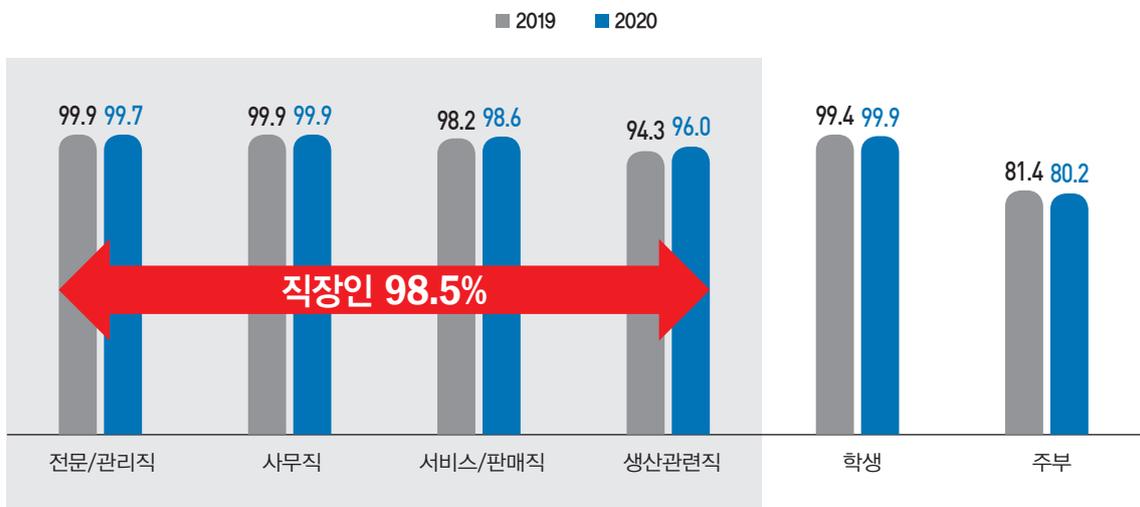


그림 2-17) 직업별 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)

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

구분	세부 직업 분류
전문/관리직	관리자 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





바. 학력별 인터넷 이용률

학력별로는 대졸 이상(대학원생 포함) 고학력자의 인터넷 이용률이 99.9%로 가장 높았고, 다음으로 고졸(대학생 포함) 96.5%, 중졸(고등학생 포함) 81.8%, 초졸 이하(초/중학생 포함) 72.9% 순으로 나타났다.

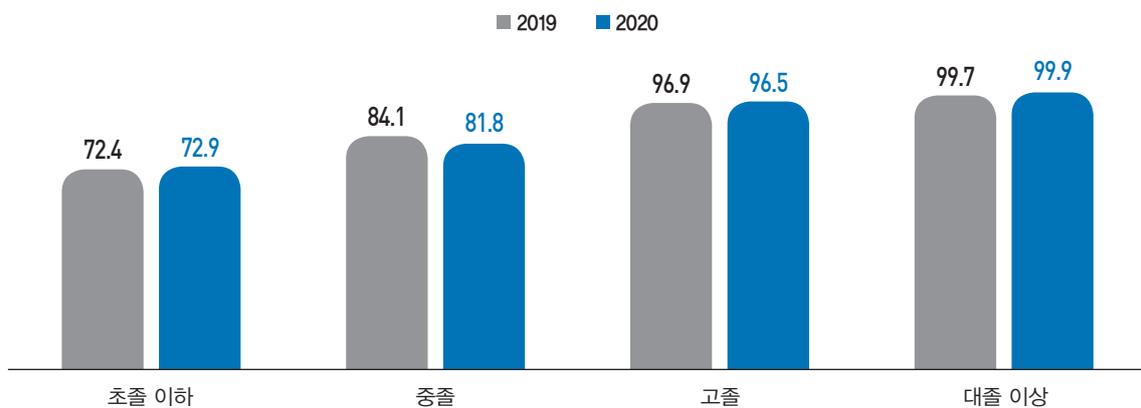


그림 2-18) 학력별 인터넷 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준

사. 가구소득별 인터넷 이용률

가구소득별로는 월평균 가구소득 400만원 이상인 가구원의 인터넷 이용률이 97.0%로 가장 높게 나타난 반면, 100만원 미만의 인터넷 이용률은 47.9%로 가장 낮게 나타나 가구의 소득이 높아질수록 가구원의 인터넷 이용률이 증가하였다.

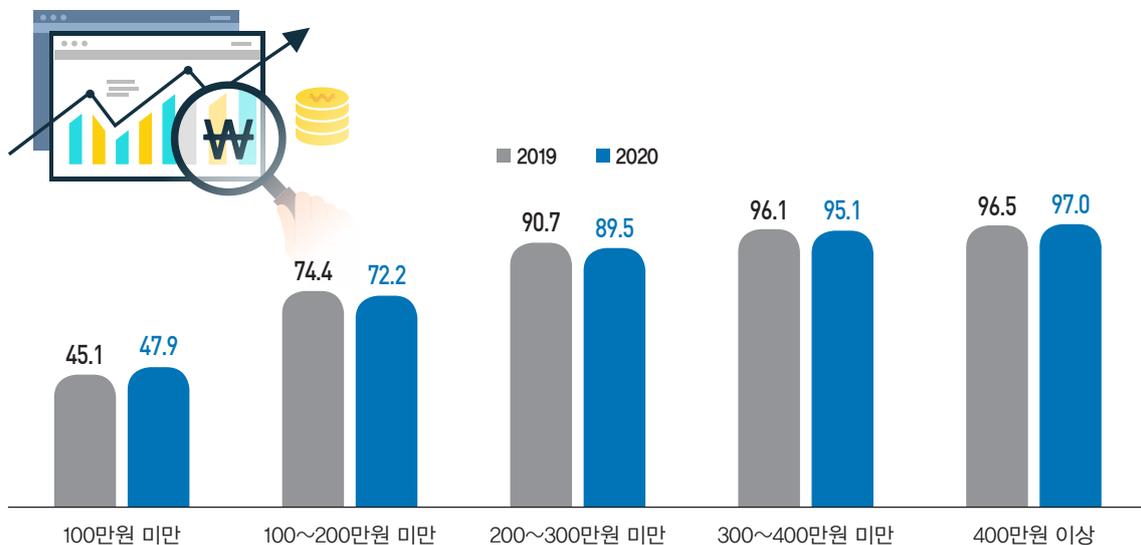


그림 2-19) 가구소득별 인터넷 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준

04

개인 인터넷 이용행태

유선(69.9%)보다는 무선 접속(99.9%)을 통해 인터넷 이용

가. 인터넷 접속방법

인터넷 접속 시 유선(69.9%)보다 무선접속방법이 더욱 많이 이용되는 것으로 나타났다. 무선인터넷 접속방법 중 '와이파이 등 특정 범위 내에서 무선인터넷 사용'이 86.5%로 가장 높았고, 다음으로 '3G/LTE 등 이동전화(스마트폰 포함)를 이용한 무선인터넷 사용'(84.3%), '5G 스마트폰을 이용한 무선인터넷 사용'(16.8%), '이동형 무선 인터넷 공유기(에그) 등을 이용한 무선인터넷 사용'(4.7%) 순으로 나타났다.

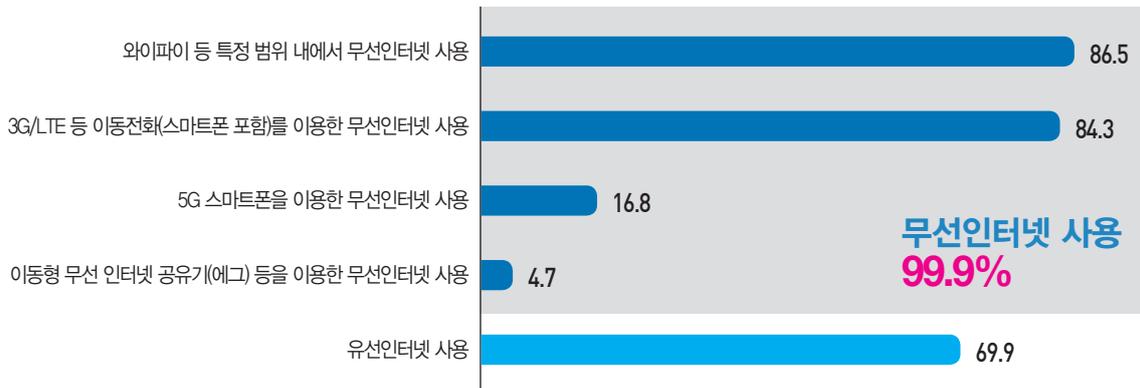
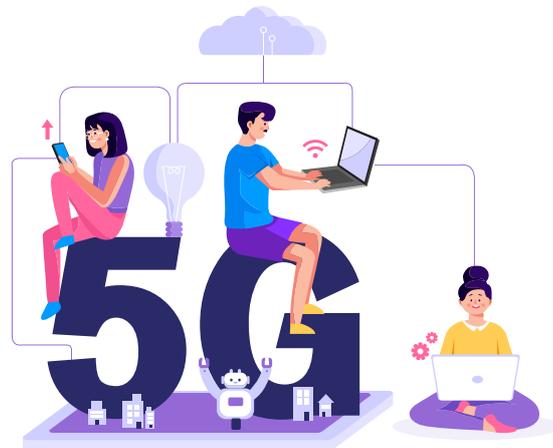


그림 2-20) 인터넷 접속방법(복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)





나. 인터넷 이용기간

만 3세 이상 인터넷이용자의 69.1%는 인터넷을 10년 이상('10년 이상~15년 미만' 23.6%, '15년 이상' 45.5%) 이용한 것으로 나타났다. 다음으로 '5년 이상~10년 미만'(17.1%), '2년 이상~5년 미만'(8.0%) 등의 순으로 높았다.

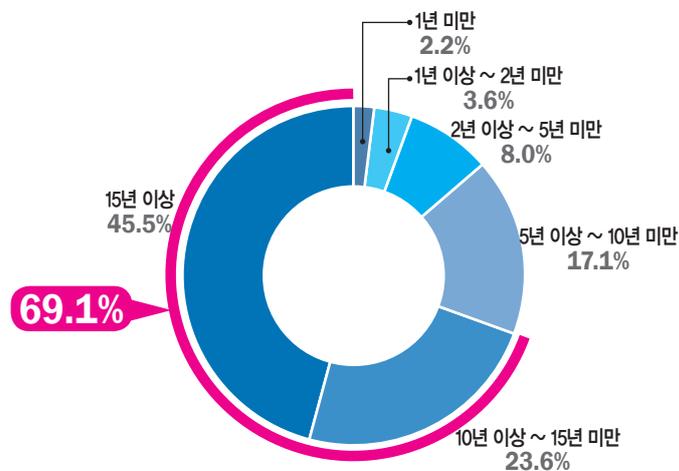


그림 2-21) 인터넷 이용기간(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

〈표 2-3〉 성·연령별 인터넷 이용기간(% , 만3세 이상 인터넷이용자 기준)

구분		1년 미만	1년 이상-2년 미만	2년 이상-5년 미만	5년 이상-10년 미만	10년 이상-15년 미만	15년 이상
성별	남자	2.2	3.4	7.4	15.6	23.5	48.0
	여자	2.3	3.8	8.6	18.6	23.7	43.0
연령	3-9세	19.0	35.1	35.7	10.1	0.0	0.0
	10대	1.1	4.2	23.4	44.5	21.4	5.4
	20대	1.0	0.2	1.3	17.6	35.9	44.1
	30대	1.2	0.1	0.6	8.0	25.6	64.4
	40대	1.3	0.3	1.1	7.0	22.5	67.8
	50대	0.9	0.6	3.3	14.0	24.1	57.2
	60대	0.8	2.2	9.8	23.3	23.2	40.7
	70세 이상	1.4	9.8	22.4	28.3	18.2	19.9

다. 인터넷 이용빈도

만 3세 이상 인터넷이용자의 거의 대부분(99.4%)이 일주일에 1회 이상('하루에 1회 이상' 94.9%, '일주일에 1회 이상' 4.5%) 인터넷을 이용하는 것으로 조사되었다.

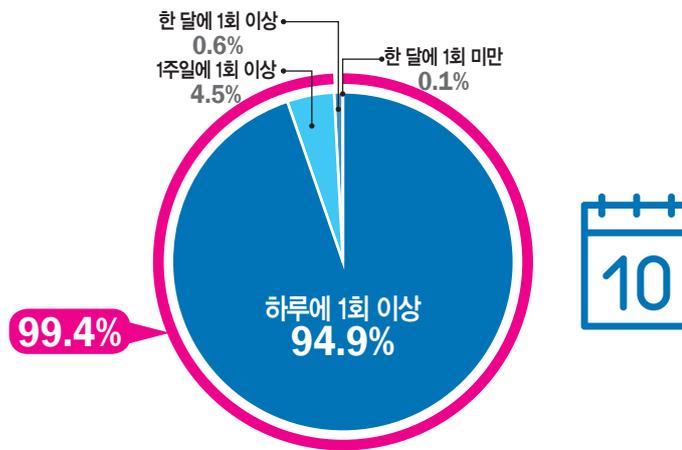


그림 2-22 인터넷 이용빈도(%), 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

연령대별로는 3-9세, 60대와 70대 이상을 제외한 전 연령층의 대부분(10대 98.5%, 20대 99.3%, 30대 98.7%, 40대 97.8%, 50대 94.8%)이 인터넷을 '하루에 1회 이상' 이용하는 것으로 조사되었다.

〈표 2-4〉 성·연령별 인터넷 이용빈도(%), 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

구분		하루에 1회 이상	1주일에 1회 이상	한 달에 1회 이상	한 달에 1회 미만
성별	남자	95.2	4.3	0.5	0.0
	여자	94.6	4.7	0.6	0.1
연령	3-9세	85.6	13.2	1.1	0.1
	10대	98.5	1.5	0.0	0.0
	20대	99.3	0.6	0.1	0.0
	30대	98.7	1.1	0.1	0.0
	40대	97.8	1.9	0.3	0.0
	50대	94.8	4.3	0.8	0.1
	60대	89.8	8.9	1.3	0.1
	70세 이상	77.1	20.1	2.3	0.4



라. 인터넷 이용시간

만 3세 이상 인터넷 이용자의 63.2%가 일주일에 평균 14시간 이상('14~21시간 미만' 17.6%, '21~35시간 미만' 27.0%, '35시간 이상' 18.6%) 인터넷을 이용하고 있으며, 주평균 인터넷 이용시간은 20.1시간인 것으로 나타났다.

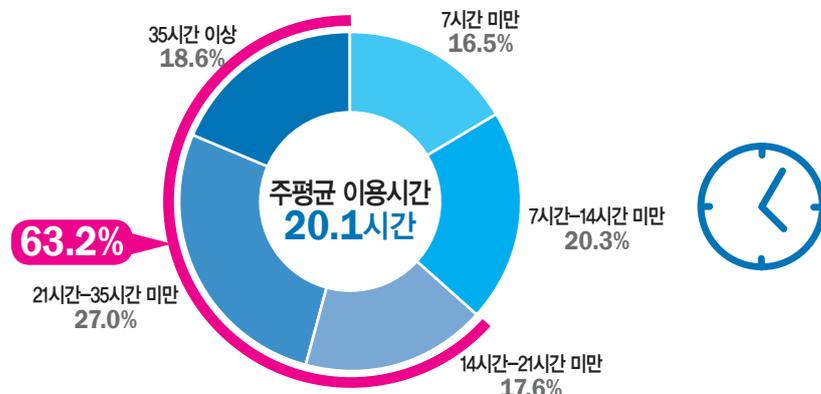


그림 2-23) 주평균 인터넷 이용시간(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

성별 분석 결과, 남자(21.4시간)의 인터넷 이용시간이 여자(18.7시간) 대비 긴 것으로 나타났다. 연령대별로는 20대(29.5시간), 10대(27.6시간), 30대(24.9시간), 40대(21.6시간) 등의 순으로 조사되었다.



그림 2-24) 성·연령별 주평균 인터넷 이용시간(시간, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)



마. 인터넷 이용장소

인터넷이용자 10명 중 8명(79.1%)은 스마트폰, 태블릿PC 등을 이용하여 '이동 중'에 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.

인터넷을 이용하는 주요 장소로는 '가정'이 97.9%로 가장 높았으며, 다음으로 '상업 시설'(61.1%), '회사(직장)'(53.1%), '공공시설'(48.4%) 등이 조사되었다.

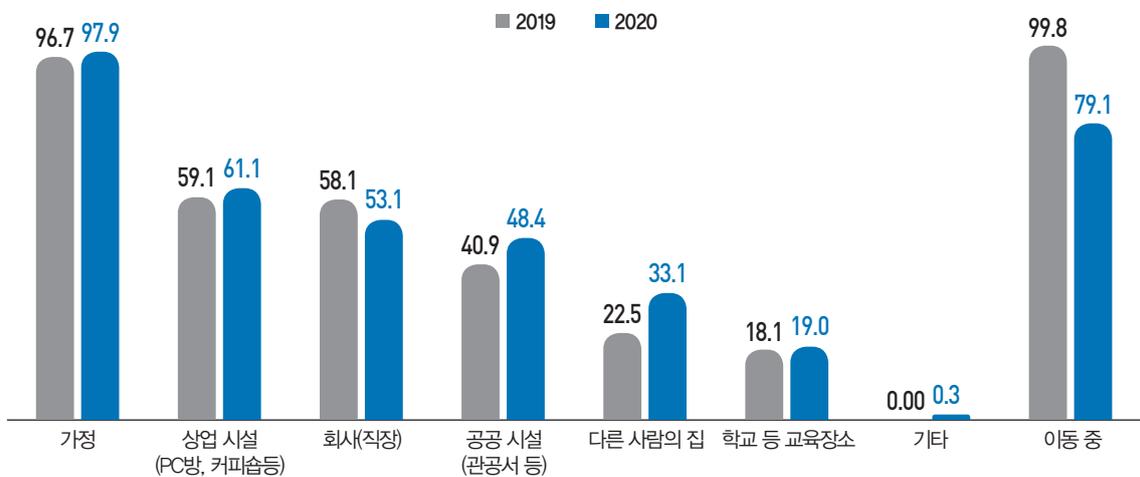


그림 2-25) 인터넷 이용 장소(복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

성별 분석 결과, '회사'에서 인터넷 이용 비율은 '여자'(44.2%) 대비 '남자'(61.6%)가 더 높게 나타났다. 가정 외 연령대별 주 인터넷 이용장소를 살펴보면, 10대는 '학교 등 교육장소'(79.2%), 20대는 '상업시설'(76.3%)에서의 인터넷 이용 비율이 높게 나타났으며, 30~50대는 '회사'에서의 인터넷 이용 비율이 높게 나타났다.

〈표 2-5〉 성·연령별 인터넷 이용장소(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

구분	가정	상업 시설 (PC방 등)	회사 (직장)	공공 시설 (관광서 등)	다른 사람의 집	학교 등 교육장소	기타	이동 중	
성별	남자	97.8	61.8	61.6	49.1	32.2	20.2	0.4	79.9
	여자	98.0	60.3	44.2	47.7	34.2	17.8	0.3	78.3
연령	3-9세	98.9	37.5	1.8	23.5	27.0	31.0	0.0	52.4
	10대	99.0	57.6	4.7	45.2	44.3	79.2	0.1	80.8
	20대	98.1	76.3	55.2	56.4	39.2	38.3	0.4	89.2
	30대	97.8	70.0	78.0	56.1	32.4	7.3	0.5	86.7
	40대	97.6	65.6	76.7	53.1	31.8	5.5	0.3	84.4
	50대	97.4	61.0	65.8	49.4	30.1	4.3	0.3	79.8
	60대	97.8	50.8	47.2	42.7	29.2	3.1	0.4	71.4
	70세 이상	96.9	33.8	16.2	32.3	28.5	1.5	0.4	53.0

바. 컴퓨터 이용률

우리나라 만 3세 이상 인구의 컴퓨터 이용률은 73.7%

만 3세 이상 인구의 컴퓨터 이용률(최근 1개월 이내 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿PC 등의 컴퓨터를 이용한 사람의 비율)은 73.7%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 컴퓨터를 이용한 사람의 비율은 49.6%로 나타났다.

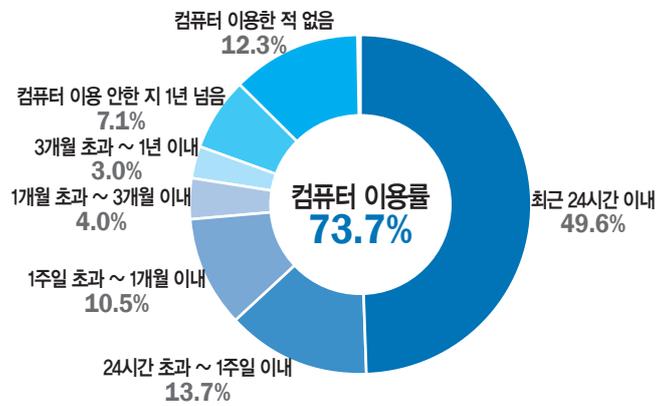


그림 2-26) 컴퓨터 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준

컴퓨터 이용률은 남자(78.2%)가 여자(69.3%)에 비해 8.9%p 높았으며, 10-30대의 경우 96% 이상의 높은 수준을 보였다.



그림 2-27) 성·연령별 컴퓨터 이용률(%), 만 3세 이상 인구 기준



사. 인터넷 이용목적

인터넷을 이용하는 목적(1년 이내 기준)으로는 '커뮤니케이션'이 96.2%로 가장 높았으며, 다음으로 '여가활동'(95.5%), '자료 및 정보 획득'(94.8%) 등이 조사되었다. 그 외 '홈페이지 등 운영'(60.7%), '교육·학습'(51.0%), '직업·직장'(27.9%) 등을 위해 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다.

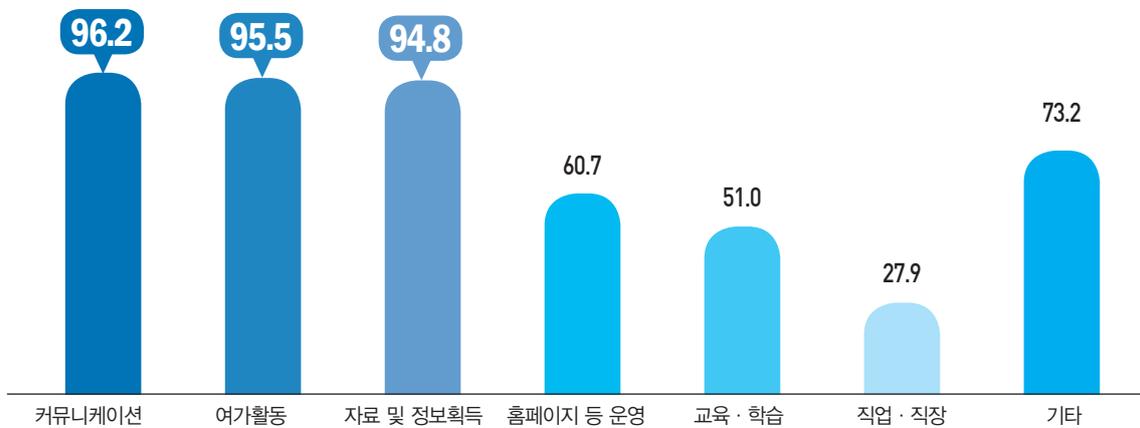


그림 2-28 인터넷 이용목적(복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

성별 분석 결과, 남자와 여자 모두 '커뮤니케이션'(남자 96.2%, 여자 96.1%)이 가장 주요한 인터넷 이용목적인 것으로 나타났다. 한편 연령별로 10대 이하 저연령층에서는 '여가활동'(3-9세 89.3%, 10대 99.1%)이 상대적으로 높았으며, 20대 이상 50대 이하 연령층에서는 '자료 및 정보 획득'(20대 100.0%, 30대 99.9%, 40대 99.8%, 50대 99.4%)이 주요한 인터넷 이용목적으로 꼽혔다.

한편 '교육·학습'을 위한 인터넷 이용은 주로 학생층인 10대(99.9%)와 20대(82.6%)에서 상대적으로 높았고, '직업·직장' 관련 인터넷 이용은 20대(51.5%)와 30대(49.6%)에서 상대적으로 높은 수준을 보였다.

〈표 2-6〉 성·연령별 인터넷 이용목적(복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

구분	커뮤니케이션	여가활동	자료 및 정보획득	홈페이지 등 운영	교육·학습	직업·직장	기타	
성별	남자	96.2	96.2	95.3	60.1	52.2	32.0	74.3
	여자	96.1	94.8	94.3	61.3	49.8	23.6	72.0
연령	3-9세	53.1	89.3	43.1	18.6	48.5	2.4	3.1
	10대	98.5	99.1	95.2	64.8	99.9	9.4	37.7
	20대	99.9	99.8	100.0	87.4	82.6	51.5	96.2
	30대	99.9	99.4	99.9	82.8	58.8	49.6	98.2
	40대	99.8	97.8	99.8	69.4	47.2	37.7	95.5
	50대	99.5	95.6	99.4	50.5	31.2	21.0	81.9
	60대	98.2	90.8	96.7	37.2	16.4	7.3	54.5
	70세 이상	93.2	74.1	88.1	21.6	8.0	2.2	21.4

아. 안전한 인터넷 이용을 위한 활동

안전한 인터넷 이용을 위한 활동으로는 '소프트웨어(방화벽, 바이러스 백신 등) 설치 및 주기적 업데이트'가 35.9%로 가장 높았고, 다음으로 '강력한 비밀번호(문자, 숫자, 특수문자 혼합) 사용'(35.3%), '주기적으로 비밀번호 변경'(27.6%) 등이 조사되었다.

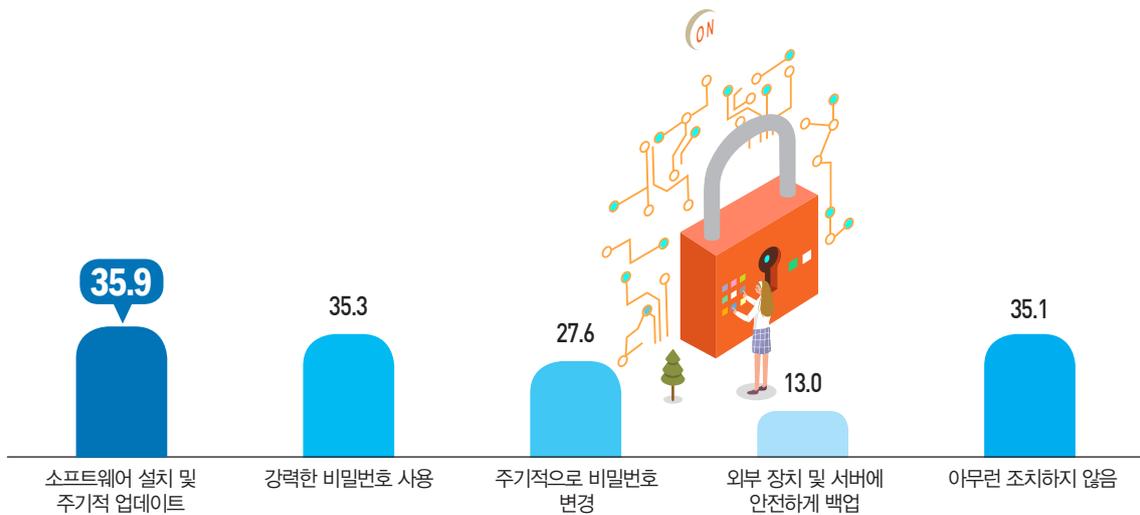


그림 2-29) 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

연령대별 분석 결과, 20대와 30대의 '아무런 조치하지 않음' 비율이 각각 14.2%, 17.2%로 타 연령 대비 낮게 나타나 안전한 인터넷 이용에 적극적인 것으로 나타났다. 반면, 60대의 66.3%, 70세 이상의 81.6%가 아무런 조치를 하지 않는 것으로 나타났다

〈표 2-7〉 성·연령별 안전한 인터넷 이용을 위한 활동(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

구분	소프트웨어 설치 및 주기적 업데이트	강력한 비밀번호 사용	주기적으로 비밀번호 변경	외부 장치 및 서버에 안전하게 백업	기타	아무런 조치하지 않음	
성별	남자	39.3	38.1	28.7	14.6	0.7	31.4
	여자	32.4	32.5	26.4	11.3	0.9	39.0
연령	10대	38.5	38.8	33.2	11.0	1.1	26.2
	20대	52.7	50.8	37.2	22.9	0.6	14.2
	30대	47.8	48.1	35.7	19.5	0.4	17.2
	40대	41.1	39.2	31.7	15.1	0.7	26.3
	50대	26.8	26.7	22.9	8.2	1.0	46.2
	60대	15.7	17.1	12.6	3.1	1.0	66.3
	70대 이상	9.8	6.3	4.1	1.6	0.9	81.6



III . 인터넷 ‘휴대’

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



01 모바일 인터넷 이용

가. 휴대형 정보통신기기 보유현황

만 6세 이상 인구의 93.3%는 '모바일기기(스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블기기)'를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 전체 휴대형 정보통신기기 중 '스마트폰' 보유율이 93.1%로 가장 높은 것으로 조사되었으며, 다음으로 '노트북 컴퓨터'(36.4%), '태블릿PC'(18.7%), '일반 이동전화'(6.4%) 등의 순이었다.

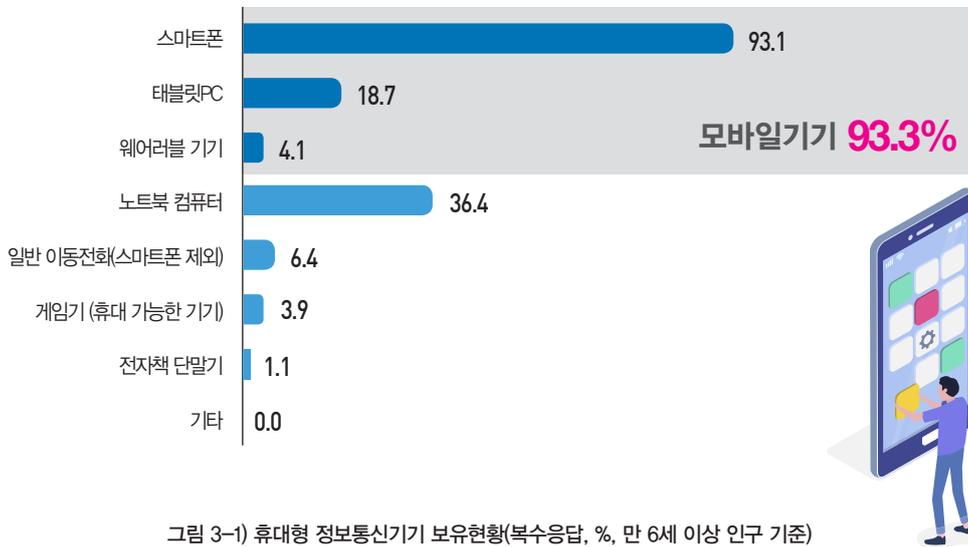


그림 3-1) 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, %, 만 6세 이상 인구 기준)

만 6세 이상 인터넷이용자의 99.1%는 모바일기기를 보유하고 있으며, 세부적으로 '스마트폰'은 98.9%, '노트북 컴퓨터' 39.3%, '태블릿PC' 20.2%, '웨어러블기기' 4.5%로 나타났다.

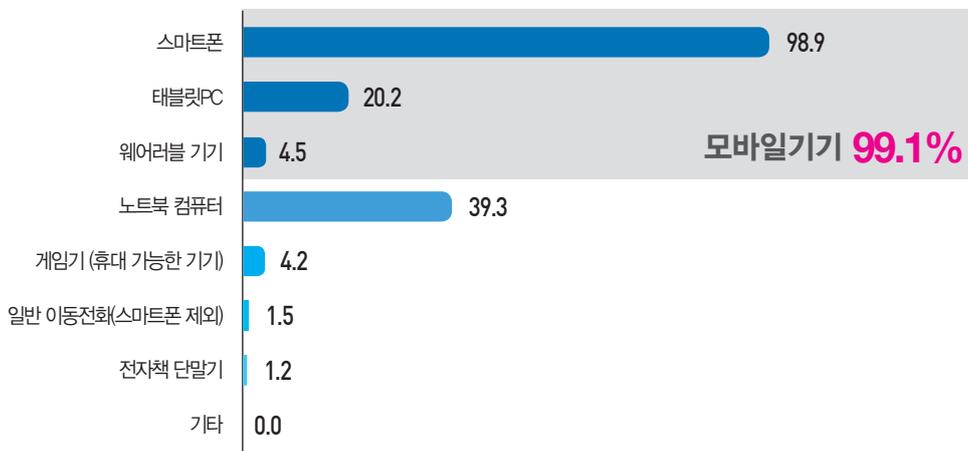


그림 3-2) 휴대형 정보통신기기 보유현황(복수응답, %, 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)



나. 모바일 인터넷 이용률

만 3세 이상 인구의 모바일 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 이동전화, 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일기기를 통해 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 91.5%로 조사되었고, 최근 24시간 이내 모바일 인터넷이용자는 84.4%를 차지했다.

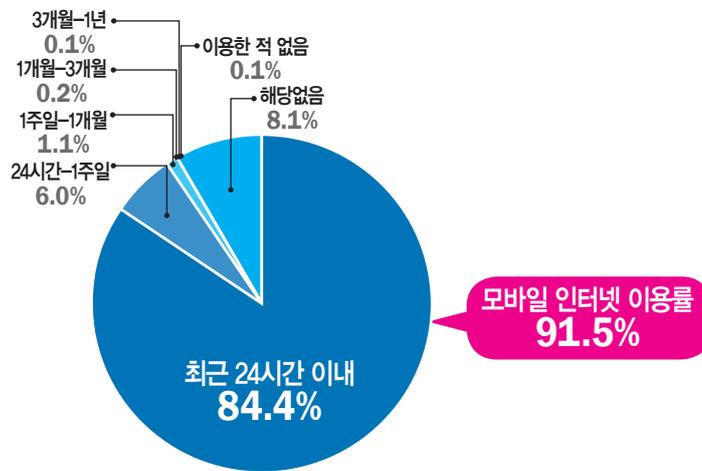


그림 3-3) 최근 모바일 인터넷 이용시기(% , 만 3세 이상 인구 기준)

모바일 인터넷 이용률은 남자(93.6%)가 여자(89.4%)보다 높으며, 연령대별로는 20대가 99.9%로 가장 높고, 10대와 30대는 각각 99.7%, 50대는 99.6%, 40대는 99.5%로 높은 모바일 인터넷 이용률을 보였다.

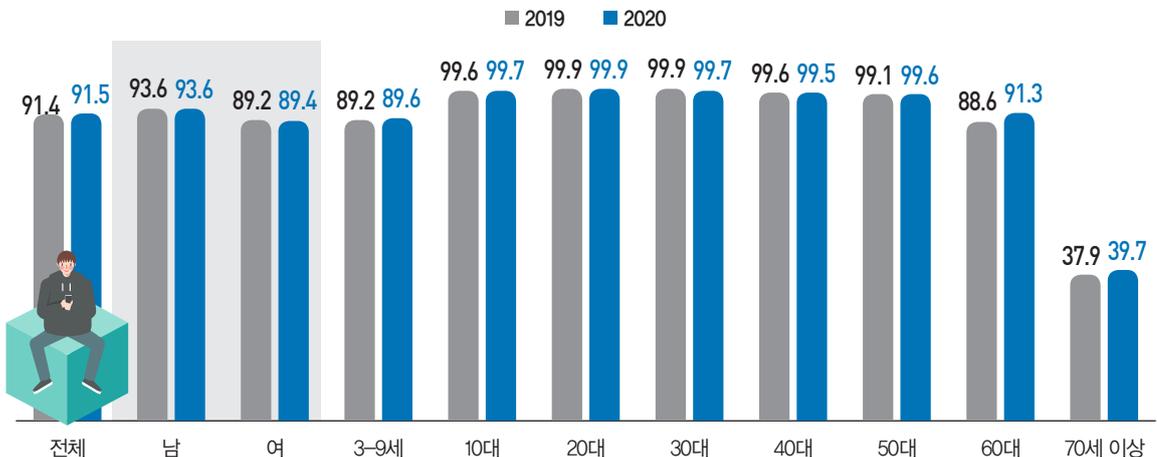


그림 3-4) 성·연령별 모바일 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)

02

이동전화 및 스마트폰 인터넷 이용

가. 이동전화 이용률

만 3세 이상 인구의 이동전화(스마트폰 포함) 이용률(최근 1개월 이내 이동전화를 이용한 사람의 비율)은 99.0%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 이동전화를 이용한 사람은 94.4%를 차지하였다.

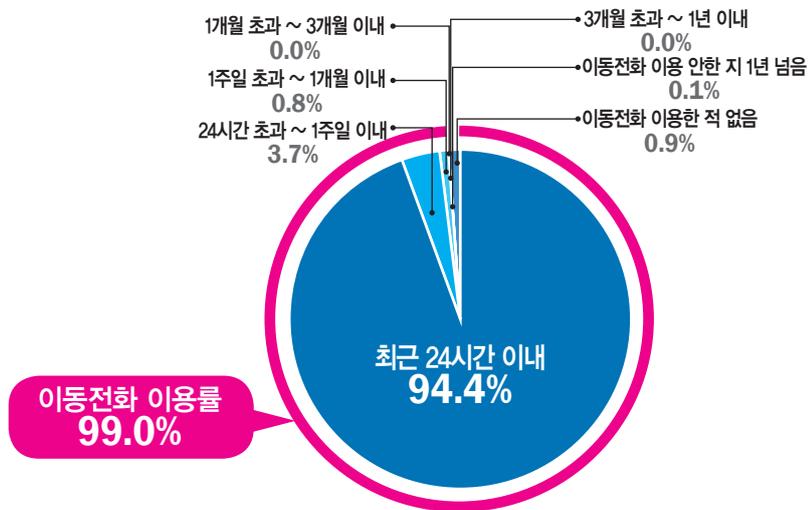


그림 3-5) 이동전화 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)

이동전화 이용률은 성별에 관계없이(남자 99.1%, 여자 98.8%) 높았으며, 연령대별로는 10~60대까지 99%이상의 높은 수준을 보였다. 한편 3~9세는 92.6%, 70세 이상은 95.6%로 조사되었다.

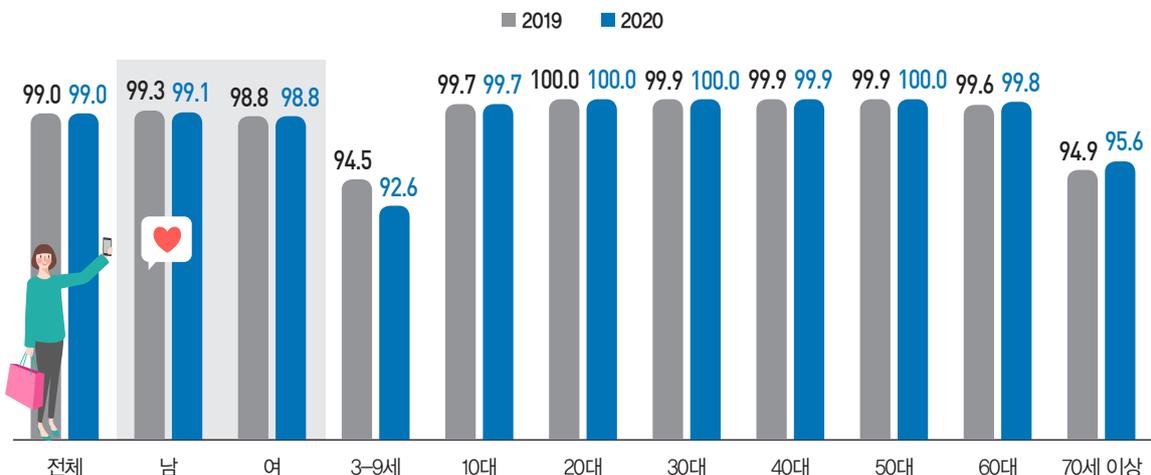


그림 3-6) 성·연령별 이동전화 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)

나. 스마트폰 보유율

만 6세 이상 인구의 스마트폰 보유율은 93.1%

만 6세 이상 인구의 93.1%가 스마트폰을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 스마트폰 보유율은 남자(94.8%)가 여자(91.3%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 50대가 99.9%, 20대가 99.6%, 30대와 40대가 99.5%의 보유율을 보였다. 한편, 60대의 스마트폰 보유율(93.1%)은 전년 대비 1.1%p, 70세 이상(53.8%)은 13.6%p 상승하여 큰 폭으로 증가하였다.

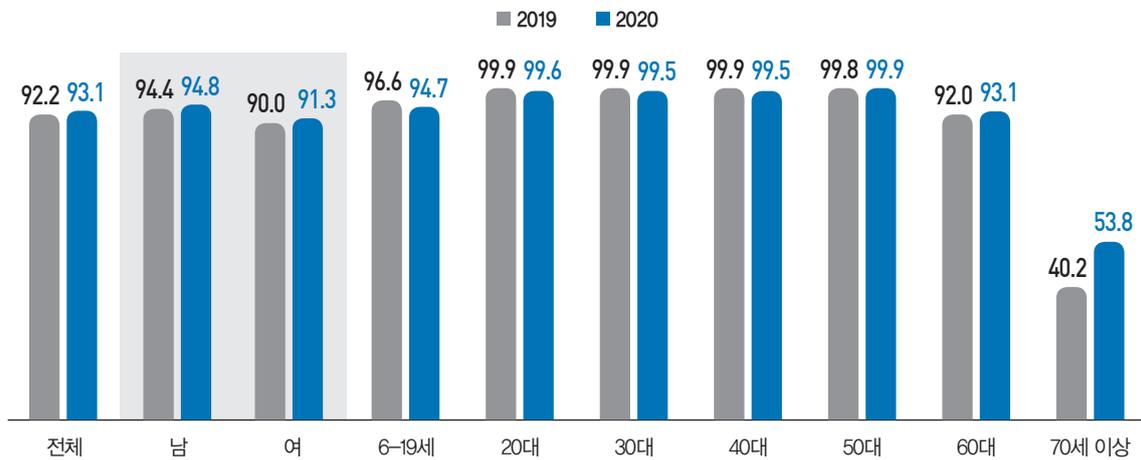
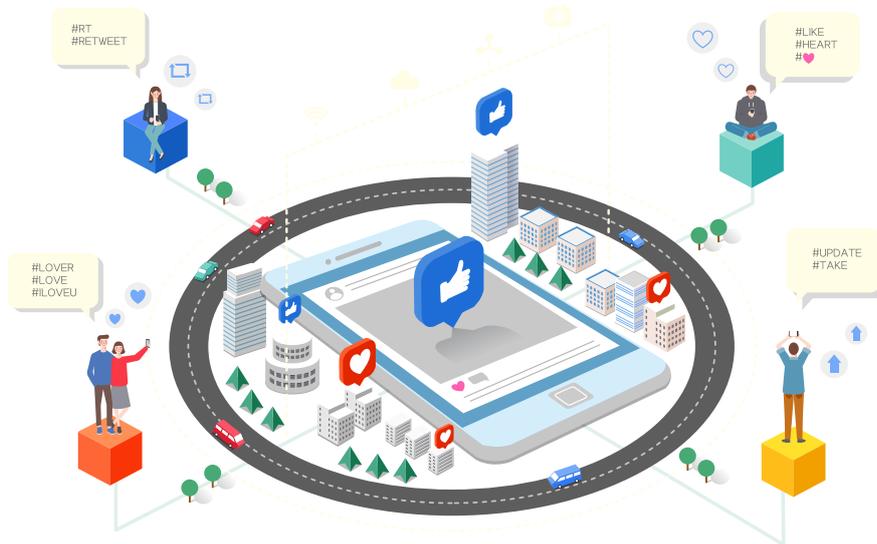


그림 3-7) 성·연령별 스마트폰 보유율(% , 만 6세 이상 인구 기준)





다. 스마트폰 인터넷 이용률

만 3세 이상 인구의 스마트폰을 통한 인터넷 이용률은 91.1%

만 3세 이상의 스마트폰 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 1회 이상 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 사람의 비율)은 91.1%로 조사되었으며, 최근 24시간 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 비율은 82.7%를 차지했다.

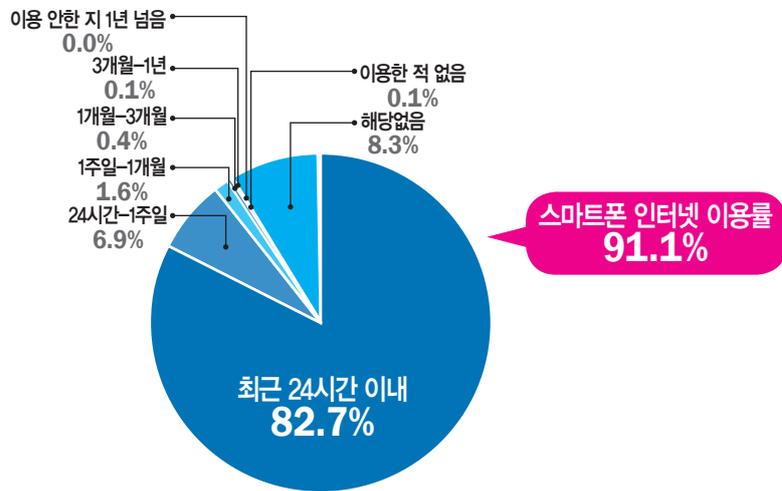


그림 3-8) 최근 스마트폰을 통한 인터넷 이용시기(% , 만 3세 이상 인구 기준)

스마트폰을 통한 인터넷 이용률은 남자(93.2%)가 여자(89.0%)보다 높으며, 연령대별로는 3-9세와 60대 이상을 제외한 대부분의 연령층에서 99% 이상의 높은 이용률을 보였다.



그림 3-9) 성·연령별 스마트폰을 통한 인터넷 이용률(% , 만 3세 이상 인구 기준)

라. 스마트폰 이용시간

만 3세 이상 스마트폰 이용자의 주 평균 스마트폰 인터넷 이용시간은 11.9시간(하루 평균 1.7시간)이며, 이용자 가운데 주 평균 7~14시간을 이용하는 비율이 35.2%로 가장 높고, 다음으로 14~21시간 미만(21.2%), 3~7시간 미만(14.3%), 21~35시간 미만 (13.5%) 등의 순으로 높은 비율을 보였다.

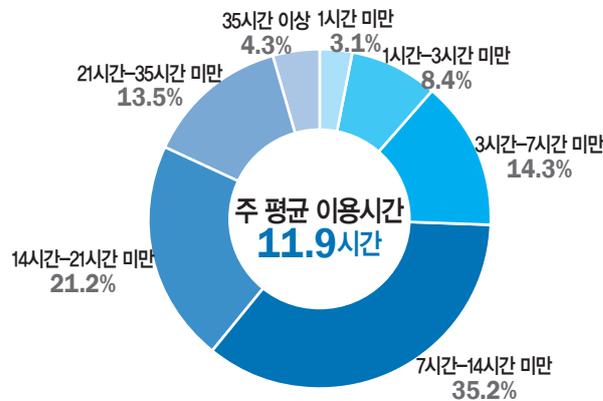


그림 3-10) 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(%), 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준

만 3세 이상 스마트폰 인터넷이용자의 이용시간을 살펴보면, 남자(12.3시간)가 여자(11.5시간)보다 이용시간이 길며, 연령대별로는 20대의 이용시간이 16.2시간으로 가장 길고, 다음으로 30대(14.2시간), 10대(13.6시간), 40대(13.1시간), 50대(10.8시간), 60대(7.9시간), 3~9세(7.1시간)의 순으로 나타났다.

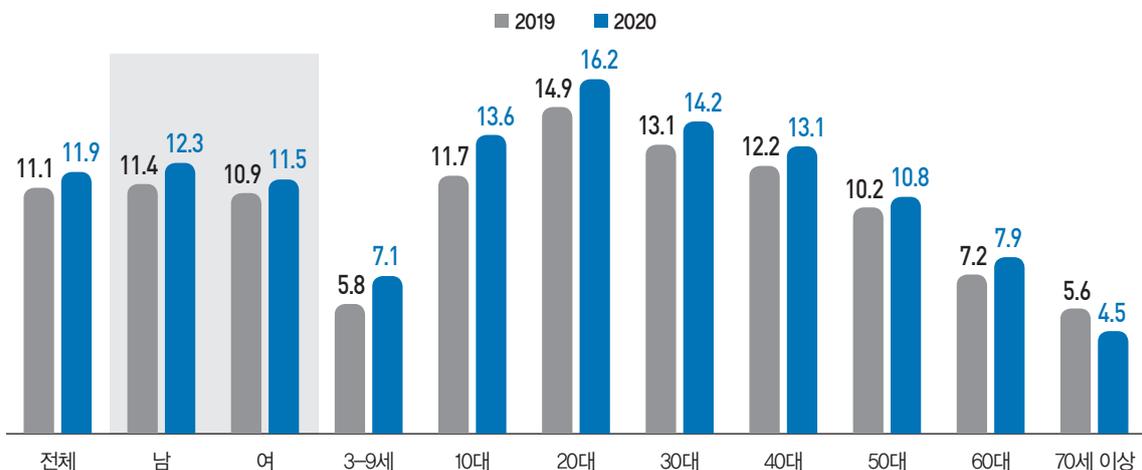


그림 3-11) 성·연령별 주평균 스마트폰 인터넷 이용시간(시간, 만 3세 이상 스마트폰 이용자 기준)

마. 주이용 스마트폰 애플리케이션

만 12세 이상 스마트폰 이용자가 주로 이용하는 애플리케이션 종류로는 '채팅, SNS 등 커뮤니케이션'이 70.5%로 가장 많았고, 다음으로 '사진 및 동영상'(53.2%), '뉴스'(49.0%), '음악, 미디어'(43.9%), '게임'(17.4%), '내비게이션 및 지도'(14.4%), '금융'(12.6%) 등의 순으로 나타났다.

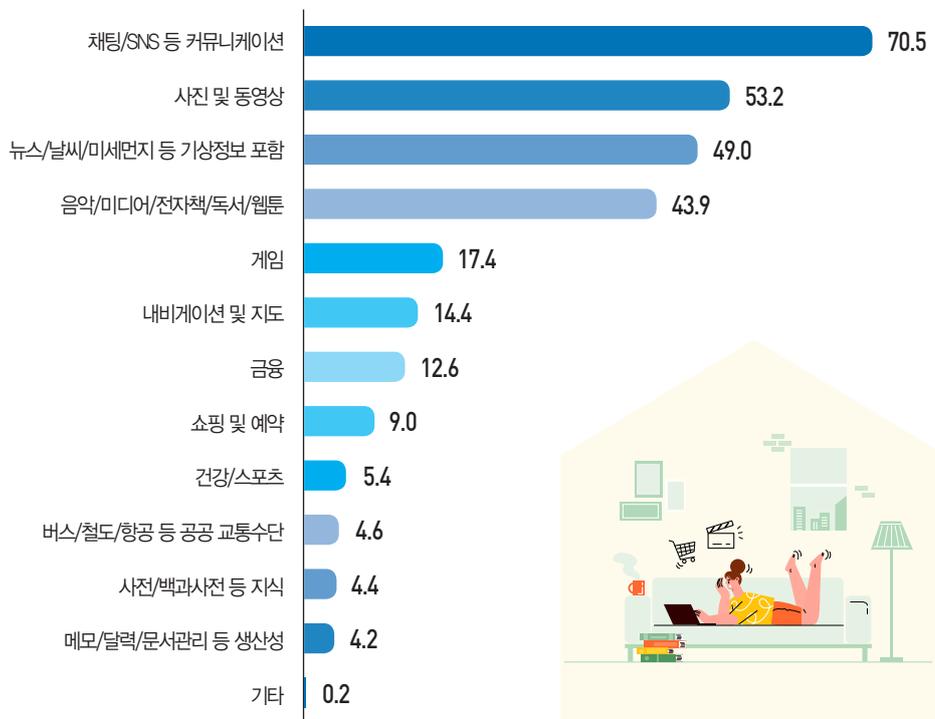


그림 3-12) 주이용 스마트폰 애플리케이션(3개 항목 응답, %, 만 12세 이상 스마트폰 이용자 기준)

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

03

웨어러블기기 보유 및 이용

만 6세 이상 인구의 웨어러블기기 보유율은 4.1%

가. 웨어러블기기 보유율

2020년 7월 기준 웨어러블기기 보유율은 4.1%로 전년 대비 0.1%p 상승하였다. 성별로는 남자(5.3%)가 여자(3.0%)보다 보유율이 높게 나타났으며, 연령대별로는 20대가 8.0%로 가장 높고, 다음으로는 30대(7.5%), 40대(5.5%), 50세(2.8%) 등의 순으로 나타났다.

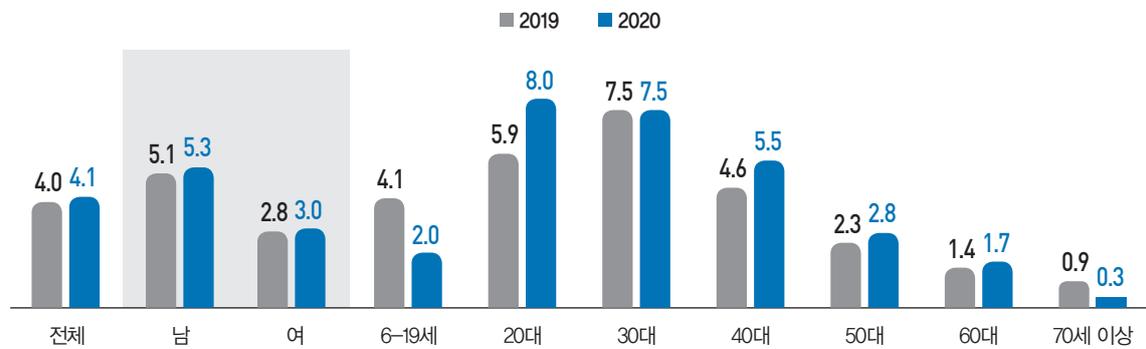


그림 3-13 성·연령별 웨어러블기기 보유율(% , 만 6세 이상 인구 기준)

나. 웨어러블기기 이용 기능

웨어러블기기 이용 시 주로 이용하는 기능으로는 '스마트폰과 연결하여 문자, 전화 등 송·수신'(87.7%), '심박수, 칼로리 소모량 측정 등 건강관리 기능'(57.6%), '인터넷을 통한 정보검색 기능'(52.3%) 등의 순으로 나타났다.

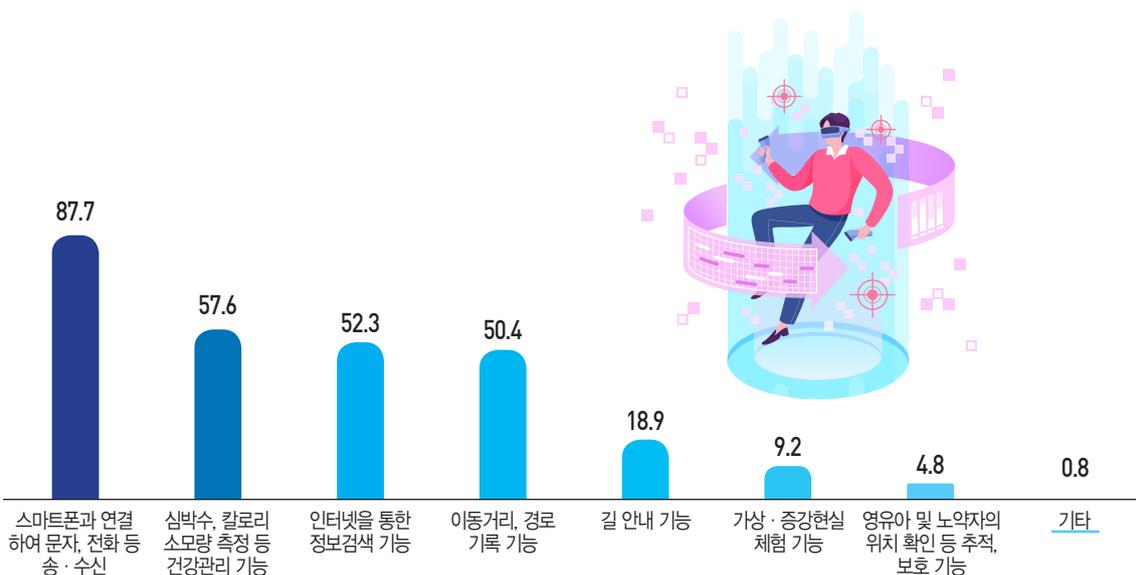


그림 3-14 웨어러블기기 이용 기능(복수응답, %, 만 6세 이상 웨어러블기기 보유자 기준)



IV . 인터넷 ‘소통’

01 인스턴트메신저 이용현황

02 SNS 이용현황

03 이메일 이용현황

01

인스턴트메신저 이용현황

만 6세 이상 인터넷이용자의 인스턴트메신저 이용률은 97.1%

가. 인스턴트메신저 이용률

만 6세 이상 인터넷이용자의 10명 중 9명(97.1%)이 최근 1년 이내 인스턴트메신저를 이용한 '인스턴트 메신저 이용자'로 조사되었다. 한편 '최근 24시간 이내' 이용률은 84.8%로 나타났다.

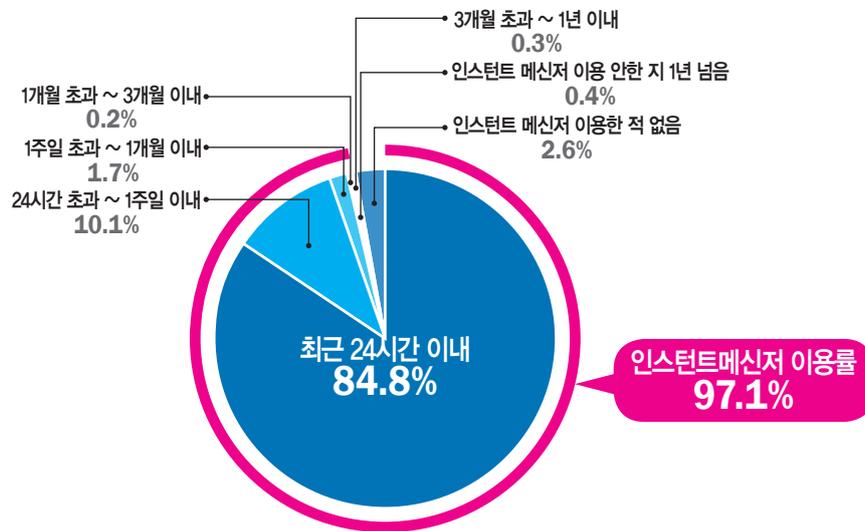
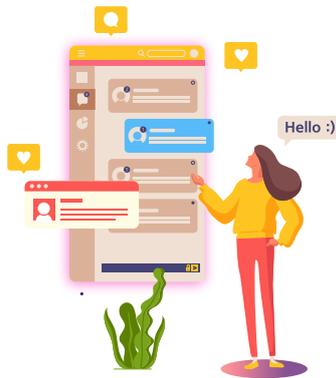


그림 4-1) 최근 인스턴트메신저 이용시기(%), 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)



인스턴트메신저란?

컴퓨터, 스마트폰 등으로 온라인 상에서 개인 간 실시간으로 메시지, 사진 등의 데이터를 주고받을 수 있는 서비스
 예) 카카오톡, 페이스북 메신저, 라인, 네이트온, 텔레그램, 인스타그램 다이렉트, 네이버밴드 메신저, 유튜브메신저 등



기기별 인스턴트메신저 이용률을 살펴본 결과, 모바일기기를 통한 인스턴트메신저 이용률은 97.0%, 컴퓨터를 통한 이용률은 39.1%로 나타났다.

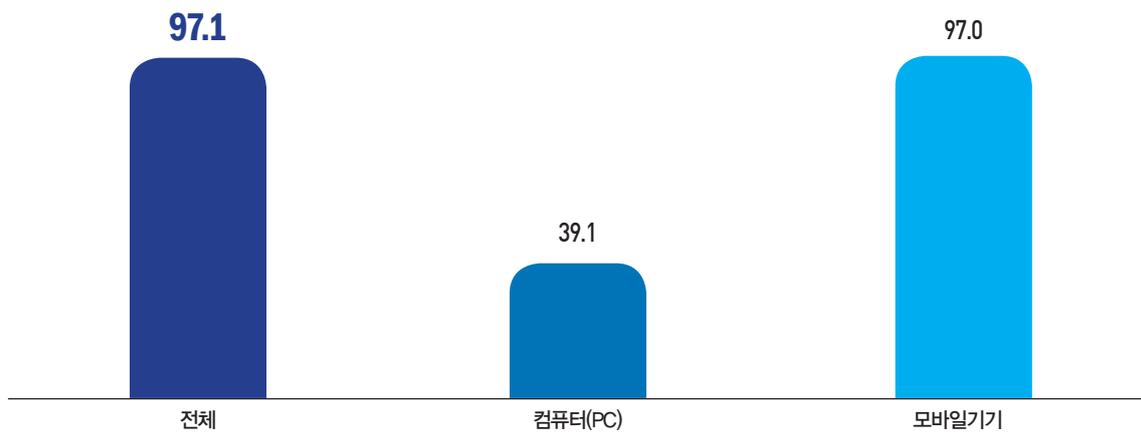


그림 4-2) 기기별 인스턴트메신저 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

성별 인스턴트메신저 이용률은 남자(97.2%)와 여자(97.0%)가 비슷한 수준으로 나타났다. 연령대별로는 20-50대의 대부분(98% 이상)이 6-19세는 90.4%, 60대 96.5%, 70세 이상 87.8%가 이용하는 것으로 조사되었다.

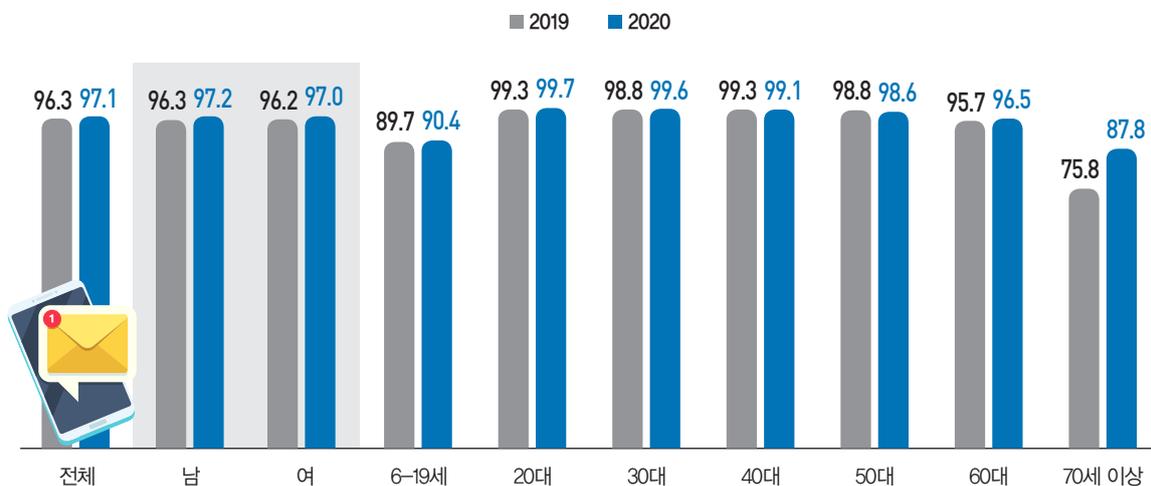


그림 4-3) 성·연령별 인스턴트메신저 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 인스턴트메신저 이용기능

인스턴트메신저 이용자들은 ‘대화하기’(100.0%) 기능 이외에도 ‘사진, 동영상, 일정, 업무용 파일 등 공유’(83.8%), ‘음성 및 영상통화’(63.1%), ‘택배 배송정보 확인’(42.6%) 등의 다양한 기능을 인스턴트메신저를 통해 활용하고 있는 것으로 조사되었다.

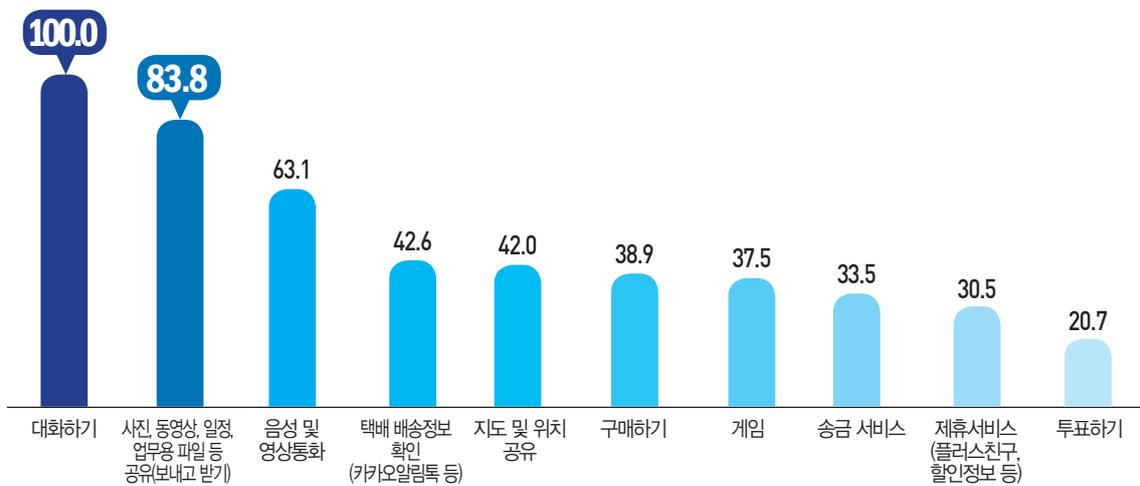


그림 4-4) 인스턴트메신저 이용기능(복수응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)

다. 주이용 인스턴트메신저 서비스

인스턴트메신저 이용자의 대부분(99.0%)은 ‘카카오톡’ 서비스를 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘페이스북 메신저’(23.5%), ‘인스타그램 다이렉트’(14.9%), ‘네이버밴드 메신저’(8.7%) 등의 순으로 나타났다.

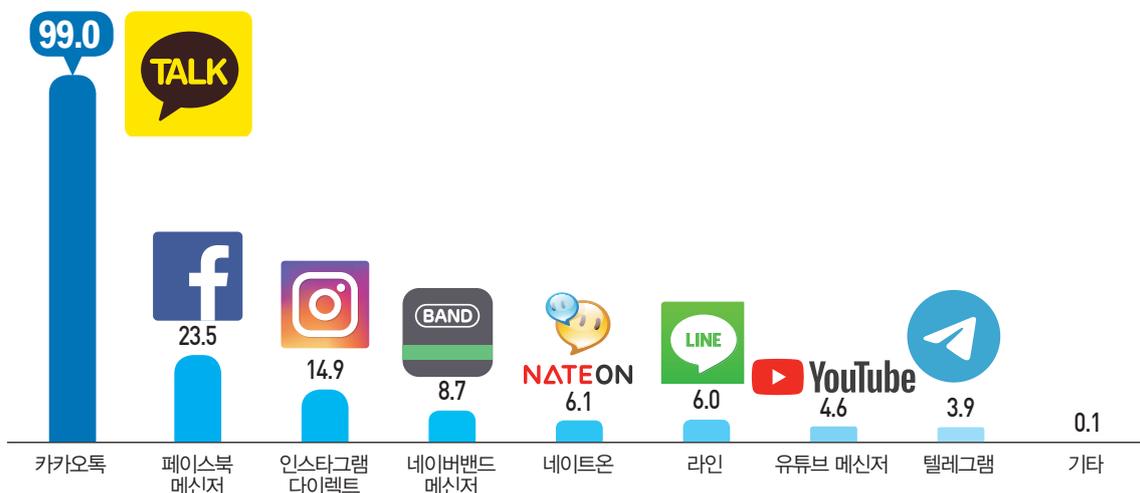
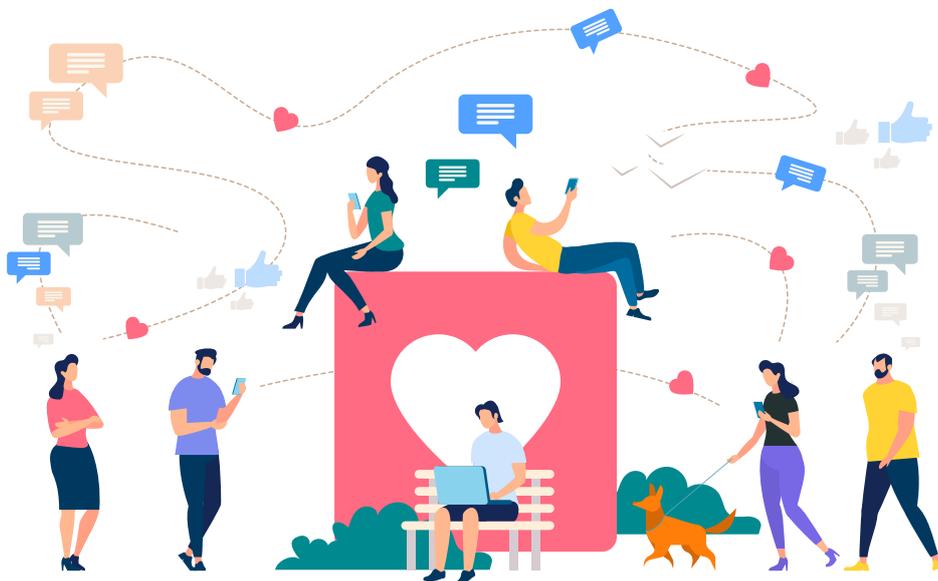


그림 4-5) 주이용 인스턴트메신저 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)

성별 주이용 인스턴트메신저 서비스는 유사하게 나타났으며, 연령별의 경우 전반적으로 '카카오톡'이 높은 가운데 페이스북 메신저'와 '인스타그램 다이렉트'는 20-30대 이용률이, '네이버밴드 메신저'는 40-50대 이용률이 타 연령대 대비 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-1〉 성·연령별 주이용 인스턴트메신저 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인스턴트메신저 이용자 기준)

구분		카카오톡	페이스북 메신저	인스타그램 다이렉트	네이버밴드 메신저	네이트온	라인
성별	남자	98.8	24.9	14.9	8.1	6.5	6.1
	여자	99.1	22.1	14.8	9.4	5.7	6.0
연령	6-19세	99.0	29.2	18.2	5.2	3.9	5.2
	20대	98.1	41.3	29.5	7.5	8.8	9.8
	30대	99.0	35.3	21.8	9.7	10.5	10.3
	40대	98.9	23.2	13.8	11.7	8.5	7.3
	50대	99.2	11.8	6.9	10.4	3.4	2.8
	60대	99.4	6.5	3.2	8.0	1.7	1.5
	70세 이상	99.8	2.0	0.8	2.3	0.7	1.2



02 SNS 이용현황

만 6세 이상 인터넷이용자의 소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용률은 65.9%

가. SNS 이용률

만 6세 이상 인터넷이용자의 SNS이용률(최근 1개월 이내 SNS이용)은 65.9%로 전년대비 2.1%p 증가하였다.

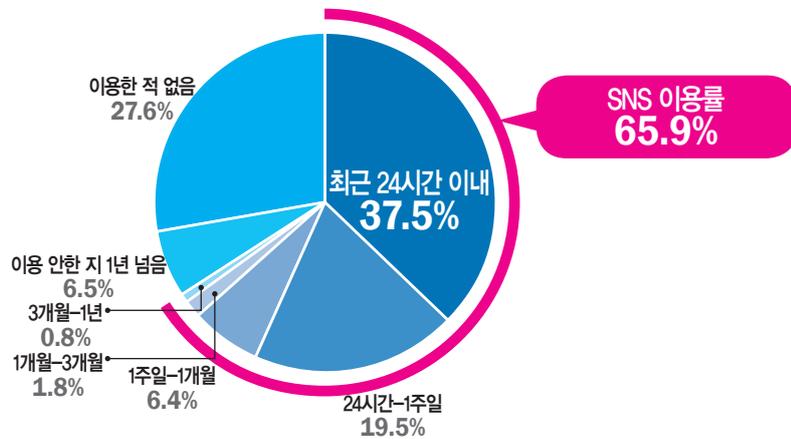


그림 4-6) 최근 SNS 이용시기(%), 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)



SNS(Social Network Service)란?

인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유·열람·관찰하는 등의 활동

예) 페이스북, 인스타그램, 네이버 밴드, 카카오톡, 트위터, 블로그, 카페 등

모바일기기를 통해 SNS를 이용하는 사람의 비율은 64.7%로 나타나 컴퓨터로 이용하는 사람의 비율(32.0%)보다 높은 것으로 나타났다.

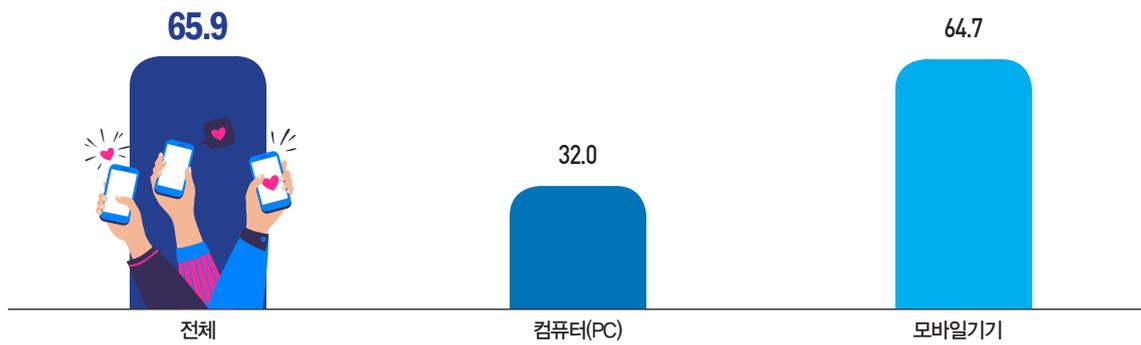


그림 4-7) 기기별 SNS 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

SNS 이용률은 성별에 관계없이 비슷한 수준(남자 65.4%, 여자 66.5%)을 보였으며, 연령대별로는 20대(90.7%), 30대(86.2%), 40대(72.9%) 등으로 나타났다.

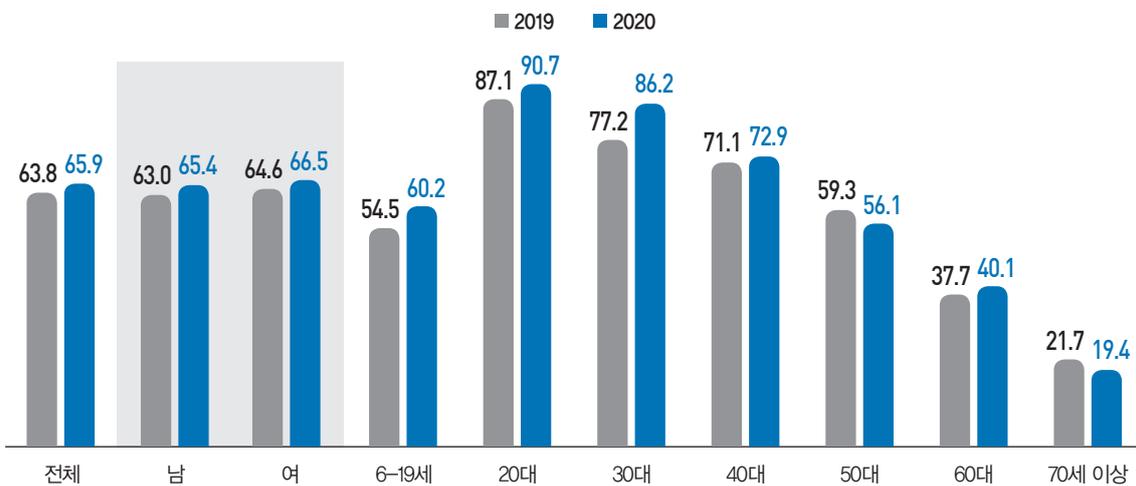


그림 4-8) 성·연령별 SNS 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. SNS 이용빈도 및 시간

만 6세 이상 SNS 이용자의 주평균 SNS 이용빈도는 21.9회(하루 평균 3.1회)이며, 세부적으로 '20회 이상'(31.9%), '5회 미만'(30.4%), '5회-10회 미만'(22.7%) 등의 순으로 나타났다.

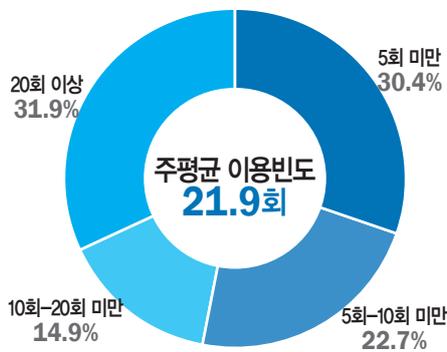


그림 4-9) 주평균 SNS 이용빈도(% , 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

한편 주평균 SNS 이용시간은 65.8분으로 조사되었으며, 일주일에 '1시간 이상'(1-2시간 미만 18.1%, 2시간 이상 18.3%) 이용한다는 의견은 36.4%로 나타났다.

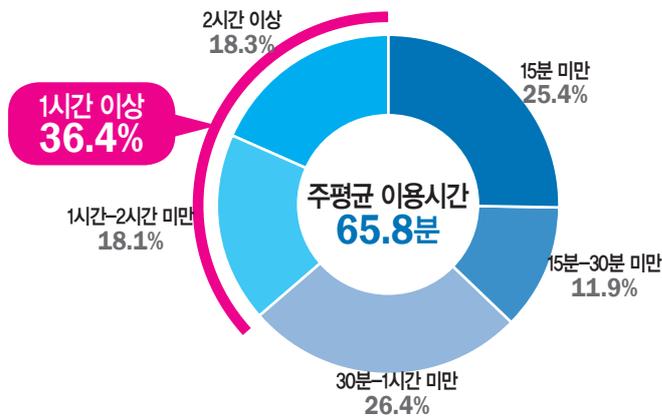


그림 4-10) 주평균 SNS 이용시간(% , 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)



다. 주이용 SNS 서비스

SNS 이용자가 주로 이용하는 SNS 서비스는 '페이스북'(60.9%)으로 조사되었으며, 다음으로 '인스타그램'(52.2%), '카카오톨'(31.4%), '네이버밴드'(30.6%), '블로그'(17.4%) 등의 순으로 나타났다.

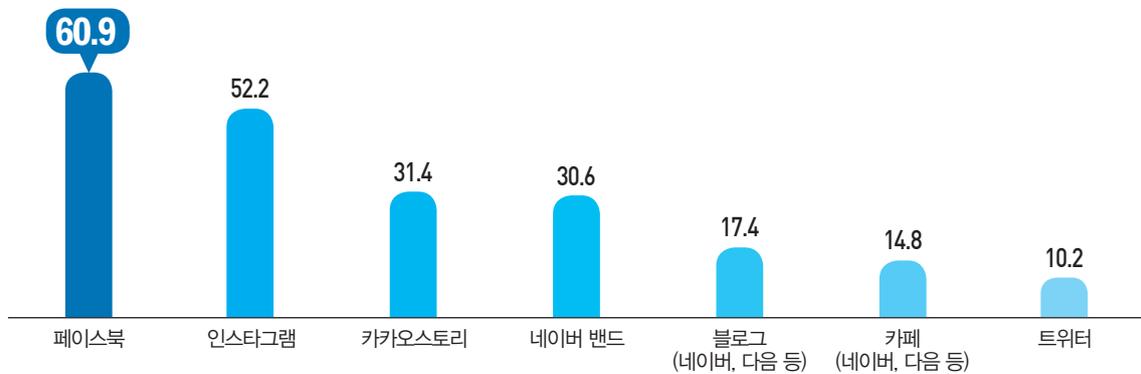


그림 4-11) 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

성별 주이용 SNS 서비스 이용 비율은 유사하게 나타났으나, '페이스북'은 여자(58.3%)보다 남자(63.5%)가 높은 이용률을 보이는 것으로 나타났다.

연령대별로 '페이스북'은 30대 이하(6-19세 70.6%, 20대 75.3%, 30대 70.1%)에서, '카카오톨'은 40대 이상(40대 36.8%, 50대 43.6%, 60대 45.6%, 70세 이상 34.5%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 4-2〉 성·연령별 주이용 SNS 서비스(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

구분		페이스북	인스타그램	카카오톨	네이버 밴드	블로그	카페
성별	남자	63.5	52.9	29.1	31.0	16.2	14.3
	여자	58.3	51.6	33.9	30.2	18.7	15.4
연령	6-19세	70.6	62.9	20.9	16.9	14.0	11.3
	20대	75.3	74.0	19.1	19.5	19.4	13.7
	30대	70.1	64.7	30.2	27.8	19.8	17.3
	40대	59.3	45.9	36.8	39.1	18.0	16.7
	50대	41.6	27.0	43.6	44.0	15.0	14.4
	60대	32.7	18.7	45.6	40.7	15.9	14.8
	70세 이상	27.0	13.0	34.5	31.9	12.4	7.1



라. SNS 이용 이유

만 6세 이상 SNS 이용자는 '친교/교제를 위해서'(75.5%) SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서'(50.9%), '취미/여가활동 등 개인적 관심사 공유를 위해서'(46.7%), '일상생활에 대한 기록을 위해서'(40.5%) 등의 순으로 나타났다.

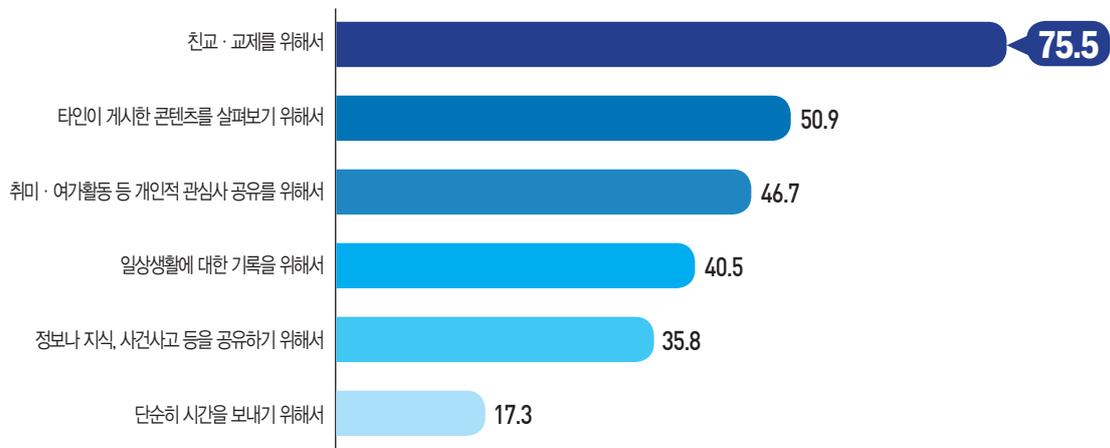


그림 4-12) SNS 이용이유(3개 항목 응답, %, 만 6세 이상 SNS 이용자 기준)

마. SNS 비이용 이유

SNS 비이용자 10명 중 7명(78.4%)은 '필요가 없어서' SNS를 이용하지 않는 것으로 조사되었다. 다음으로 '모르는 사람과 연결되는 것이 불편해서'(34.8%), '사생활 및 개인정보 유출이 우려되어서'(20.2%), '이용할 자신이 없거나 방법을 몰라서'(18.7%) 등의 순으로 나타났다.

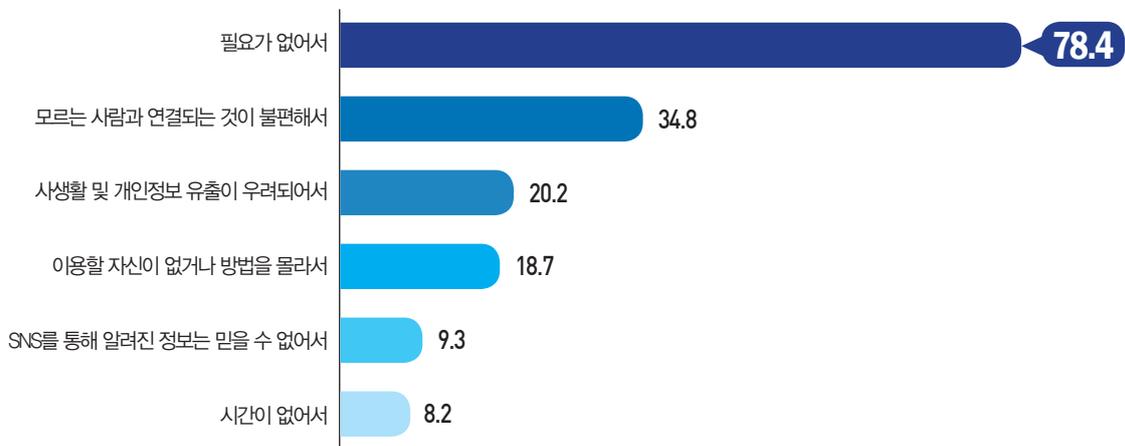


그림 4-13) SNS 비이용 이유(복수응답, %, 만 6세 이상 SNS 비이용자 기준)

03

이메일 이용현황

만 6세 이상 인터넷이용자의 이메일 이용률은 60.4%

가. 이메일 이용률

만 6세 이상 인터넷이용자의 '이메일 이용률(최근 1년 이내 이메일을 이용한 사람의 비율)'은 60.4%이며, 최근 24시간 이내 이용한 비율은 22.3%로 조사되었다.

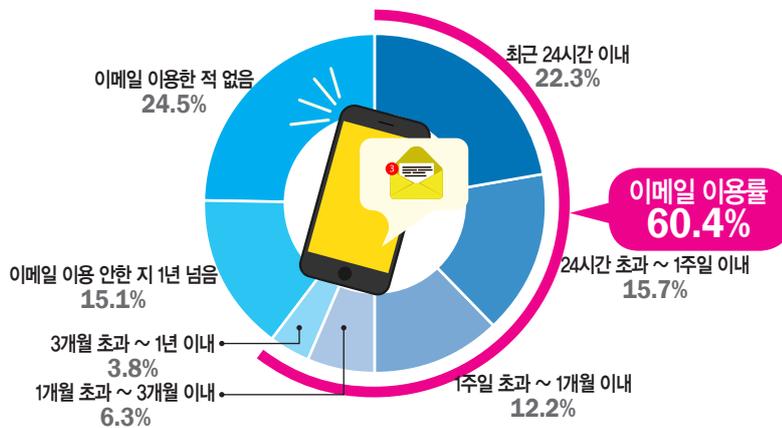


그림 4-14) 최근 이메일 이용시기(%), 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

남자(65.0%)의 이메일 이용률이 여자(55.5%)에 비해 높았으며, 연령대별로는 20대(95.2%), 30대(89.9%), 40대(76.4%) 등의 순으로 나타났다.

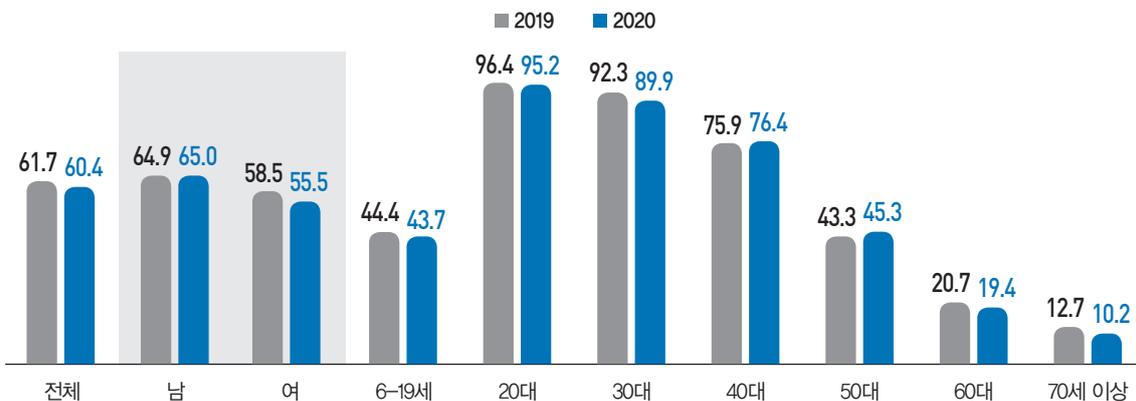


그림 4-15) 성·연령별 이메일 이용률(%), 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)



나. 이메일 이용용도 및 빈도

만 6세 이상 개인 용도 이메일 이용자의 44.6%가 주 1회 이상(‘하루에 1회 이상’ 17.6%, ‘일주일에 1회 이상’ 27.0%) 업무(일) 이외 개인 용도로 이메일을 이용하는 것으로 조사되었다.

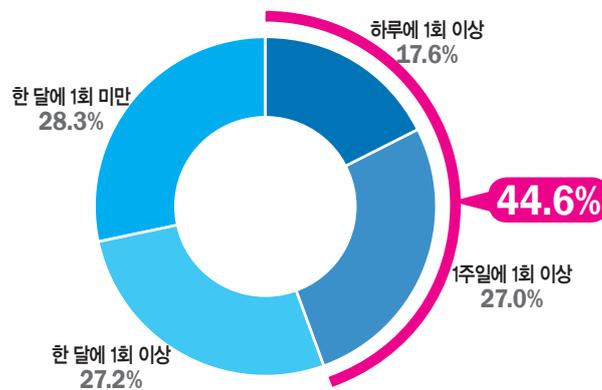


그림 4-16) 개인 용도 이메일 이용빈도(% , 만 6세 이상 개인 용도 이메일 이용자 기준)

한편 업무 용도로 이메일을 이용하는 직장인 중 업무용 이메일 이용자는 86.1%이며, 주 1회 이상 이용자는 68.8%(‘하루에 1회 이상’ 35.4%, ‘일주일에 1회 이상’ 33.4%)인 것으로 나타났다.

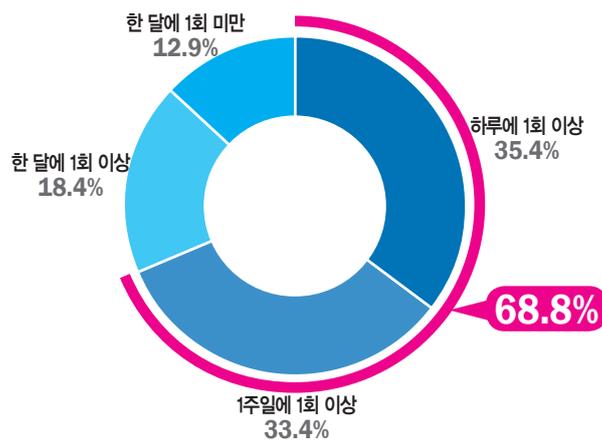


그림 4-17) 업무 용도 이메일 이용빈도(% , 직장인 이메일 이용자 기준)



V . 인터넷 ‘생활’

- 01 인터넷 정보 검색
- 02 인터넷쇼핑 이용
- 03 인터넷뱅킹 이용
- 04 온라인 미디어 이용
- 05 온라인 교육/직업 · 직장



01 인터넷 정보 검색

가. 상품서비스 정보

상품서비스 정보 검색은 인터넷 이용자의 82.7%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자와 여자 82.7%로 동일하며, 연령대별로는 20대가 98.6%로 가장 높았고, 30대(97.9%), 40대(94.8%), 50대(87.2%)순으로 조사되었다.

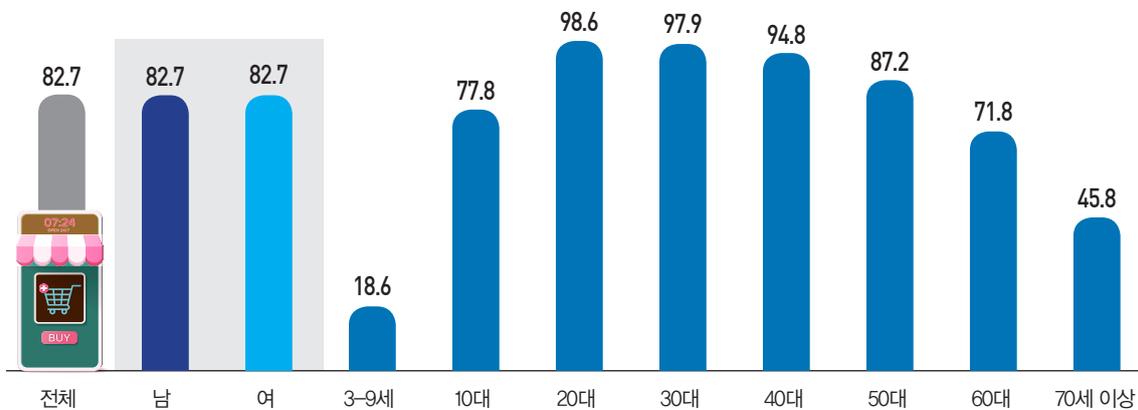


그림 5-1) 성·연령별 상품서비스 정보 검색 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 여행·교통·숙박·위치 정보

여행·교통·숙박·위치 정보 검색은 인터넷 이용자의 65.4%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(67.5%)의 이용률이 여자(63.2%)보다 높으며, 연령대별로는 30대가 86.4%로 가장 높았고, 20대(85.8%), 40대(79.2%), 50대(67.6%)순으로 조사되었다.

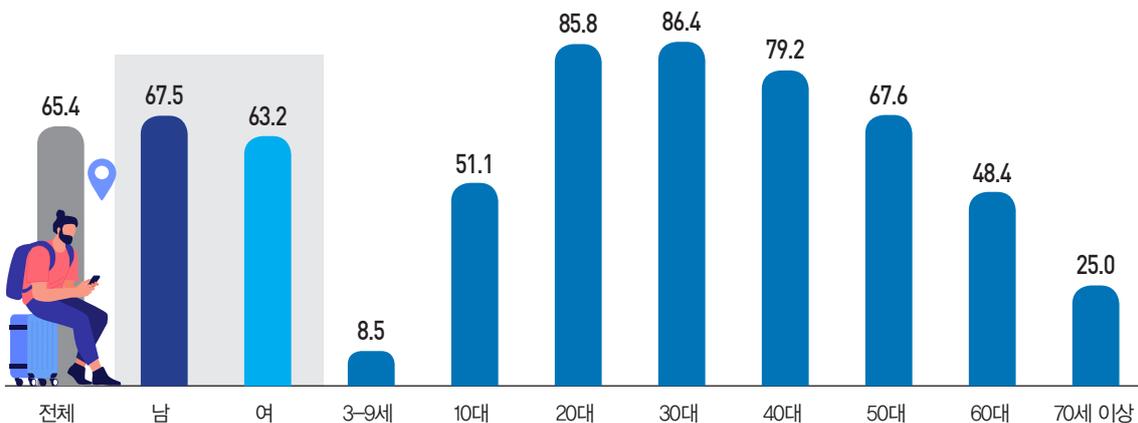


그림 5-2) 성·연령별 여행·교통·숙박·위치 정보 검색 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)



다. 건강 · 의료정보

건강 · 의료정보 검색은 인터넷 이용자의 63.6%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(64.3%)의 이용률이 여자(62.8%)보다 높으며, 연령대별로는 40대가 76.3%로 가장 높았고, 30대(75.7%), 50대(73.8%), 20대(66.8%)순으로 조사되었다.

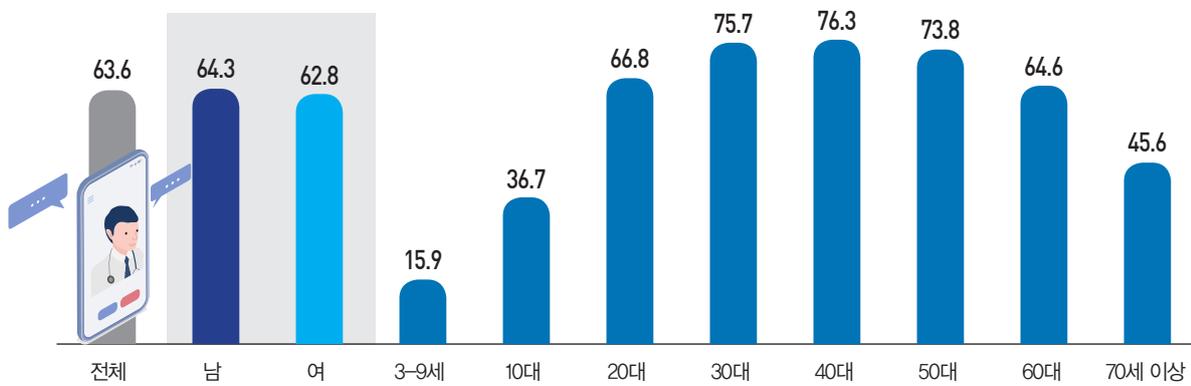
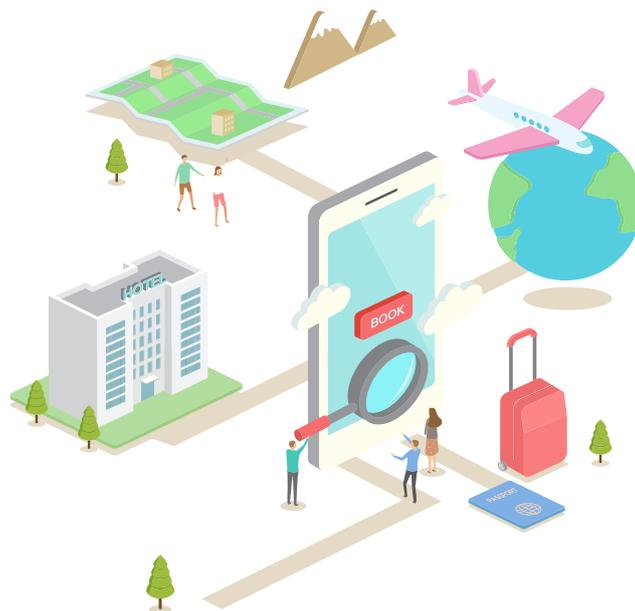


그림 5-3) 성 · 연령별 건강 · 의료정보 검색 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)



02

인터넷쇼핑 이용

만 12세 이상 인터넷이용자의 인터넷쇼핑 이용률은 69.9%

가. 인터넷쇼핑 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 69.9%가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매포함)한 '인터넷쇼핑 이용자'이며, 세부적으로 '1주일 초과-1개월 이내' 이용한 경우는 22.8%, '24시간 초과-1주일 이내'는 20.6%가 이용한 것으로 조사되었다.

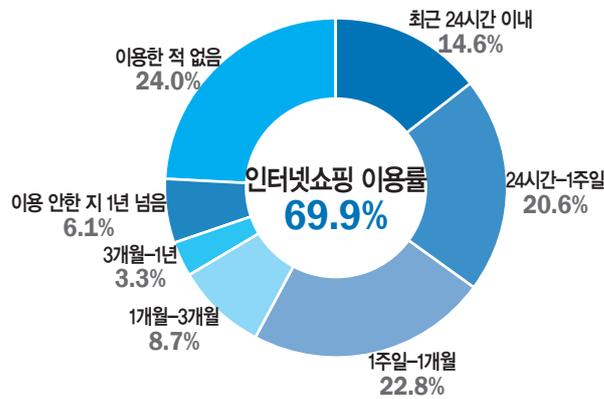


그림 5-4) 인터넷쇼핑 이용률(%), 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)



인터넷쇼핑이란?

각종 쇼핑물의 웹/모바일 기반 사이트에서 상품 및 서비스를 구매하는 것으로 기프트콘, 유료애플리케이션, 콘텐츠 등의 구매도 포함

예) 쇼핑물 : 옥션, G마켓, 11번가, 홈쇼핑물, 할인마트, 백화점 쇼핑물 등

소셜커머스 : 쿠팡, 티몬, 위메프

중고거래 : 중고나라, 셀잇, 번개장터, 당근마켓 등

구글 플레이, 애플 앱스토어 등을 통한 유료 앱 구매

SNS 연계 : 인스타그램, 네이버/다음 카페, 카카오톡, 페이스북 등을 통한 구매를 모두 포함함



기기별 인터넷쇼핑 이용률을 살펴보면, 모바일기기를 통해 인터넷쇼핑을 한 경우는 65.4%, 컴퓨터를 이용해 인터넷쇼핑을 한 경우는 46.1%로 나타나 모바일기기를 통한 인터넷쇼핑 이용률이 높았다.

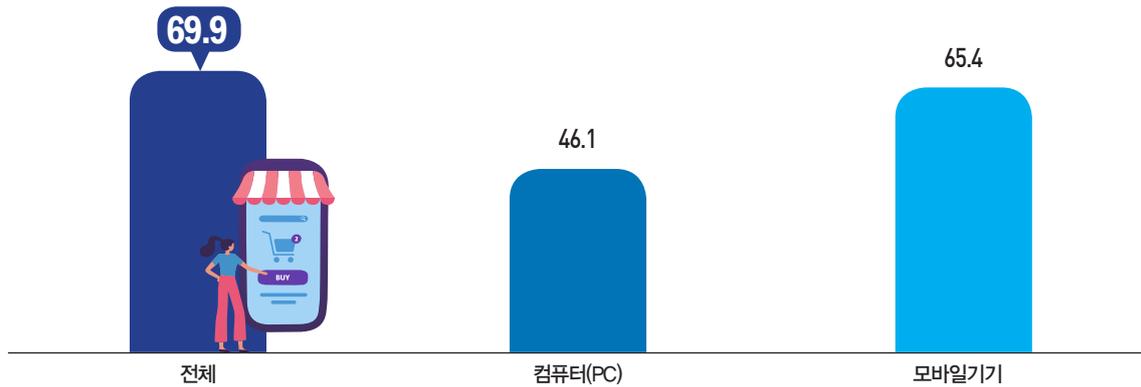


그림 5-5) 기기별 인터넷 쇼핑 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)



인터넷쇼핑 이용률은 여자(71.8%)가 남자(68.2%)에 비해 다소 높은 수준을 보였다. 연령대별로는 20대가 94.7%로 가장 높았으며, 다음으로 30대(93.8%), 40대(86.3%), 50대 (60.2%) 등의 순으로 조사되었다.

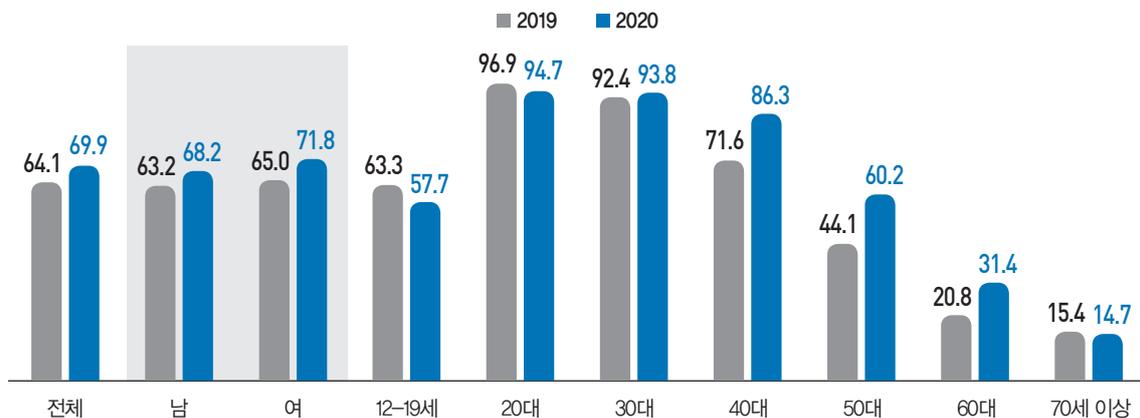


그림 5-6) 성·연령별 인터넷쇼핑 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)



나. 인터넷쇼핑 빈도

만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자의 53.9%는 적어도 한 달에 3회 이상 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하고 있는 것으로 조사되었으며, 월평균 인터넷쇼핑 빈도는 5회로 나타났다.

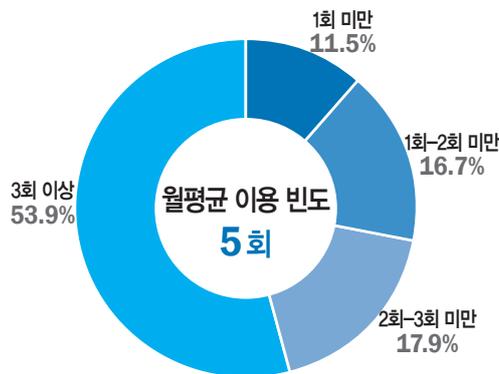


그림 5-7) 월평균 인터넷쇼핑 빈도(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

다. 인터넷쇼핑 구매비용

인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하기 위해 월평균 지출한 비용은 166,780원으로 조사되었으며, 세부적으로는 '20만원 이상'이 28.4%로 가장 높게 나타났다. 한편 월평균 10만원 이상('10-15만원 미만' 16.0%, '15-20만원 미만' 19.8%, '20만원 이상' 28.4%)을 구매하는 비율은 64.1%로 조사되었다.

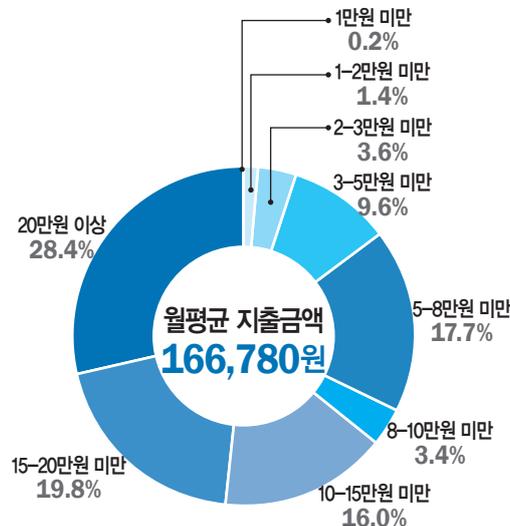


그림 5-8) 월평균 인터넷쇼핑 구매비용(% , 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)



라. 해외직구 이용률

해외직구는 전체의 19.0%가 이용하는 것으로 나타남

해외직구는 인터넷 쇼핑 이용자의 19.0%가 이용하며, 성별 분석결과 남자(19.0%)의 해외 직구 비중이 여자(18.9%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 20대가 26.3%로 가장 높았고, 30대(25.5%), 40대(19.6%), 12-19세(12.7%)순으로 조사되었다.

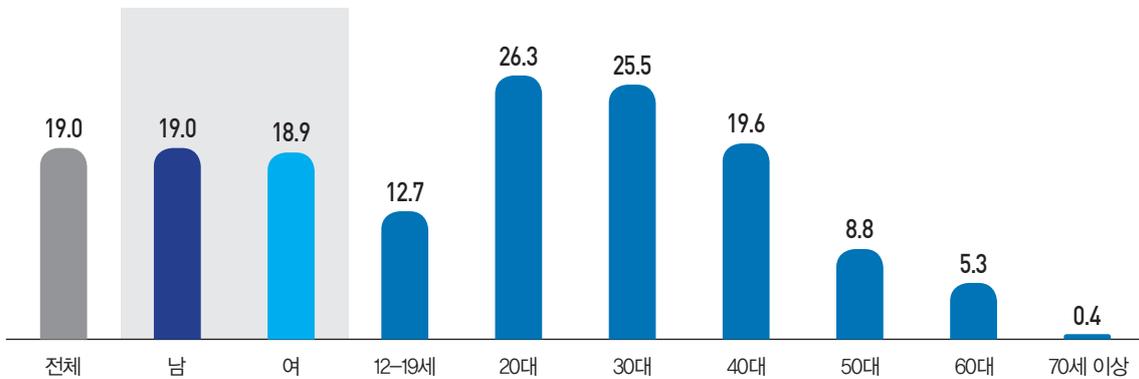


그림 5-9) 성·연령별 해외직구 이용률(%), 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준

해외직구 비중

전체 인터넷쇼핑 금액 중 해외직구 비중은 5% 미만이 85.2%로 가장 많이 차지하였으며, 5-10% 미만이 1.6%, 10-15% 미만이 5.7%, 15-20% 미만이 0.6%, 20-25% 미만이 3.1% 순으로 나타났다.

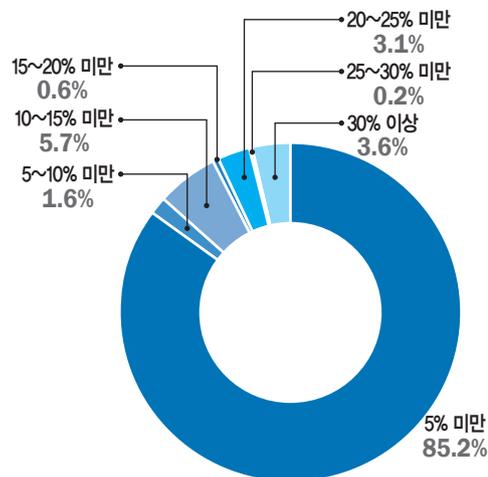


그림 5-10) 해외직구 비중(%), 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준



마. 인터넷쇼핑 결제방법

인터넷쇼핑을 위한 주요 결제방법은 '신용카드'(76.1%)로 나타났으며, 다음은 '간편결제' (37.8%), '계좌 입금'(37.5%), '체크카드/직불카드'(30.9%), '휴대폰 소액결제'(17.8%) 등의 순으로 나타났다.

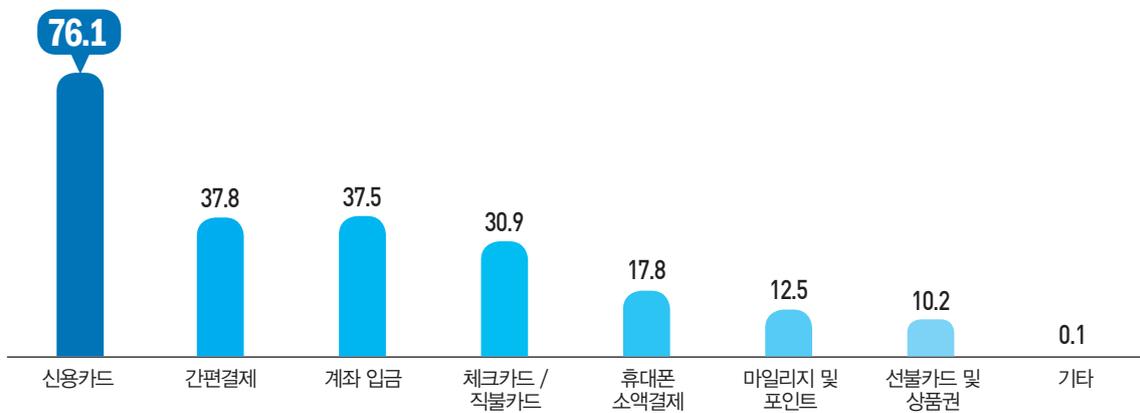


그림 5-11) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

컴퓨터(PC)쇼핑 이용자와 모바일 쇼핑 이용자 모두 주요 결제방법은 '신용카드'(각각 75.5%, 70.5%)인 것으로 조사되었다. 한편 '신용카드'를 제외한 모든 결제방법은 컴퓨터(PC) 쇼핑 이용자보다 모바일 쇼핑 이용자가 상대적으로 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

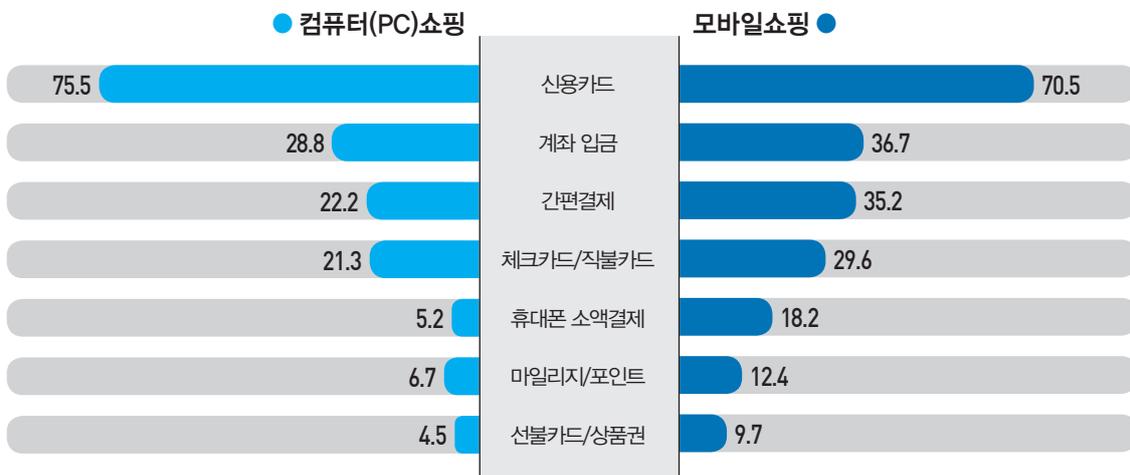


그림 5-12) 인터넷쇼핑 결제방법(복수응답, %, 만 12세 이상 컴퓨터 쇼핑 이용자/모바일 쇼핑 이용자)

바. 인터넷쇼핑 구매품목

인터넷쇼핑을 통해 주로 구매한 상품 및 서비스의 품목⁶⁾으로는 '의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리'가 81.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '식재료, 음식'(51.7%), '생활, 주방용품'(43.8%), '도서, 잡지, 신문'(43.7%)등의 순으로 조사되었다.

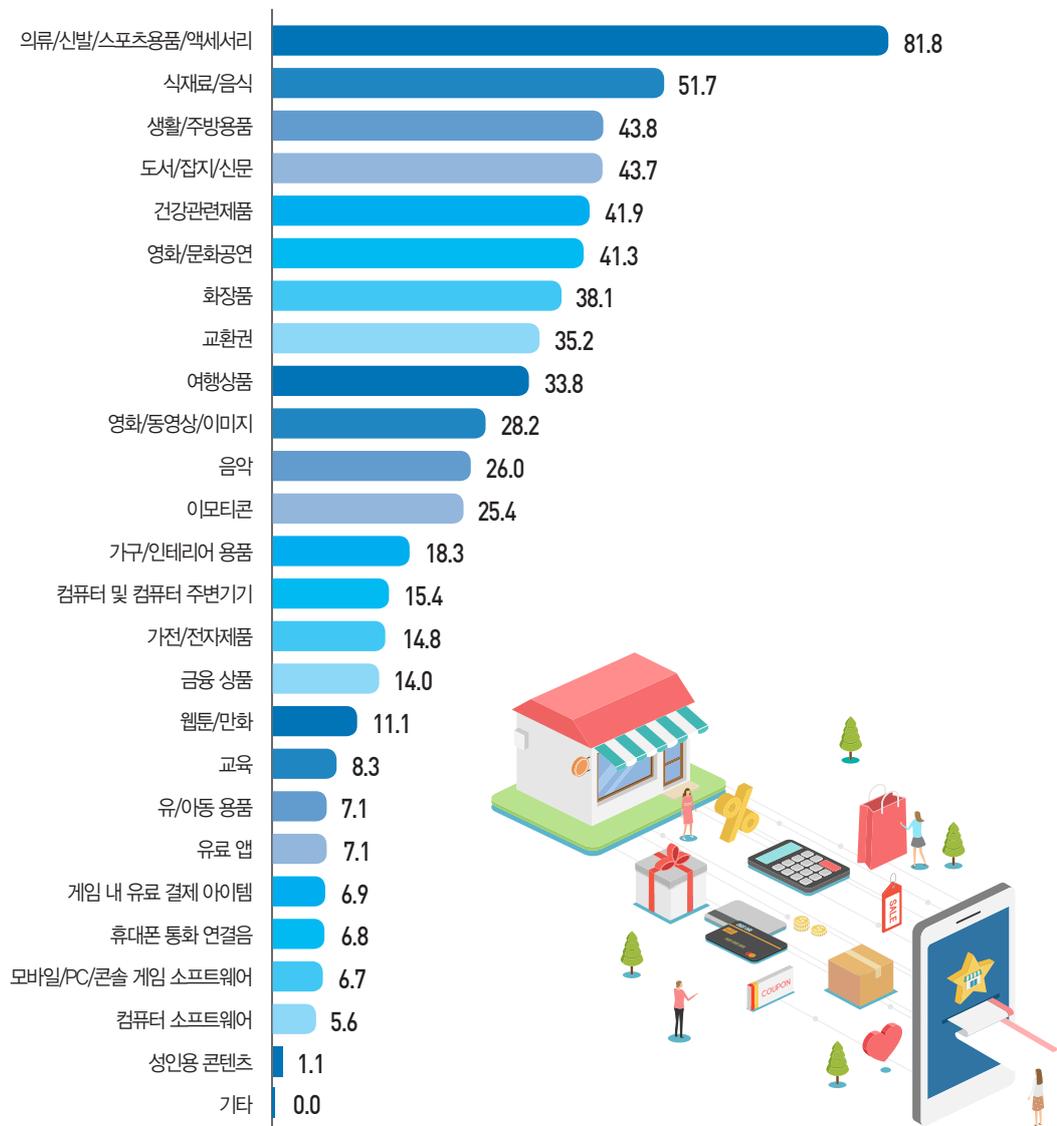


그림 5-13) 인터넷쇼핑 구매품목(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

6) '음악', '동영상', '도서, 잡지, 신문', '컴퓨터 게임 또는 비디오게임', '컴퓨터 소프트웨어'는 오프라인(우편, 택배 등)으로 배송 받는 것뿐만 아니라 디지털 파일로 제공되는 유료콘텐츠를 스트리밍하거나 다운로드 받는 것을 포함

사. 인터넷쇼핑 구매 앱/사이트

만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 중 '일반 쇼핑 사이트/앱'을 통해 구매하는 사람의 비율은 86.4%이며, '소셜커머스 사이트/앱'(82.3%), 'O2O(공유경제 포함) 중개 앱'(32.5%), '예약·예매 사이트/앱'(31.0%)로 나타났다.

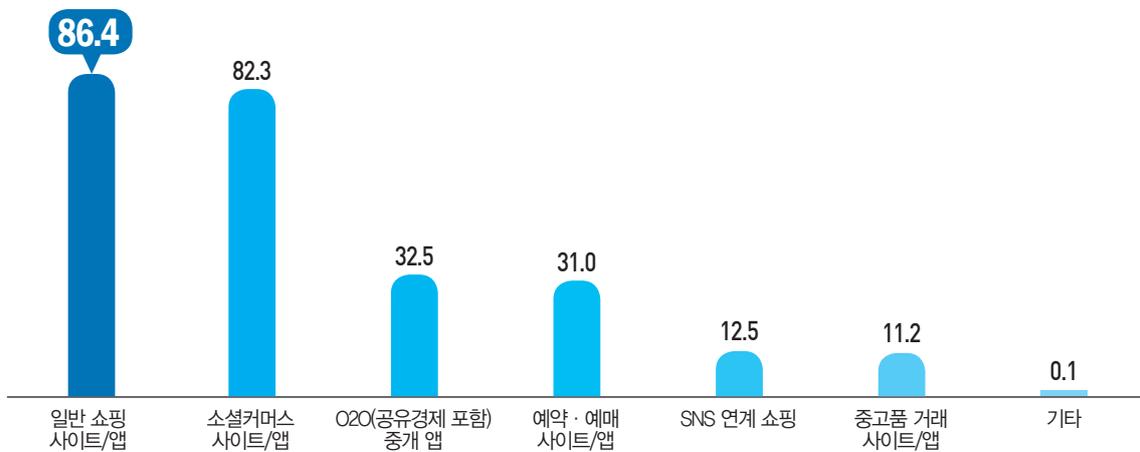


그림 5-14) 인터넷 상품 구매시 주이용 앱/사이트(3개 항목 응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 이용자 기준)

아. 인터넷쇼핑 비이용 이유

만 12세 이상 인터넷쇼핑 비이용자 중 절반 이상이 '직접 매장에서 구매하는 것을 선호하므로'(60.8%) 인터넷쇼핑을 이용하지 않는 것으로 조사되었다. 다음으로 '관심 또는 필요가 없어서'(57.1%), '결제 과정이 복잡하고 불편해서'(19.9%), '인터넷으로 판매되는 상품 및 서비스를 신뢰할 수 없어서'(15.9%) 등의 순으로 나타났다.

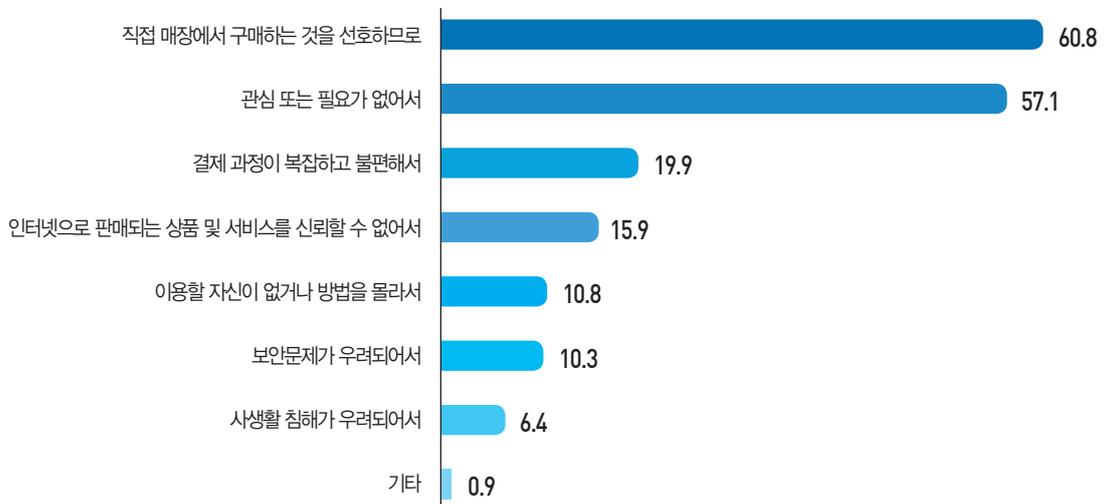


그림 5-15) 인터넷쇼핑 비이용 이유(복수응답, %, 만 12세 이상 인터넷쇼핑 비이용자 기준)

03

인터넷뱅킹 이용

만 12세 이상 인터넷이용자의 인터넷뱅킹 이용률은 76.5%

가. 인터넷뱅킹 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 인터넷뱅킹 이용률(최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 사람의 비율은 76.5%로 나타났으며, 최근 1주일 이내에 이용한 경우는 52.0%로 조사되었다.

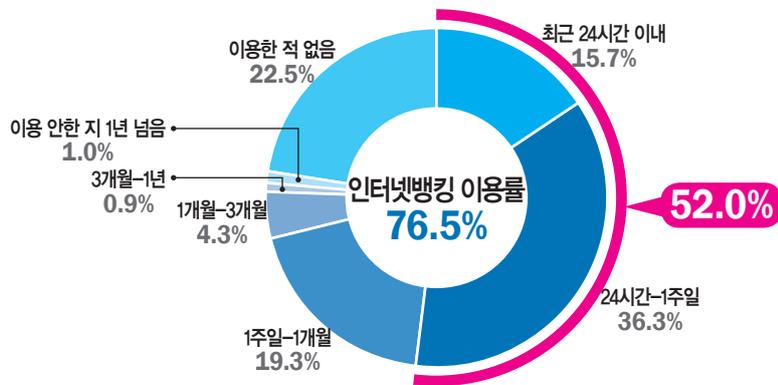


그림 5-16) 최근 인터넷뱅킹 이용시기(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

기기별 인터넷뱅킹 이용률 분석 결과, 모바일기기를 통한 이용률은 75.5%, 컴퓨터를 통한 이용률은 38.3%로 나타나 모바일기기를 통한 인터넷뱅킹 이용률이 높았다.

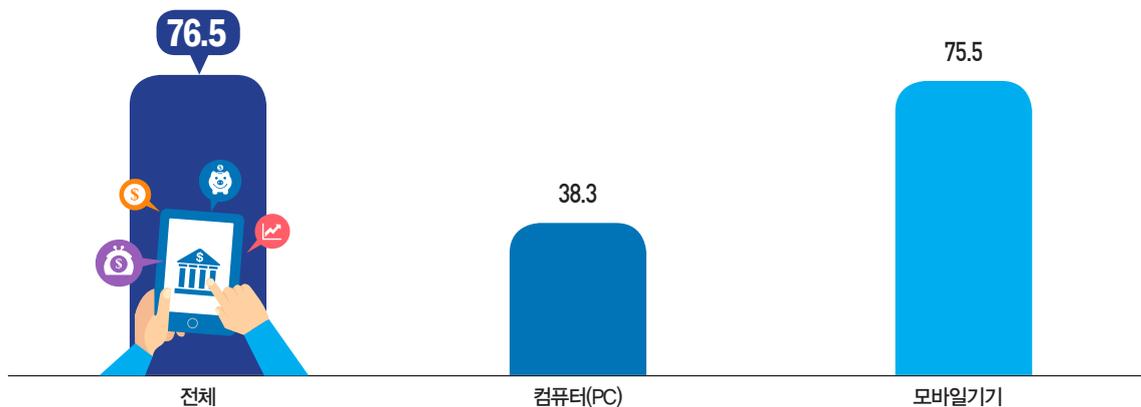


그림 5-17) 기기별 인터넷뱅킹 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

성별 분석결과 남자(77.7%)의 인터넷뱅킹 이용률은 여자(75.2%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 30대가 97.6%로 가장 높았고, 다음으로 40대(94.2%), 20대(94.0%) 등의 순으로 조사되었다.

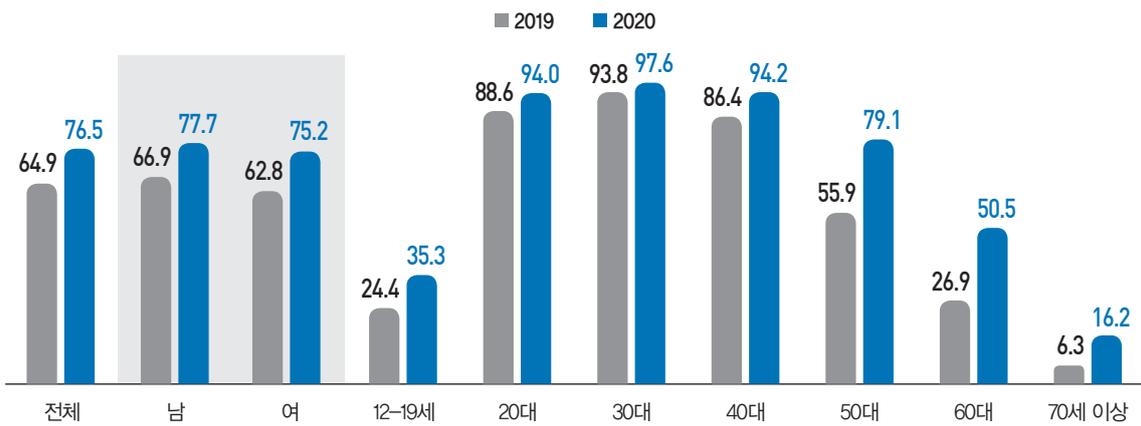


그림 5-18) 성·연령별 인터넷뱅킹 이용률(%), 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 인터넷뱅킹 이용서비스

만 12세 이상 인터넷뱅킹 이용자 중 '일반 은행 인터넷뱅킹'을 통해 이용하는 사람의 비율은 85.9%이며, '인터넷전문은행 인터넷뱅킹'의 경우 38.4%, '간편송금 서비스'는 34.4%로 나타났다.

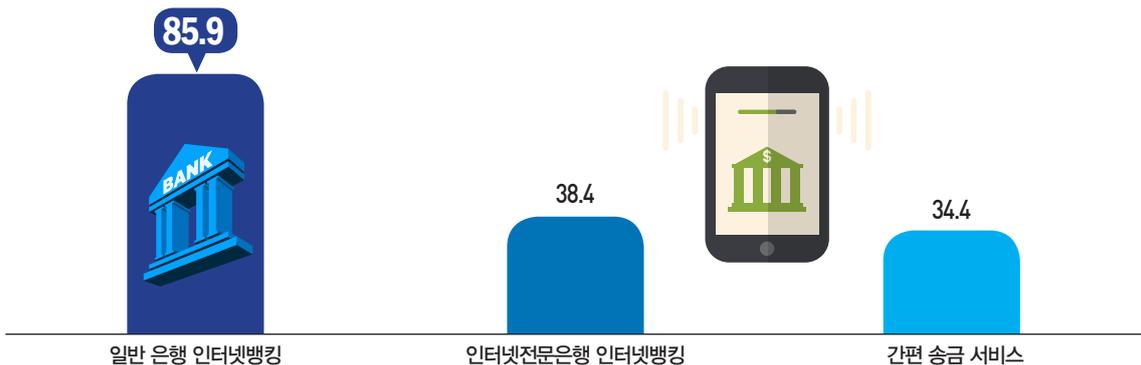


그림 5-19) 인터넷뱅킹 이용서비스(2개 항목 응답, %, 만12세 이상 인터넷뱅킹 이용자)

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, KB국민은행 스타뱅킹, 신한 쏠(SOL)뱅크, NH농협 스마트뱅킹, KEB하나은행 스마트폰 뱅킹 등 모바일뱅킹 서비스 및 케이뱅크, 카카오뱅크 등 인터넷전문은행서비스

04

온라인 미디어 이용

만 6세 이상 인터넷이용자의 온라인 미디어 이용률은 96.6%

가. 온라인 미디어 이용률

만 6세 이상 인터넷이용자의 10명 중 9명(96.6%)이 인터넷을 통해 TV, 신문(뉴스기사)⁷⁾, 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 88.7%로 가장 높았으며, 다음으로 '영화 관람'(77.5%), 'TV 시청'(54.6%), '잡지·서적'(22.8%), '라디오'(18.3%) 순으로 높았다.

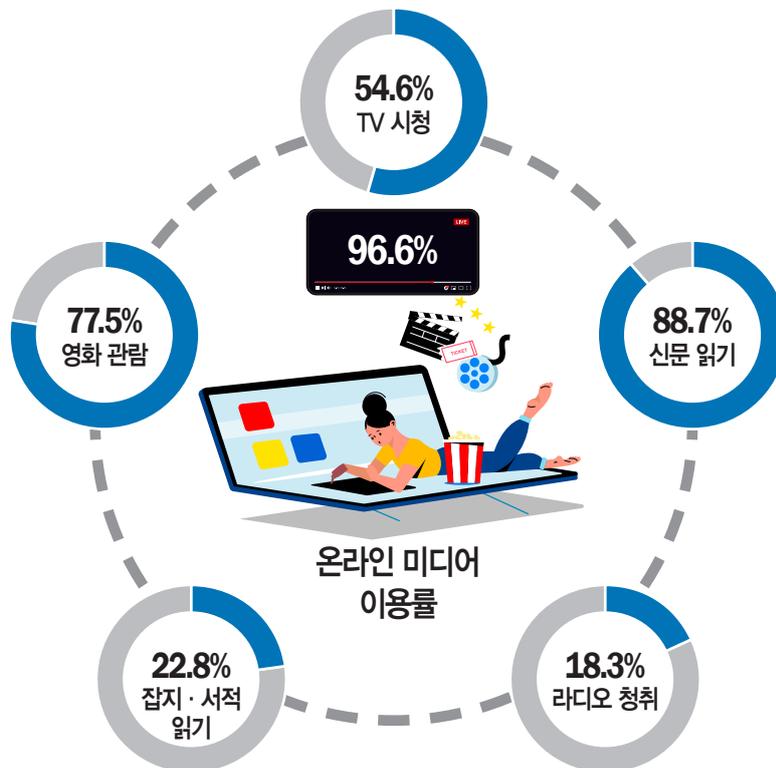


그림 5-20) 온라인 미디어 서비스별 이용률(복수응답, %, 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

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

성별 온라인 미디어 이용률은 남자(97.5%)가 여자(95.7%)에 비해 높은 것으로 나타났으며, 연령대별로는 20-50대 대부분(97% 이상)이 온라인 미디어 이용자인 것으로 조사되었다.

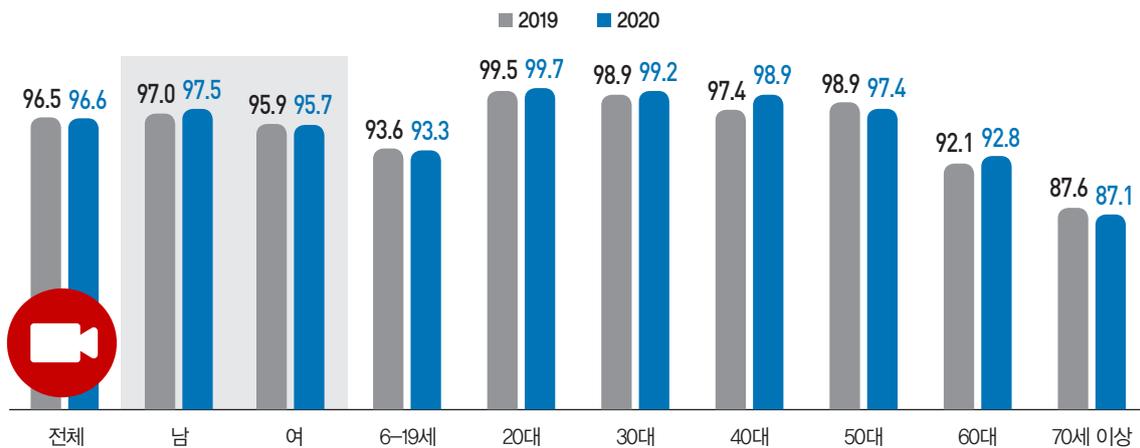


그림 5-21) 성·연령별 온라인 미디어 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. TV 시청

만 6세 이상 인터넷이용자 중 온라인 TV 시청자의 비율은 54.6%로 9.1%p 증가했으며, 특히 20대(19.6%p증가), 30대(12.8%p증가)에서 큰폭으로 증가하였다.

한편 성별로는 남자 56.8%, 여자 52.3%이며, 연령대별로는 20대(76.9%), 30대(68.7%), 40대(58.6%) 등의 순으로 나타났다.

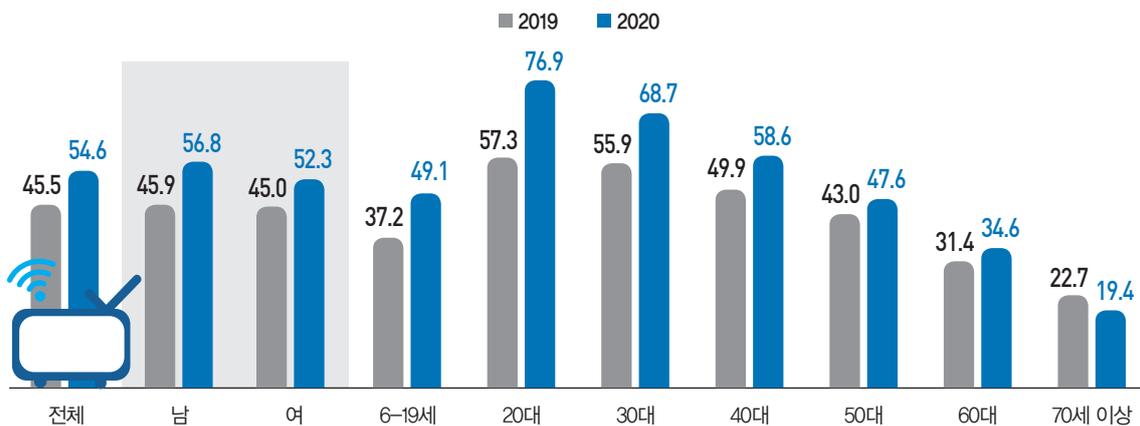


그림 5-22) 성·연령별 온라인 TV 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)



다. 신문 읽기

만 6세 이상 인터넷이용자 중 88.7%가 온라인 신문을 읽는 것으로 조사되었다. 성별로는 남자(90.0%)가 여자(87.4%)보다 높은 수준을 보였으며, 연령대별로는 20-40대(20대 94.4%, 30대 95.2%, 40대 95.1%)에서 94% 이상으로 높은 수준을 보였다.

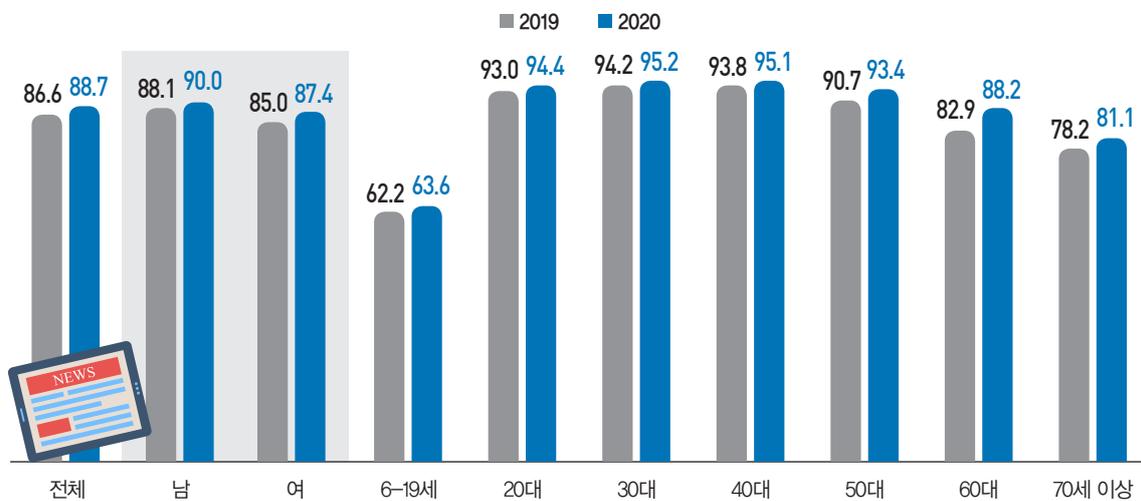


그림 5-23) 성·연령별 온라인 신문 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

라. 라디오 청취

만 6세 이상 인터넷이용자 10명 중 2명(18.3%)은 온라인 라디오를 듣는 것으로 나타났다. 성별(남자 17.9%, 여자 18.7%) 차이는 거의 없었으며, 연령대별로는 20대(23.0%), 30대(23.6%)가 타 연령대 대비 높은 경향을 보였다.

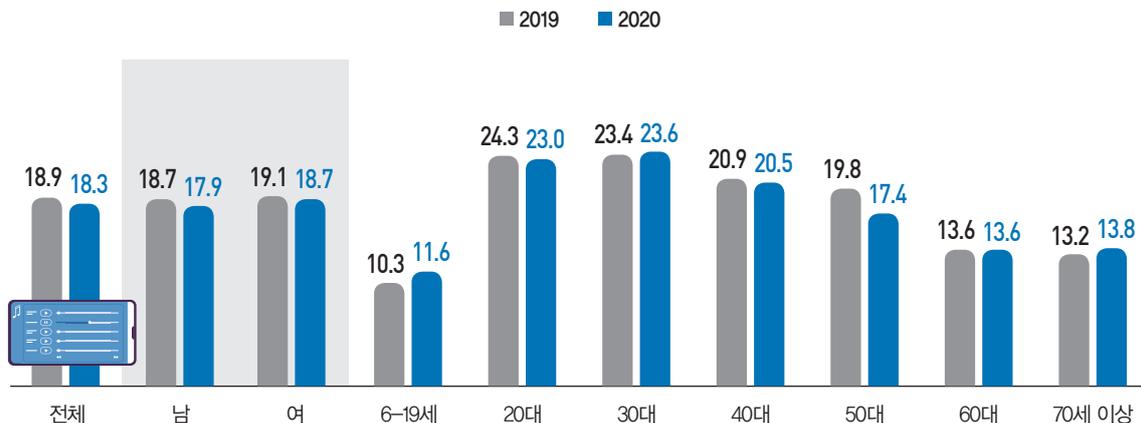


그림 5-24) 성·연령별 온라인 라디오 청취율(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

마. 잡지·서적 읽기

만 6세 이상 인터넷이용자 중 온라인을 통해 잡지·서적을 읽는 사람의 비율은 22.8%로 나타났다. 성별로는 남자(23.7%)가 여자(21.8%)로 비슷한 수준으로 나타났고, 연령대별로는 20대가 36.3%로 타 연령대비 가장 높았다.

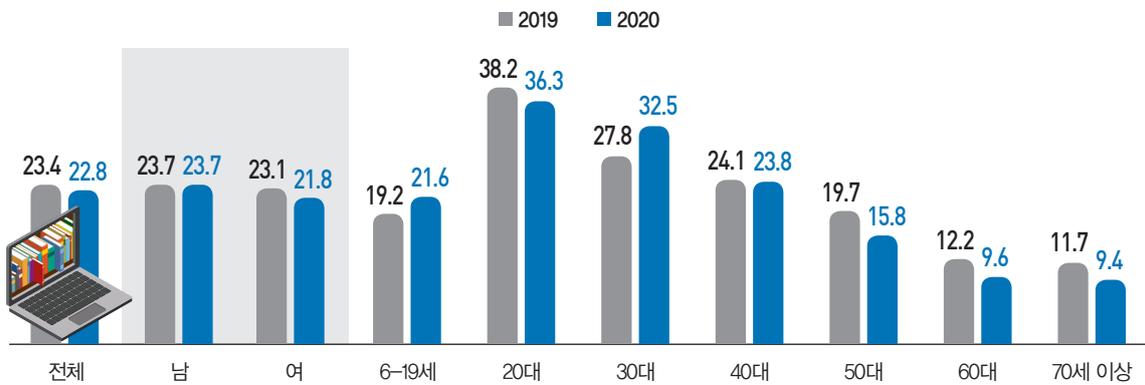


그림 5-25) 성·연령별 온라인 잡지·서적 이용률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

바. 영화 관람

만 6세 이상 인터넷이용자 10명 중 7명(77.5%)은 온라인으로 영화를 관람하는 것으로 조사되었다. 성별로는 남자(80.0%)가 여자(74.9%)보다 높고, 연령대별로는 20대(96.2%), 30대(92.7%), 6-19세(84.5%), 40대(83.2%) 등의 순으로 나타났다.

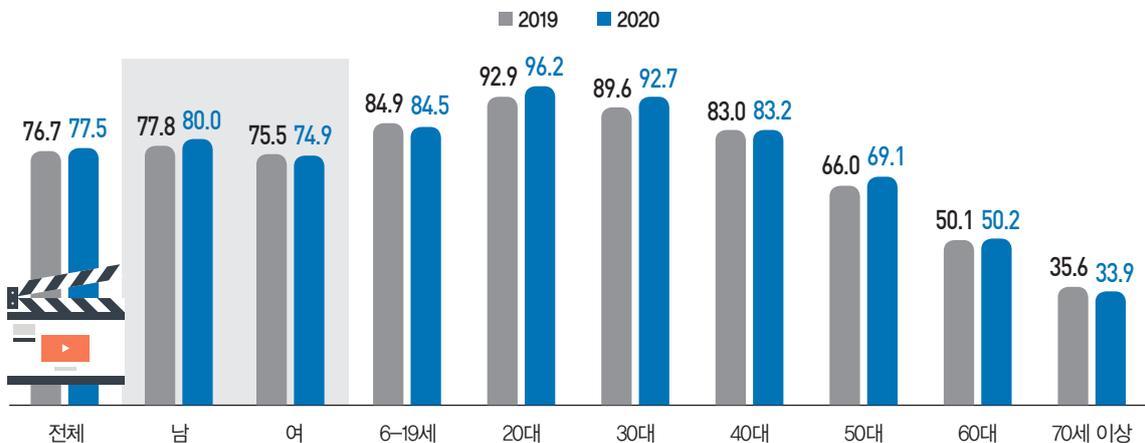


그림 5-26) 성·연령별 온라인 영화 관람률(% , 만 6세 이상 인터넷 이용자 기준)

05

온라인 교육/직업 · 직장

가. 온라인 교육

온라인 교육은 인터넷 이용자의 35.6%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(36.5%)의 이용률이 여자(34.8%)보다 높으며, 연령대별로는 10대가 99.9%로 가장 높았고, 20대(67.4%), 3-9세(48.1%), 30대(31.6%)순으로 조사되었다.

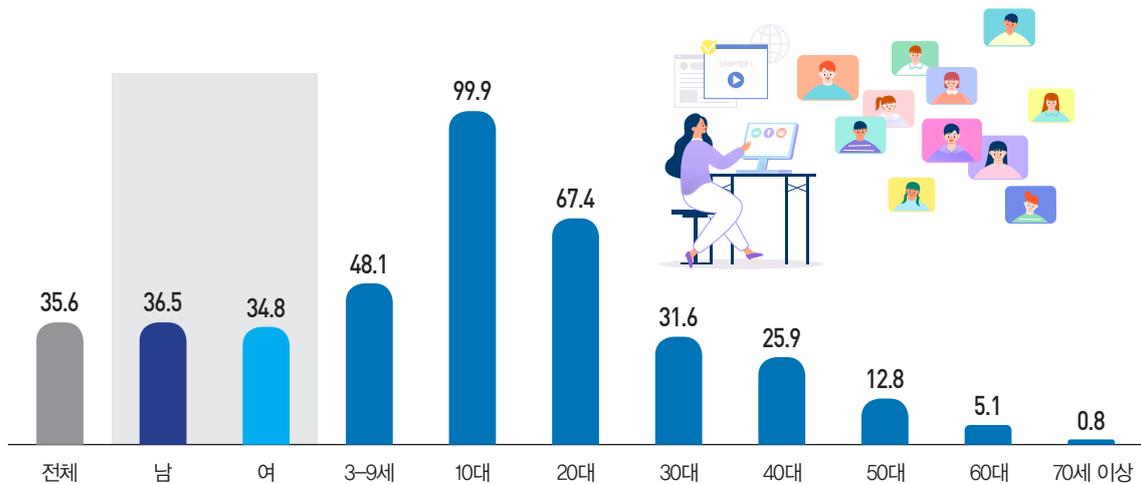


그림 5-27) 성 · 연령별 온라인 교육 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 구직활동 및 입사지원

구직활동 및 입사지원은 인터넷 이용자의 12.7%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(13.5%)의 이용률이 여자(12.0%)보다 높으며, 직업별로는 사무직이 20.3%로 가장 높았고, 서비스/판매직(12.3%), 무직/기타(11.4%), 전문/관리직(11.1%)순으로 조사되었다.

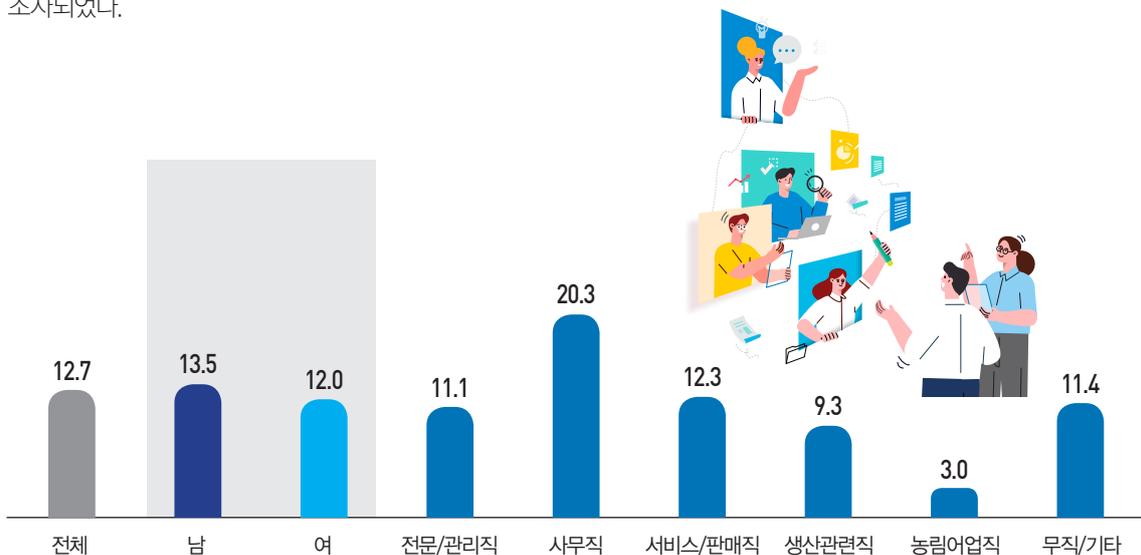


그림 5-28) 성 · 직업별 구직활동 및 입사지원 이용률 (% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)



다. 화상회의

화상회의는 인터넷 이용자의 12.8%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(15.2%)의 이용률이 여자(10.2%)보다 높으며, 직업별로는 전문/관리직이 37.4%로 가장 높았고, 사무직(34.5%), 서비스/판매직(11.1%), 생산관련직(4.7%)순으로 조사되었다.

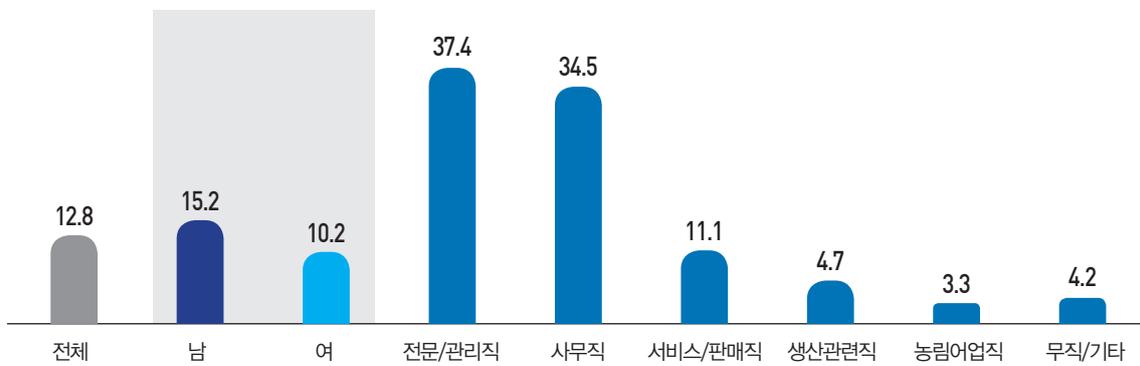


그림 5-29) 성·직업별 화상회의 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

라. 직업·직장 관련 온라인 참여

직업·직장 관련 온라인 참여는 인터넷 이용자의 12.5%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(14.7%)의 이용률이 여자(10.2%)보다 높으며, 직업별로는 전문/관리직이 32.5%로 가장 높았고 사무직(31.8%), 서비스/판매직(12.5%), 생산관련직(7.8%)순으로 조사되었다.

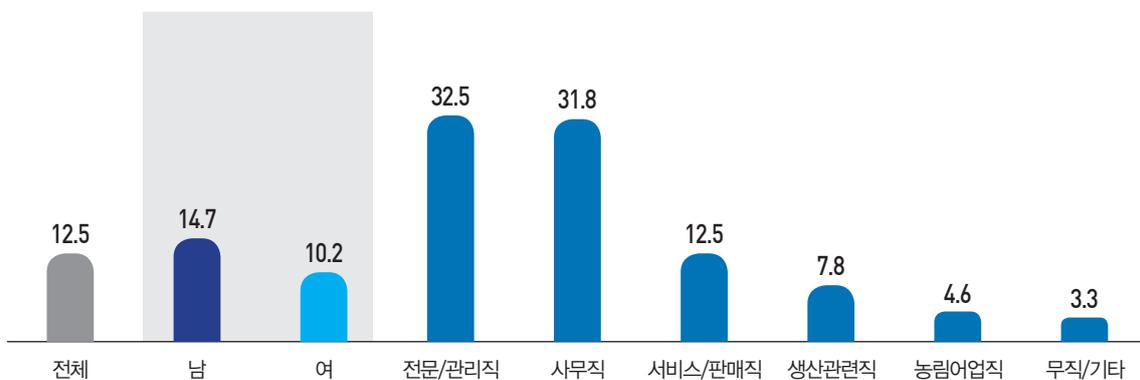


그림 5-30) 성·직업별 직업·직장 관련 온라인 참여 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

8) 직업·직장 관련 온라인 참여 : 익명게시판 등 직업, 직장과 관련한 온라인 활동에 참여



마. 원격근무

원격근무는 인터넷 이용자의 10.5%가 이용하며, 성별 분석 결과 남자(12.6%)의 이용률이 여자(8.4%)보다 높으며, 직업별로는 전문/관리직이 39.1%로 가장 높았고 사무직(30.3%), 서비스/판매직(9.1%), 생산관련직(2.8%)순으로 조사되었다.

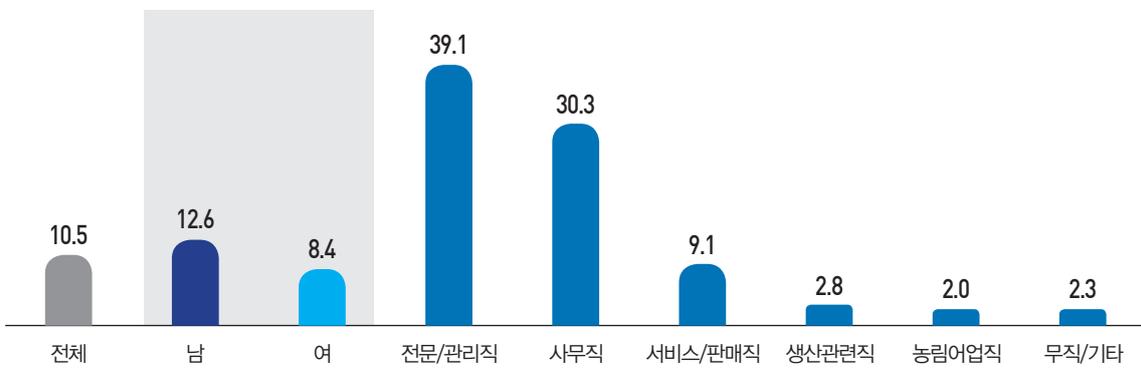
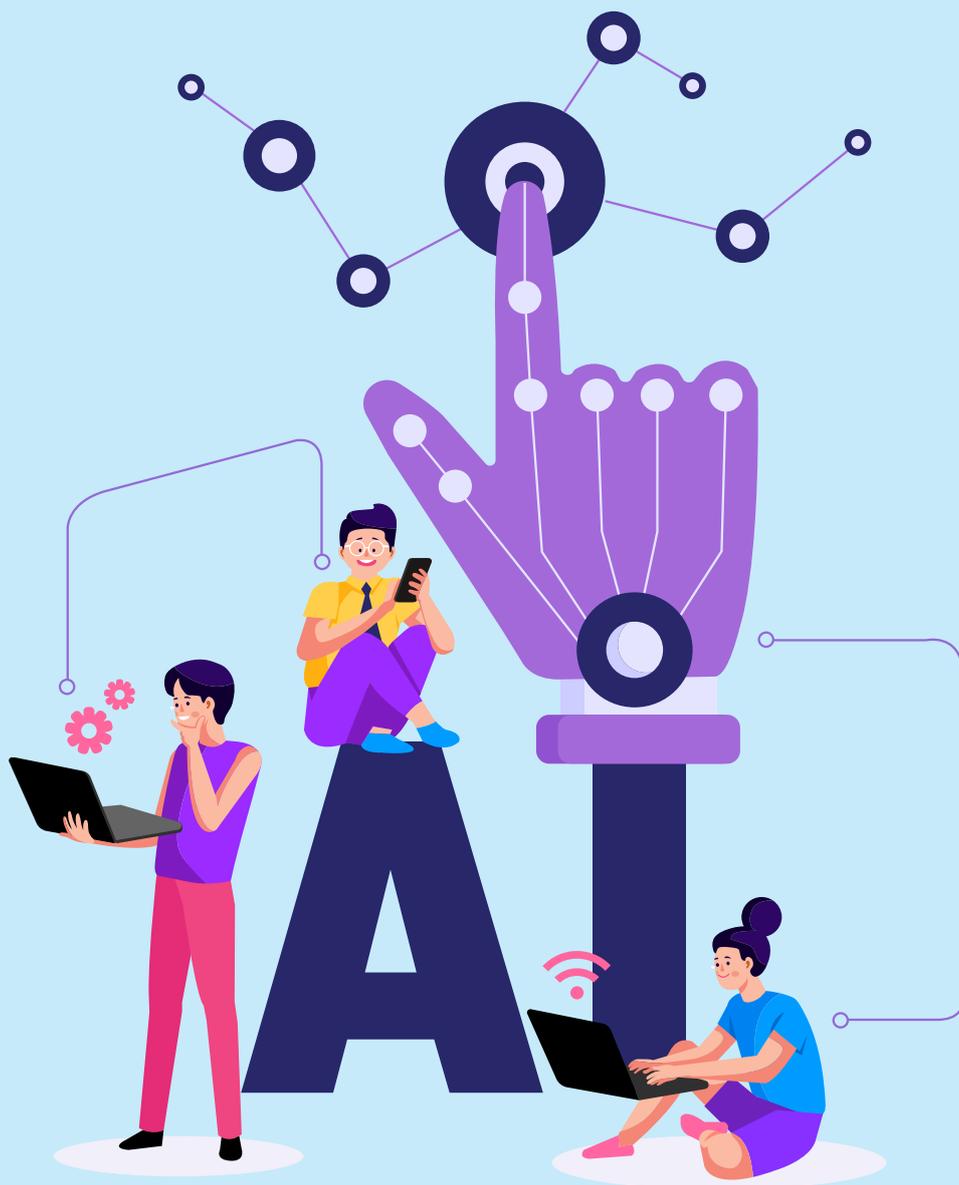


그림 5-31) 성·직업별 원격근무 이용률 (%, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)





VI. 인터넷 '신기술'

- 01 동영상 서비스 이용
- 02 클라우드 서비스 이용
- 03 인공지능 음성인식 서비스 이용

01 동영상 서비스 이용

가. 연령별 동영상 이용률

우리나라 인터넷 이용자의 동영상 서비스 이용률은 92.7%이며, 동영상 서비스를 가장 많이 이용하는 연령대는 20대(99.3%)이며, 30대(98.4%), 10대(97.7%), 40대(95.6%)순으로 나타남.

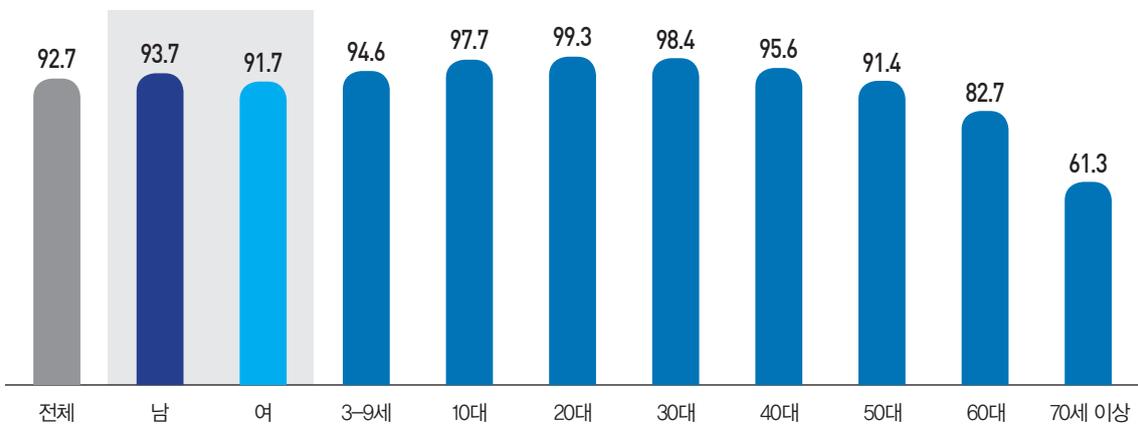


그림 6-1) 성·연령별 동영상 서비스 이용률(% , 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 동영상 서비스 이용 빈도

만 3세 이상 동영상 서비스 이용자의 97.9%가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 75.8%, '일주일에 1회 이상' 22.2%) 동영상 서비스를 이용하는 것으로 조사되었다.

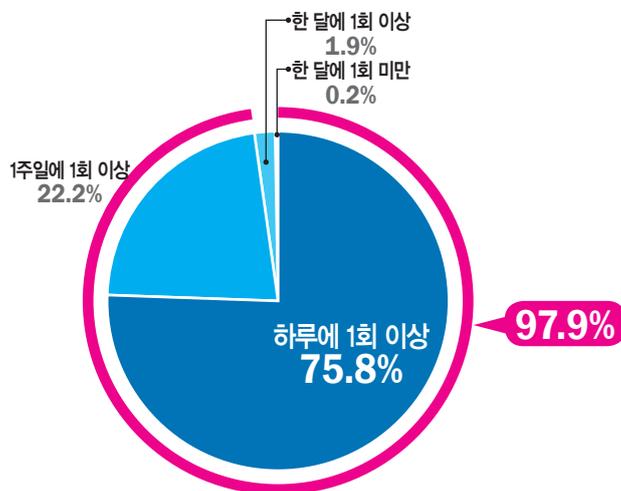
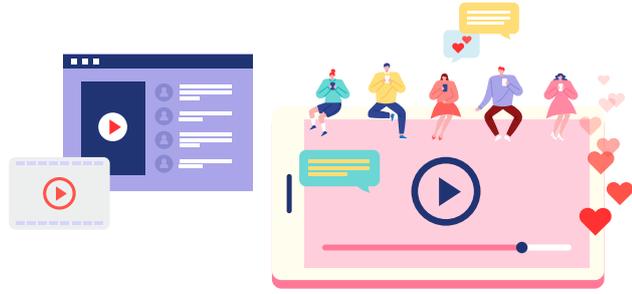


그림 6-2) 동영상 서비스 이용 빈도(% , 만 3세 이상 동영상 서비스 이용자 기준)



다. 동영상 서비스 이용 시간

만 3세 이상 동영상 서비스 이용자는 1주 평균 6시간 동영상 서비스를 이용하는 것으로 나타났다. '3시간~7시간 미만'이 28.0%로 가장 높게 나타났고, '1시간~3시간 미만'은 25.1%, '7시간~14시간 미만'이 24.2% 순으로 나타났다.

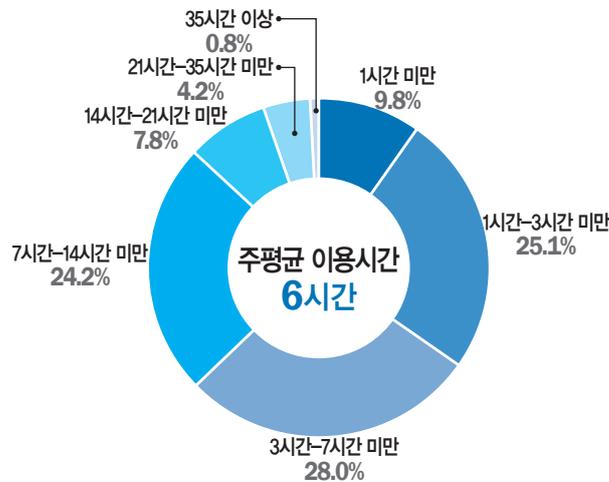


그림 6-3) 동영상 서비스 이용 시간(%), 만 3세 이상 동영상 서비스 이용자 기준)

라. 동영상 서비스 이용 앱/사이트

만 3세 이상 동영상 서비스 이용자 중 가장 많이 이용하는 앱/사이트로는 '유튜브'(87.9%)가 압도적으로 높게 나타났다. 그 다음으로는 '네이버'(30.2%), '넷플릭스'(17.0%) '다음'(11.7%)등의 순으로 나타났다.

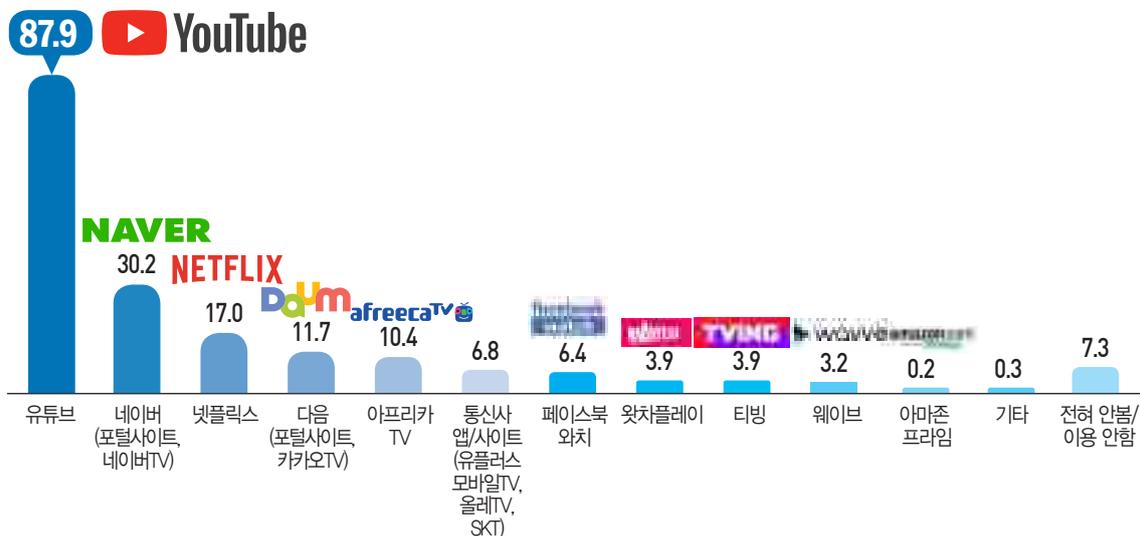


그림 6-4) 동영상 서비스 이용 앱/사이트(3개 항목 응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

마. 성별 · 연령별 주 이용 앱/사이트

성별 주이용 앱/사이트는 가장 많은 이용률을 나타내는 유튜브는 남자(88.8%), 여자(87.1%)로 남자의 이용률이 높게 나타났으며, 3-9세의 이용률이 91.3%로 40대 이상 연령보다 높게 나타났다.

한편 주요 사이트의 연령별 이용률을 살펴보면, 유튜브는 30대 이하 연령층에서 더 많이 이용되며, 네이버의 포털사이트를 통한 동영상서비스 이용은 30-50대에서 더 많이 이용되는 것으로 나타났다.

〈표 6-1〉 성 · 연령별 주 이용 앱/사이트(3개 항목 응답, %, 만 3세 이상 인터넷 이용자 기준)

구분	유튜브	네이버	넷플릭스	다음	아프리카 TV	통신사 앱/사이트	페이스 북 왓치	티빙	왓차 플레이	웨이브	아마존 프라임	기타
전체	87.9	30.2	17.0	11.7	10.4	6.8	6.4	3.9	3.9	3.2	0.2	0.3
성별	남자	88.8	30.1	18.7	11.4	12.7	6.9	6.6	3.9	4.2	3.3	0.3
	여자	87.1	30.3	15.3	11.9	8.1	6.6	6.2	3.8	3.5	3.1	0.3
연령	3-9세	91.3	13.9	5.2	3.9	5.4	4.5	3.0	2.1	1.0	0.9	0.0
	10대	94.5	29.1	16.7	11.6	18.3	5.5	9.1	3.6	3.9	2.7	0.2
	20대	94.5	30.6	36.7	10.6	18.6	7.8	10.0	5.7	7.8	6.5	0.5
	30대	93.2	35.4	28.4	13.7	13.9	8.7	10.0	6.3	6.6	5.1	0.4
	40대	90.3	35.2	18.0	15.0	10.6	8.3	7.5	4.4	4.1	3.6	0.2
	50대	86.1	34.4	8.5	12.7	5.5	7.2	3.4	2.9	2.1	1.9	0.2
	60대	77.4	27.2	3.0	11.4	2.8	4.6	2.2	1.8	1.0	1.0	0.0
	70세 이상	58.2	9.5	1.0	3.5	2.2	1.9	1.8	0.9	0.2	0.5	0.1





바. 검색 이용률

만 3세 이상 인터넷 이용자의 동영상 서비스 검색 이용률은 50.0%이며, 성별 분석 결과 남자(52.3%)가 여자(47.7%)보다 높으며, 연령대별로는 3-9세(64.2%)가 가장 높으며, 20대(55.6%), 20대(53.6%), 40대(50.2%)순으로 나타났다.

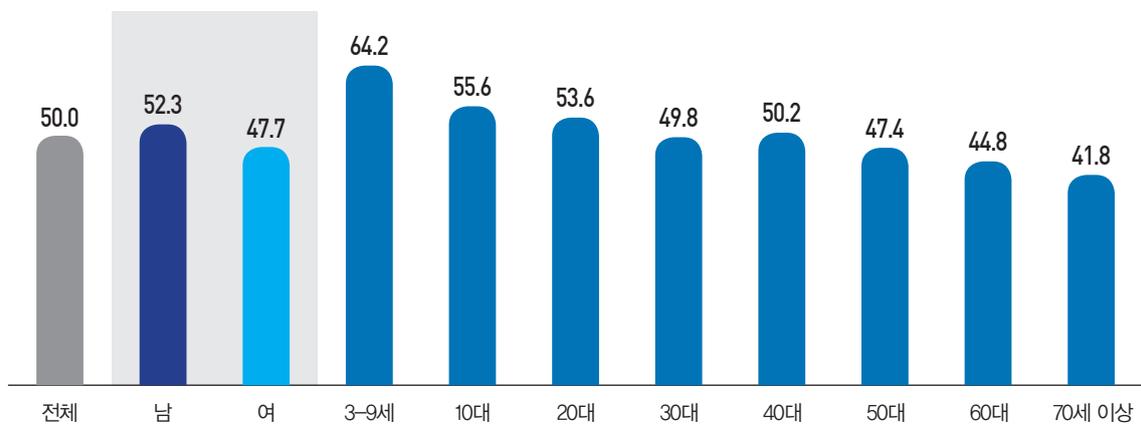


그림 6-5) 성·연령별 동영상 서비스 검색 이용률 (2개 항목 응답, %, 만3세 이상 인터넷 이용자 기준)

사. 검색수단 신뢰도

동영상 서비스의 검색수단 신뢰도는 41.6%이며, 성별 분석 결과 남자(43.5%)가 여자(39.6%)보다 높으며, 연령대별로는 3-9세(54.0%)가 가장 높으며, 10대(43.9%), 30대(43.1%), 20대(42.4%)순으로 나타났다.

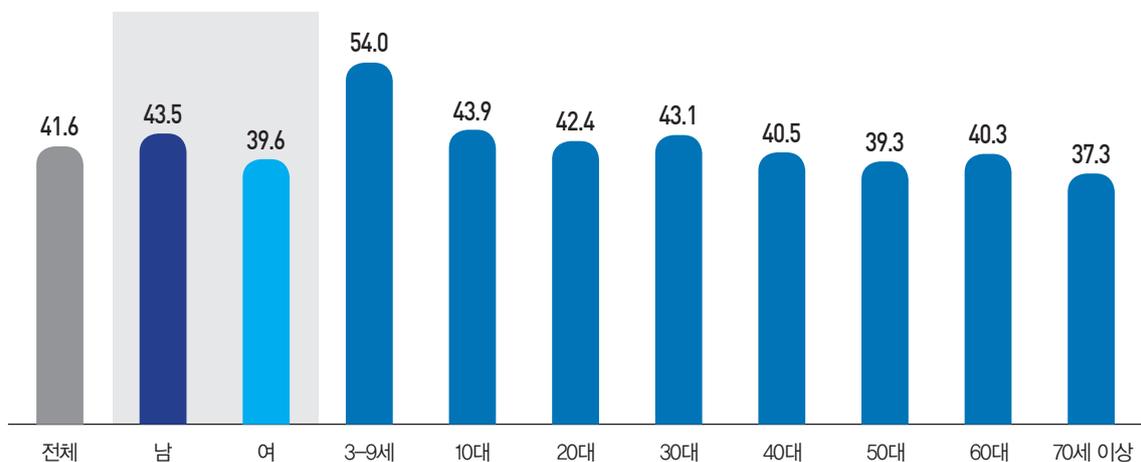


그림 6-6) 성·연령별 동영상 서비스 검색 수단 신뢰도 (2개 항목 응답, %, 만3세 이상 인터넷 이용자 기준)

02

클라우드 서비스 이용

만 12세 이상 인터넷이용자의 클라우드 서비스 이용률은 35.3%

가. 클라우드 서비스 이용률

만 12세 이상 인터넷이용자의 클라우드 서비스 이용률(최근 1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 사람의 비율)은 35.3%로 조사되었다.

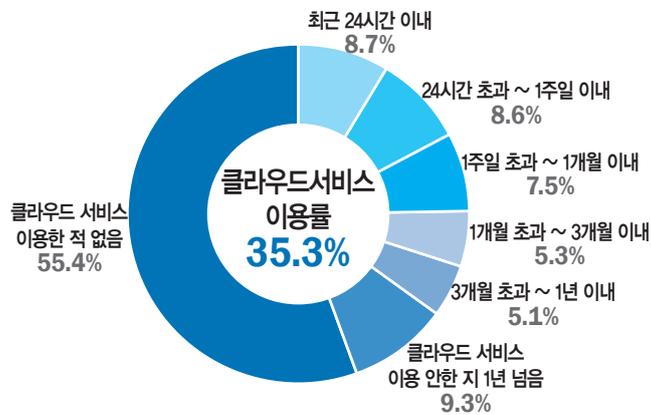


그림 6-7) 최근 클라우드 서비스 이용시기(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)



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 iCloud, KT Cloud, LG U+박스, MS one drive, 드롭박스 등)
- 문서작업(구글 독스, MS 오피스 365 등)
- 일정/연락처(구글 캘린더, 네이버 캘린더, 네이버 주소록 등)



성별로는 남자의 클라우드 서비스 이용률(38.3%)이 여자(32.0%)보다 높은 것으로 나타났다. 한편 연령대별로는 20대의 이용률이 61.1%로 가장 높았으며, 다음으로 30대(51.8%), 12-19세(39.8%), 40대(38.5%) 등의 순으로 조사되었다.

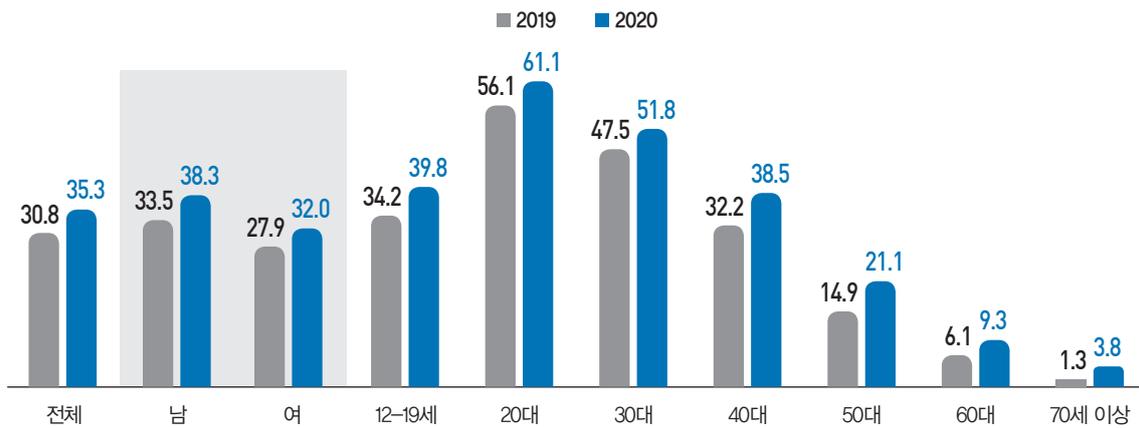


그림 6-8 성·연령별 클라우드 서비스 이용률(% , 만 12세 이상 인터넷 이용자 기준)

나. 클라우드 서비스 이용목적

클라우드 서비스를 이용하는 목적으로는 '자료 및 정보관리'가 68.0%로 가장 높게 나타났다.

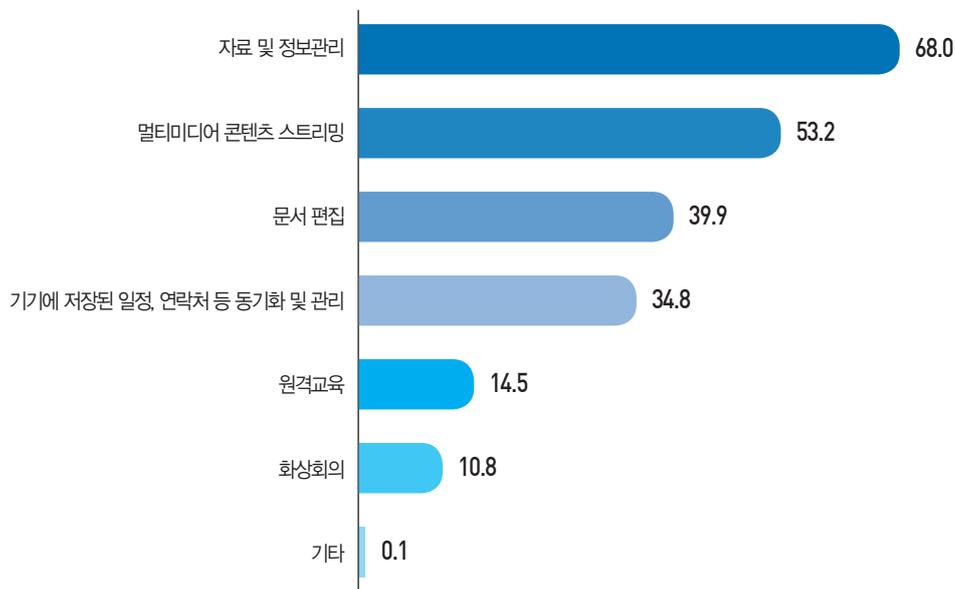


그림 6-9 클라우드 서비스 이용목적(복수응답, %, 만 12세 이상 클라우드 서비스 이용자 기준)

03

인공지능 음성인식 서비스 이용

만 6세 이상 인구의 인공지능 음성인식서비스 이용률은 28.5%

가. 인공지능 음성인식 서비스 이용률

2020년 7월 기준 인공지능 음성인식 서비스 이용률은 28.5%로 나타났다. 성별로는 남자(29.7%)가 여자(27.2%)보다 이용률이 높게 나타났으며, 연령대별로는 30대가 42.4%로 가장 높고, 다음으로는 20대(41.6%), 40대(32.7%) 등의 순으로 나타났다.

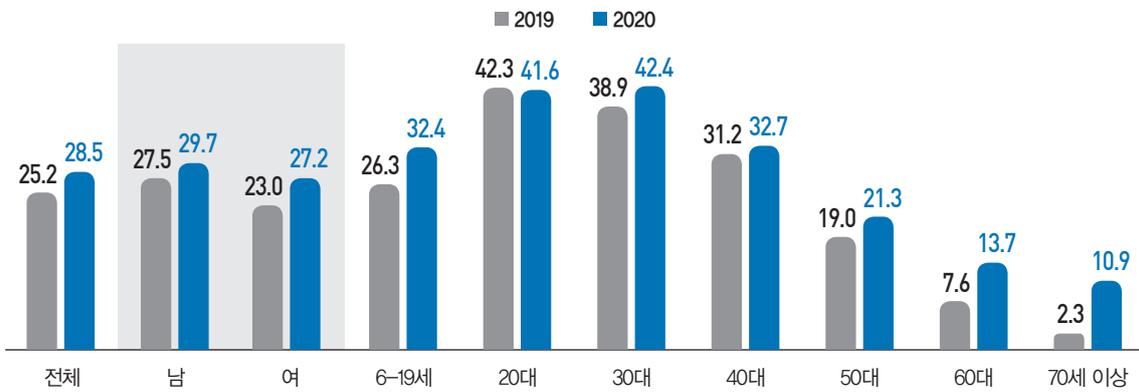


그림 6-10) 성·연령별 인공지능 음성인식 서비스 이용률(% , 만 6세 이상 인구 기준)

나. 인공지능 음성인식 서비스 이용기기

인공지능 음성인식 서비스를 이용하는 기기로는 '스마트폰 음성인식 서비스'(19.1%), '인공지능 스피커'(12.3%), '음성인식 서비스 앱'(4.7%), '스마트 가전'(3.4%)순으로 나타났다.

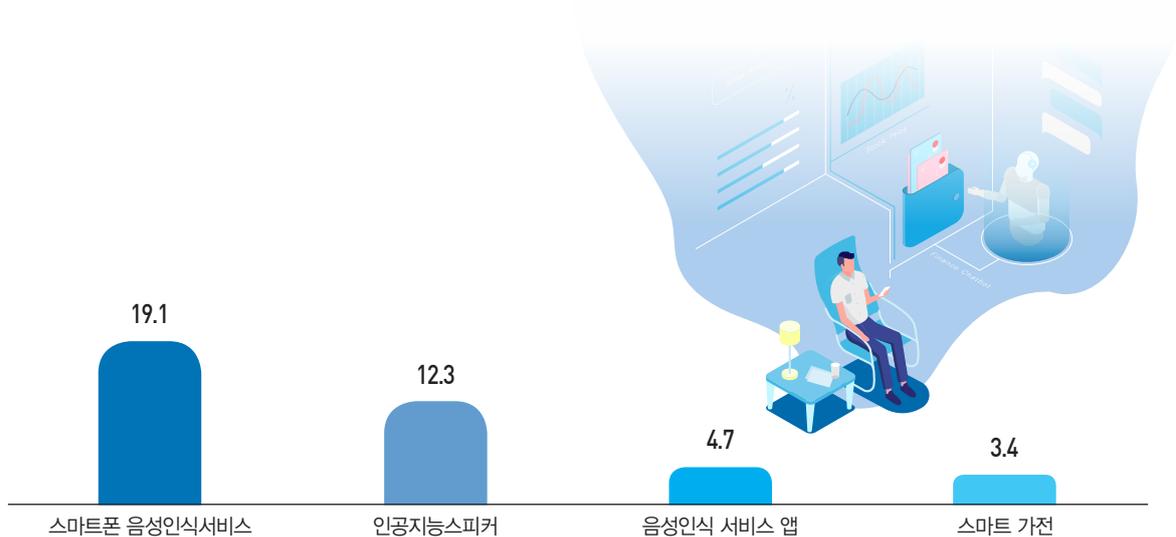


그림 6-11) 인공지능 음성인식 서비스 이용기기(2개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인구 기준)

다. 인공지능 음성인식 서비스 이용 기능

인공지능 음성인식 서비스 이용 시 주로 이용하는 기능으로는 '음악/라디오/뉴스 등 듣기'(50.6%), '날씨/교통정보 얻기'(43.5%), '일정관리'(16.6%) 등의 순으로 나타났다.

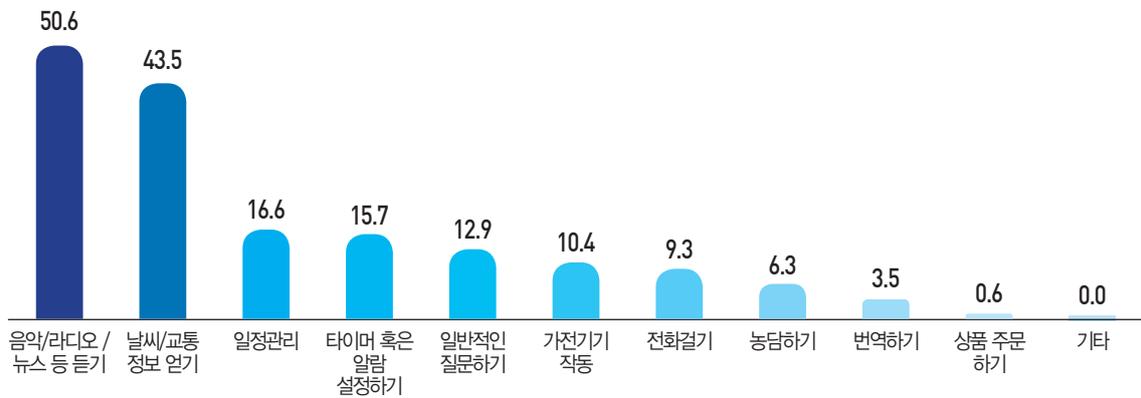


그림 6-12) 인공지능 음성인식 서비스 이용기능(2개 항목 응답, %, 만 6세 이상 인공지능 음성인식서비스 이용자 기준)





Ⅶ. 인터넷 ‘단절’

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



01 인터넷 비이용자 현황

만 3세 이상 인구 10명 중 1명(8.1%)는 인터넷 비이용자

만 3세 이상 인구의 8.1%(전년 대비 0.1%p 감소)가 최근 1개월 이내 인터넷을 이용하지 않은 '인터넷 비이용자'로 조사되었다. 인터넷 비이용자는 여자(10.3%)가 남자(6.0%)보다 많았으며, 연령대별로는 70세 이상(59.7%)이 타 연령대 대비 가장 높은 수준을 보였다.

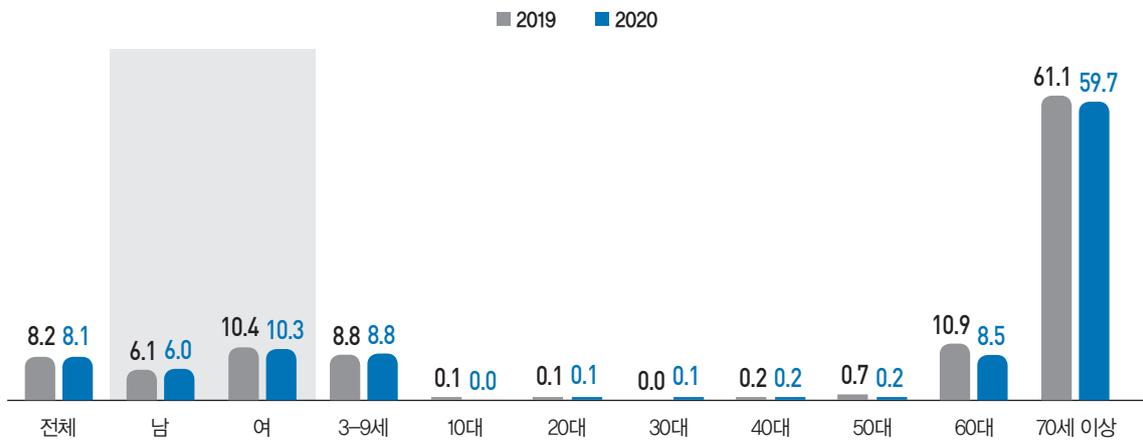


그림 7-1) 성·연령별 인터넷 비이용자 현황(% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)

인터넷 비이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 여자의 비중이 62.9%로 남자(37.1%)보다 높았으며, 연령대별로는 60세 이상(60대 13.3%, 70세 이상 78.6%)의 노년층 비율이 91.9%를 차지하였다. 직업별로는 무직/기타 46.0%, 주부 33.5%로 상대적으로 높았으며, 학력별로는 초등졸 이하(초등학생 포함)의 비중이 63.0%로 가장 높았다.

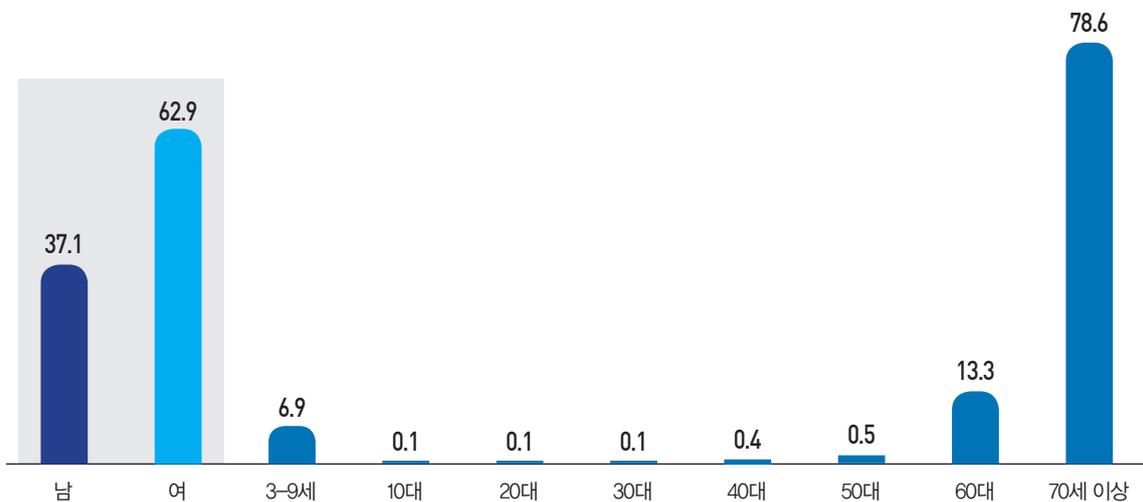


그림 7-2) 인터넷 비이용자 구성비 성·연령별 (% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)

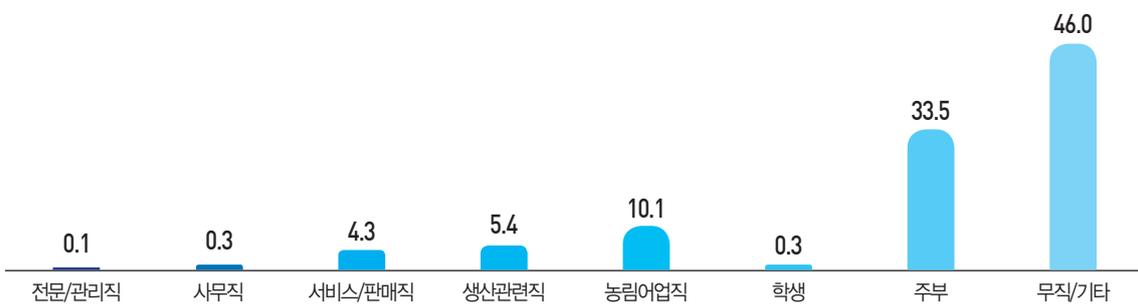


그림 7-3) 인터넷 비이용자 구성비 직업별 (%. 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)

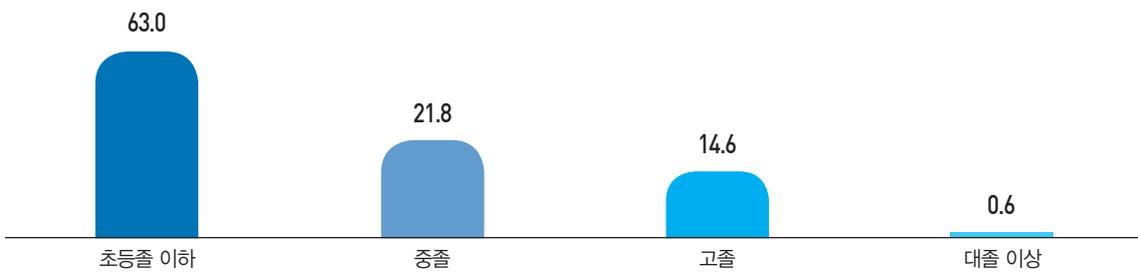


그림 7-4) 인터넷 비이용자 구성비 학력 (%. 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)



02

인터넷 비이용 이유

주된 인터넷 비이용 이유는 '관심 또는 필요가 없어서'(76.2%)

인터넷 비이용 이유는 '관심 또는 필요가 없어서'가 76.2%로 가장 높았으며, '이용할 자신이 없거나 이용 방법을 몰라서' 이용하지 않는다는 의견이 56.6%로 나타났다.

이외 인터넷 비이용 이유로는 '이용 비용이 부담스러워서'(22.6%), '컴퓨터 등 장비가 없어서'(9.9%), '콘텐츠 내용이 해로울 것 같아서'(3.5%) 등이 조사되었다.

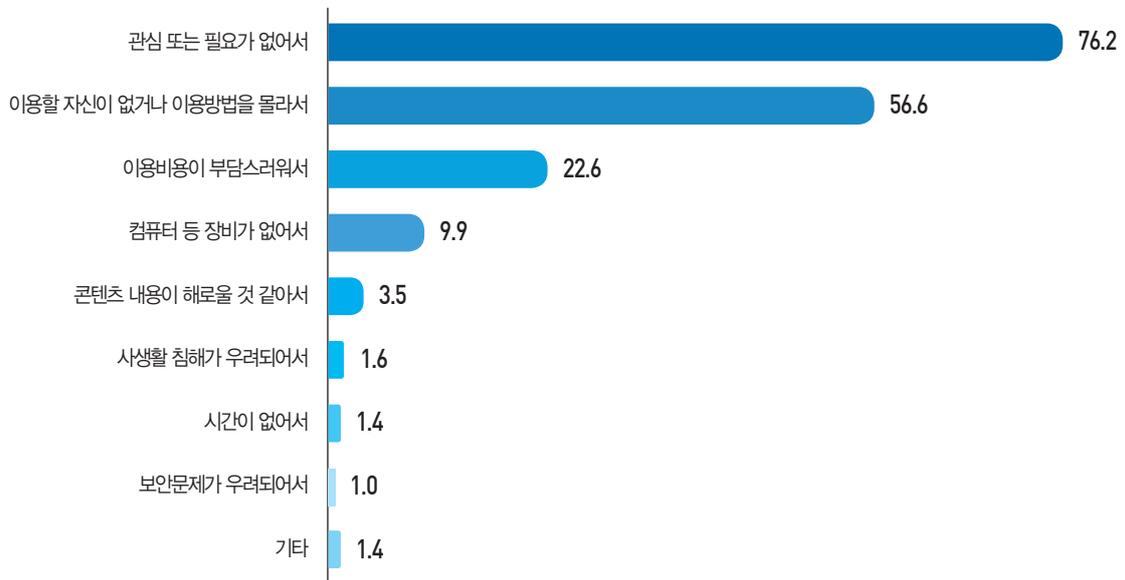


그림 7-5) 인터넷 비이용 이유(복수응답, %, 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)



03

인터넷 이용 의향

인터넷 비이용자의 인터넷 이용의향은 22.3%

성별로는 남자(25.5%)의 이용의향이 여자(20.5%)보다 높았고, 연령대별로는 3-9세가 89.9%로 가장 높은 이용의향을 보였다.

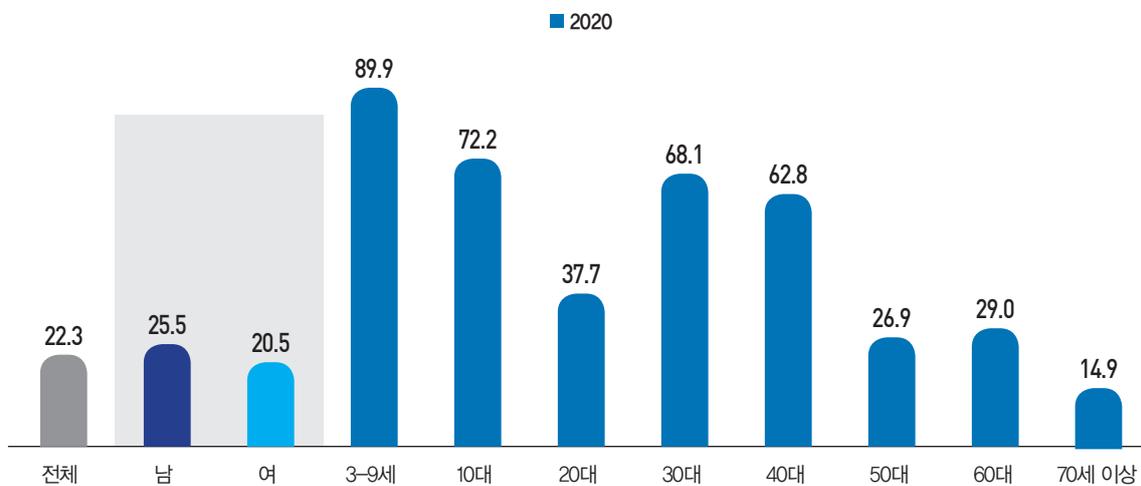


그림 7-6) 성·연령별 인터넷 이용의향(% , 만 3세 이상 인터넷 비이용자 기준)



부록 1

인터넷이용자 정의



01 인터넷이용자 정의

인터넷이용자(Internet User)는 조사의 목적에 따라 다양하게 정의되고 있다.

본 조사에서는 2004년 6월까지 인터넷이용자를 '월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자'로 정의해 왔으나, 2004년 12월 조사부터 국내외에서 일반화된 개념을 적용하여 '최근 1개월이내 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 인터넷이용자에 포함하여 조사하고 있다.

조사 대상도 2001년 12월까지의 만 7세 이상 인구를 대상으로 하였으나, 인터넷 이용자층이 확대되는 추세를 반영하여 2002년 6월 조사부터 취학 가능 연령인 만 6세 이상 인구로 변경하였으며, 2006년 12월 조사부터는 만 3세 이상 인구로 조사 대상을 확대하였다.

따라서, 본 조사에서 "인터넷이용자"는 '만 3세 이상 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 유선 또는 무선인터넷을 이용한 자'를 의미한다.

〈표 1-1〉 국가별 인터넷이용자 산출 기준 비교

국가명	인터넷이용자 기준		조사기관	국가명	인터넷이용자 기준		조사기관
	연령	이용기간			연령	이용기간	
그리스	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat	싱가포르	7세이상	-	IMDA
네덜란드	16-74세 및 12-15, 75+	최근 3개월	Eurostat	아르헨티나	4세 이상	최근 3개월	INDEC
노르웨이	16-74세 및 75-79	최근 3~12개월	Eurostat	아일랜드	16-74세	최근 3개월	Eurostat
뉴질랜드*	15세이상	최근 1년	Statistics Newzealand	에스토니아	16-74세	최근 3개월	Eurostat
대만	12세이상	-	TWNIC	영국	16-74세 및 75+	최근 3~12개월	Office for National statistics
덴마크	16-74세 및 15, 75-89	최근 3개월	Eurostat	오스트리아	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat
독일	16-74세 및 10-15, 74+	최근 3개월	Eurostat	우크라이나	15세이상	-	Ukrstat
라트비아	16-74세	2020년 1분기	Eurostat	이탈리아	16-74세 및 6-15, 75+	최근 3개월	Eurostat
루마니아	16-74세	최근 3개월	Eurostat	인도*	6세 이상	-	TRAI
룩셈부르크	16-74세	최근 3개월	Eurostat	인도네시아	10세 이상	제한 없음	APJII
리투아니아	16-74세	최근 3개월	Eurostat	일본	6세 이상	최근 1년	Statistics Bureau of Japan
말레이시아	-	-	DOSM	자메이카*	15세이상	-	Jampro
멕시코	6세이상	-	INEGI	중국	6세 이상	최근 6개월	CNNIC
모리셔스*	5세이상	최근 1년	Statistics Mauritius	체코	16-74세 및 75+	최근 3~12개월	Eurostat Subtel
몰타	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat	캐나다	15세 이상	최근 3~12개월	Statistics Canada
미국*	16세 이상	최근 1개월	NTIA	코스보	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat
벨기에	16-74세	최근 3개월	Eurostat	크로아티아	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat
보스니아 헤르체고비나	16-74세	2020년 1분기	Eurostat	태국	6세 이상	최근 3~12개월	National Statistical Office Thailand
북 마케도니아 공화국	16-74세	최근 3개월	Eurostat	터키	16-74세	최근 3개월	Eurostat
불가리아	16-74세	최근 3개월	Eurostat	페루	6세이상	-	Peru's nacional statistics agency
브라질	10세 이상	최근 3개월	IBGE	포르투갈	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat
사이프러스	16-74세	최근 3개월	Eurostat	폴란드	16-74세	최근 3~12개월	Eurostat
세르비아	16-74세	최근 3개월	Statistical office of R.O. Serbia	프랑스	16-74세 및 15, 75+	최근 3개월	Eurostat
스웨덴	16-74세 및 75-85	최근 3개월	Eurostat	핀란드	16-74세 및 75-89	최근 3개월	Eurostat
스위스	16-74세 및 15, 75-88	최근 3개월	Eurostat	한국	3세이상	최근 1개월	NIA
스페인	16-74세 및 10-15, 75+	최근 3개월	Eurostat	헝가리	16-74세	2020년 1분기	Eurostat
슬로바키아	16-74세	2020년 1분기	Eurostat	호주	15세이상	최근 1년	AusStats
슬로베니아	16-74세	최근 3개월	Eurostat	홍콩	10세이상	최근 1년	HK statistics

자료 : ITU World Telecommunication/ICT Indicators database 및 각 국가의 조사기관(*표시 국가는 2019년 이전 자료 참고)

부록 2

주요 변경 내역



01

조사내용 변경 내역

가. 가구 조사내용

구분	조사 내용	조사 시기	
인터넷 이용환경	정보통신기기 보유현황	'04.12-'20	
	컴퓨터 보유율	매년	
	컴퓨터 유형	'03.06-'04.12	
	인터넷 접속률	매년	
	인터넷 접속기기	'05.06-'09, '12-'20	
	인터넷 접속방법	매년	
	[무선랜접속가구] 무선랜 이용방법	'10-'13	
	가구 내 인터넷 공유기능 여부	'14-'20	
	[인터넷비접속가구]인터넷 비접속 이유	'05.06-'05.12, '06.12, '17.12-'20	
	정보통신 서비스 이용현황	인터넷	매년
		이동전화	'04.12-'20
		인터넷전화, IPTV	'08-'20
		케이블TV, 위성방송	'11-'20
결합상품 이용현황		'09-'12	
인터넷전화 및 IPTV 이용이유		'09-'10	
	스마트홈 서비스	'17-'20	
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	

나. 가구원 조사내용

구분	조사 내용	조사 시기
인터넷 이용환경	인터넷 이용률 및 이용자 수	매년
	인터넷 이용기간	매년
	인터넷 이용계기	'03.06-'06.12, '07.12
	인터넷 이용빈도	'05.06-'05.12, '06.12, '07.12-'20
	인터넷 이용시간	매년
	인터넷 이용시간대	'04.12-'06.12, '07.12-'10
	인터넷 이용장소	매년
	인터넷 접속기기	'04.12-'09
	인터넷 접속방법	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12-'09, '14-'20
	인터넷 이용용도	매년
	인터넷 신뢰도	'13
	인터넷 이용행동 및 인식	'04.12-'16
	안전한 인터넷 이용을 위한 조치사항	'15-'20
	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 일상생활 소요시간 변화	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12
	인터넷 이용 만족도	'04.12
	PC방 및 무선인터넷 등 이용비용	'03.06-'04.12
	[인터넷비이용자]인터넷 비이용 이유 및 이용의향	매년

구분	조사 내용	조사 시기	
인터넷과 커뮤니 케이션	이메일	이메일 이용률	'07.06-'20
		이메일 계정 보유여부	'03.06-'07.06
		월1회 이상 이용 이메일 계정수	'03.06-'07.12
		이메일 이용용도 및 빈도	'08-'20
		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-'20
		메신저 이용빈도	'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-'20
		메신저 이용기능	'16-'20
	SNS (소셜 네트워크 서비스)	SNS 이용률	'10-'20
		SNS 유형별 이용현황	'10-'15
		SNS 이용 서비스 종류	'16-'20
		SNS 이용용도 및 빈도	'10-'20
		SNS 평균 이용시간	'17
		SNS 교류대상	'11-'13
		SNS 이용기기	'10-'18
		SNS 이용이유	'11-'20
		SNS 비이용 이유	'16-'20
		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 운영행동 및 인식		'07.06, '08	
본인 블로그 운영의향		'05.06-'05.12, '06.12	
기타	커뮤니케이션 활동 이용시간	'14-'20	
	인터넷 검색 시 주 이용 사이트/앱	'19-'20	
	인터넷 검색 시 신뢰하는 정도 사이트/앱	'20	

구분	조사 내용		조사 시기
모바일 게임	모바일 게임	모바일 게임 이용률	'16
		모바일 게임 이용빈도 및 시간	'16
		모바일 게임 이용종류	'16
		모바일 게임 인식	'16
		모바일 관련 구매빈도 및 지출액	'16
		모바일 게임 관련 지출의향	'16
인터넷과 경제활동	인터넷 쇼핑	인터넷쇼핑 이용률	매년
		인터넷쇼핑 이용빈도	매년
		인터넷쇼핑 구매금액	매년
		인터넷쇼핑 전체 구매 금액 중 해외직구 비중	'19-'20
		인터넷쇼핑 구매품목	매년
		인터넷쇼핑 이용기기	'10-'18
		인터넷쇼핑 이용경로	'07.06, '08
		오픈마켓 이용여부, 빈도, 만족도, 만족 및 불만족 이유	'06.06
		인터넷쇼핑 이용 시 불편 사항	'04.12, '07.06, '08-'18
		인터넷쇼핑 만족도	'03.06-'06.12, '07.12
		인터넷쇼핑 이용행동 및 인식	'07.06, '08
		인터넷쇼핑 이용이유	'06.06
		인터넷쇼핑 비용 이유	'07.12-'09, '14-'20
		인터넷쇼핑 이용의향	'03.06-'06.12, '07.12-'15
		인터넷쇼핑 이용 시 결제 수단	'14-'20
		인터넷쇼핑 결제 시 신용카드/직불카드 세부사용방법	'15
		인터넷쇼핑 이용 시 판매자 및 판매처 국적	'14-'16
		인터넷 쇼핑 주이용 사이트/앱	'19-'20
	소셜커머스	소셜커머스 이용률	'11-'12
		소셜커머스 이용빈도	'11-'12
		소셜커머스 만족도	'11
		소셜커머스 이용 시 불편 사항	'11-'12
		소셜커머스 구매품목	'11-'12
		소셜커머스 구매의향 품목	'11
		소셜커머스 이용행동 및 인식	'11-'12
		소셜커머스 이용의향	'12
	인터넷 뱅킹	은행 거래 방법	'06.06, '07.06
		은행 거래 여부	매년
		인터넷뱅킹 이용률	'04.12-'20
		인터넷뱅킹 이용빈도	'07.12-'15
		인터넷뱅킹 이용기기	'10-'18
		인터넷뱅킹 이용 서비스	'06.06, '07.06
		인터넷뱅킹 이용이유	'06.06
		인터넷뱅킹 이용의향	'05.06-'12
		인터넷뱅킹 주이용 송금 서비스	'19-'20
	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 이용빈도	'07.12-'15
		인터넷 주식거래 이용기기	'10-'15
		인터넷 주식거래 이용이유	'06.06
	유료 콘텐츠	인터넷 주식거래 이용의향	'04.12-'05.12, '06.12, '07.12-'15
유료콘텐츠 이용경험		'03.06-'04.12	
유료콘텐츠 이용률		'07.12	
유료콘텐츠 유형별 이용		'03.06-'12, '05.06-'12, '06.12, '07.12	
유료콘텐츠 구매비용		'03.06-'05.12, '06.12, '07.12	
유료콘텐츠 결제방법		'03.06-'05.12, '06.12, '07.12	
유료콘텐츠 유료화에 대한 의견		'03.06-'05.12, '06.12, '07.12	
유료콘텐츠 이용의향	'03.06-'05.12, '06.12, '07.12		

구분	조사 내용		조사 시기	
온-오프라인 미디어 이용 현황	오프라인 미디어	TV	시청시간 시청여부, 시청빈도 '03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'13 '03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'14	
		신문	읽는시간 읽기여부, 읽기빈도 '07.12-'13 '03.06-'05.12, '06.12, '07.12-'12, '14	
		라디오	청취시간 청취여부, 청취빈도 '13 '08-'12, '14	
		잡지·서적	읽는시간 읽기여부, 읽기빈도 '13 '08-'12, '14	
		영화	관람시간 관람여부, 관람빈도 '13 '08-'12, '14	
		음악	청취시간 청취여부, 청취빈도 '13 '08	
	인터넷 미디어	TV	이용여부, 이용빈도 이용여부 이용방법 이용시간 '07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'20 '07.06, '08-'09 '13	
		신문	이용여부, 이용빈도 이용여부 이용방법 이용시간 '07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'20 '10 '13	
		라디오	이용여부, 이용빈도 이용여부 이용방법 이용시간 '07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'20 '07.06, '08-'09 '13	
		잡지·서적	이용여부, 이용빈도 이용여부 이용시간 '07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'20 '13	
		영화	이용여부, 이용빈도 이용여부 이용방법 이용시간 '07.06, '08-'12, '15-'16 '17-'20 '07.06, '08-'09 '13	
		음악	이용여부, 이용빈도, 이용방법 '08	
		컴퓨터 이용현황	컴퓨터 이용가능 여부	
	컴퓨터 이용률		'03.12-'05.12, '06.12, '07.12-'20	
컴퓨터 이용시간			'03.12-'05.12, '06.12, '07.12	
컴퓨터 활용능력			'03.12-'05.12, '06.12, '07.12, '14-'20	
컴퓨터 이용수준 및 이용용도			'03.06-'04.12	
컴퓨터 이용빈도			'14-'20	
이동전화 이용현황	이동전화 이용여부(이용률)		'05.12, '06.12-'19	
	이동전화 이용용도		'04.12-'05.12, '06.12	
	이동전화 문자메시지 송수신 건수		'04.12	
	이동전화 무선인터넷 이용여부, 이용빈도, 이용시간, 유료사이트 이용여부, 상품구매여부, 이용비용		'14-'16	
	이동전화 이용시간		'14-'16	
모바일 인터넷 이용현황	모바일 인터넷 이용여부(이용률)		'16-'20	
	모바일 인터넷 이용빈도		'16	
	모바일 인터넷 이용시간		'16	
스마트폰 이용현황	스마트폰 이용여부(이용률)		'16-'20	
	스마트폰 이용빈도		'16-'20	
	스마트폰 이용시간		'16-'20	

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 이용현황		'10-'20	
	전자책	전자책 이용률		'10
		전자책 이용빈도		'10
		전자책 이용기기		'10
		전자책 유형별 이용 및 이용의향		'10
		전자책 관련 인식		'10
	클라우드 서비스	클라우드 서비스 인지여부		'13
		클라우드 서비스 이용여부(이용률)		'13-'20
		클라우드 서비스 이용목적		'13-'20
		클라우드 서비스 이용의향		'13
		클라우드 서비스 이용기기		'14-'16
	인터넷 뉴스	클라우드 서비스 용도별 이용목적		'17-'19
		주이용 뉴스 매체		'09
		인터넷뉴스 이용률		'09
		인터넷뉴스 이용빈도		'09
		인터넷뉴스 내용		'09
		인터넷뉴스 이용경로		'09
	인터넷구직 활동 현황	인터넷뉴스 이용행동 및 인식		'09
		구직정보 획득 방법		'09-'12
		인터넷 구직활동 현황		'09
		인터넷 구직활동 유형		'09
		인터넷 구직정보 이용 경로		'09
	포털사이트 이용 현황	인터넷 구직활동 관련 행동 및 인식		'09
		포털사이트 이용률		'07.12-'07
		포털사이트 이용이유		'08
		주이용 포털사이트 선택이유		'07.12
		포털사이트 이용용도		'07.12
	파일공유 서비스 이용현황	포털사이트 이용행동 및 인식		'08
파일공유서비스 이용률			'08	
파일 업로드 및 다운로드 빈도			'08	
파일 유형			'08	
인터넷과 여론형성	파일공유서비스 이용행동 및 인식		'08	
	사회적 이슈 정보습득경로		'07.06	
	인터넷을 통한 사회적 이슈 정보습득경로		'07.06	
	사회적 이슈 관련 온-오프라인 활동		'07.06	
인터넷과 교육/학습	사회적 이슈 관련 행동 및 인식		'07.06	
	인터넷을 통한 교육/학습 유형 및 경로 인터넷의 영향		'06.06	
	신규 정보통신서비스 인지 및 이용여부, 이용의향		'06.06, '07.06, '08-'09	
	인터넷과 정보활동	정보 유형별 이용여부		'04.06-'04.12, '07.06
정보 이용행동 및 인식			'07.06	
인터넷과 업무	업무 관련 정보습득경로		'04.12, '06.06	
	업무 관련 인터넷 이용시간		'06.06	
	업무 관련 이메일 이용여부 및 건수		'06.06	
	업무 관련 메신저 이용여부 및 시간		'06.06	
	인터넷의 영향		'04.12, '06.06	
	화상회의		'20	
	원격근무		'20	
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-'20
		평균 기기 교체 주기	'16-'18
		스마트폰 기기 교체이유	'16-'18
		스마트폰 이용행태 및 인식	'16
		스마트폰 이용에 적절한 최소 연령	'16
	웨어러블기기 이용행태	보유 웨어러블기기 종류	'16-'18
		웨어러블기기 기능 중 이용 중인 기능	'16-'20
		웨어러블기기 기능 중 기대되는 기능	'16
	도메인 이용	웨어러블기기 향후 구매 및 이용의향	'16
		웹사이트 이용 시 접속방법	'17
		웹사이트 접속 시 한글도메인 입력경험	'17
		홈페이지 운영 시 한글도메인 보유의향	'17
	동영상서비스 이용	포털검색 결과에 한글도메인 노출 필요여부	'17
		주 이용 동영상서비스 사이트/앱	'19-'20
		동영상서비스 이용 시간	'19-'20
	인공지능 음성인식 서비스 이용	동영상서비스 이용 빈도	'19-'20
		인공지능 음성인식서비스 이용기기(이용률)	'19-'20
	인터넷의 영향	인공지능 음성인식서비스 주 이용 기능	'19-'20
		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 이용빈도 및 시간, 이용용도	'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	

02

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~'20
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~'20
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 이용여부와 관계없이 xDSL, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 케이블모뎀, 무선랜 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율	'12
	전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 xDSL, 광랜(아파트랜, FTTH 포함), 케이블모뎀, 무선랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율	'13~'18
	전체 가구 중 실제 이용여부와 관계없이 유선인터넷, 무선랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율	'19~'20
컴퓨터	데스크탑 및 노트북	'03-06~'06.06
	데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿PC(태블릿PC) 등	'06.12~'20
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~'20
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, 태블릿PC 등의 컴퓨터를 보유하고 있는 가구의 비율	'11~'20
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~'20
모바일 인터넷 이용자(률)	인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 일반 이동전화, 스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블기기 등 무선인터넷 연결이 가능한 모바일기기를 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'16~'20
스마트폰 이용자(률)	인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 자(의 비율)	'16~'20

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-'20
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-'20
인스턴트 메신저 이용자(률)	인스턴트메신저 이용여부	'04.12-'06.06
	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인스턴트메신저를 이용한 자(의 비율)	'07.12-'20
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-'20
SNS 이용자(률)	만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 SNS를 이용한 자(의 비율)	'10-'20
모바일 게임	무선 인터넷에 연결하여 스마트폰, 스파트 패드 등 모바일기기를 이용하여 실시간으로 즐기는 게임	'16
모바일 게임 이용자	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	'07.12-'12
	[블로그 운영]만6세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 본인의 블로그를 방문·관리한 자(의 비율)	
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
커뮤니티이용자(률)	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 이용자(률)	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 이용자(률)	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-'20
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-'20
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-'20
인터넷뱅킹 이용자(자)	인터넷뱅킹 서비스 이용여부	'04.12
	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근 1년 이내 인터넷뱅킹 서비스를 이용한 자	'05.06-'20
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 이용자(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 웹 서버에 저장하는 서비스, 보관된 파일은 컴퓨터, 스마트폰 등으로 다운로드 후 편집 등 원하는 작업 수행 가능	'16-'20
클라우드 서비스 이용자(자)	만12세 이상 인터넷이용자 중 최근1년 이내 클라우드 서비스를 이용한 자(의 비율)	'13-'20
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-'20
웨어러블기기 이용자(률)	만 6세 이상 인구 중 웨어러블기기를 보유 및 최근1년 이내 이용한 자(의 비율)	'16-'20
동영상 서비스	인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화, 1인 미디어 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스	'19-'20
동영상 서비스 이용자(률)	만 3세 이상 인터넷이용자 중 최근 1개월 이내 동영상 서비스를 이용한 자(의 비율)	'19-'20
인공지능 음성인식서비스	음성인식기술을 사용하여 스마트폰, 스피커가 사람의 음성을 인식하고 이에 대한 명령을 처리하는 서비스	'19-'20

부록 3

표본오차



01 인터넷 이용률

(95% 신뢰수준)

	인터넷 이용률 (%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
			하한	상한	
전 체	91.9	0.22	91.59	92.03	0.12
(성)					
남자	94.0	0.29	93.67	94.25	0.16
여자	89.7	0.32	89.42	90.06	0.18
(연령)					
3-9세	91.2	0.83	90.33	91.99	0.46
10대	100.0	0.06	99.89	100.02	0.03
20대	99.9	0.07	99.88	100.01	0.03
30대	99.9	0.05	99.88	99.99	0.03
40대	99.8	0.09	99.70	99.89	0.05
50대	99.8	0.10	99.67	99.86	0.05
60대	91.5	0.59	90.87	92.04	0.33
70세 이상	40.3	1.19	39.09	41.47	1.51
(지역)					
서울	92.3	0.47	91.83	92.77	0.26
부산	93.0	0.67	92.30	93.64	0.37
대구	96.5	0.62	95.90	97.15	0.33
인천	91.4	0.82	90.60	92.24	0.46
광주	92.0	1.26	90.78	93.31	0.70
대전	94.1	0.81	93.33	94.95	0.44
울산	95.9	0.92	95.01	96.84	0.49
세종	99.1	0.58	98.54	99.70	0.30
경기	92.3	0.45	91.87	92.76	0.25
강원	80.6	1.34	79.31	81.98	0.85
충북	95.0	0.67	94.35	95.68	0.36
충남	92.3	0.88	91.40	93.17	0.49
전북	87.4	1.34	86.09	88.76	0.78
전남	86.0	1.43	84.61	87.48	0.85
경북	93.3	0.93	92.37	94.24	0.51
경남	89.5	1.17	88.29	90.63	0.67
제주	89.1	1.96	87.16	91.07	1.12

02 컴퓨터 이용률

(95% 신뢰수준)

	컴퓨터 이용률 (%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
			하한	상한	
전 체	73.7	0.36	70.20	70.92	0.26
(성)					
남자	78.2	0.51	77.68	78.69	0.33
여자	69.3	0.52	68.74	69.78	0.38
(연령)					
3-9세	70.3	1.42	68.86	71.70	1.03
10대	98.4	0.35	98.04	98.73	0.18
20대	98.9	0.27	98.66	99.19	0.14
30대	96.2	0.39	95.84	96.62	0.21
40대	91.5	0.61	90.87	92.09	0.34
50대	72.4	0.87	71.48	73.22	0.61
60대	38.9	0.98	37.91	39.86	1.28
70세 이상	9.1	0.66	8.48	9.81	3.69
(지역)					
서울	76.1	0.91	75.19	77.00	0.61
부산	69.7	1.42	68.29	71.14	1.04
대구	73.7	1.55	72.16	75.26	1.07
인천	75.6	1.26	74.30	76.82	0.85
광주	78.2	1.79	76.42	80.01	1.17
대전	74.3	1.66	72.62	75.94	1.14
울산	76.7	1.83	74.87	78.53	1.22
세종	76.0	2.39	73.62	78.40	1.61
경기	80.8	0.75	80.03	81.53	0.47
강원	65.7	1.74	64.00	67.47	1.35
충북	71.2	1.66	69.57	72.89	1.19
충남	65.2	1.69	63.54	66.92	1.32
전북	72.0	1.75	70.26	73.77	1.24
전남	62.9	1.83	61.11	64.77	1.48
경북	67.6	1.66	65.95	69.28	1.25
경남	61.9	1.58	60.36	63.52	1.30
제주	61.9	2.46	59.48	64.41	2.03

03

가구 컴퓨터 보유율

(95% 신뢰수준)

	컴퓨터 보유율 (%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
			하한	상한	
전체	71.6	0.58	71.1	72.2	0.41
(가구주 연령)					
20대 이하	92.5	1.80	90.75	94.35	0.99
30대	95.2	0.65	94.59	95.89	0.35
40대	95.0	0.67	94.34	95.67	0.36
50대	84.6	0.97	83.67	85.61	0.58
60대 이상	37.8	0.92	36.86	38.70	1.24
(지역)					
서울	83.5	1.33	82.14	84.79	0.81
부산	62.5	2.11	60.39	64.61	1.72
대구	71.1	2.37	68.75	73.49	1.70
인천	82.9	1.92	80.96	84.79	1.18
광주	59.2	2.74	56.50	61.98	2.36
대전	71.7	2.51	69.16	74.18	1.79
울산	64.6	3.13	61.43	67.69	2.48
세종	76.3	3.47	72.80	79.75	2.32
경기	87.4	1.08	86.30	88.46	0.63
강원	72.8	2.50	70.26	75.27	1.76
충북	64.9	2.53	62.42	67.48	1.99
충남	56.1	2.48	53.64	58.60	2.25
전북	48.7	2.64	46.08	51.35	2.76
전남	45.0	2.49	42.50	47.49	2.83
경북	51.9	2.45	49.45	54.35	2.41
경남	47.2	2.35	44.81	49.51	2.54
제주	46.4	3.38	43.03	49.79	3.72

04 가구 인터넷 접속률

(95% 신뢰수준)

	인터넷 접속률 (%)	표본오차 (%p)	신뢰구간(%)		상대표준오차 (%p)
			하한	상한	
전 체	99.7	0.06	99.72	99.84	0.03
(가구주 연령)					
20대 이하	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
30대	100.0	0.05	99.94	100.04	0.02
40대	99.9	0.09	99.79	99.97	0.04
50대	99.9	0.07	99.84	99.98	0.04
60대 이상	99.4	0.13	99.30	99.57	0.07
(지역)					
서울	99.7	0.20	99.47	99.88	0.10
부산	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
대구	99.7	0.23	99.48	99.95	0.12
인천	99.8	0.22	99.56	100.00	0.11
광주	99.8	0.24	99.54	100.03	0.12
대전	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
울산	99.9	0.20	99.74	100.14	0.10
세종	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
경기	99.8	0.15	99.65	99.95	0.07
강원	99.8	0.23	99.57	100.04	0.12
충북	99.9	0.16	99.72	100.05	0.08
충남	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00
전북	99.9	0.15	99.77	100.08	0.08
전남	99.9	0.15	99.73	100.04	0.08
경북	99.5	0.36	99.10	99.81	0.18
경남	99.1	0.46	98.61	99.53	0.24
제주	100.0	0.00	100.00	100.00	0.00

05

지역 · 성 · 연령별 인터넷이용률

(단위 : %)

	남자								여자							
	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
전체	91.8 (0.64)	99.9 (0.06)	100.0 (0.04)	99.9 (0.04)	99.7 (0.08)	99.7 (0.09)	93.8 (0.40)	47.1 (1.93)	90.5 (0.67)	100.0 (0.04)	99.9 (0.05)	99.9 (0.04)	99.8 (0.06)	99.9 (0.05)	89.2 (0.52)	35.5 (2.27)
서울	90.3 (2.00)	99.7 (0.27)	100.0 (0.00)	99.9 (0.15)	100.0 (0.00)	99.8 (0.16)	93.6 (1.25)	45.6 (9.17)	90.0 (2.04)	100.0 (0.00)	99.8 (0.18)	100.0 (0.00)	99.8 (0.18)	99.9 (0.15)	90.1 (1.53)	37.3 (9.15)
부산	99.2 (0.82)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	97.2 (0.86)	56.4 (6.82)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	94.2 (1.30)	43.4 (8.31)
대구	95.7 (2.21)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.6 (0.39)	99.7 (0.33)	99.2 (0.55)	82.4 (3.60)	97.8 (1.56)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.6 (0.36)	99.7 (0.30)	99.2 (0.55)	64.2 (4.79)
인천	86.8 (3.44)	100.0 (0.00)	99.6 (0.38)	99.5 (0.34)	100.0 (0.00)	99.7 (0.31)	93.2 (1.82)	45.2 (8.75)	77.8 (3.65)	100.0 (0.00)	99.7 (0.34)	99.5 (0.32)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	84.2 (2.81)	26.4 (12.41)
광주	97.8 (2.27)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	94.7 (1.73)	39.0 (9.93)	93.4 (3.42)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.4 (0.57)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	85.7 (2.87)	25.2 (12.13)
대전	91.0 (3.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	91.8 (2.30)	52.4 (10.18)	95.3 (2.17)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	89.3 (2.60)	53.9 (9.03)
울산	100.0 (0.00)	99.2 (0.85)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	53.4 (8.16)	99.2 (0.78)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.5 (0.47)	40.9 (10.43)
세종	96.4 (2.11)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	93.1 (4.71)	96.2 (2.25)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	96.1 (2.31)	96.2 (4.38)
경기	86.5 (2.50)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.5 (0.27)	99.7 (0.18)	95.1 (1.05)	41.6 (9.09)	82.1 (2.55)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.9 (0.12)	99.7 (0.18)	99.9 (0.12)	89.3 (1.64)	30.3 (9.85)
강원	81.2 (6.05)	100.0 (0.00)	99.4 (0.57)	100.0 (0.00)	97.7 (1.17)	95.0 (1.62)	70.2 (4.76)	17.4 (21.99)	94.3 (2.96)	99.1 (0.93)	99.6 (0.45)	100.0 (0.00)	99.1 (0.68)	98.6 (0.81)	57.6 (5.84)	9.4 (33.42)
충북	91.9 (3.23)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	96.6 (1.33)	67.3 (5.56)	97.8 (1.60)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	97.1 (1.19)	62.1 (5.68)
충남	99.0 (1.04)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.2 (0.60)	89.7 (2.11)	62.0 (5.56)	93.4 (2.60)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.3 (0.50)	85.0 (2.49)	49.9 (7.03)
전북	98.6 (1.41)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	90.9 (1.94)	35.9 (8.58)	94.7 (2.72)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	89.2 (2.05)	20.2 (11.87)
전남	97.1 (2.06)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	89.2 (2.13)	37.9 (7.30)	96.9 (2.23)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.3 (0.66)	100.0 (0.00)	88.5 (2.05)	24.2 (9.38)
경북	93.7 (2.94)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.5 (0.47)	100.0 (0.00)	98.6 (0.70)	64.4 (4.40)	96.7 (1.95)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	95.0 (1.33)	56.5 (4.15)
경남	99.3 (0.67)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	94.7 (1.22)	30.4 (8.68)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	85.6 (2.06)	11.4 (15.03)
제주	89.3 (6.67)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	99.4 (0.64)	91.9 (3.00)	20.2 (14.44)	95.0 (5.26)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	100.0 (0.00)	85.8 (3.96)	14.5 (20.09)

※ () 안 수치는 상대표준오차(단위:%p)

부록 4 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 **NIA 한국정보화진흥원**

조사기관 **MetriX research**



2020년 인터넷이용실태조사(가구)

안녕하십니까?

과학기술정보통신부와 한국정보화진흥원은 ‘국가정보화기본법 제14조, 제49조(지표조사)’에 근거하여 국내 가구 및 개인의 인터넷 이용환경과 이용현황을 파악하기 위하여 ‘2020년 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.

2020년 8월
과학기술정보통신부 장관



조사 문의처 메트릭스리서치: 인터넷이용실태조사 전용 콜센터 (☎ 080-801-8377)
담당: [연구부] 민지현 차장 (☎ 02-6244-0780) [실사부] 김주연 차장 (☎ 02-6244-0762)

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

가구 정보	주소				전화 번호		
					※ 전화번호는 응답 내용을 확인하거나 추가 질문을 하기 위한 것으로 다른 목적으로는 절대 사용하지 않습니다.		
	시·도	시·군·구	읍·면·동		전화 (유선/이동전화 중 가능한 대표번호)	() -	<input type="checkbox"/> ① 전화없음 <input type="checkbox"/> ② 응답거부
	도로명 주소	공동주택명	동	호			
주택 형태	<input type="checkbox"/> ① 단독주택(다가구포함) <input type="checkbox"/> ④ 비거주용 건물내의 주택		<input type="checkbox"/> ② 아파트 <input type="checkbox"/> ⑤ 기타		<input type="checkbox"/> ③ 연립주택, 빌라, 다세대주택		

**응답 및
작성 방법**

- 면접원의 안내에 따라 응답해 주십시오.
- 본 <가구 설문지>는 가구주 또는 가구주의 배우자께서 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 **가구주부터** 기입하며, 가구원이 8명 이상인 경우에는 설문지를 추가합니다.
- **가구원**이란 2020년 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	이름	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: _____)
1		① 가구주	<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
2			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
3			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
4			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
5			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
6			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
7			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
8			<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여	년 월	
총 가구원 수		총 _____명	만3세 이상 가구원 수 (2017년 6월 30일 이전 출생자)		_____명

※ 2020년 7월 1일 기준으로 응답해 주십시오.
 ※ 본 조사에서 인터넷은 무선인터넷을 포함합니다.

01 귀 댁에 다음과 같은 정보통신 기기를 보유하고 있습니까?
 정보통신 기기의 보유여부를 기재해 주십시오.

항 목	보유 여부 (✓)
(1) 데스크탑 컴퓨터	<input type="checkbox"/>
(2) 노트북 컴퓨터	<input type="checkbox"/>
(3) TV	
① 일반TV(아날로그, 디지털 포함)	<input type="checkbox"/>
② 스마트TV(인터넷 가능함)	<input type="checkbox"/>
(4) 게임기 (플레이스테이션, PSP, XBOX, 닌텐도 3DS, 닌텐도 스위치 등)	<input type="checkbox"/>
(5) 스마트폰	<input type="checkbox"/>
(6) 태블릿PC (갤럭시탭, 아이패드 등 태블릿)	<input type="checkbox"/>
(7) 인공 지능 스피커 (SK텔레콤 누구(NUGU), KT 기가지니, 애플 홈팟, 네이버 클로바, 카카오톡미니 등)	<input type="checkbox"/>
(8) 전자책 단말기 (리디북스 페이퍼 프로, 크레마, 아이리버 샘, 킨들, 코보 등)	<input type="checkbox"/>
(9) 스마트 가전 (냉장고, 에어컨, 세탁기, 전등 등)	<input type="checkbox"/>
(10) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>

02 귀 댁에서 컴퓨터, 스마트폰(태블릿PC 포함), 게임기,
 TV등을 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 유선인터넷
- ② 무선랜(와이파이, 기기 와이파이 포함)
- ③ 모바일 인터넷(3G, LTE, 5G 등)
- ④ 이동형 무선인터넷 공유기
 (KT 애그, LG U+ 라우터, 와이드모바일 와이파이 도시락 등)
 ※ 손바닥 크기의 전용 모뎀을 구입하여 무선기기를 통해 인터넷 접속
- ⑤ 기타(적어 주십시오: _____)
- ⑥ 잘 모름(가입회사명: _____)

04 귀 댁은 집안의 각기 다른 공간에서 인터넷을 사용할 수
 있습니까? 귀 댁의 **인터넷 공유 환경**에 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, 태블릿PC 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 귀택에서 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, LG헬로 인터넷 등)	<input type="checkbox"/>
(5) IPTV (KT 올레 TV, SK 브로드밴드 BTV, LG U+ MG 등)	<input type="checkbox"/>
(6) 케이블TV(유선방송) (LG헬로비전, SK브로드밴드 케이블, 딜라이브, CMB, 현대HCN 등)	<input type="checkbox"/>
(7) 위성방송 (KT 스카이라이프)	<input type="checkbox"/>
(8) IoT서비스 (CCTV, 조명, 가스, 냉·난방 등 원격 제어 기능 이용, LG IoT@Home, SKT SMART HOME, KT GIGA IoT 등)	<input type="checkbox"/>



귀택내 가구원 전체의 소득을 합하면
월 평균 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

⇒ 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	2020년 ____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 **NIA 한국정보화진흥원**

조사기관 **MetriX research**



2020년 인터넷이용실태조사(가구원)

안녕하십니까?

과학기술정보통신부와 한국정보화진흥원은 ‘국가정보화기본법 제14조, 제49조(지표조사)’에 근거하여 국내 가구 및 개인의 인터넷 이용현황과 이용현황을 파악하기 위하여 ‘2020년 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.

2020년 8월
과학기술정보통신부 장관



조사 문의처 메트릭스리서치: 인터넷이용실태조사 전용 콜센터 (☎ 080-801-8377)
담당: [연구부] 민지현 차장 (☎ 02-6244-0780) [실사부] 김주연 차장 (☎ 02-6244-0762)

면접원 기재란	지역 및 조사구 번호				가구 번호		응답자		동반 응답자	
	가	구	가	구	가	구	이름	가	구	이름

응답자 정보	성 별		생년월(만연령)			
	<input type="checkbox"/> ① 남 <input type="checkbox"/> ② 여		양력 _____년 _____월 (만 _____세)			
	교육 정도		직업(소득활동)			
	학 교	이수여부	직업 코드		※ 본 설문지 11쪽에 있는 직업코드를 참고하시어 기재해 주십시오. <input style="width: 50px; height: 30px;" type="text"/>	
	<input type="checkbox"/> ① 무학 (→ <input type="checkbox"/> ① 어린이집/유치원 재학)		<input type="checkbox"/> ① 있음 ⇒			
<input type="checkbox"/> ② 초등학교	<input type="checkbox"/> ① 재학 <input type="checkbox"/> ② 중퇴 <input type="checkbox"/> ③ 휴학 <input type="checkbox"/> ④ 수료 <input type="checkbox"/> ⑤ 졸업	<input type="checkbox"/> ② 없음 ⇒		<input type="checkbox"/> ① 전업주부 <input type="checkbox"/> ② 학생 <input type="checkbox"/> ③ 기타		
<input type="checkbox"/> ③ 중학교		<input type="checkbox"/> ③ 구직활동 여부		<input type="checkbox"/> ① 예 <input type="checkbox"/> ② 아니오		
<input type="checkbox"/> ④ 고등학교						
<input type="checkbox"/> ⑤ 대학교(2, 3년제)						
<input type="checkbox"/> ⑥ 대학교(4년제 이상)						
<input type="checkbox"/> ⑦ 대학원(석사과정)						
<input type="checkbox"/> ⑧ 대학원(박사과정)						

응답 및 작성 방법

- 면접원의 안내에 따라 응답해 주십시오.
- 본 <가구원 설문지>는 만3세 이상(2017년 6월 30일 이전 출생) 가구원 한 분 한 분이 응답해 주시면 됩니다. 만3~5세 유아 등은 필요시 보호자 동반 하에 설문에 응답해 주시기 바랍니다.
- <가구원 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.

- ※ 2020년 7월 1일 기준으로 최근 1년 동안의 경험을 기반으로 응답해 주십시오.
- ※ 본 조사에서 인터넷은 무선인터넷을 포함합니다.

→ 먼저 컴퓨터 및 이동전화 이용에 관한 내용입니다.

01 최근에 언제 컴퓨터(노트북, 태블릿PC 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

02 얼마나 자주 컴퓨터(노트북, 태블릿PC 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
- ⇒ 만12세 미만(2008년 7월 1일 이후 출생자)은 04번으로 이동하십시오

03 만12세 이상만 응답 다음 디지털 활용 능력 중 귀하께서 가능하신 것은 무엇입니까?

데스크탑 컴퓨터 등 PC로 가능한 경우 좌측에 체크(✓)하여 주시고, 스마트폰, 태블릿PC 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) 특정 언어를 사용한 컴퓨터 프로그래밍 (자바, 파이썬, C++ 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

04 최근에 언제 이동전화(스마트폰 포함)를 이용하셨습니다?

- ※ 이동전화를 통해 하는 모든 활동(동화, 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 이용하셨습니다?

- ※ 이동전화, 스마트폰, 태블릿PC, 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(2014년 7월 1일 이후 출생자)는 44번으로, 만6세 이상은 39번으로 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 접속하셨습니다? 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 스마트폰을 이용한 무선인터넷 사용
- ⑤ 5G 스마트폰을 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, 태블릿PC 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 스마트폰, 태블릿PC, 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(3G, LTE, 5G)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(3G, LTE, 5G)을 활용한 인터넷 평균 이용 빈도와 이용 시간은 얼마나 됩니까?

※ 작측 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, 태블릿PC 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 (✓)
(1) 커뮤니케이션		
① 이메일	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② SNS (페이스북, 인스타그램, 밴드, 카카오톡, 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 음성/영상 통화(보이스톡, 페이스톡, 페이스타임, 라인(LINE)등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13-1 (1) 커뮤니케이션 활동 4가지 중 하나라도 이용하는 응답자

귀하께서는 위의 4가지 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 (✓)
(2) 자료 및 정보 획득		
① 건강, 의료정보(질병 현황, 병원정보, 증상, 영양정보 검색 등 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 상품, 서비스 등 정보	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 신문, 잡지 등 뉴스(기사) 읽기	<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"/>

13-2 (2) 자료 및 정보 획득 5가지 중 하나라도 이용하는 응답자 귀하께서 인터넷 검색시에 주로 사용하는 사이트/앱과 검색 결과를 신뢰하는 사이트/앱은 무엇입니까?
순서대로 2순위까지 응답해 주십시오. (1순위만 선택 하셔도 무방합니다)

주이용 1순위() → 2순위()
신뢰하는 정도 1순위() → 2순위()

- ① 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등)
- ② 동영상서비스(유튜브 등)
- ③ SNS(페이스북, 인스타그램, 네이버밴드, 트위터 등)
- ④ 메신저(카카오톡, 페이스북 메신저, 라인 등)
- ⑤ 기타(적어 주십시오: _____)

항 목	컴퓨터 (PC) (✓)	모바일 기기 (✓)
(3) 여가활동		
① TV 시청 및 라디오 청취	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 음악(노래) 듣기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 이미지, 동영상, 영화 등 보기	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 게임(온라인게임, 게임 다운로드)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 직업 · 직장		
① 구직활동 및 입사지원(채용공고 검색 및 지원, 아르바이트 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 직업, 직장관련 온라인 참여(이명게시판 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 화상회의(직업 · 직장 관련 회의 참여를 위해 구글행아웃, 줌, 슬랙, MS팀스 등 서비스 사용)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 원격근무(디지털 기기를 활용한 재택근무 또는 스마트워크)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 교육 · 학습		
① 온라인 교육(EBS온라인클래스, e학습터, 위두랑 등 학교의 온라인 강의, 학원 인터넷강의, 대학사이버강좌, 인터넷 수능 방송, 직장인 온라인 직무교육 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 온라인 자료, 어학 · 백과사전 등 정보검색을 통한 지식습득/학습	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 홈페이지 등 운영		
① 개인 홈페이지 운영	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 사진 및 동영상 게시 · 공유(페이스북, 인스타그램, 밴드, 카카오톡스토리, 트위터, 유튜브, 아프리카TV 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 블로그 운영	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 기타		
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"/>

동영상서비스에 대한 내용입니다.
만3세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

동영상서비스란?

인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화, 1인 미디어 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스
예) 유튜브, 페이스북 왓치, 아프리카TV, 왓치플레이, 웨이브(wave), 네이버TV, 다음TV, 티빙(Tving), 넷플릭스 등

14 주로 사용하는 동영상서비스를 이용하는 앱/사이트는 무엇입니까? 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위() → 3순위()

- ① 유튜브
- ② 페이스북 왓치
- ③ 아프리카 TV
- ④ 왓치플레이
- ⑤ 웨이브(wave)
- ⑥ 네이버(포털사이트, 네이버TV)
- ⑦ 다음(포털사이트, 카카오톡)
- ⑧ 티빙(Tving)
- ⑨ 넷플릭스
- ⑩ 통신사 앱/사이트(유플러스 모바일TV, 올레TV, SKT)
- ⑪ 아마존 프라임
- ⑫ 기타(적어 주십시오: _____)
- ⑬ 전혀 안봄/이용 안함 ⇒ 16번으로

15 동영상서비스를 이용하는 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)

⇒ 만3-5세(2014년 7월 1일 이후 출생자) 중 최근 1개월 이내 인터넷 이용자문 05번에서 ①~③ 응답자는 설문이 종료되었습니다.
그 외 만3-5세는 44번으로 이동하십시오

16 귀하께서는 인터넷을 통하여 다음과 같은 활동을 하십니까?

항목	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(2008년 7월 1일 이후 출생자)은 18번으로 이동하십시오

17 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 이용시간에 소식, 정보 등을 주고 받는 전자우편 방식

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

18 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 ⇒ 20번으로
- ⑦ 이메일 이용한 적 없음 ⇒ 20번으로

19 이메일을 얼마나 자주 이용하십니까?

빈도	업무(일)를 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, 인스타그램 다이렉트, 네이버밴드 메신저, 유튜브메신저 등

20 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 23번으로

21 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 인스타그램 다이렉트
- ⑦ 네이버밴드 메신저
- ⑧ 유튜브 메신저
- ⑨ 기타(적어 주십시오: _____)

22 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 공유·열람·관찰하는 등의 활동

예) 페이스북, 인스타그램, 네이버 밴드, 카카오톡, 트위터, 블로그, 카페 등

23 최근에 언제 SNS를 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

24 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)

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

1순위() → 2순위() → 3순위()

- ① 페이스북
- ② 인스타그램
- ③ 네이버 밴드
- ④ 카카오톡
- ⑤ 트위터
- ⑥ 블로그(네이버, 다음 등)
- ⑦ 카페(네이버, 다음 등)
- ⑧ 기타(적어 주십시오: _____)

26 SNS를 이용하는 이유를 순서대로 3순위까지 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위() → 3순위()

- ① 친교·교제를 위해서
- ② 타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서
- ③ 일상생활에 대한 기록을 위해서
- ④ 취미 등 개인적 관심사, 정보나 지식 등을 공유하기 위해서
- ⑤ 정보나 지식 등을 검색하기 위해서
- ⑥ 단순히 시간을 보내기 위해서
- ⑦ 기타(적어 주십시오: _____)

⇒ 만12세 미만(2008년 7월 1일 이후 출생자)은 39번으로 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(2008년 7월 1일 이후 출생자)은 39번으로 이동하십시오

인터넷쇼핑(유료 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) 쇼핑몰 : 옥션, G마켓, 11번가, 홈쇼핑몰, 할인마트, 백화점 쇼핑몰 등
소셜커머스 : 쿠팡, 티몬, 위메프 등
중고거래 : 중고나라, 셀러, 번개장터, 당근마켓 등
구글 플레이, 애플 앱스토어 등을 통한 유료 앱 구매
SNS 연계 : 인스타그램, 네이버/다음 카페, 카카오톡, 페이스북 등

28 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 34번으로

29 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)

30 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 금액은 월 평균 어느 정도입니까? 2019년 7월부터 2020년 6월까지 구매 경험을 기반으로 월 평균 금액을 기재해 주십시오. 그 중에서 해외직구로 구입한 비중을 %로 기재해 주십시오.

월 평균 _____ 원

전체 금액 중 해외직구 비중 (_____)%
(100%이하 기재)

31 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.

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

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

항목	컴퓨터(PC) 쇼핑 (✓)	모바일 쇼핑 (✓)
(1) 도서, 잡지, 신문 (웹툰, 만화 등 제외) (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) 모바일, PC, 콘솔 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) 건강관련제품(마스크, 손세정제, 비타민, 홍삼 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12) 영화, 동영상, 이미지 (다운로드, 스트리밍, 오프라인 배송, 정기결제(구독) 등 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(13) 음악(음원 사이트 이용 등) (다운로드, 스트리밍, 오프라인 배송, 정기결제(구독) 등 포함)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(14) 가전, 전자제품(TV, 냉장고, 세탁기 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

항 목	컴퓨터(PC) 쇼핑 (✓)	모바일 쇼핑 (✓)
(15) 가구, 인테리어 용품 (침구, 책상, 옷장 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(16) 영화, 문화공연 (연극, 뮤지컬, 스포츠 등의 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) (게임 제외)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 이모티콘	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 웹툰·만화	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 게임 내 유료 결제 아이템	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 휴대폰 통화 연결음	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ 성인용 콘텐츠	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(21) 기타(적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함) 하면서 주로 이용한 앱/사이트를 **순서대로 3순위까지** 응답해 주십시오. (1순위 혹은 2순위까지만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위() → 3순위()

- ① 일반 쇼핑사이트/앱(옥션, G마켓, 11번가, 홈쇼핑몰, 할인마트, 백화점 쇼핑몰 등)
- ② 소셜커머스(티몬, 쿠팡, 위메프 등) 사이트/앱
- ③ 예약·예매 사이트/앱(티켓링크, 인터파크티켓, 멜론티켓, 하나티켓 등)
- ④ O2O(공유경제 포함) 중개 앱(배달의 민족, 직방, 야놀자, 에어비앤비, 카카오택시, 스마트오더(사전 주문 서비스) 등)
- ⑤ 중고품 거래 사이트/앱(중고나라, 셀잇, 당근마켓, 번개장터 등)
- ⑥ SNS 연계 쇼핑(인스타그램, 네이버/다음 카페 등)
- ⑦ 기타(적어 주십시오: _____)

⇒ 응답 후 35번으로 이동

34 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, KB국민은행 스타뱅킹, 신한 솔(SOL)뱅크, NH농협 스마트뱅킹, KEB하나은행 스마트폰 뱅킹 등 모바일뱅킹 서비스 및 케이뱅크, 카카오뱅크 등 인터넷 전문은행서비스

35 최근 1년간 은행거래(방문 거래, 인터넷뱅킹 등)를 하신 경험이 있습니까?

※ 은행거래는 실생활에서 이루어지는 은행과의 거래 방식을 모두 포함

- ① 예 ② 아니요 ⇒ 37번으로

35-1 최근에 언제 인터넷뱅킹을 이용하셨습니다? 컴퓨터(PC)로 이용하는 경우와 모바일 기기로 이용하는 경우에 따라 각각 체크(✓)하여 주시기 바랍니다.

인터넷 뱅킹 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 37번으로

36 평소 송금시에 주로 이용하는 서비스는 다음 중 무엇입니까? **순서대로 2순위까지** 응답해 주십시오. (1순위만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위()

- ① 일반 은행 (국민, 신한, 하나, 우리, 기업, 지방은행 등) 인터넷뱅킹
- ② 인터넷전문은행(케이뱅크, 카카오뱅크) 인터넷뱅킹
- ③ 간편 송금 서비스 (토스, 카카오페이, 페이코, 네이버페이 등)
- ④ 기타(적어 주십시오: _____)

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, iCloud, KT Cloud, LG U+박스, MS one drive, 드롭박스 등)
문서작업(구글 독스, MS 오피스 365 등)
일정/연락처(구글 캘린더, 네이버 캘린더, 네이버 주소록 등)

37 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 ⇒ 39번으로
- ⑦ 클라우드 서비스 이용한 적 없음 ⇒ 39번으로

38 클라우드 서비스를 이용하는 목적은 무엇입니까? 해당사항을 모두 선택해 주십시오.

항 목	해당항목 (✓)
(1) 자료 및 정보 관리 (파일 올리기, 내려 받기, 폴더 및 파일 공유 등)	<input type="checkbox"/>
(2) 문서 편집 (구글 독스, MS 오피스 365 등)	<input type="checkbox"/>
(3) 멀티미디어 콘텐츠 스트리밍 재생 (음악 듣기, 동영상 보기 등)	<input type="checkbox"/>
(4) 기기에 저장된 일정, 연락처 등 동기화 및 관리 (캘린더형 드라이브 등)	<input type="checkbox"/>
(5) 원격교육 (초·중·고등학교 및 대학교 온라인 강의, 학원 강좌 등을 포함)	<input type="checkbox"/>
(6) 화상회의 (회사, 소그룹 개인 모임 등을 포함)	<input type="checkbox"/>
(7) 기타 (적어 주십시오: _____)	<input type="checkbox"/>

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

39 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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 일반 이동전화 (스마트폰 제외)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 태블릿PC (갤럭시탭, 아이패드 등 태블릿)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 게임기 (휴대 가능한 기기)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) 웨어러블 기기 (시계형/밴드형/영유아 및 노약자 기기/ VR·AR(가상·증강현실 체험) 기기)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) 전자책 단말기 (리디북스 페이퍼 프로, 크레마, 아이리버 샘, 킨들, 코보 등)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) 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

40 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(동영상 감상, 게임 등)
- ⑦ 영유아 및 노약자의 위치 확인 등 추적, 보호 기능
- ⑧ 기타(적어 주십시오: _____)

▶ 인공지능 음성인식서비스에 대한 내용입니다.
만6세 이상만 응답해 주시기 바랍니다.

인공지능 음성인식서비스란?

음성인식기술을 사용하여 스마트폰, 스피커가 사람의 음성을 인식하고 이에 대한 명령을 처리하는 서비스

- 예) 스마트폰 음성인식서비스: 갤럭시 빅스비, 애플 시리, LG Q보이스 등
인공지능스피커: 네이버 클로바, 카카오톡 미니, 아마존 알렉사, SK텔레콤 누구, KT기가지니 등
음성인식 서비스 앱: T map 등 내비게이션 앱, 음성/문자로 변환하는 앱, 번역 앱 등
스마트 가전: 음성인식 서비스가 가능한 TV, 냉장고, 에어컨 등

41 인공지능 음성인식서비스를 이용하는 기기는 무엇입니까?
순서대로 2순위까지 응답해 주십시오. (1순위만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위()

- ① 스마트폰 음성인식서비스
- ② 인공지능스피커
- ③ 음성인식 서비스 앱
- ④ 스마트 가전
- ⑤ 기타(적어 주십시오: _____)
- ⑥ 인공지능 음성인식서비스를 사용하지 않음

⇒ @번 응답자 중 만12세 이상 & 스마트폰 이용자 43번으로 이동

42 인공지능 음성인식서비스 이용자만 응답 인공지능 음성인식 서비스의 주 이용 기능은 무엇입니까? 순서대로 2순위까지 응답해 주십시오. (1순위만 선택하셔도 무방합니다)

1순위() → 2순위()

- ① 음악/라디오(팟캐스트)/뉴스/오디오북 등 듣기
- ② 날씨/교통 정보 얻기
- ③ 일정관리
- ④ 타이머 혹은 알람 설정하기
- ⑤ 일반적인 질문하기
- ⑥ 농담하기
- ⑦ 전화걸기
- ⑧ 번역하기
- ⑨ 가전기기 작동
- ⑩ 상품 주문하기
- ⑪ 기타(적어 주십시오: _____)

⇒ 만12세 미만(2008년 7월 1일 이후 출생자) 중 최근 1개월 이내 인터넷 이용자문 05번에서 ①~③ 응답자는 설문이 종료되었습니다.
그 외 만12세 미만은 44번으로 이동하십시오

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

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

(), (), ()

- ① 사진 및 동영상 (촬영 및 편집)
- ② 뉴스, 날씨, 미세먼지 등 기상정보 포함
- ③ 채팅, SNS 등 커뮤니케이션
- ④ 금융
- ⑤ 게임
- ⑥ 음악, 미디어 (동영상 시청 포함), 전자책, 도서, 웹툰
- ⑦ 내비게이션 및 지도(지역정보 등 검색)
- ⑧ 쇼핑 및 예약(호텔과 항공예약 등)
- ⑨ 건강, 스포츠
- ⑩ 사진, 백과사전 등 지식
- ⑪ 버스, 철도, 항공 등 공공 교통수단
- ⑫ 메모, 달력, 문서관리 등 생산성
- ⑬ 기타(적어 주십시오: _____)

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

▶ 인터넷 비이용자에 관한 내용입니다.

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

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

- ① 관심 또는 필요가 없어서
- ② 이용할 자신이 없거나 이용방법을 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: _____)

45 향후 인터넷을 이용할 의향이 있습니까?

- ① 있음
- ② 없음

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)

※ 끝까지 응답해 주셔서 감사드립니다. ※

본 조사에 대해 궁금한 점은 아래로 연락 부탁드립니다.
인터넷이용실태조사 전용 콜센터
☎ 080-801-8377

2020 인터넷이용실태조사

인 쇄 2021년 3월
발 행 2021년 3월
발행인 문 용 식
발행처 한국지능정보사회진흥원
(National Information Society Agency)
(41068)대구광역시 동구 침단로 53
Tel. 053-230-1114

1. 본 보고서는 과학기술정보통신부의
출연금으로 수행한 사업의 결과입니다.

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

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

