

스마트 모바일 강국 실현

2011년 하반기 스마트폰이용실태조사



2012년 1월



< 목 차 >

- I. 조사개요 1
- II. 스마트폰 이용 현황 2
 - 1. 스마트폰 단말기 이용 행태 2
 - 2. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 현황 8
 - 3. 모바일앱 이용 현황 10
 - 4. 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황 13
- III. 주요 스마트폰 서비스 이용 현황 14
 - 1. 스마트폰을 통한 SNS(소셜 네트워크 서비스) 이용 현황 14
 - 2. 스마트폰을 통한 모바일 인스턴트 메신저 이용 현황 16
 - 3. 스마트폰을 통한 모바일쇼핑 이용 현황 17
 - 4. 스마트폰을 통한 금융 서비스 이용 현황 18
 - 5. 스마트폰 광고 이용 현황 20
 - 6. 스마트폰 A/S 현황 21
- VI. 스마트패드 이용 현황 23
 - 1. 스마트패드 이용 경험 23
 - 2. 스마트패드 이용 이유 23
 - 3. 스마트패드 이용 활동 비교 24
- <부록> 청소년 이용자의 스마트폰 이용 현황 25

본 보고서는 한국인터넷진흥원(Korea Internet & Security Agency)의 사업 결과로, 본 보고서의 내용을 인용 할 때에는 반드시 한국인터넷진흥원 사업의 결과임을 밝혀야 합니다.

본 보고서는 <http://isis.kisa.or.kr>에서 볼 수 있습니다.

I. 조사개요

조사대상

만12~59세 스마트폰 이용자

유효표본수

4,000명

조사방법

인터넷 조사

조사기간

2011. 11. 11 ~ 2011. 11. 20 (10일간)

표본추출

다단계층화추출

▶ 주요 용어 정리

- 스마트폰(Smart Phone)
 - : 일반 PC와 같이 고기능의 범용 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 모바일앱(Mobile App.)을 자유롭게 설치·동작시킬 수 있는 고기능 휴대폰으로 '손 안의 PC'로 불림
 - 예) 아이폰, 갤럭시, 옴니아, 블랙베리, 엑스페리아, 모토로이, 옵티머스 등
- 앱스토어(App Store)
 - : 애플사가 처음 사용한 용어이지만, 현재는 Application Store의 준말로 일반적으로 개발자들이 직접 개발한 애플리케이션(Application)을 올려 놓고 자유롭게 사고 팔 수 있는 온라인장터(Marketplace)를 뜻함
 - 예) 애플(Apple) 앱스토어, SKT T스토어, KT olleh마켓, 구글 안드로이드마켓 등
- 모바일앱(Mobile App)
 - : 스마트폰에 최적화된 응용소프트웨어(application)로서 게임, e-book, 내비게이션 등 다양한 서비스를 제공하며, 앱스토어(App Store)를 통해 자신이 원하는 모바일앱을 구입하고 스마트폰에 추가하여 이용할 수 있음

II. 스마트폰 이용 현황

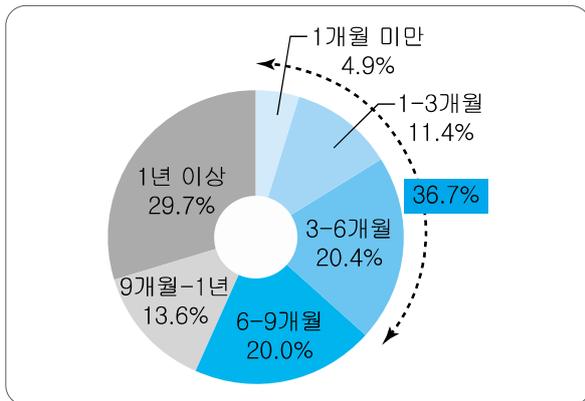
1. 스마트폰 단말기 이용 행태

가. 스마트폰 이용 기간 및 이용대수

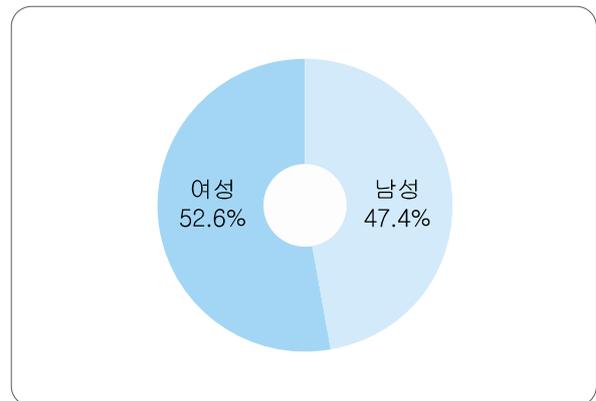
 **스마트폰 이용자의 36.7%가 6개월 미만 신규 이용자**

-  만12-59세 스마트폰 이용자의 36.7%가 스마트폰을 이용한 지 6개월 미만('1개월 미만' 4.9%, '1-3개월' 11.4%, '3-6개월' 20.4%)인 신규 스마트폰 이용자인 것으로 나타남
-  신규 스마트폰 이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 여성 신규 이용자가 52.6%로 남성(47.4%)보다 많음

[그림 1] 스마트폰 이용 기간(%)

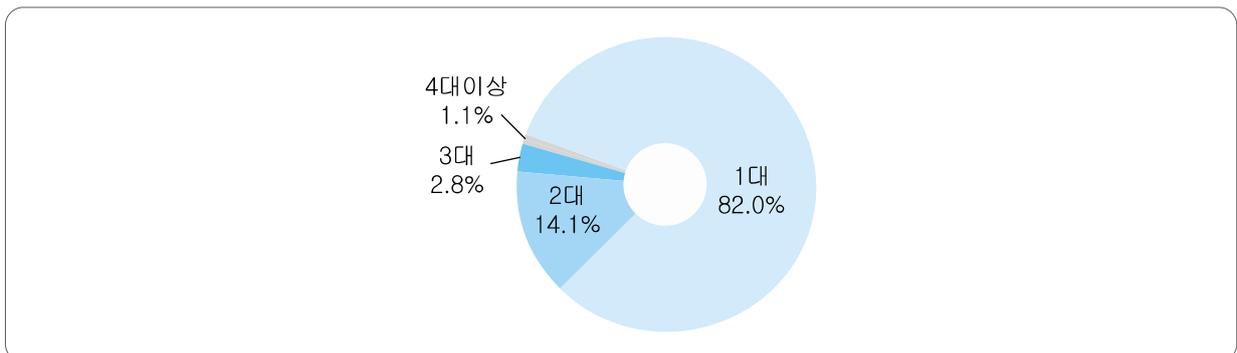


[그림 2] 성별 신규 스마트폰 이용자 구성비(%)
- 신규 스마트폰 이용자



-  스마트폰 이용자 10명 중 8명은 지금까지 스마트폰 1대를 이용하였으며, 2대를 이용한 경험이 있는 경우는 14.1%임

[그림 3] 스마트폰 이용 대수(%)



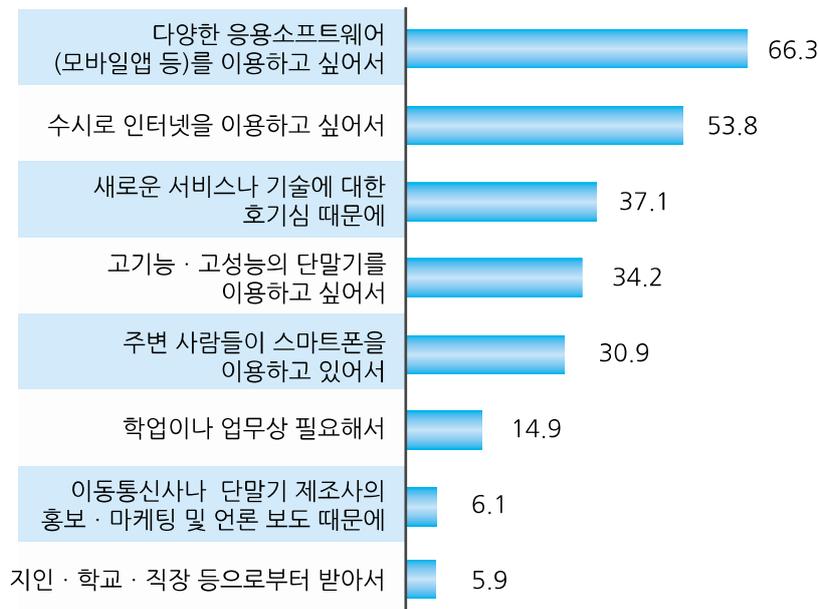
나. 스마트폰 이용 계기



주로 '모바일앱 등 다양한 응용소프트웨어를 이용하기 위해' 스마트폰 이용 시작

- 스마트폰 이용자의 66.3%가 '다양한 응용소프트웨어(모바일앱 등)를 설치·이용하고 싶어서' 스마트폰을 이용하게 되었으며, '수시로 인터넷을 이용하고 싶어서(53.8%)' 이용한 경우도 과반수임
- '새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에(37.1%)', '고기능, 고성능의 단말기를 이용하고 싶어서(34.2%)', '주변 사람들이 스마트폰을 이용하고 있어서(30.9%)' 스마트폰을 이용하게 된 경우도 30% 이상임

[그림 4] 스마트폰 이용 계기(복수응답, %)



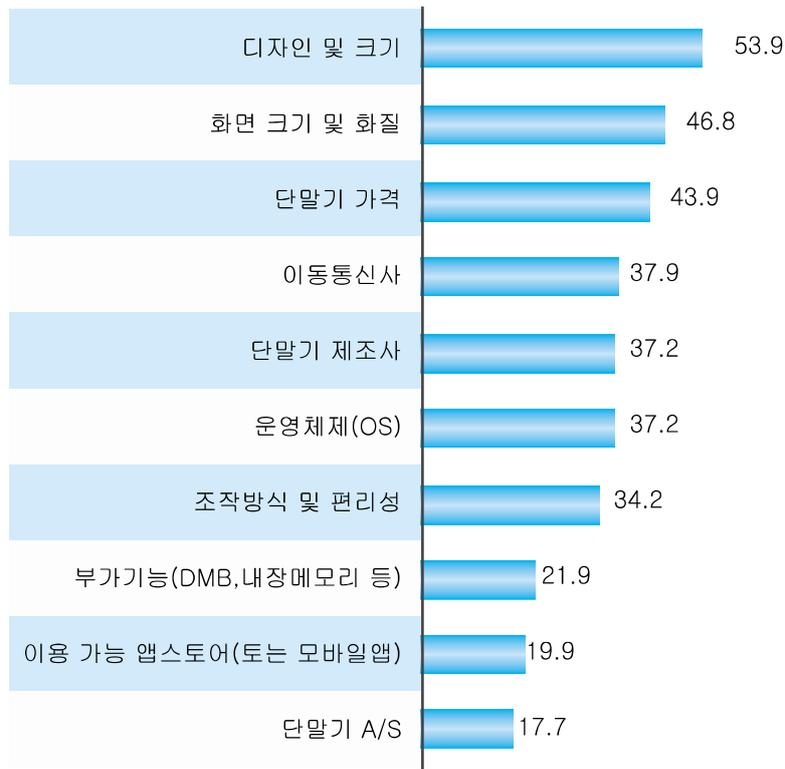
다. 스마트폰 선택 시 고려사항



스마트폰 선택 시 주로 '디자인 및 크기' 또는 '화면 크기 및 화질' 고려

스마트폰 이용자의 과반수(53.9%)가 현재 이용 중인 스마트폰 선택 시 '디자인 및 크기'를 고려하였으며, 다음으로 '화면크기 및 화질(46.8%)', '단말기 가격(43.9%)', '이동통신사(37.9%)' 등의 순임

[그림 5] 스마트폰 선택 시 고려사항(복수응답, %)



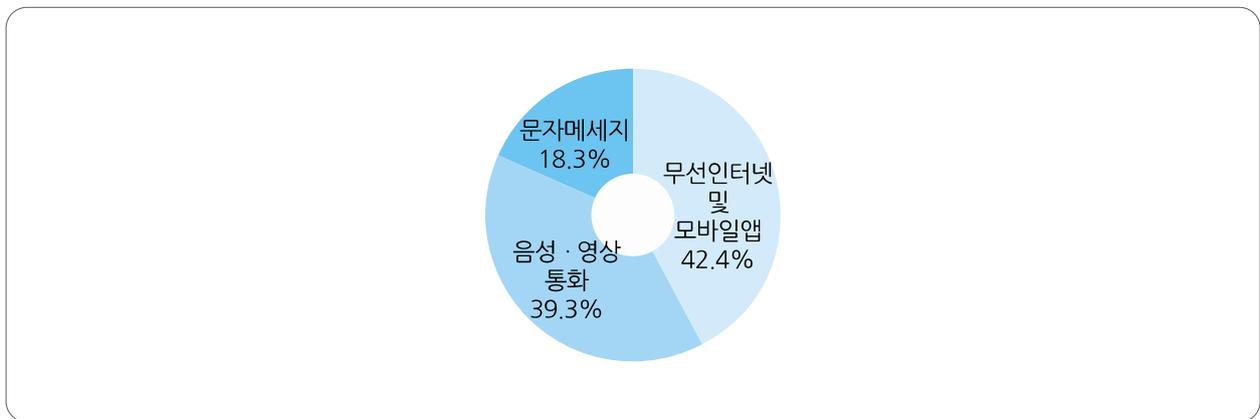
라. 스마트폰 기능별 이용 비중



'통화'나 '문자메시지' 기능보다 '무선인터넷 및 모바일앱' 이용 비중이 큼

- 스마트폰 이용 시 '무선인터넷 및 모바일앱(42.4%)'을 이용하는 비중이 가장 큰 것으로 나타났으며, '음성·영상통화' 이용 비중은 39.3%임

[그림 6] 스마트폰 기능별 이용 비중(%)



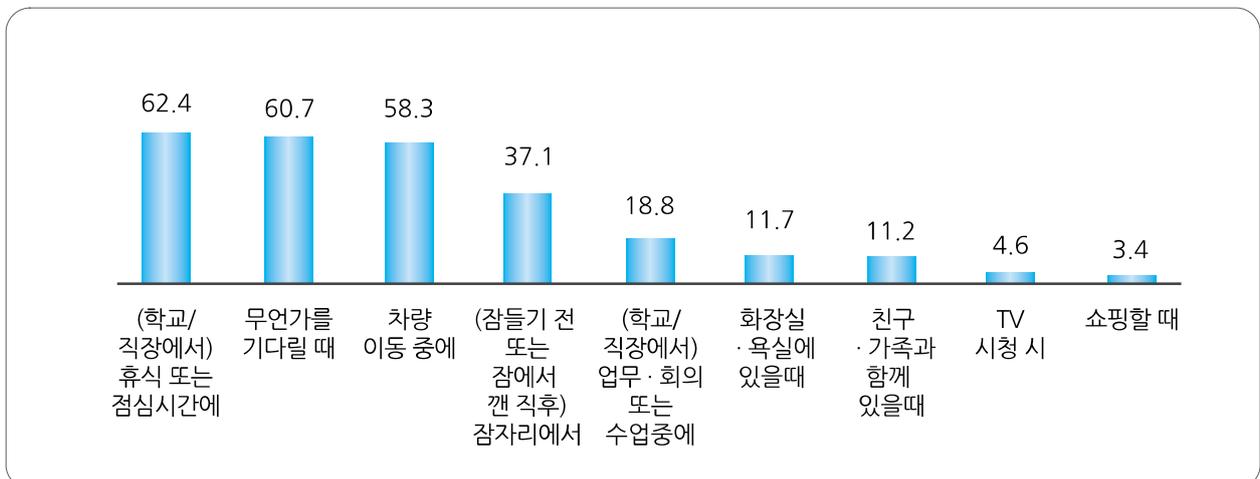
마. 스마트폰 이용 시기



주로 '휴식 또는 점심시간'이나 '무언가를 기다릴 때' 스마트폰을 이용

- '학교나 직장에서 휴식·점심시간에(62.4%)' 또는 '무언가를 기다릴 때(60.7%)' 스마트폰을 이용하는 경우가 60% 이상임

[그림 7] 스마트폰 이용 시기(복수응답, %)



바. 스마트폰 통화 기능 이용 시 불편사항

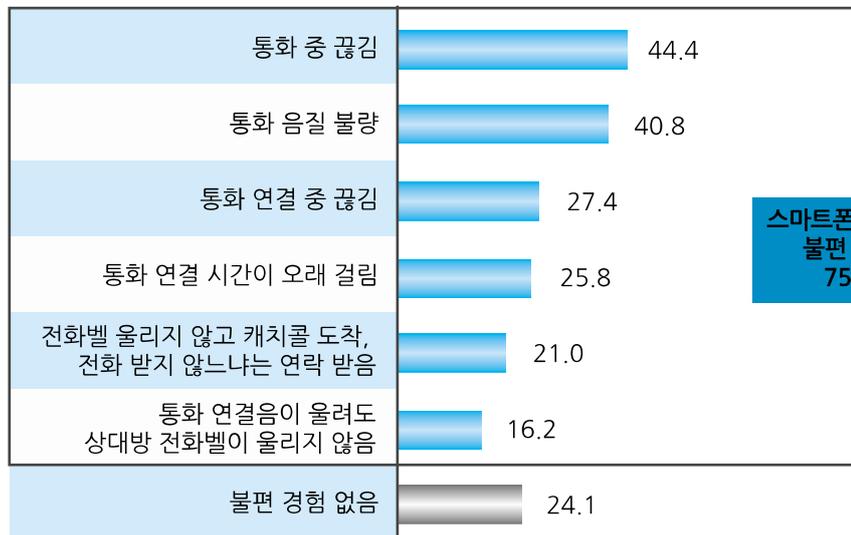


통화 기능 이용 시 주된 불편 사항은 '통화 중 끊김(44.4%)'



스마트폰 이용자의 75.9%가 통화 기능 이용 시 불편을 느낀 경험이 있으며, 주로 '통화 중 끊김(44.4%)' 현상이나 '통화 음질 불량(40.8%)' 불편을 느낀 것으로 나타남

[그림 8] 스마트폰 통화 기능 이용 시 불편사항(복수응답, %)

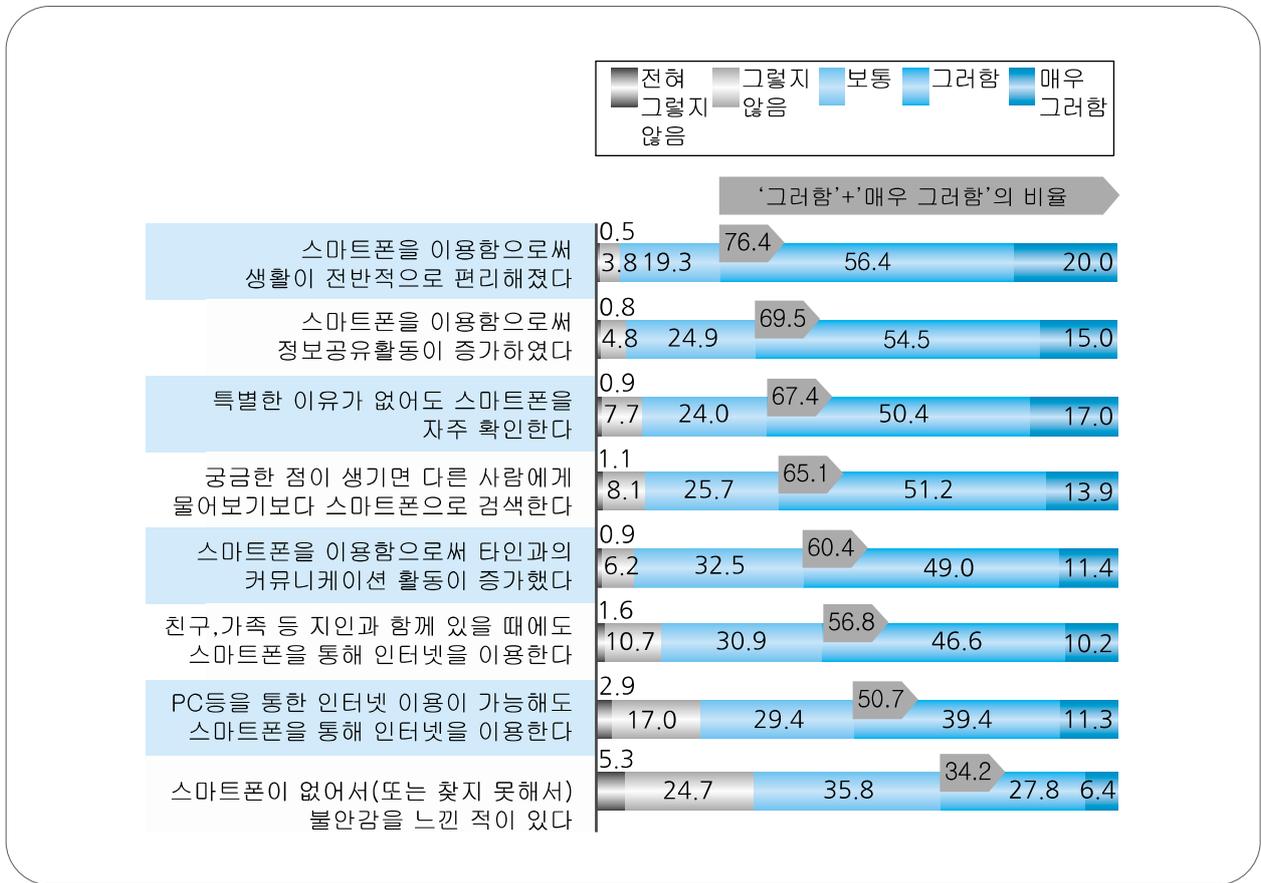


사. 스마트폰 이용 행동 및 인식

스마트폰 이용자 76.4% '스마트폰을 이용함으로써 생활이 전반적으로 편리해졌다'

- 스마트폰 이용자의 76.4%는 '스마트폰 이용함으로써 생활이 전반적으로 편리해졌다'고 응답하였으며, '스마트폰을 이용함으로써 정보 공유 활동이 증가'한 경우는 69.5%임
- '특별한 이유가 없어도 스마트폰을 자주 확인(67.4%)'하거나 '궁금한 점이 생기면 다른 사람에게 물어보기 보다는 스마트폰으로 검색(65.1%)'하는 경우도 65% 이상임

[그림 9] 스마트폰 이용 행동 및 인식(%)



2. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 현황

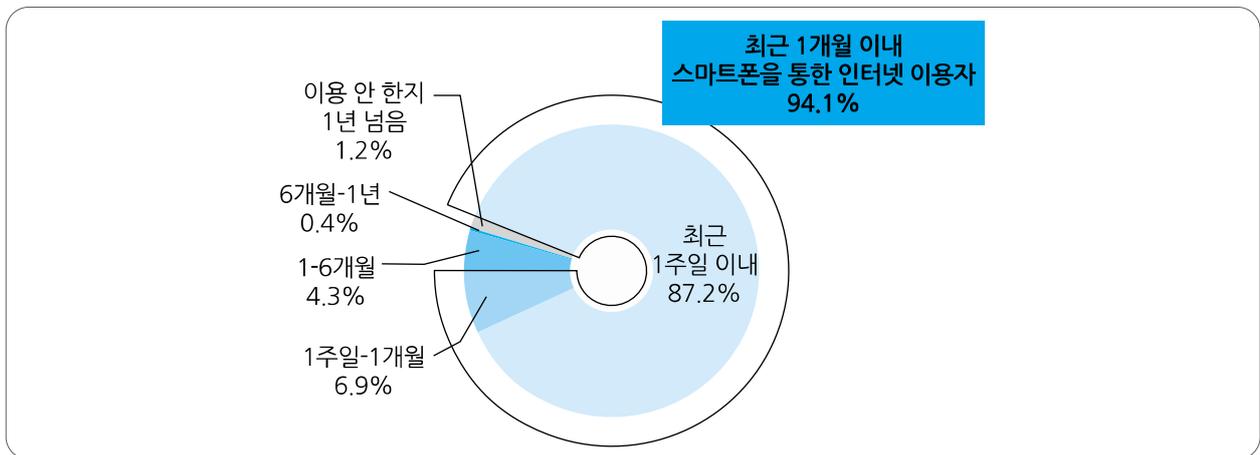
가. 스마트폰을 통한 최근 인터넷 이용 시기



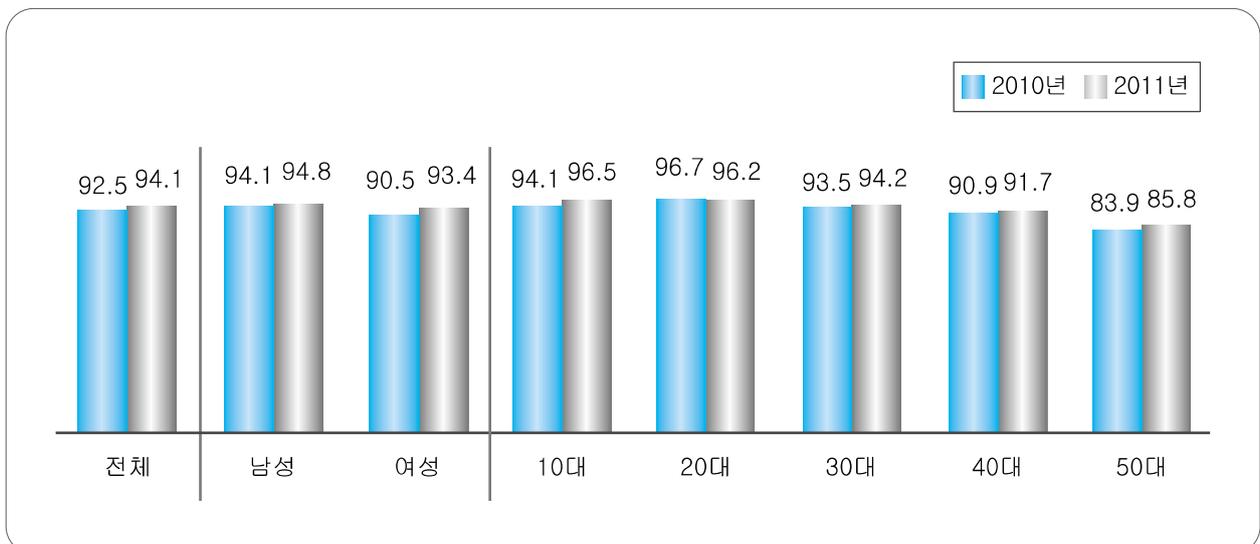
스마트폰 이용자 94.1%가 '최근 1개월 이내 스마트폰을 통한 인터넷 이용자'

- 스마트폰 이용자의 94.1%가 최근 1개월 이내에 스마트폰을 통해 인터넷을 이용한 '스마트폰을 통한 인터넷 이용자'이며, 87.2%는 '최근 1주일 이내' 이용한 것으로 나타남
- 남성 인터넷 이용자가 94.8%로 여성보다 다소 많으며, 성별로는 10대와 20대의 이용률은 각각 96.5%와 96.2%인 것으로 조사됨

[그림 10] 스마트폰을 통한 최근 인터넷 이용 시기(%)



[그림 11] 성·연령별 최근 1개월 이내 스마트폰을 통한 인터넷 이용자(%)

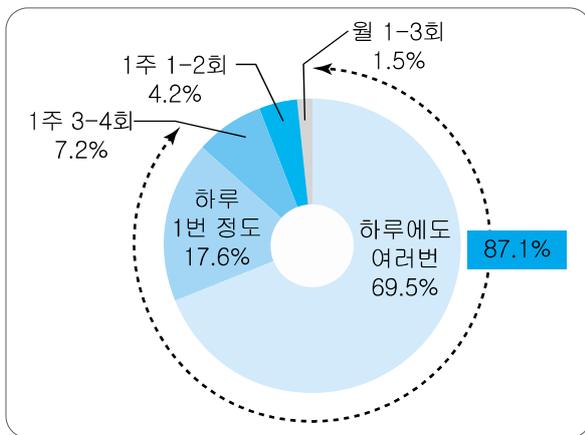


나. 스마트폰을 통한 인터넷 이용 빈도 및 시간

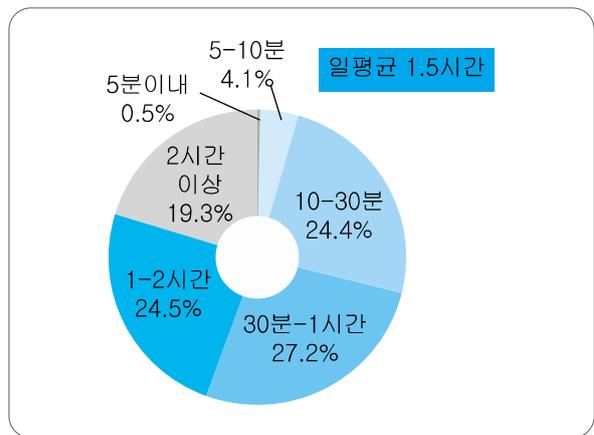
스마트폰을 통한 인터넷 이용 시간은 일평균 1.5시간

- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자의 87.1%가 하루에 1번 이상('하루에도 여러 번' 69.7%, '하루 1번 정도' 17.6%) 인터넷을 이용하며, 일평균 이용 시간은 1.5시간임

[그림 12] 스마트폰을 통한 인터넷 이용 빈도(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자



[그림 13] 스마트폰을 통한 일평균 인터넷 이용 시간(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자



다. 스마트폰을 통한 인터넷 접속 경로 및 방법

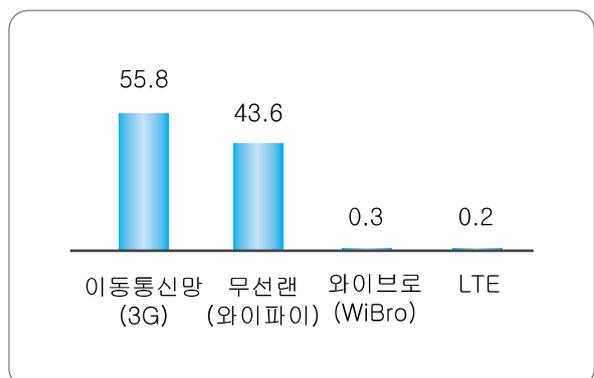
인터넷 접속 시 과반수가 '이동통신망(3G)'을 이용

- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자의 61.7%가 '모바일 웹사이트'를 통해 인터넷에 접속하는 것으로 나타남
- 주로 이용하는 인터넷 접속 방법은 '이동통신망(3G)(55.8%)'이며, '무선랜(와이파이)'를 통해 접속하는 경우도 43.6%로 조사됨

[그림 14] 스마트폰을 통한 주된 인터넷 접속 경로(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자



[그림 15] 스마트폰을 통한 주된 인터넷 접속 방법(%)
- 스마트폰을 통한 인터넷 이용자



3. 모바일앱 이용 현황

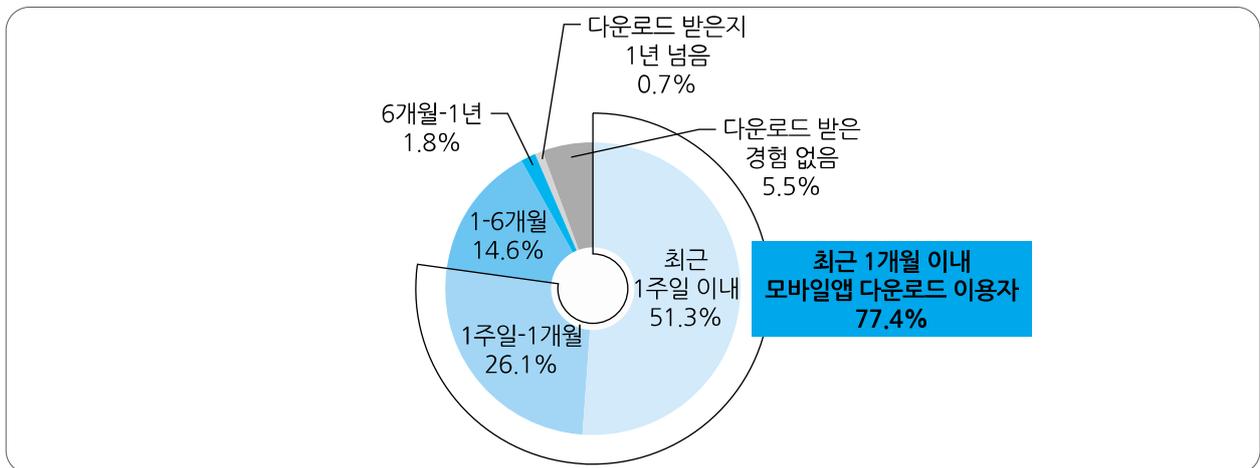
가. 최근 모바일앱 다운로드 시기



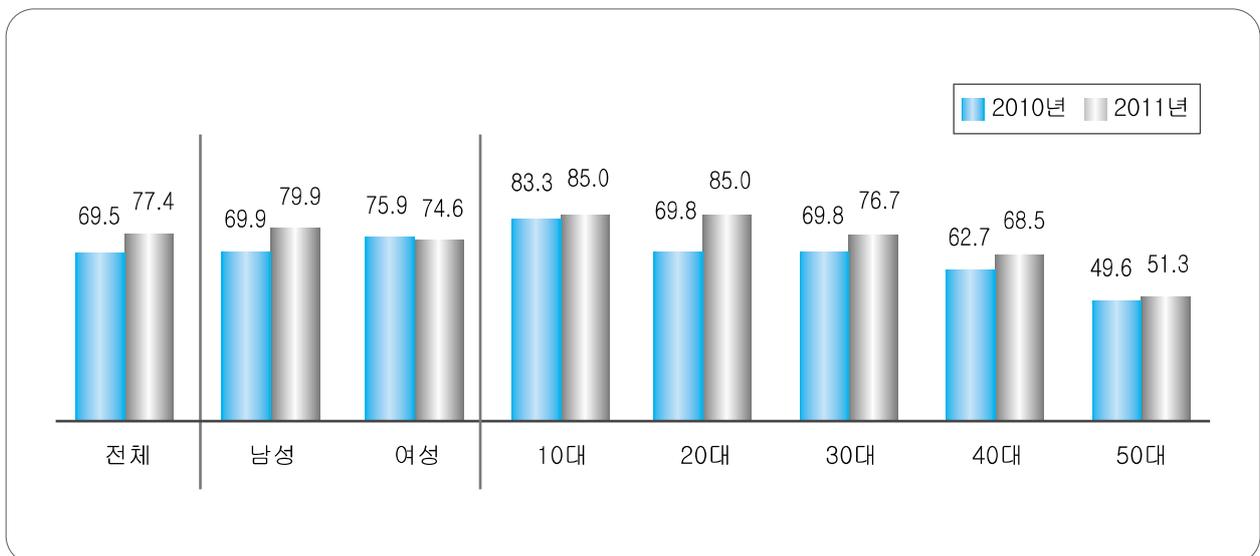
최근 1개월 이내 모바일앱 다운로드 이용자는 77.4%

- 만12-59세 스마트폰 이용자의 77.4%가 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 51.3%, '1주일-1개월' 26.1%) 모바일앱을 다운로드 받은 '모바일앱 다운로드 이용자'인 것으로 나타남
- 남성 모바일앱 다운로드 이용자는 79.9%로 여성(74.6%)보다 많으며, 연령별로는 10대 및 20대 모바일앱 다운로드 이용자가 각각 85.0%임

[그림 16] 최근 모바일앱 다운로드 시기(%)



[그림 17] 성·연령별 최근 1개월 이내 모바일앱 다운로드 이용자(%)



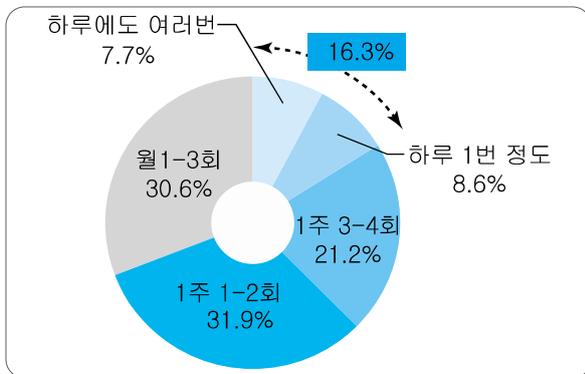
나. 모바일앱 다운로드 빈도 및 개수



주평균 모바일앱 다운로드 개수는 6.0개

모바일앱 다운로드 이용자의 16.3%가 하루에 1번 이상(‘하루에도 여러 번’ 7.7%, ‘하루에 1번 정도’ 8.6%) 모바일앱을 다운로드 받는 것으로 나타났으며, 주평균 모바일앱 다운로드 개수는 6.0개임

[그림 18] 모바일앱 다운로드 빈도(%) - 모바일앱 다운로드 이용자



[그림 19] 주평균 다운로드 모바일앱 개수(개) - 모바일앱 다운로드 이용자



다. 월평균 유료 모바일앱 구입 비용



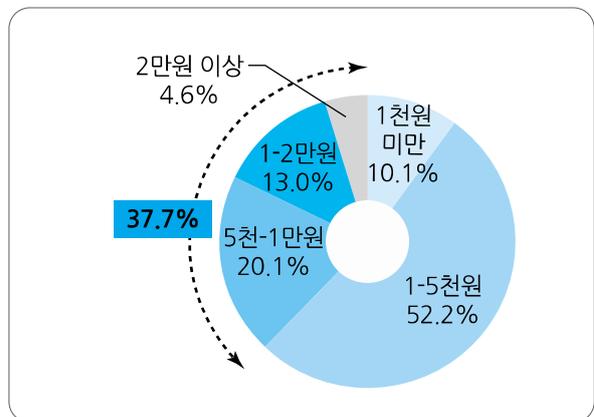
유료 모바일앱 구입 시 37.7%가 월평균 '5천원 이상' 지출

유료 모바일앱 다운로드 이용자의 37.7%가 유료 모바일앱 구입을 위해 월평균 5천원 이상(‘5천-1만원’ 20.1%, ‘1-2만원’ 13.0%, ‘2만원 이상’ 4.6%)을 지출하고 있는 것으로 나타남

[그림 20] 유·무료 모바일앱 다운로드 현황 (복수응답, %) - 모바일앱 다운로드 이용자



[그림 21] 월평균 유료 모바일앱 구입 비용(%) - 유료 모바일앱 다운로드 이용자



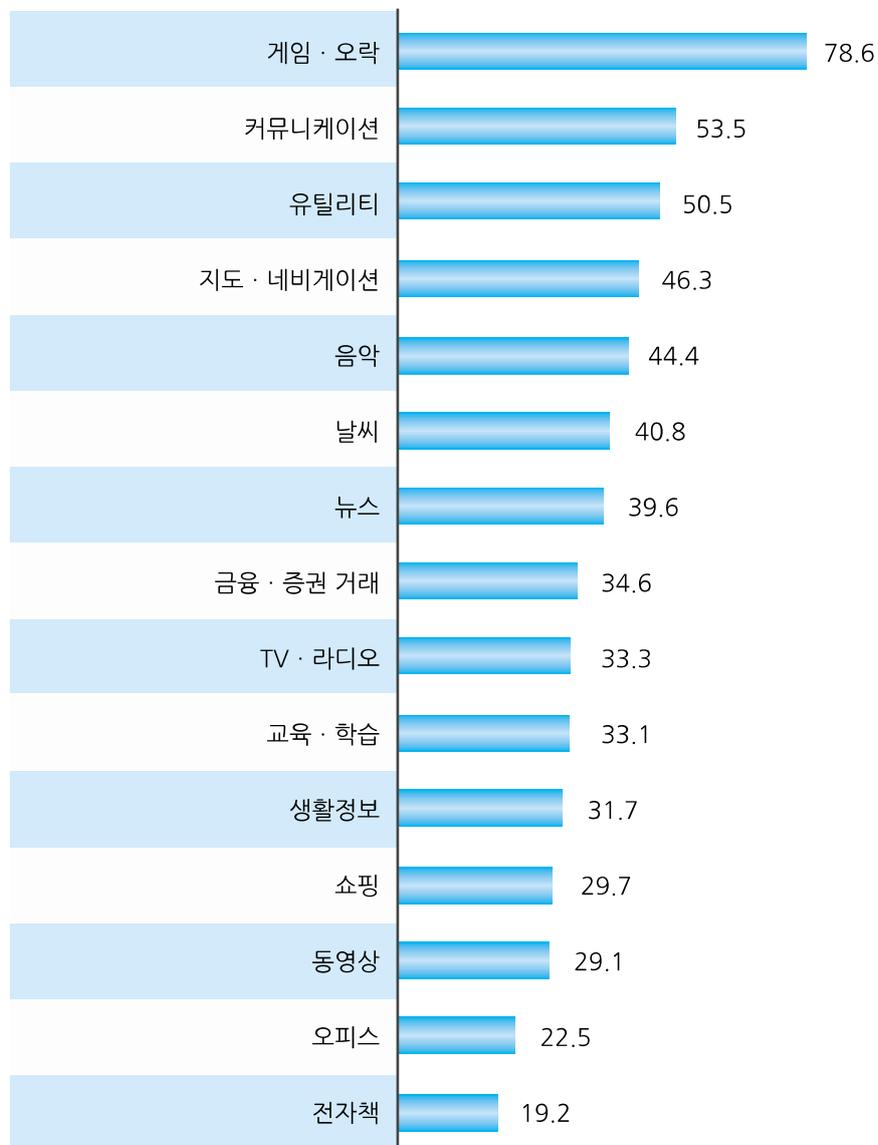
라. 다운로드 받는 모바일앱 유형



주로 '게임·오락' 또는 '커뮤니케이션' 모바일앱을 다운로드 받음

'게임·오락(78.6%)' 모바일앱을 다운로드 받는 경우가 가장 많으며, 과반수는 '커뮤니케이션(53.5%)' 또는 '유틸리티(50.5%)' 모바일앱을 다운로드 받은 것으로 조사됨

[그림 22] 다운로드 받는 모바일앱 유형(복수응답, %) - 모바일앱 다운로드 이용자



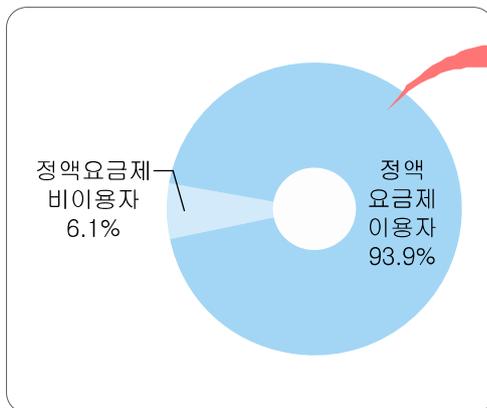
4. 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황



정액요금제 이용자의 52.6%가 54,000-64,000원 미만 요금제 이용

- 스마트폰 이용자의 93.9%가 스마트폰 전용 정액요금제를 이용하고 있으며, 그 중 과반수는 54,000-64,000원 미만 요금제(52.6%)를 이용하는 것으로 나타남
- 스마트폰 전용 정액요금제 이용자의 41.4%는 정액요금제 이외에 추가 이용 요금을 지출한 경험이 있으며, 월평균 '1만원 이상'을 추가로 지출한 경우는 48.3%임

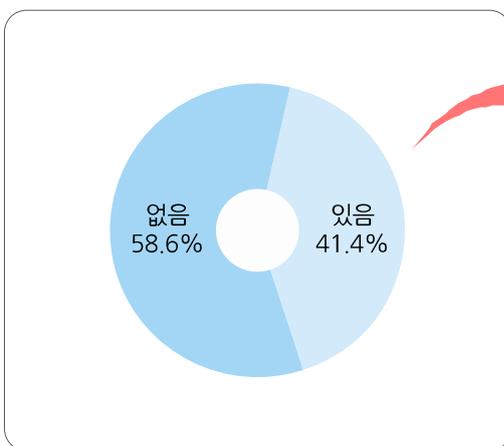
[그림 23] 스마트폰 전용 정액요금제 이용 현황(%)



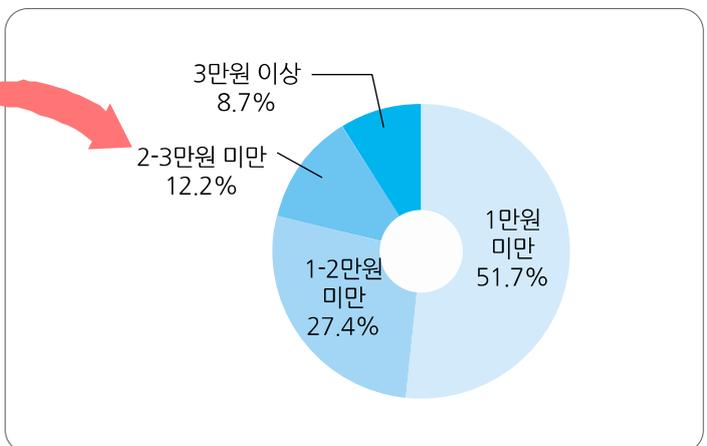
[그림 24] 기본요금에 따른 스마트폰 전용 정액요금제 종류(%) - 스마트폰 전용 정액요금제 이용자



[그림 25] 정액 요금제 이외 추가 요금 지출 경험(%) - 스마트폰 전용 정액요금제 이용자



[그림 26] 정액 요금제 이외 월평균 추가 요금 지출 비용(%) - 스마트폰 전용 정액요금제 이용자 중 추가 요금 지출 경험자



III. 주요 스마트폰 서비스 이용 현황

1. 스마트폰을 통한 SNS 이용 현황

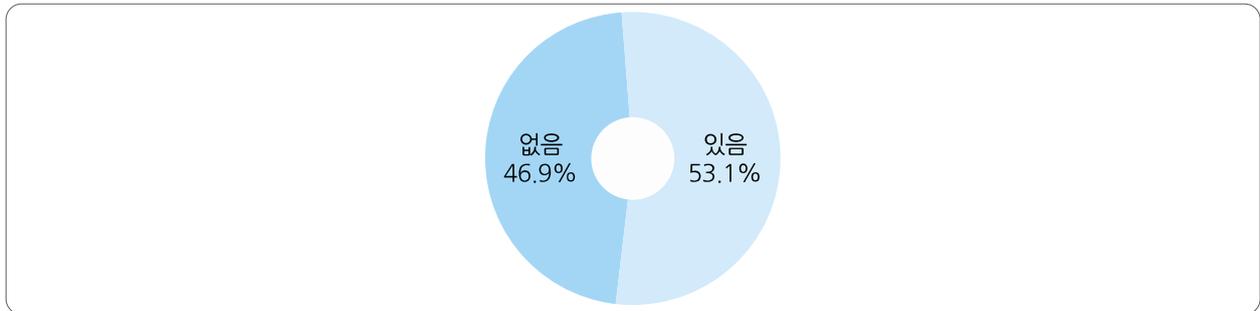
가. 스마트폰을 통한 SNS 이용 경험



스마트폰 이용자 과반수가 스마트폰을 통해 SNS 이용 경험

만12-59세 스마트폰 이용자의 53.1%가 스마트폰을 통해 트위터, 페이스북 등 SNS(소셜 네트워크 서비스)를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남

[그림 27] 스마트폰을 통한 SNS 이용 경험(%)



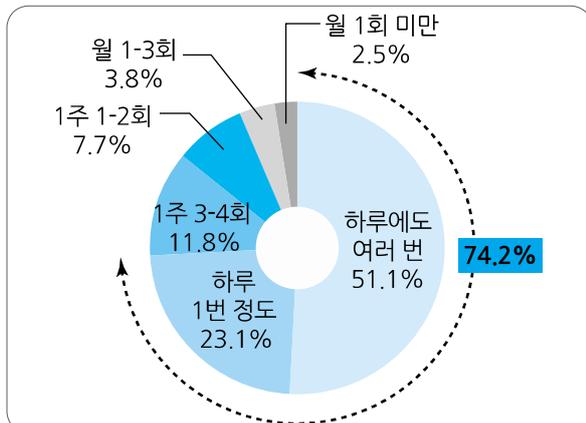
나. 스마트폰을 통한 SNS 이용 빈도 및 시간



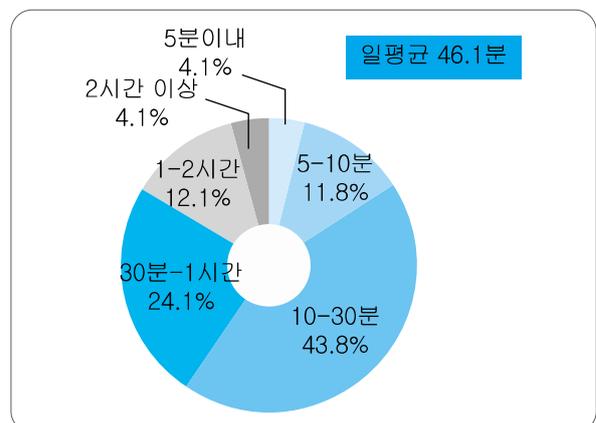
스마트폰을 통한 SNS 이용 시간은 일평균 46.1분

스마트폰을 통한 SNS 경험자의 74.2%가 '하루에 1번 이상' 스마트폰을 통해 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 일평균 SNS 이용 시간은 46.1분임

[그림 28] 스마트폰을 통한 SNS 이용 빈도(%)
· 스마트폰을 통한 SNS 경험자



[그림 29] 스마트폰을 통한 SNS 이용 시간(%)
· 스마트폰을 통한 SNS 경험자



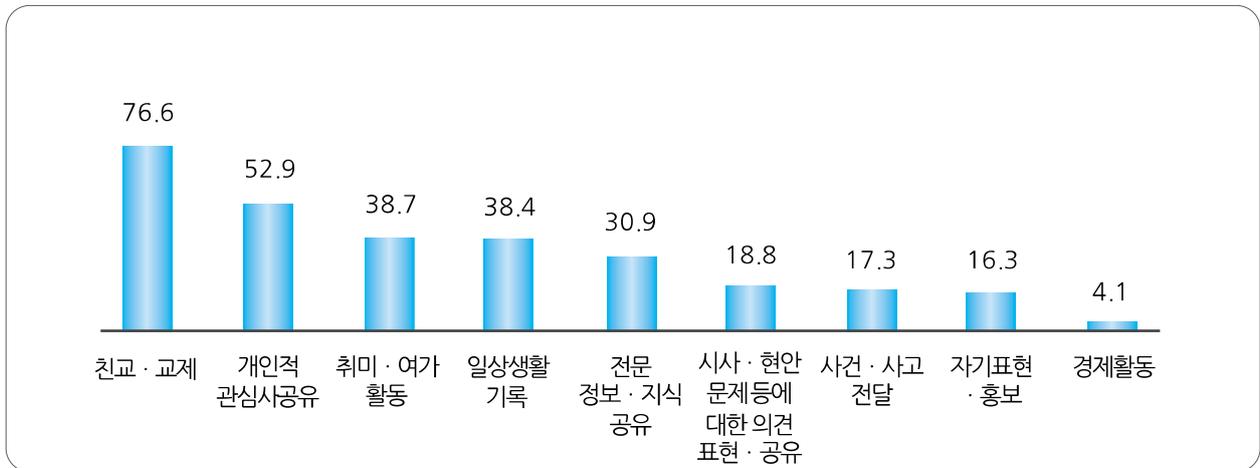
다. 스마트폰을 통한 SNS 이용 목적



주된 스마트폰을 통한 SNS 이용 목적은 '친교·교제(76.6%)'

스마트폰을 통한 SNS 경험자의 76.6%가 '친교·교제'를 위해 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 다음으로 '개인적 관심사 공유(52.9%)', '취미·여가활동(38.7%)' 등의 순임

[그림 30] 스마트폰을 통한 SNS 이용 목적(복수응답, %) - 스마트폰을 통한 SNS 경험자



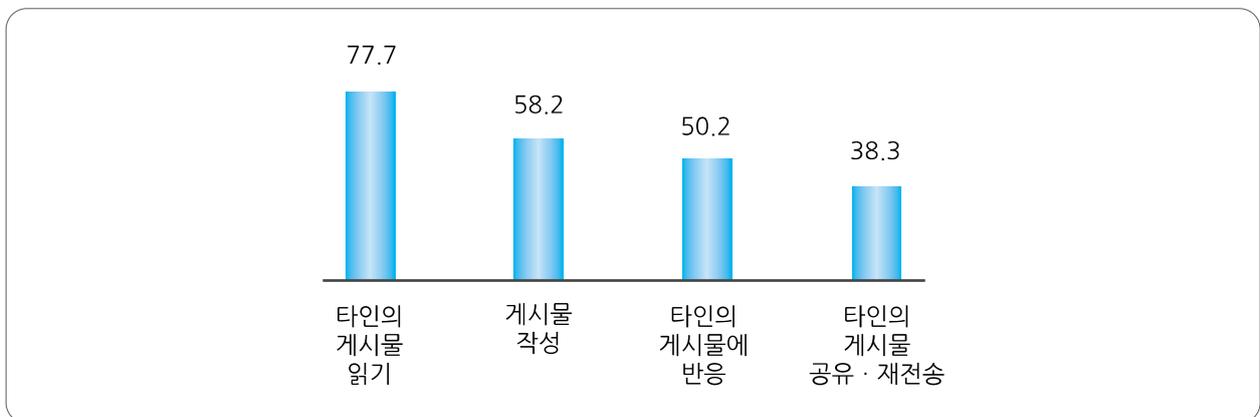
라. 스마트폰을 통한 SNS 활동 유형



스마트폰 SNS를 통해 주로 '타인의 게시물을 읽음(77.7%)'

스마트폰을 통해 SNS 이용 시 '타인의 게시물을 읽는 경우'(77.7%)가 가장 많았으며, 과반수는 '게시물 작성(58.2%)'이나 '타인의 게시물에 반응(50.2%)'을 하는 것으로 나타남

[그림 31] 스마트폰을 통한 SNS 활동 유형(복수응답, %) - 스마트폰을 통한 SNS 경험자



2. 스마트폰을 통한 모바일 인스턴트 메신저 이용 현황

가. 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험 및 빈도

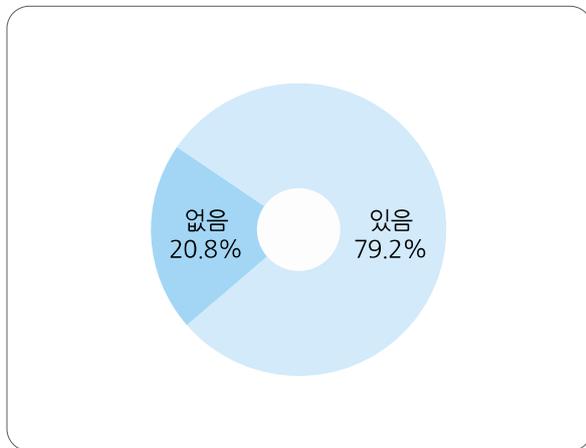


스마트폰 이용자 10명 중 8명 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험

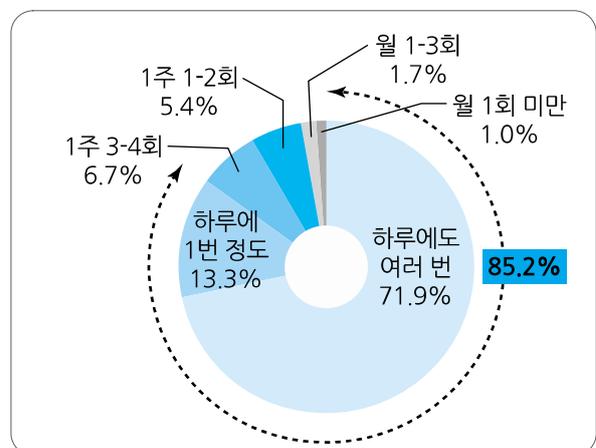


스마트폰 이용자의 79.2%가 스마트폰을 통해 모바일 인스턴트 메신저를 이용한 경험이 있으며, 그 중 85.2%는 '하루에 1번 이상' 모바일 인스턴트 메신저를 이용한 것으로 나타남

[그림 32] 모바일 인스턴트 메신저 이용 경험(%)



[그림 33] 모바일 인스턴트 메신저 이용 빈도(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



나. 모바일 인스턴트 메신저 이용 후 스마트폰 이용량 변화

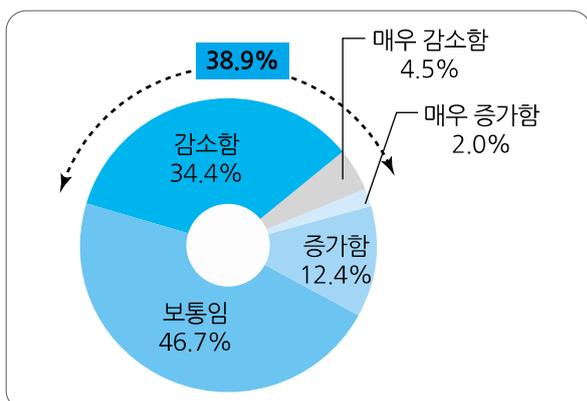


모바일 인스턴트 메신저 이용 후 68.1%가 스마트폰 문자메시지 이용량 감소

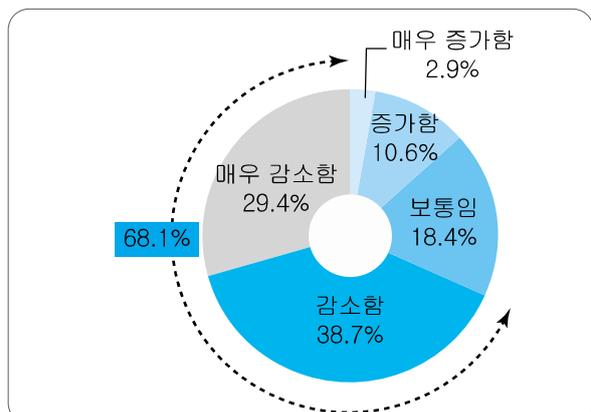


모바일 인스턴트 메신저 이용 후 스마트폰 통화시간과 문자메시지 이용량이 감소한 경우는 각각 38.9%와 68.1%임

[그림 34] 스마트폰 통화 시간 변화(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



[그림 35] 스마트폰 문자메시지 이용량 변화(%)
- 모바일 인스턴트 메신저 경험자



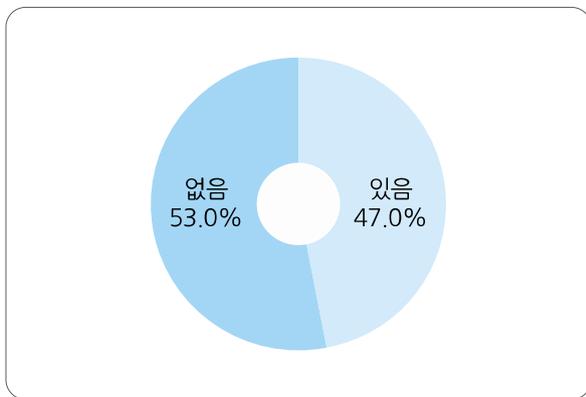
3. 스마트폰을 통한 모바일쇼핑 이용 현황

가. 모바일쇼핑 경험 및 빈도

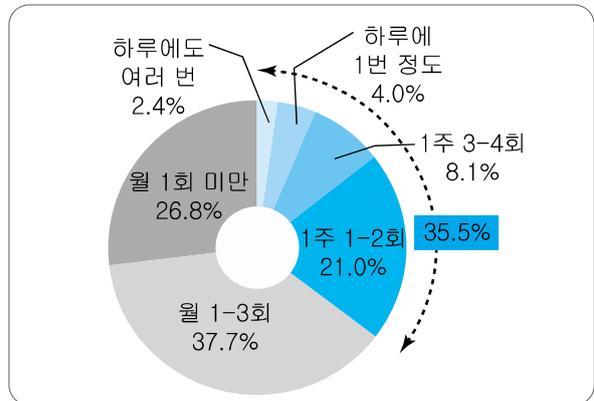
 **스마트폰 이용자 47.0%가 '모바일쇼핑 경험자'**

 스마트폰 이용자의 47.0%는 스마트폰을 통해 모바일쇼핑을 이용한 경험이 있으며, 그 중 35.5%는 '주 1회 이상' 이용하는 것으로 나타남

[그림 36] 모바일쇼핑 이용 경험(%)



[그림 37] 모바일쇼핑 이용 빈도(%) - 모바일쇼핑 경험자



나. 모바일쇼핑 이용 경로 및 결제수단

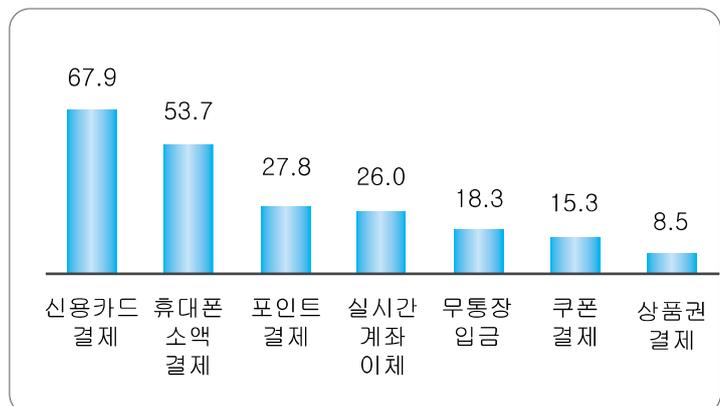
 **주된 모바일쇼핑 결제수단은 '신용카드 결제(67.9%)'**

 모바일쇼핑 경험자의 과반수가 '모바일앱(59.3%)'이나 '모바일 웹사이트(56.0%)'를 통해 모바일쇼핑을 하는 것으로 나타났으며, 주된 결제 수단은 '신용카드 결제(67.9%)'임

[그림 38] 모바일쇼핑 이용 경로(복수응답, %) - 모바일쇼핑 경험자



[그림 39] 모바일쇼핑 결제수단(복수응답, %) - 모바일쇼핑 경험자



4. 스마트폰을 통한 금융 서비스 이용 현황

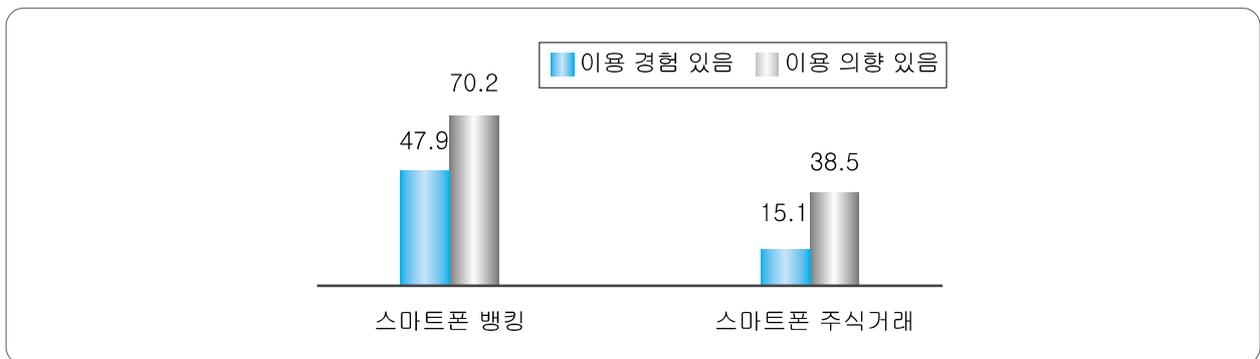
가. 스마트폰 금융 서비스 이용 경험 및 의향



스마트폰 이용자의 47.9%가 '스마트폰 बैं킹 경험자'

- 만12-59세 스마트폰 이용자 중 47.9%는 '스마트폰 बैं킹'을 이용한 경험이 있는 것으로 나타났으며, '스마트폰 주식거래 경험자'는 15.1%임
- 스마트폰 금융 서비스인 '스마트폰 बैं킹' 또는 '스마트폰 주식거래'를 향후 이용할 의향이 있는 경우는 각각 70.2%와 38.5%인 것으로 나타남

[그림 40] 스마트폰 금융 서비스 이용 경험 및 의향(복수응답, %)



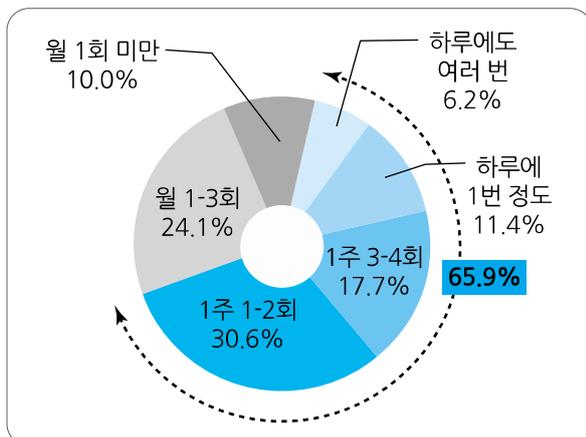
나. 스마트폰 금융 서비스 이용 빈도



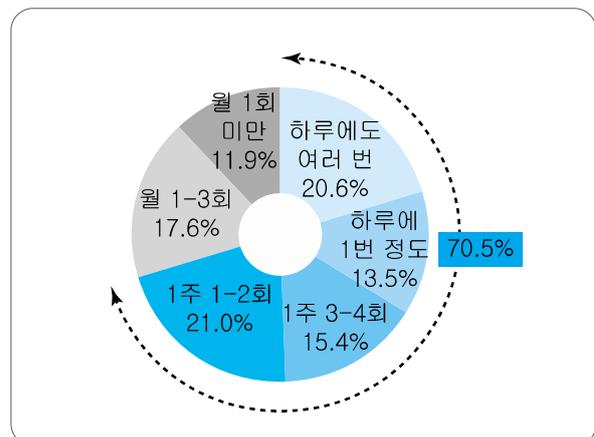
스마트뱅크 경험자의 65.9% '주 1회 이상' 스마트뱅크 이용

- '주 1회 이상' 스마트폰 बैं킹과 스마트폰 주식거래를 이용하는 경우는 각각 65.9%와 70.5%인 것으로 조사됨

[그림 41] 스마트폰 बैं킹 이용 빈도(%)
- 스마트폰뱅크 경험자



[그림 42] 스마트폰 주식거래 이용 빈도(%)
- 스마트폰 주식거래 경험자

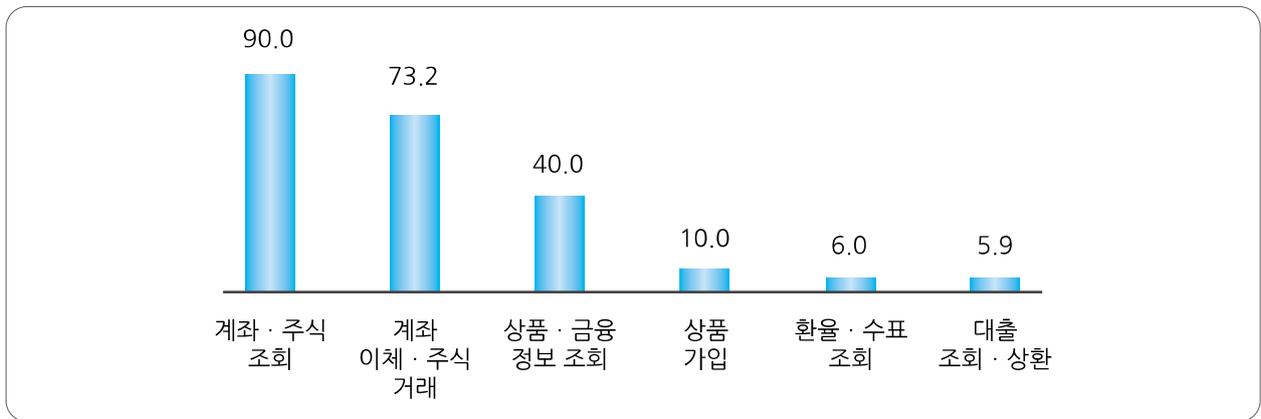


다. 스마트폰 금융 서비스 이용 종류

 스마트폰 금융 서비스 경험자 대부분이 '계좌주식 조회' 서비스 이용

 스마트폰 금융 서비스 경험자의 90.0%가 '계좌·주식 조회' 서비스를 이용하였으며, 다음으로 '계좌 이체·주식 거래(73.2%)', '상품·금융 정보 조회(40.0%) 등의 순임

[그림 43] 스마트폰 금융 서비스 이용 종류(복수응답, %) - 스마트폰 금융 서비스 경험자

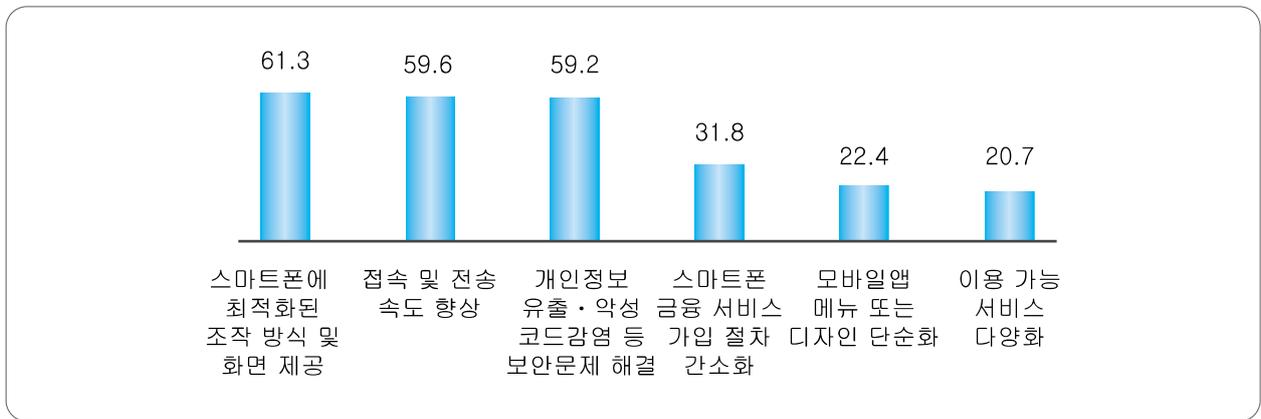


라. 스마트폰 금융 서비스 활성화 방안

 스마트폰 금융 서비스 활성화를 위해 '스마트폰에 최적화된 조작방식·화면제공' 필요

 스마트폰 금융 서비스 활성화를 위해 '스마트폰에 최적화된 조작방식·화면제공(61.3%)'이 가장 필요한 것으로 나타났으며, '접속·전송 속도 향상'(59.6%), '개인정보유출·악성코드 감염 등 보안문제 해결(59.2%)'이 필요하다고 응답한 경우도 과반수임

[그림 44] 스마트폰 금융 서비스 활성화 방안(복수응답, %)



5. 스마트폰 광고 이용 현황

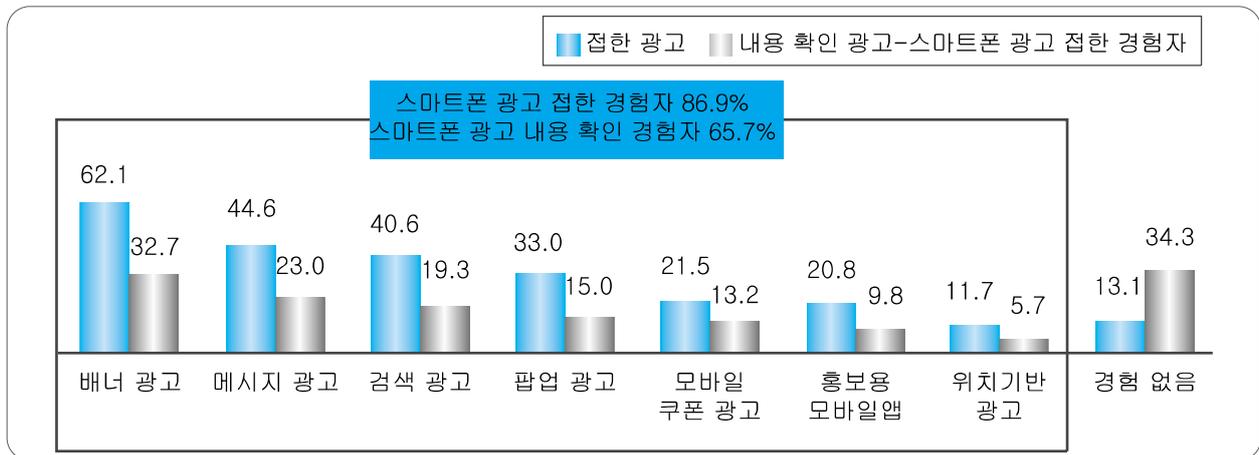
가. 스마트폰 광고 유형별 이용 현황



스마트폰을 통해 주로 접하거나 확인한 광고는 '배너광고'

- 스마트폰 이용자의 86.9%가 스마트폰 광고를 접한 경험이 있으며, 주로 '배너광고(62.1%)'나 '메시지 광고(44.6%)', '검색광고(40.6%)'를 접한 것으로 나타남
- 스마트폰 광고를 접한 경험자의 65.7%는 광고 내용을 확인한 경험이 있는 것으로 나타났으며, '배너광고'의 내용을 살펴보거나 확인한 경우가 32.7%로 가장 많음

[그림 45] 스마트폰 광고 유형별 이용 현황(복수응답, %)



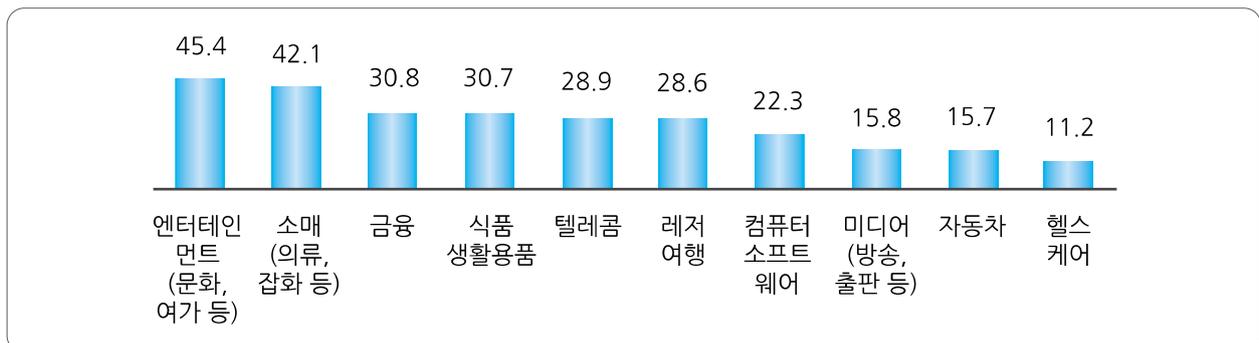
나. 스마트폰 광고 업종별 이용 현황



주로 이용한 광고 업종은 '엔터테인먼트(45.4%)'나 '소매(42.1%)'

- 주로 '엔터테인먼트(문화, 여가 등)(45.4%)' 또는 '소매(의류, 잡화 등)(42.1%)' 관련 광고를 이용한 것으로 나타남

[그림 46] 스마트폰 광고 업종별 이용 현황(복수응답, %) - 스마트폰 광고 접한 경험자



6. 스마트폰 A/S 현황

가. 스마트폰 A/S 이용 현황 및 이용 경로

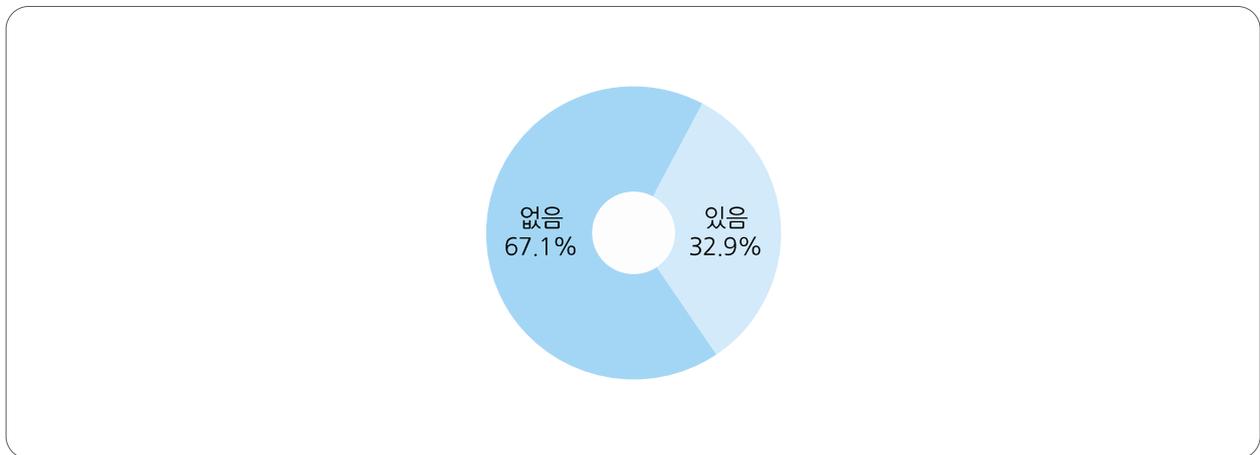


스마트폰 A/S 경험자의 79.3% 단말기 제조사의 A/S센터 이용

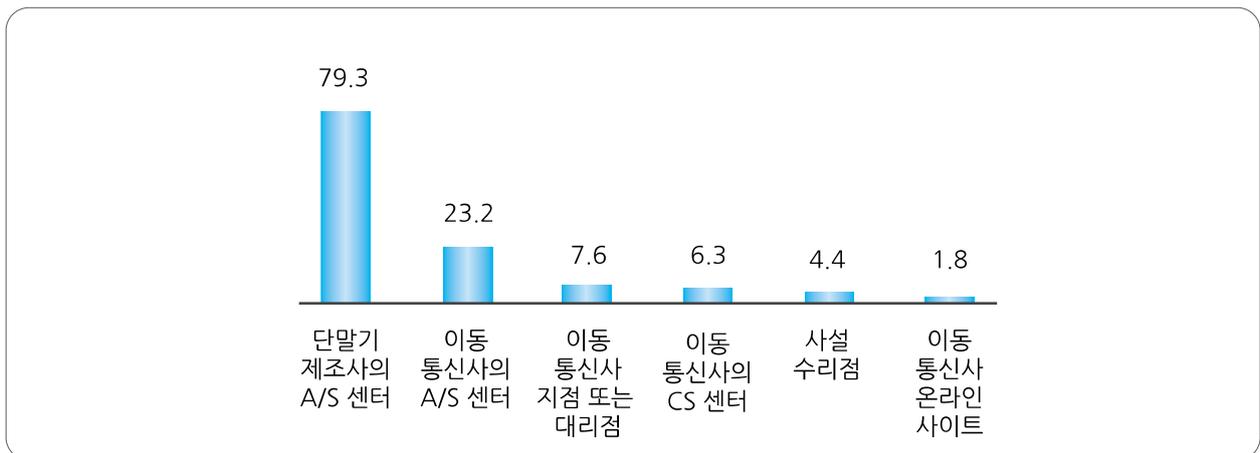


스마트폰 이용자의 32.9%는 스마트폰 A/S를 이용한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 주로 '단말기 제조사의 A/S센터(79.3%)'를 이용한 것으로 조사됨

[그림 47] 스마트폰 A/S 이용 현황(%)



[그림 48] 스마트폰 A/S 이용 경로 (복수응답, %) - 스마트폰 A/S 경험자



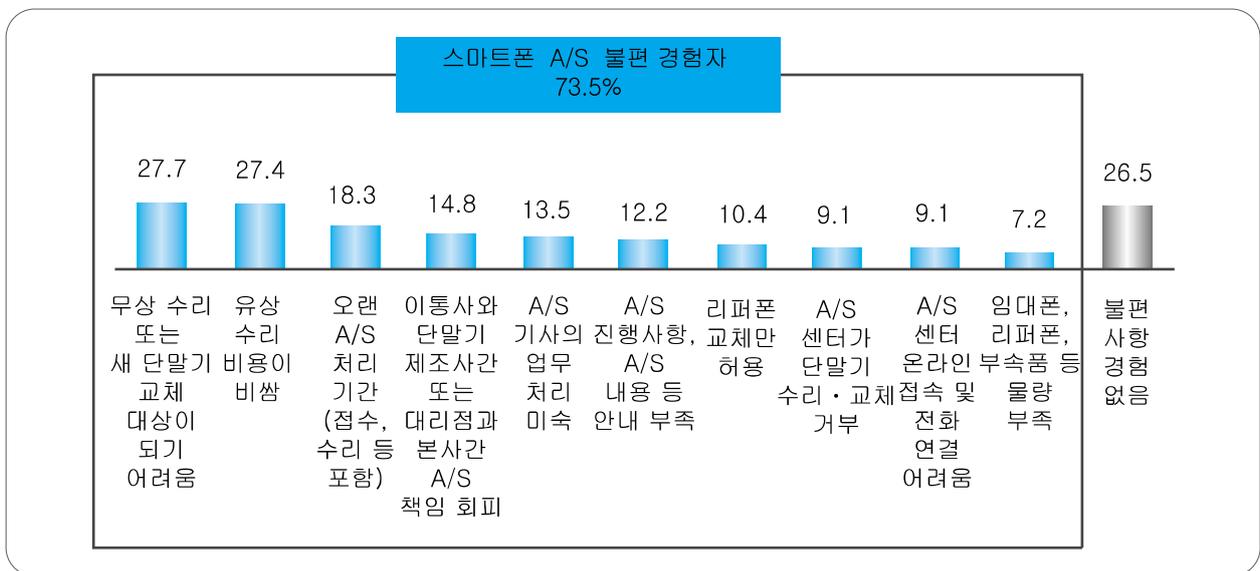
나. 스마트폰 A/S 불편 경험



스마트폰 A/S 경험자의 73.5%가 스마트폰 A/S 불편 경험

스마트폰 A/S 경험자 중 73.5%가 스마트폰 A/S를 문의·신청하거나 받으면서 불편을 경험하였으며, 주로 '무상 수리 또는 새 단말기 교체 대상이 되기 어려움(27.7%)', '유상 수리 비용이 비쌌(27.4%)' 등의 불편을 경험한 것으로 나타남

[그림 49] 스마트폰 A/S 불편 경험(복수응답, %) - 스마트폰 A/S 경험자



VI. 스마트패드 이용 현황

1. 스마트패드 이용 경험

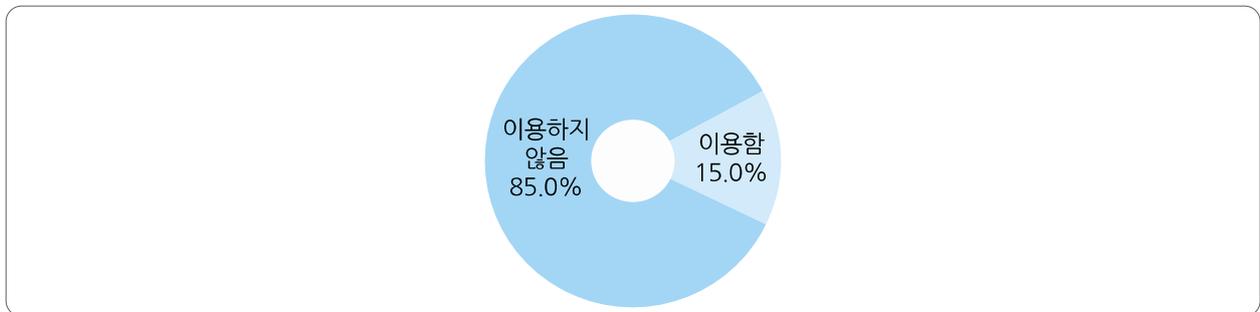


스마트폰 이용자 15.0%가 '스마트패드 이용 경험자'



만12-59세 스마트폰 이용자 중 15.0%는 스마트패드를 이용한 경험이 있는 것으로 나타남

[그림 50] 스마트패드 이용 경험(%)



2. 스마트패드 이용 이유



주로 '스마트폰 화면 크기가 작아 보기 힘들어서' 스마트패드 이용



주된 스마트패드 이용 이유는 '스마트폰 화면 크기가 작아 보기 힘들어서(55.6%)'이며 '다양한 브랜드의 스마트기기를 이용하고 싶어서' 스마트패드를 이용하는 경우도 42.4%임

[그림 51] 스마트패드 이용 이유(복수응답, %) - 스마트패드 경험자

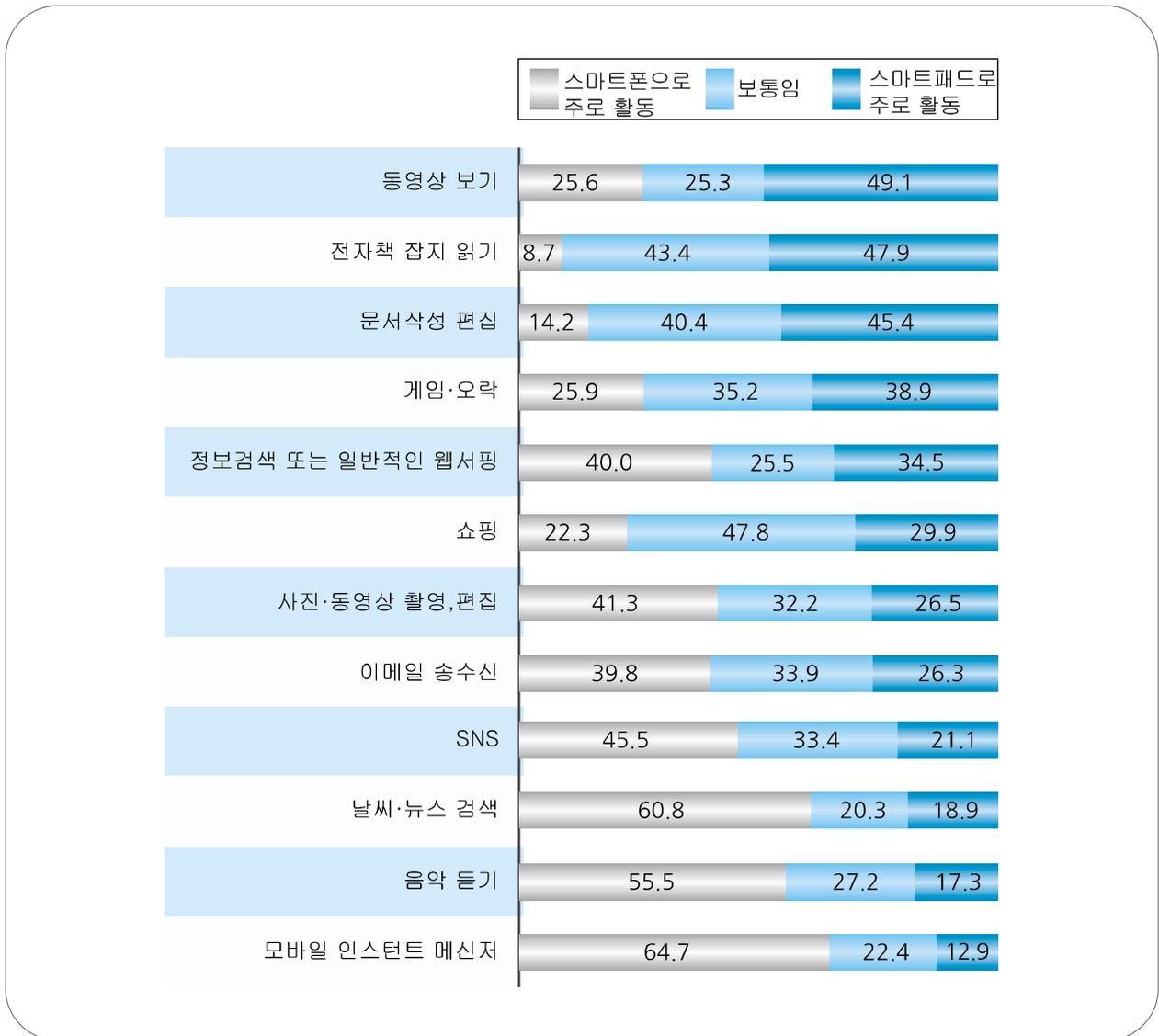


3. 스마트기기 이용 활동 비교

 '동영상 보기', '전자책·잡지 읽기', '문서작성·편집' 시 스마트패드 주로 이용

- 스마트기기 이용 활동을 비교한 결과, 스마트패드로 주로 '동영상 보기(49.1%)'나 '전자책·잡지 읽기(47.9%)', '문서작성 편집(45.4%)' 등의 활동을 하는 것으로 나타남
- '모바일 인스턴트 메신저(64.7%)'나 '날씨·뉴스·검색(60.8%)', '음악듣기(55.5%)' 등은 스마트패드보다 스마트폰을 통해 주로 이용함

[그림 52] 스마트기기 이용 활동 비교(%) - 스마트패드 경험자



<부록> 청소년 이용자의 스마트폰 이용 현황

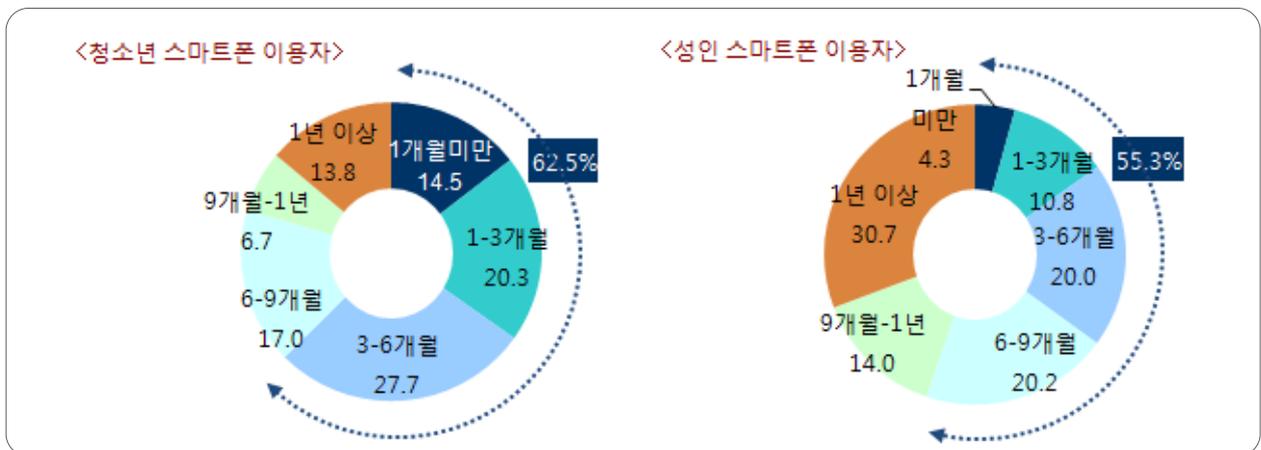
1. 스마트폰 단말기 이용 행태

가. 스마트폰 이용 기간

 청소년 신규 스마트폰 이용자는 성인 신규 이용자보다 7.2%p 많음

 만12-18세 청소년 스마트폰 이용자 중 62.5%가 6개월 미만인 신규 스마트폰 이용자로, 만19-59세 성인 신규 스마트폰 이용자(55.3%)보다 7.2%p 많은 것으로 나타남

[그림 1] 스마트폰 이용 기간(%)

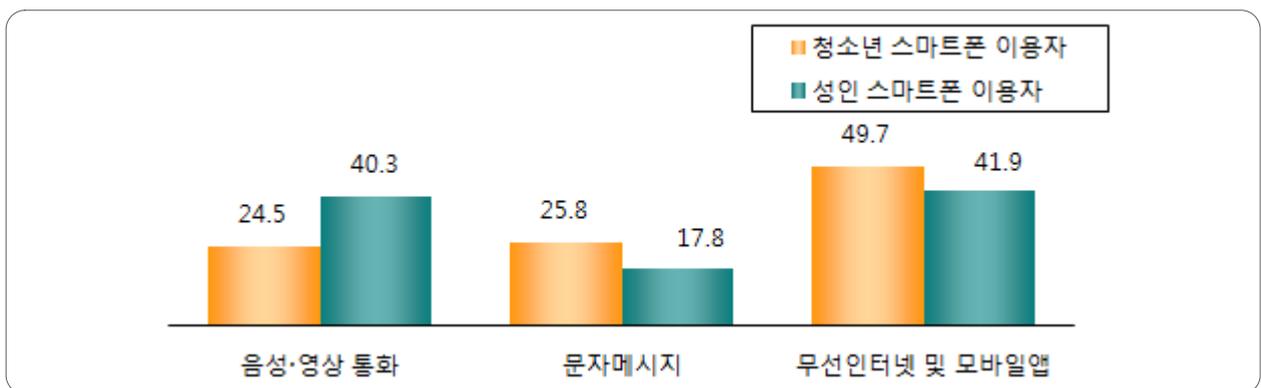


나. 스마트폰 기능별 이용 비중

 청소년은 스마트폰 기능 중 '무선인터넷 및 모바일앱'에 가장 집중

 청소년의 경우 스마트폰 기능 중 '무선인터넷 및 모바일앱(49.7%)' 기능의 이용 비중이 가장 많은 반면, 성인은 '음성·영상 통화(40.3%)'와 '무선인터넷 및 모바일앱(41.9%)'가 유사한 수준임

[그림 2] 스마트폰 기능별 이용 비중(%)

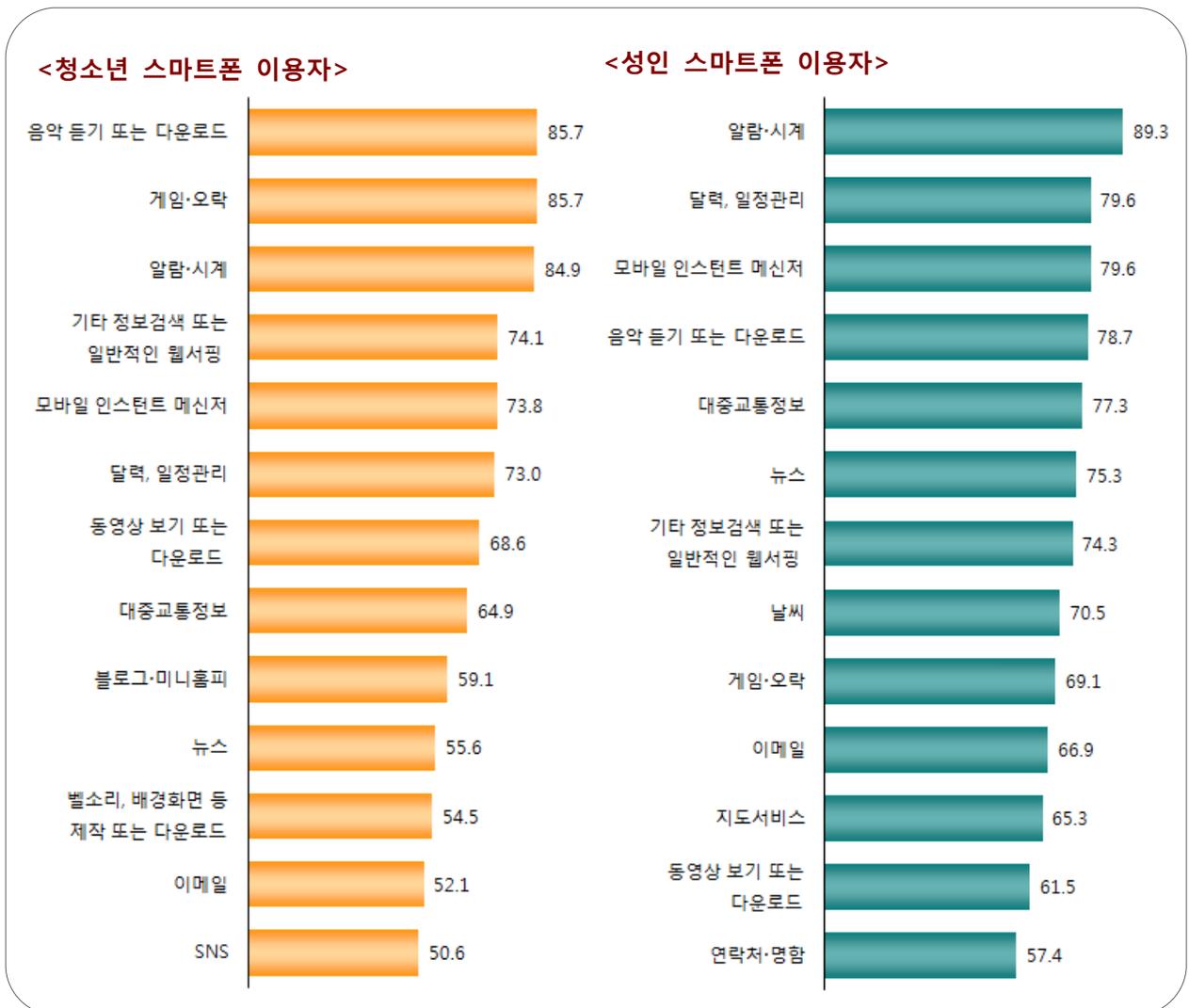


다. 스마트폰 이용 서비스

 주된 이용 서비스의 경우, 청소년은 여가활동, 성인은 일상생활과 밀접

 청소년 스마트폰 이용자는 '음악 듣기 또는 다운로드(85.7%)'나 '게임·오락(85.7%)' 등 여가활동과 관련된 스마트폰 서비스를 주로 이용하는 반면, 성인 스마트폰 이용자는 '알람·시계(89.3%)', '달력, 일정관리(79.6%)' 등 일상생활과 밀접한 서비스를 주로 이용

[그림 3] 스마트폰 이용 서비스(상위 13위) (복수응답, %)



2. 모바일앱 이용 현황

가. 최근 모바일앱 다운로드 시기

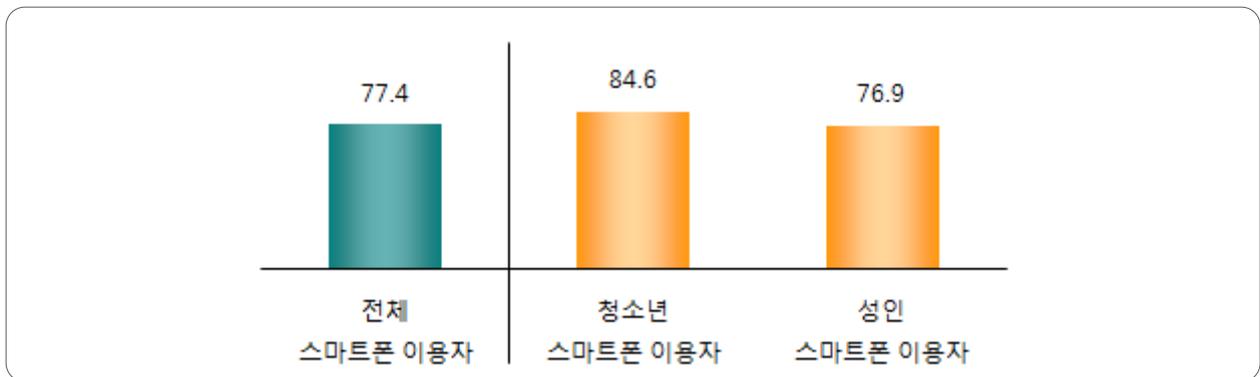


청소년 스마트폰 이용자의 모바일앱 다운로드 이용률은 성인 대비 7.7%p 높음



청소년 스마트폰 이용자의 84.6%가 최근 1개월 이내 모바일앱을 다운로드 받은 경험이 있는 것으로 나타나, 성인(76.9%)에 비해 7.7%p 많은 것으로 나타남

[그림 5] 최근 1개월 이내 모바일앱 다운로드 이용자(%)



나. 모바일앱 다운로드 빈도 및 개수

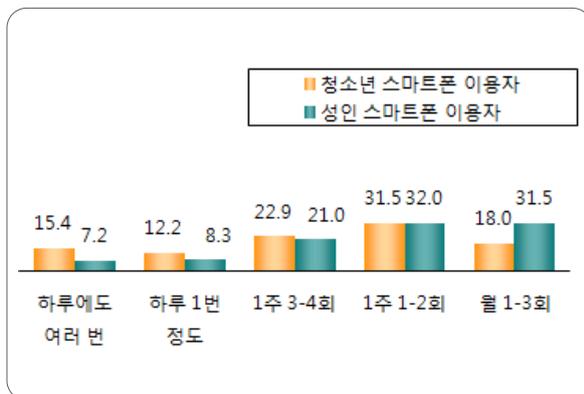


'하루 1회 이상' 모바일앱 다운로드 이용자는 청소년이 12.1%p 많음

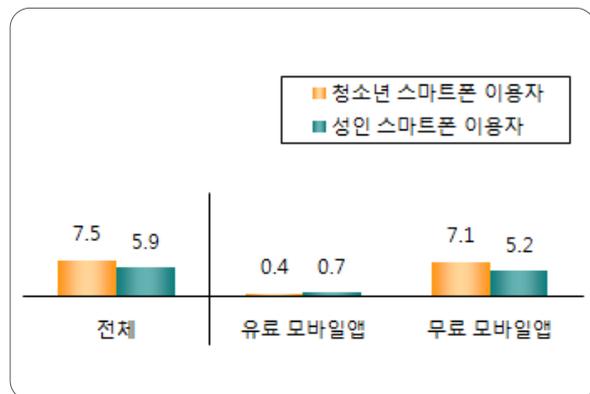


청소년 이용자의 27.6%가 '하루 1회 이상' 모바일앱을 다운로드 받고 주평균 7.5개 다운로드 받고 있어, 성인 이용자('하루 1회 이상' 15.5%, 주평균 5.9개)보다 더 활발히 이용함

[그림 6] 모바일앱 다운로드 빈도(%)
- 모바일앱 다운로드 이용자



[그림 7] 주평균 다운로드 모바일앱 개수(%)
- 모바일앱 다운로드 이용자



다. 다운로드 모바일앱 유형



청소년 이용자의 '게임·오락', '음악' 모바일앱 다운로드는 성인보다 많음



'게임·오락'과 '음악' 모바일앱은 청소년과 성인 모바일앱 다운로드 이용자 모두 주로 다운로드 받는 모바일앱인 반면, 청소년의 비율이 다소 높은 것으로 나타남



성인의 경우, '지도·내비게이션' 또는 '금융·증권' 모바일앱을 다운로드 받는 경우가 청소년에 비해 28.0%p 이상 많은 것으로 조사됨

[그림 8] 다운로드 모바일앱 유형(복수응답, %) - 모바일앱 다운로드 이용자

