

2009년 인터넷 이용실태조사

요약보고서



2009. 9월

목차

I. 조사개요	1
II. 인터넷 이용 현황	2
1. 인터넷이용률 및 이용자수	2
2. 인터넷 이용 행태	6
III. 인터넷과 커뮤니케이션	9
1. 이메일	9
2. 인스턴트 메신저	11
3. 블로그	13
IV. 인터넷과 경제활동	16
1. 인터넷쇼핑	16
2. 인터넷뱅킹	18
3. 인터넷 주식거래	19
V. 인터넷뉴스	20
1. 주이용 뉴스 매체	20
2. 인터넷뉴스 이용 현황	21
VI. 인터넷 구직활동	23
1. 구직 정보 획득 방법	23
2. 인터넷 구직활동 현황	24
VII. 가구 인터넷 환경	28
1. 정보통신 기기 보유 현황	28
2. 인터넷 접속 현황	29
3. 결합상품 이용 현황	30

I. 조사개요

모집단

국내 전체 가구 및 만3세 이상 인구

조사대상

전국 30,000가구 및 가구내 만3세 이상 가구원

조사규모

30,000가구 및 73,136명(가구원)

조사방법

가구방문 면접조사

조사기간

2009. 5. 1 - 7. 15

표본추출

다단계층화집락추출
(Multi-Stage Stratified Sampling with Cluster)

추 정

사후층화(Post-stratification)
- 가 구 : 통계청 장래가구추계의 2009년 추계가구 기준
- 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2009년 추계인구 기준

표본오차

인터넷이용률 $\pm 0.12\%p$ (95%신뢰수준)

▶ 표본설계

- 통계청 "2005년 인구주택총조사"의 일반가구 조사구를 표본틀로 사용
- 지역(16개시도)×동/읍면부×집락별로 층화한 후 3,000개 조사구를 계통추출하고 각 조사구에서 10가구를 추출하여 총 30,000가구 조사
 - 전체 조사구를 주택유형, 주택점유형태, 가구방수, 가구주 연령대, 가구주 교육수준 등의 특성치를 기반으로 집락분석을 실시하여 총 12개 집락으로 분류

II. 인터넷 이용 현황

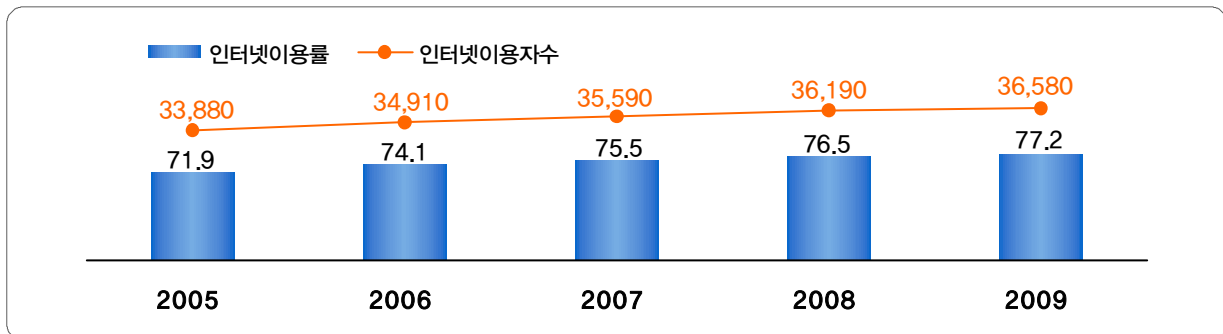
1. 인터넷이용률 및 이용자수



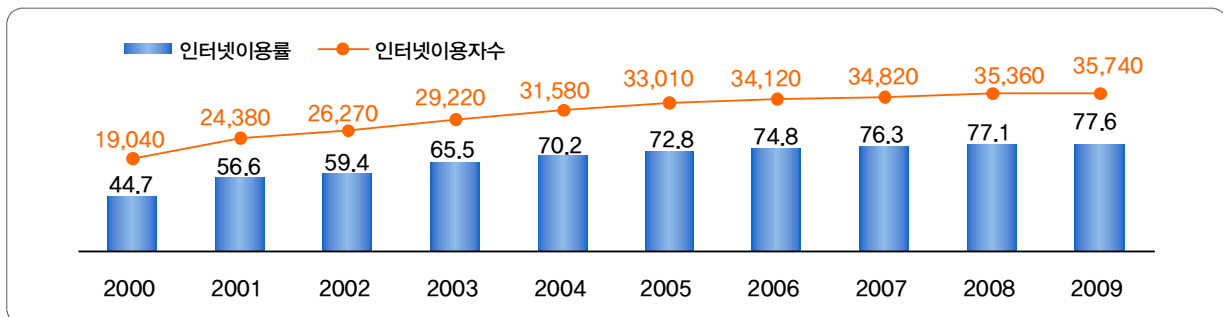
만3세 이상 인구의 인터넷이용률 77.2%, 이용자수는 36,580천명

- ▶ 2009년 현재 만3세 이상 인구의 인터넷이용률(최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율)은 77.2%(전년대비 0.7%p 증가)이며, 인터넷 이용자수는 36,580천명(전년대비 390천명 증가)으로 나타남
- ▶ 한편, 만6세 이상 인구를 대상으로 분석할 경우 인터넷이용률은 77.6%이고 이용자수는 35,740천명임(전년대비 각각 0.5%p, 380천명 증가)

[그림 1. 인터넷이용률 및 이용자수 변화 추이(% , 천명)-만3세 이상 인구]



[그림 2. 인터넷이용률 및 이용자수 변화 추이(% , 천명)-만6세 이상 인구]



- 1) 2004년부터 인터넷에 이동전화 무선인터넷을 포함시켰으며, 인터넷 이용자 정의도 '월평균 1회 이상 인터넷 이용자'에서 '최근 1개월 이내 인터넷 이용자'로 변경함
- 2) 2005년부터 조사대상을 만3세 이상 인구로 확대함(2000년~2001년 : 만7세 이상 인구, 2002년~2004년 : 만6세 이상 인구)

▶ [참고] 만3~5세 유아의 인터넷 이용 현황

- 만3~5세 유아의 인터넷이용률은 61.8%, 이용자수는 840천명으로 전년대비 각각 3.1%p, 10천명 증가함

[표 1. 만3~5세 유아의 인터넷 이용현황]

	만3세 이상	만3~5세	만6세 이상
인터넷이용률(%)	77.2	61.8	77.6
인터넷 이용자수(천명)	36,580	840	35,740

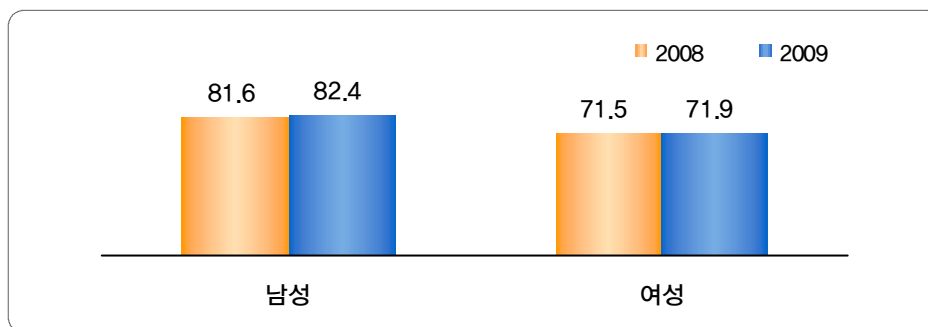
가. 성별 인터넷이용률 및 이용자수



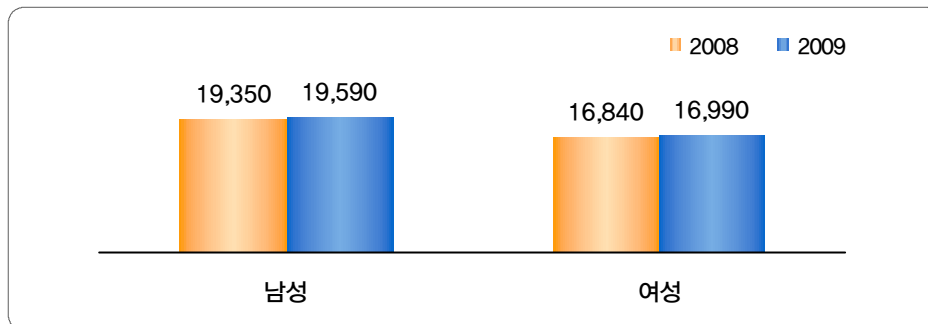
남성과 여성의 인터넷이용률은 각각 82.4%, 71.9%

- ▶ 남성의 인터넷이용률은 82.4%(전년대비 0.8%p 증가), 여성은 71.9%(전년대비 0.4%p 증가)이며, 이용자 수는 각각 19,590천명(전년대비 240천명 증가), 16,990천명(전년대비 150천명 증가)으로 나타남
- ▶ 인터넷 이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 남성이 과반수인 53.6%, 여성은 46.4%를 차지함

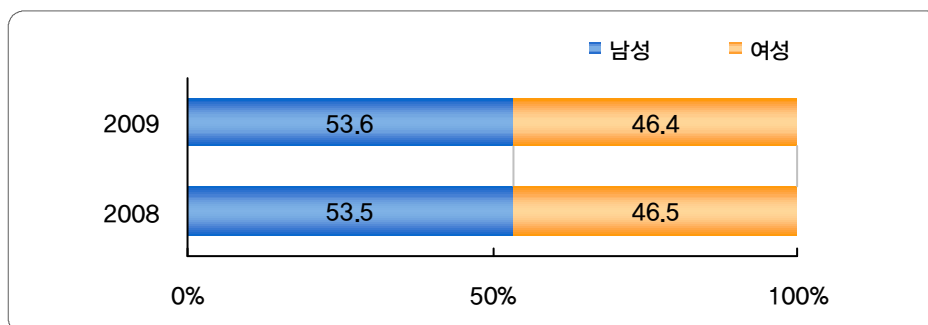
[그림 3. 성별 인터넷이용률(%)]



[그림 4. 성별 인터넷 이용자수(천명)]



[그림 5. 성별 인터넷 이용자 구성비(%)]



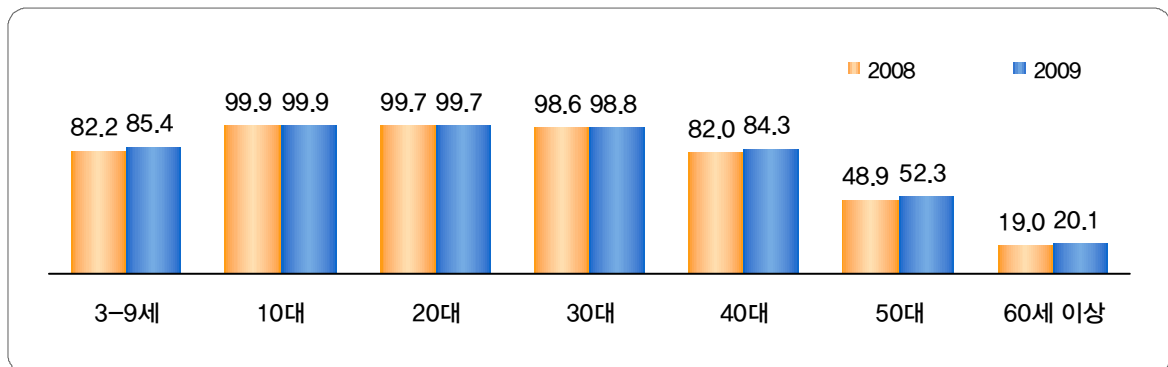
나. 연령별 인터넷이용률 및 이용자수



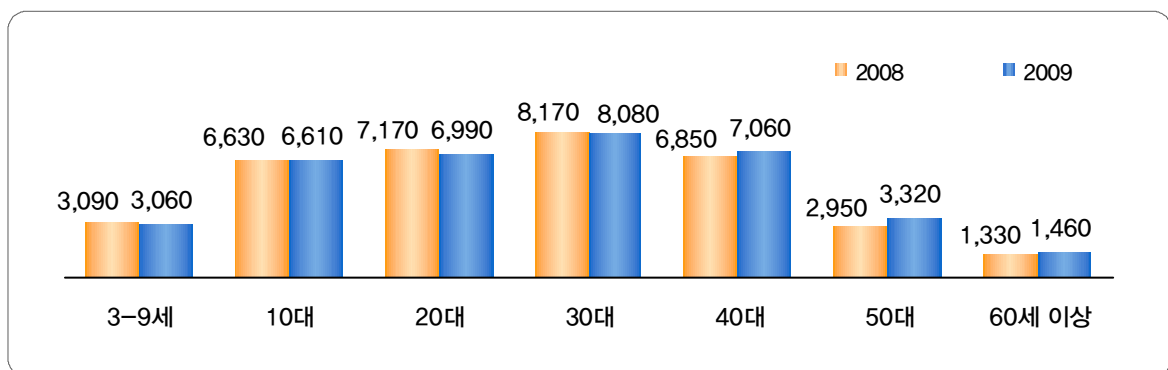
50대 장년층의 과반수(52.3%)가 인터넷 이용자

- ▶ 10대(99.9%) 및 20대(99.7%), 30대(98.8%) 젊은층의 대부분이 인터넷 이용자이며, 3-9세(85.4%) 및 40대(84.3%)의 인터넷이용률도 80% 이상으로 나타남
 - 2008년과 비교할 경우, 50대의 인터넷이용률이 3.4%p로 상대적으로 크게 증가하며 처음으로 과반수(52.3%)를 넘어섬
- ▶ 인터넷 이용자수는 30대가 8,080천명, 40대 7,060천명, 20대 6,990천명, 10대 6,610천명, 50대 3,320천명 등으로 조사됨

[그림 6. 연령별 인터넷이용률(%)]



[그림 7. 연령별 인터넷 이용자수(천명)]



❖ 30대 이하 젊은층의 인터넷 이용률은 증가하였으나 이용자수가 감소한 이유는 해당 연령대의 전체 인구가 감소하였기 때문임 (통계청 장래인구추계 기준)

	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상
2008년	3,760천명	6,640천명	7,180천명	8,280천명	8,360천명	6,020천명	7,030천명
2009년	3,580천명	6,620천명	7,020천명	8,180천명	8,370천명	6,350천명	7,290천명

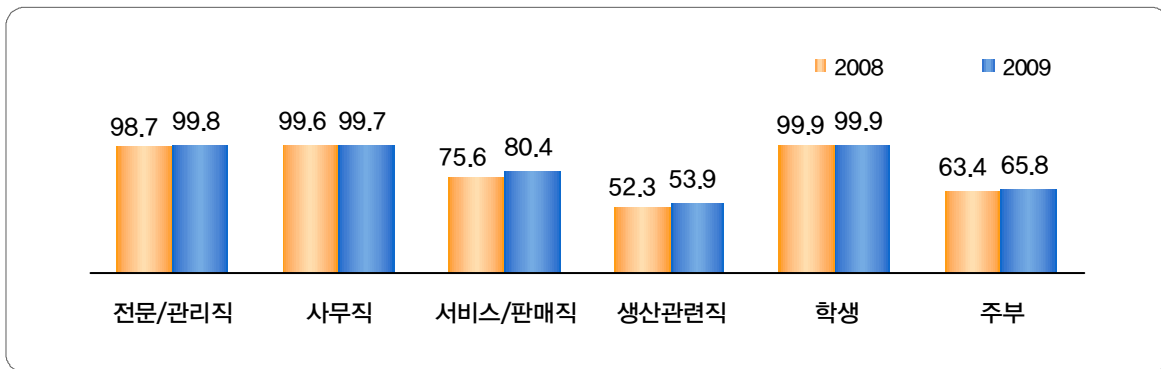
다. 직업별 인터넷이용률



서비스/판매직의 인터넷이용률 80.4%

- ▶ 학생(99.9%) 및 전문/관리직(99.8%), 사무직(99.7%)의 대부분이 인터넷을 이용하고 있으며, 서비스/판매직과 주부의 인터넷이용률도 각각 80.4%, 65.8%로 나타남
- ▶ 2008년 대비 서비스/판매직의 인터넷이용률이 4.8%p로 가장 크게 증가하였으며, 다음으로 주부 2.4%p, 생산관련직 1.6%p 등의 순임

[그림 8. 직업별 인터넷이용률(%)]



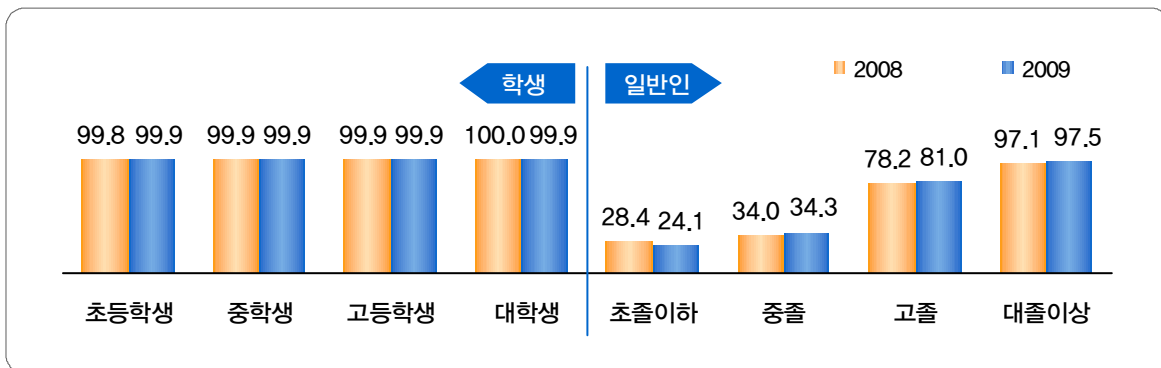
라. 학력별 인터넷이용률



고졸이상 일반인 10명 중 8명이 인터넷 이용자

- ▶ 초등학생(99.9%)을 비롯한 학생의 대부분이 인터넷 이용자이며, 일반인(학생 제외)의 경우 고졸 이상(고졸 81.0%, 대졸 이상 97.5%)의 인터넷이용률이 80% 이상으로 조사됨

[그림 9. 학력별 인터넷이용률(%)]



2. 인터넷 이용 행태

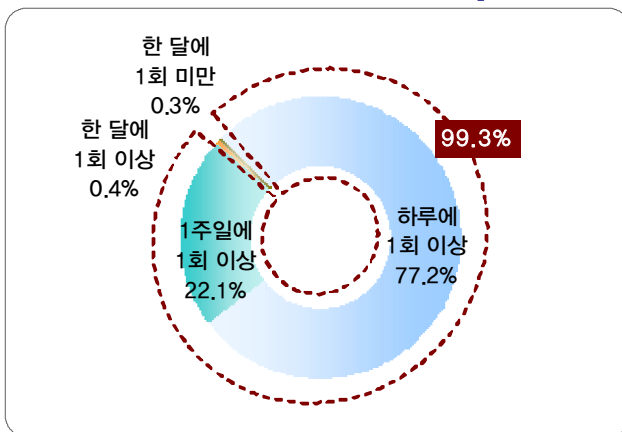
가. 인터넷 이용 빈도 및 시간



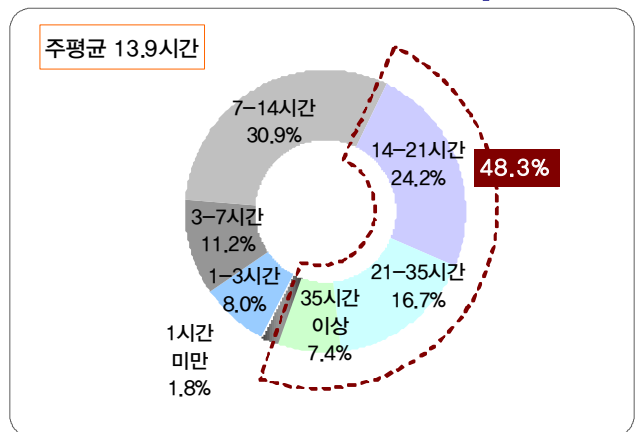
주평균 인터넷 이용 시간은 13.9시간

- ▶ 만3세 이상 인터넷 이용자의 대부분(99.3%)이 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 77.2%, '1주일에 1회 이상' 22.1%) 인터넷을 이용하는 것으로 나타남
- ▶ 주평균 인터넷 이용 시간은 13.9시간이며, 주평균 14시간 이상('14-21시간' 24.2%, '21-35시간' 16.7%, '35시간 이상' 7.4%) 이용하는 경우도 48.3%임

[그림 10. 인터넷 이용 빈도(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



[그림 11. 주평균 인터넷 이용 시간(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



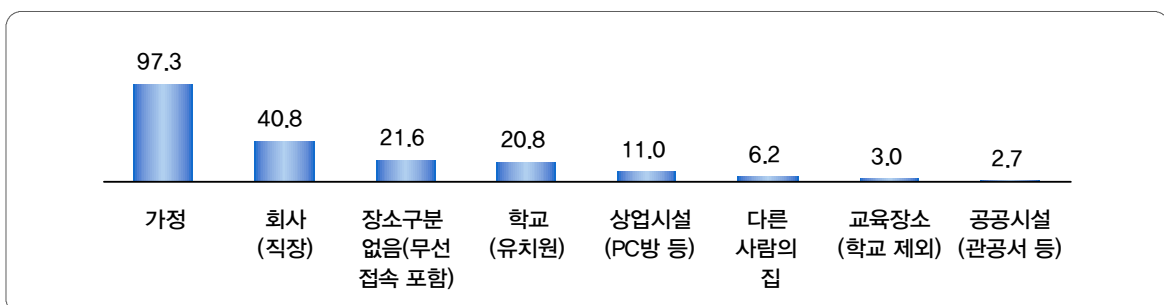
나. 인터넷 이용 장소



주로 '가정(97.3%)'에서 인터넷 이용

- ▶ 주된 인터넷 이용 장소는 '가정(97.3%)'이며, 다음으로 '회사(직장)(40.8%)', '장소구분없음(무선접속 포함) (21.6%)', '학교(20.8%)' 등의 순임

[그림 12. 인터넷 이용 장소(복수응답, %)-만3세 이상 인터넷 이용자]



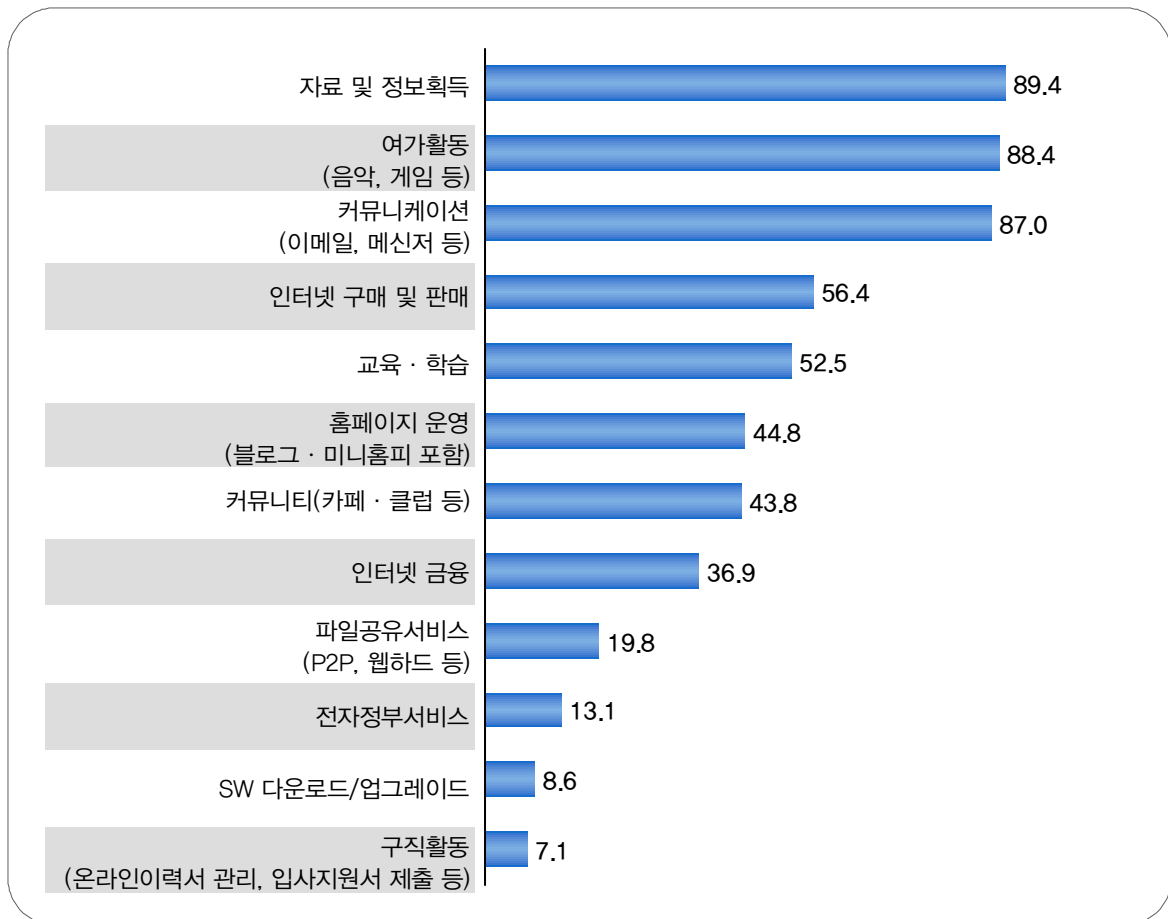
다. 인터넷 이용 목적



주된 인터넷 이용 목적은 '자료 및 정보 획득', '여가활동', '커뮤니케이션'

- ▶ 만3세 이상 인터넷 이용자 10명 중 8명은 인터넷을 통해 '자료 및 정보 획득(89.4%)'이나 '음악, 게임 등 여가활동(88.4%)', '이메일, 메신저 등 커뮤니케이션(87.0%)'을 하는 것으로 나타남
- ▶ 이 외에도 '인터넷 구매 및 판매(56.4%)', '교육·학습(52.5%)', '홈페이지 운영(블로그·미니홈피 포함)(44.8%)', '커뮤니티(카페·클럽 등)(43.8%)' 등을 위해 인터넷을 이용함

[그림 13. 인터넷 이용 목적(복수응답, %)-만3세 이상 인터넷 이용자]



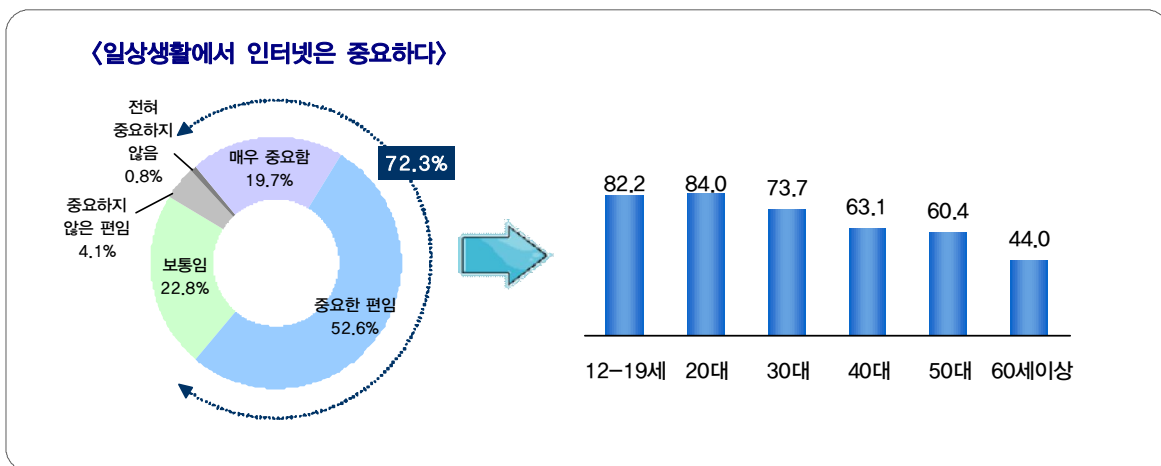
라. 일상생활에서 인터넷의 중요성에 대한 인식



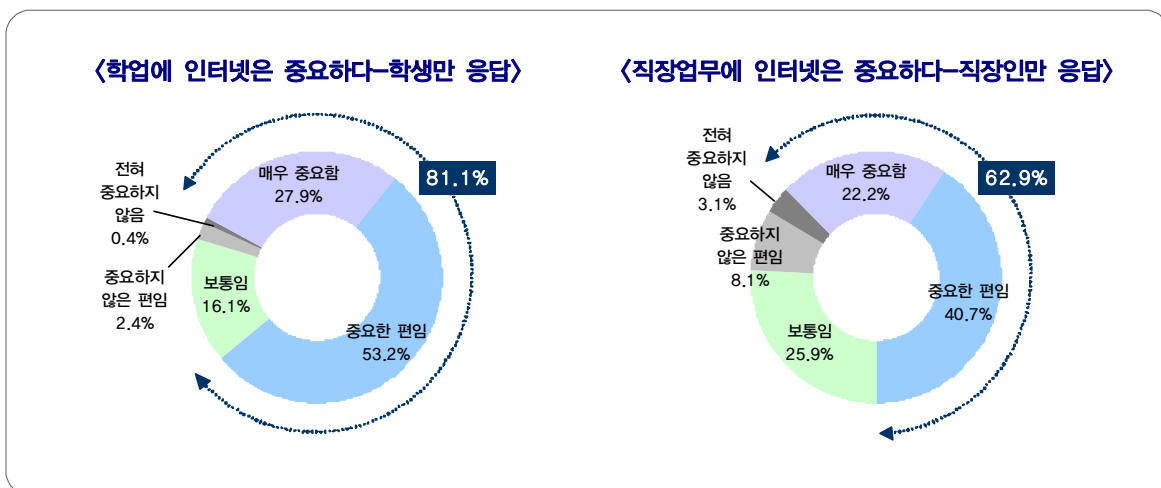
인터넷 이용자 10명 중 7명 '일상생활에서 인터넷은 중요하다'

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 72.3%가 '일상생활에서 인터넷은 중요하다'고 응답하였으며, 전반적으로 연령이 낮을수록(12-19세 82.2%, 20대 84.0%, 30대 73.7%, 40대 63.1% 등) 인터넷을 중요하게 생각함
- ▶ 한편, 학생 인터넷 이용자(81.1%)가 '학업에 인터넷은 중요하다'고 생각하는 경우가 직장인(62.9%)이 '직장업무에 중요하다'고 응답한 경우보다 많음

[그림 14. 일상생활에서 인터넷 이용의 중요성에 대한 인식(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 15. 학업 및 직장업무에서 인터넷 이용의 중요성에 대한 인식(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]



III. 인터넷과 커뮤니케이션

1. 이메일

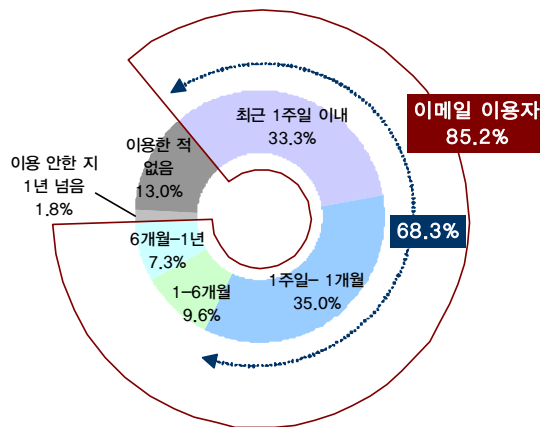
가. 이메일 이용률



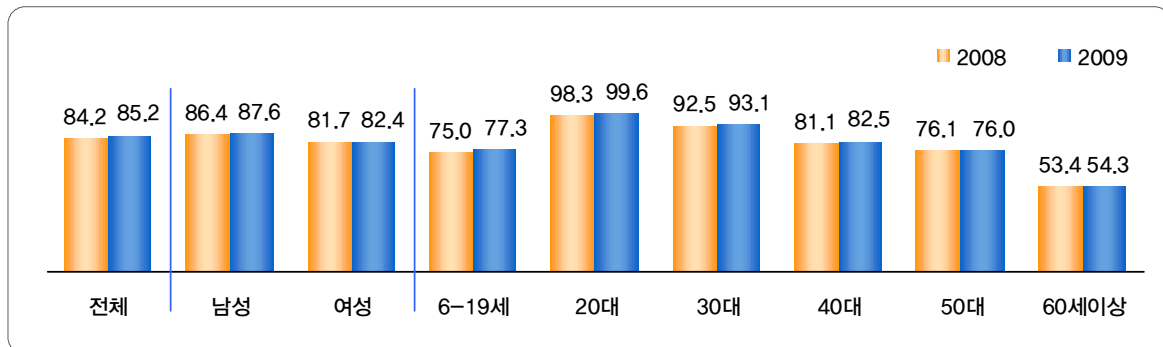
인터넷 이용자의 85.2%가 이메일 이용자

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 85.2%(전년대비 1.0%p 증가)가 최근 1년 이내 이메일을 이용한 '이메일 이용자'이며, 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 33.3%, '1주일-1개월 이내' 35.0%) 이용한 경우도 68.3%로 나타남
- ▶ 남성(87.6%)의 이메일 이용률이 여성(82.4%)보다 다소 높고, 연령별로는 20대(99.6%) 및 30대(93.1%)의 대부분이 이메일 이용자이며 40대의 이용률도 82.5%임

[그림 16. 최근 이메일 이용 시기(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 17. 이메일 이용률(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



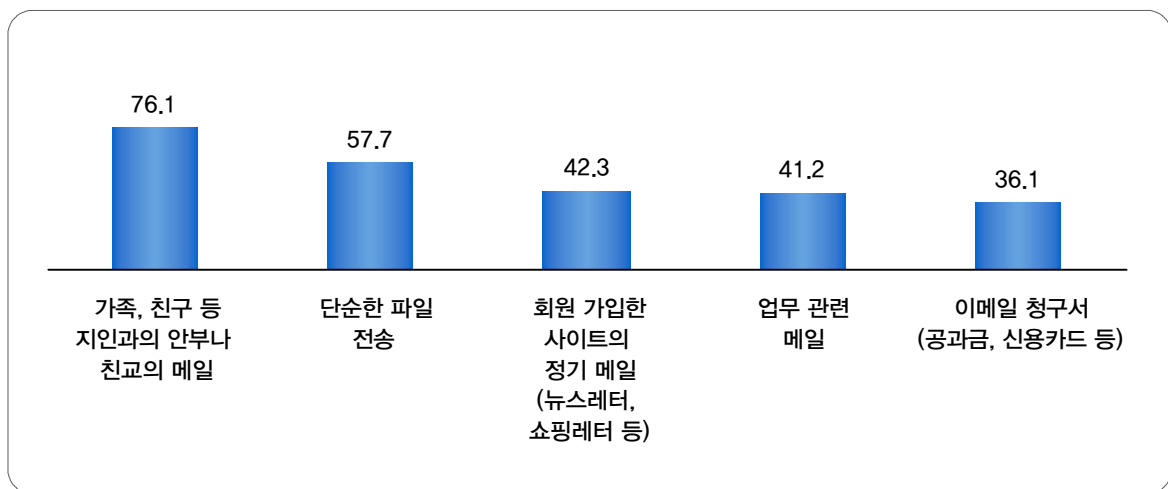
나. 송수신 이메일 내용



주로 '지인과의 안부나 친교(76.1%)'를 위한 이메일 송수신

- ▶ 이메일은 주로 '가족, 친구 등 지인과의 안부나 친교(76.1%)'를 위한 내용이 많았으며, 이 외에도 '단순한 파일 전송(57.7%)', '회원 가입한 사이트의 정기 메일(42.3%)', '업무 관련 메일(41.2%)' 등을 송수신 하는 것으로 나타남

[그림 18. 송수신 이메일 내용(복수응답, %)-만6세 이상 이메일 이용자]



2. 인스턴트 메신저

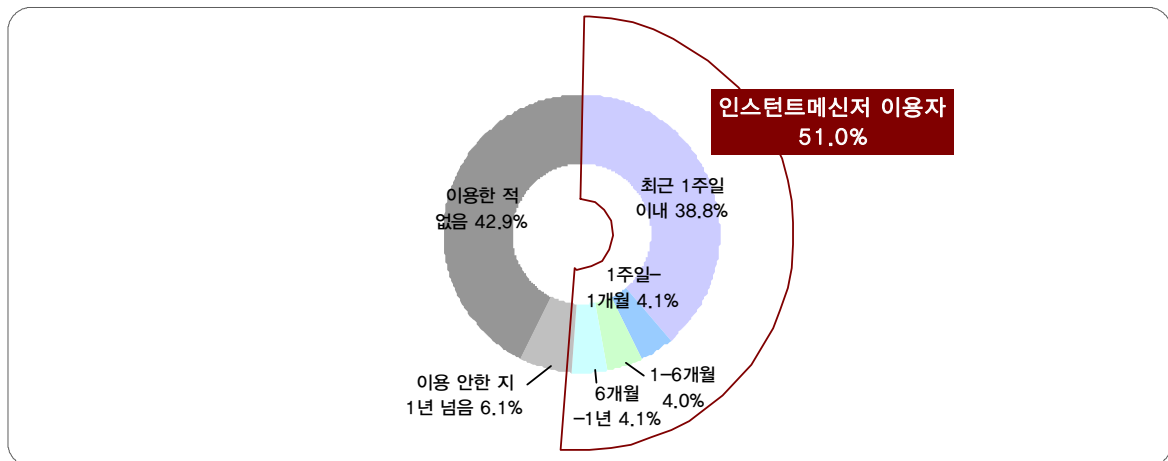
가. 인스턴트 메신저 이용률



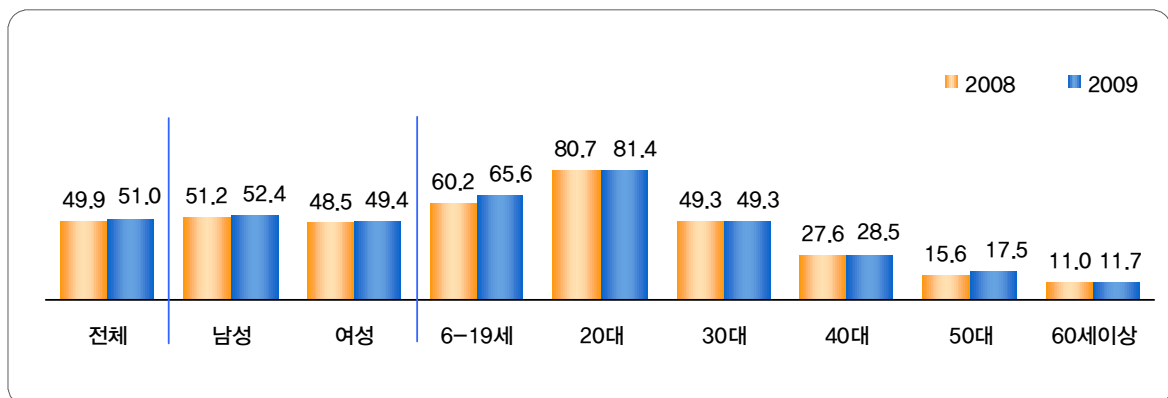
인터넷 이용자의 과반수(51.0%)가 인스턴트 메신저 이용

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 51.0%(전년대비 1.1%p 증가)가 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 것으로 나타났으며(인스턴트 메신저 이용자), '최근 1주일 이내' 이용한 경우도 38.8%임
- ▶ 남성(52.4%)의 인스턴트 메신저 이용률이 여성(49.4%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대의 이용률이 81.4%로 가장 높고, 다음으로 6-19세(65.6%), 30대(49.3%), 40대(28.5%) 등의 순임

[그림 19. 최근 인스턴트 메신저 이용 시기(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 20. 인스턴트 메신저 이용률(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



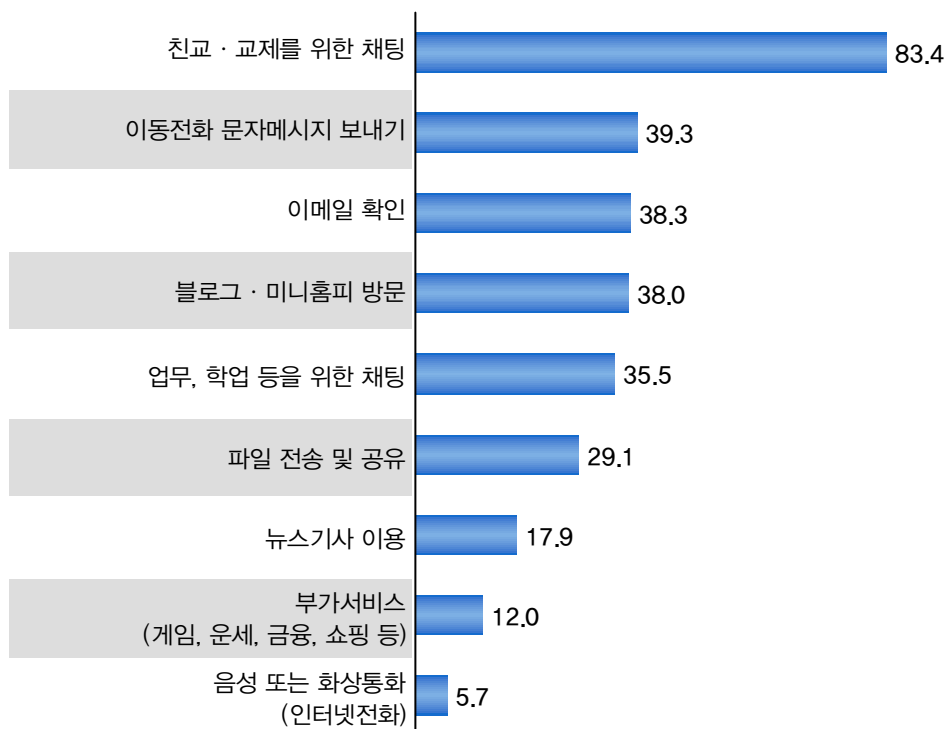
나. 인스턴트 메신저 이용 용도



인스턴트 메신저를 통해 주로 '친교·교제를 위한 채팅(83.4%)'

- ▶ 인스턴트 메신저 이용자의 83.4%가 '친교·교제를 위한 채팅'을 위해 인스턴트 메신저를 이용하는 것으로 나타남
- ▶ 또한, 인스턴트 메신저를 통해 '이동전화 문자메시지 보내기(39.3%)', '이메일 확인(38.3%)', '블로그·미니홈피 방문(38.0%)', '업무, 학업 등을 위한 채팅(35.5%)'을 하는 경우도 30% 이상임

[그림 21. 인스턴트 메신저 이용 용도(복수응답, %)-인스턴트 메신저 이용자]



3. 블로그 1)

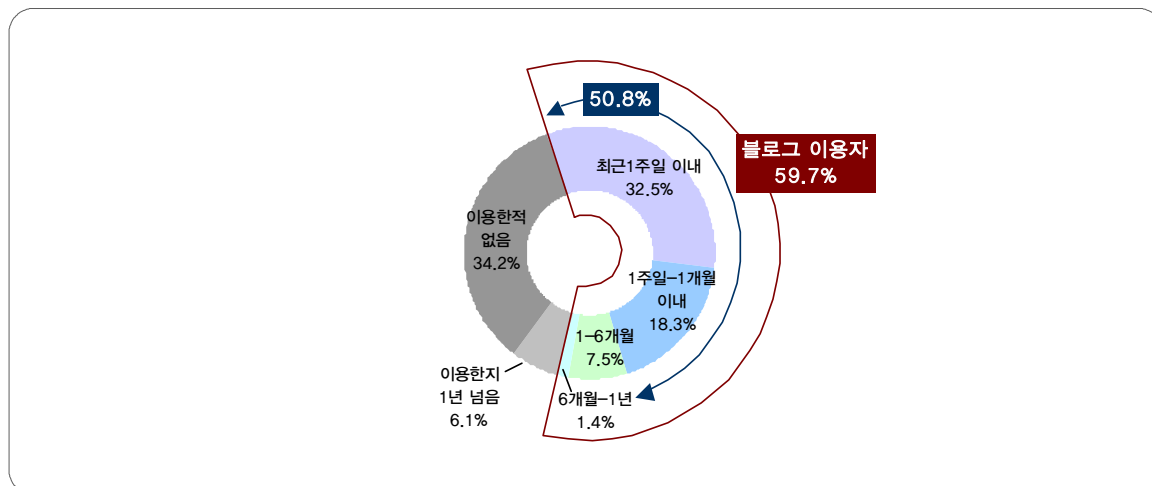
가. 블로그 이용률



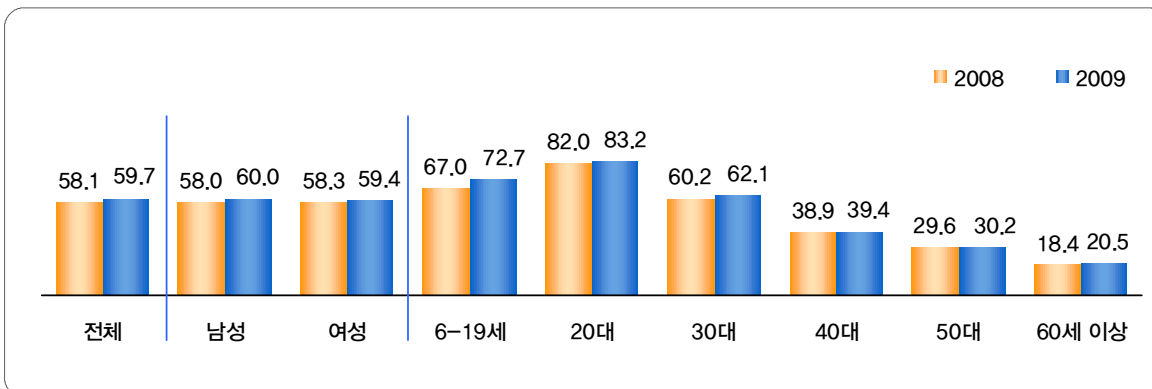
인터넷 이용자의 59.7%가 타인 블로그 이용자

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 59.7%(전년대비 1.6%p 증가)가 최근 1년 이내 타인의 블로그를 이용한 '블로그 이용자'이며, 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 32.5%, '1주일-1개월 이내' 18.2%) 이용한 경우도 50.7%로 나타남
- ▶ 블로그 이용률은 남성(60.0%)과 여성(59.4%)의 차이가 크지 않았으나, 연령별로는 20대가 83.2%로 가장 높았으며 6-19세 및 30대의 이용률도 각각 72.7%, 62.1%임

[그림 22. 최근 타인 블로그 이용 시기(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 23. 타인 블로그 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



1) 본 보고서에서 블로그는 광의의 개념을 적용하여 일반적으로 '미니홈피'라고 불리는 경우도 포함함

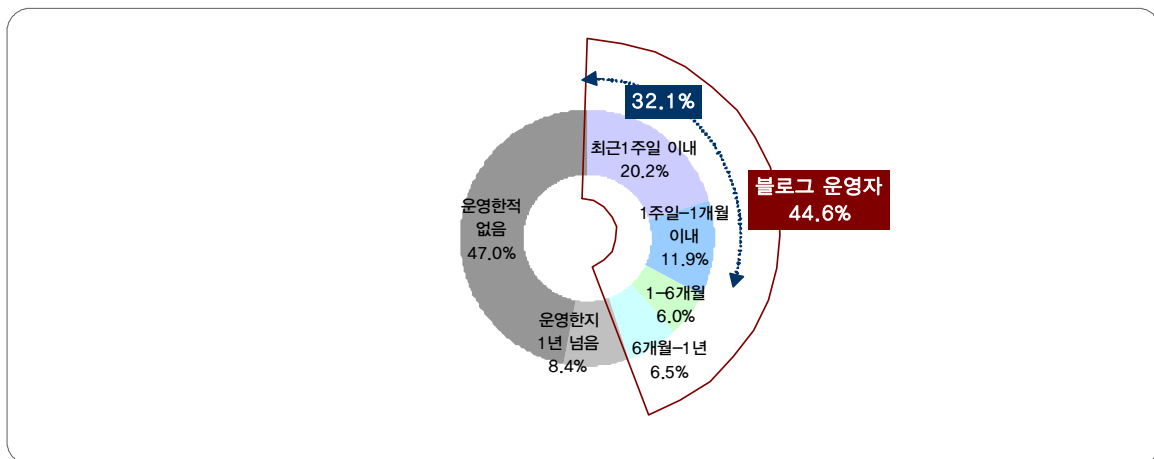
나. 블로그 운영률



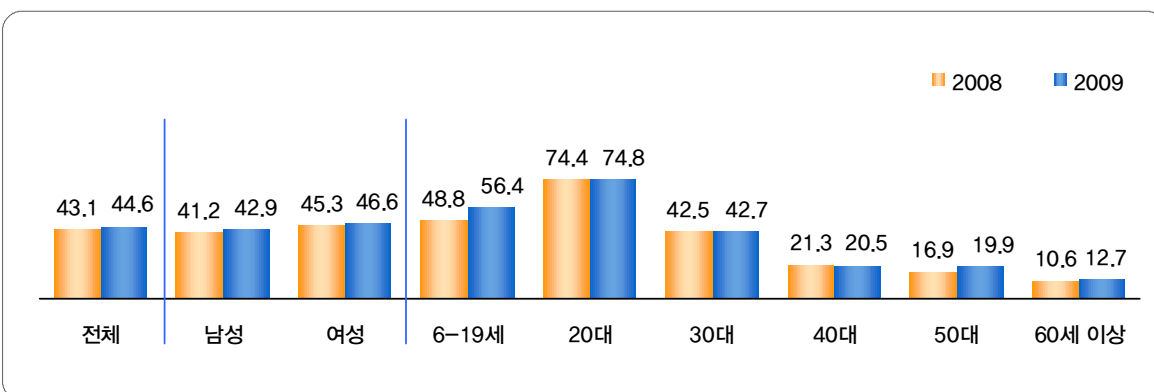
본인 블로그 운영률은 44.6%

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 44.6%(전년대비 1.5%p 증가)가 최근 1년 이내 본인의 블로그를 방문·관리한 '블로그 운영자'이며, 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 20.2%, '1주일-1개월 이내' 11.9%) 운영한 경우도 32.1%로 나타남
- ▶ 여성(46.6%)의 블로그 운영률이 남성(42.9%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대(74.8%) 및 6-19세(56.4%)의 과반수가 블로그 운영자임

[그림 24. 최근 본인 블로그 운영 시기(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 25. 본인 블로그 운영률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



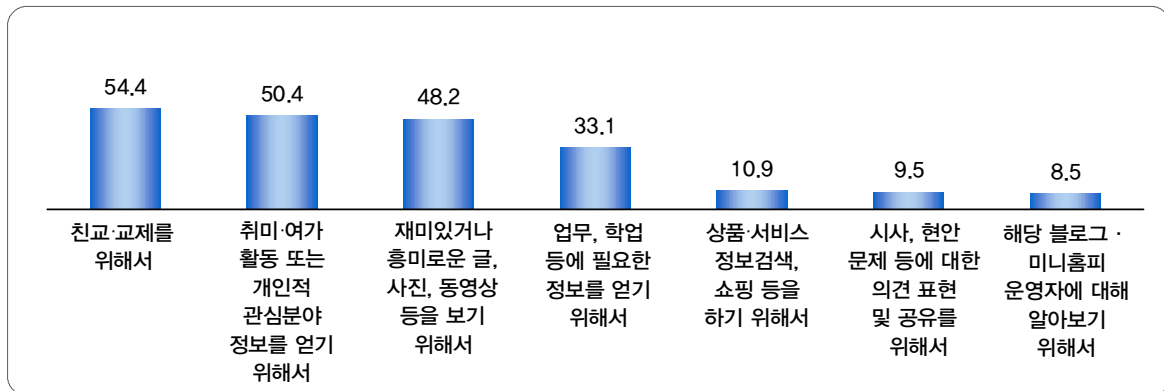
다. 블로그 이용 및 운영 이유



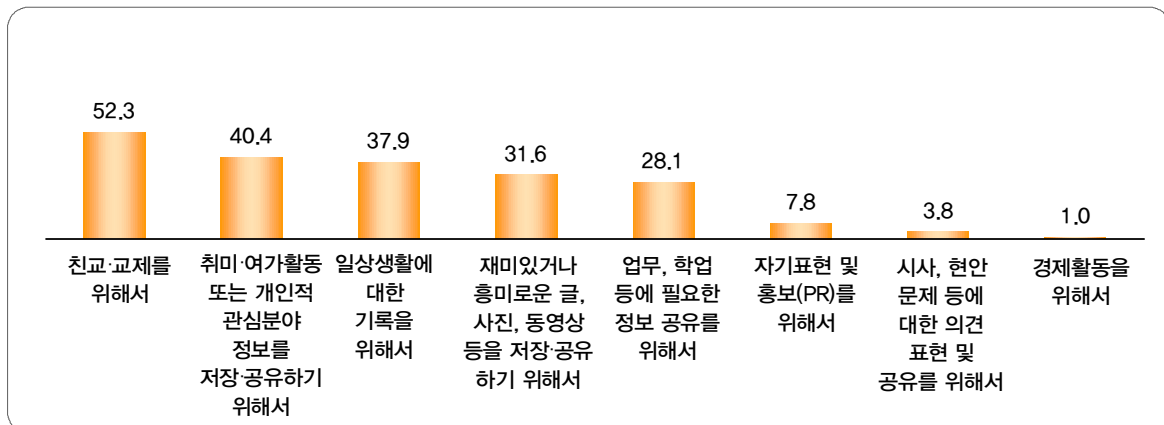
블로그는 주로 '친교·교제'를 위해서 이용(54.4%) 또는 운영(52.3%)

- ▶ 블로그는 주로 '친교·교제를 위해서' 이용(54.4%) 또는 운영(52.3%)하는 것으로 나타남
- ▶ 다음으로 타인 블로그를 '취미·여가활동 또는 개인적 관심분야 정보를 얻기 위해서(50.4%)', '재미있거나 흥미로운 글, 사진, 동영상 등을 보기 위해서(48.2%)' 이용하는 경우가 많았으며, 본인 블로그는 '취미·여가활동 또는 개인적 관심분야 정보를 저장·공유하기 위해서(40.4%)', '일상생활에 대한 기록을 위해서(37.9%)' 운영하는 경우가 상대적으로 많음

[그림 26. 타인 블로그 이용 이유(복수응답, %)-블로그 이용자]



[그림 27. 본인 블로그 운영 이유(복수응답, %)-블로그 운영자]



IV. 인터넷과 경제활동

1. 인터넷쇼핑

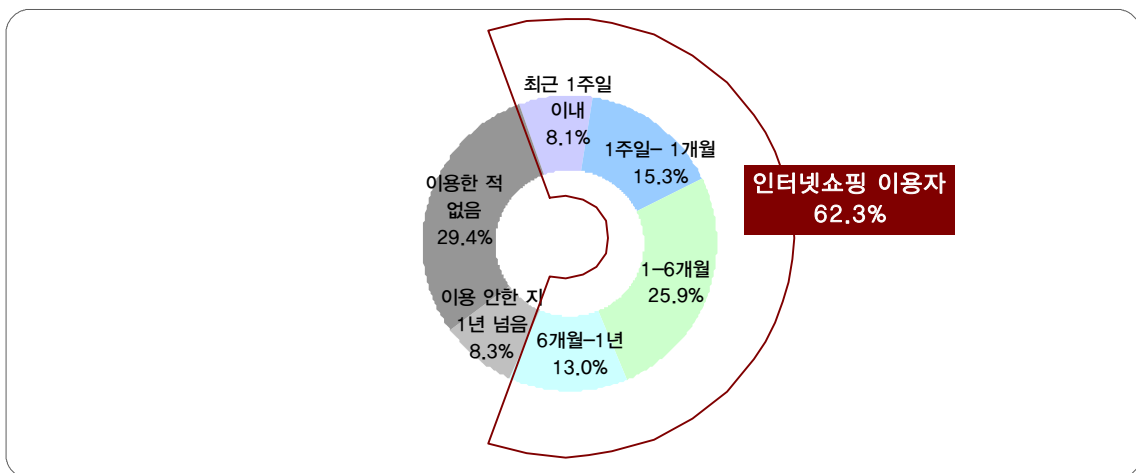
가. 인터넷쇼핑 이용률



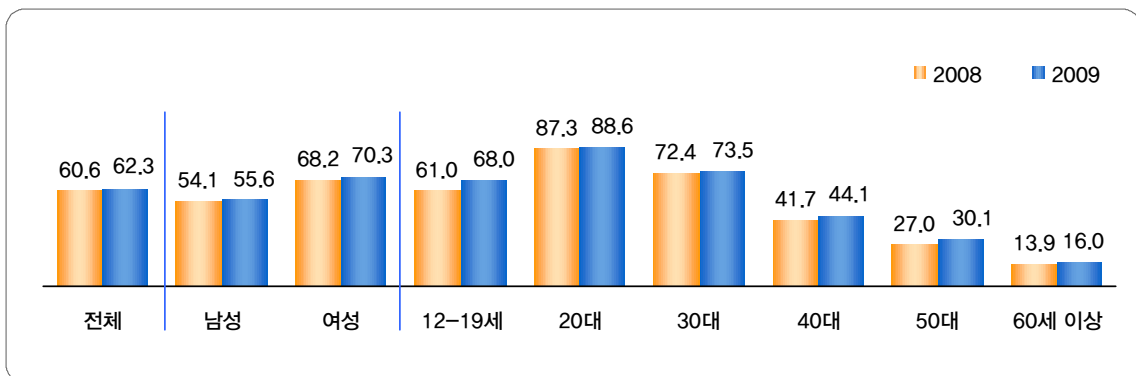
여성 인터넷 이용자 10명 중 7명이 인터넷쇼핑 이용자

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 62.3%(전년대비 1.7%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 '인터넷쇼핑 이용자'로 나타남
- ▶ 여성의 인터넷쇼핑 이용률은 70.3%로 남성(55.6%)보다 14.7%p 높았으며, 연령별로는 20대의 이용률이 88.6%로 가장 높고, 다음으로 30대(73.5%), 12-19세(68.0%), 40대(44.1%) 등의 순임

[그림 28. 최근 인터넷쇼핑 이용 시기(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 29. 인터넷쇼핑 이용률(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



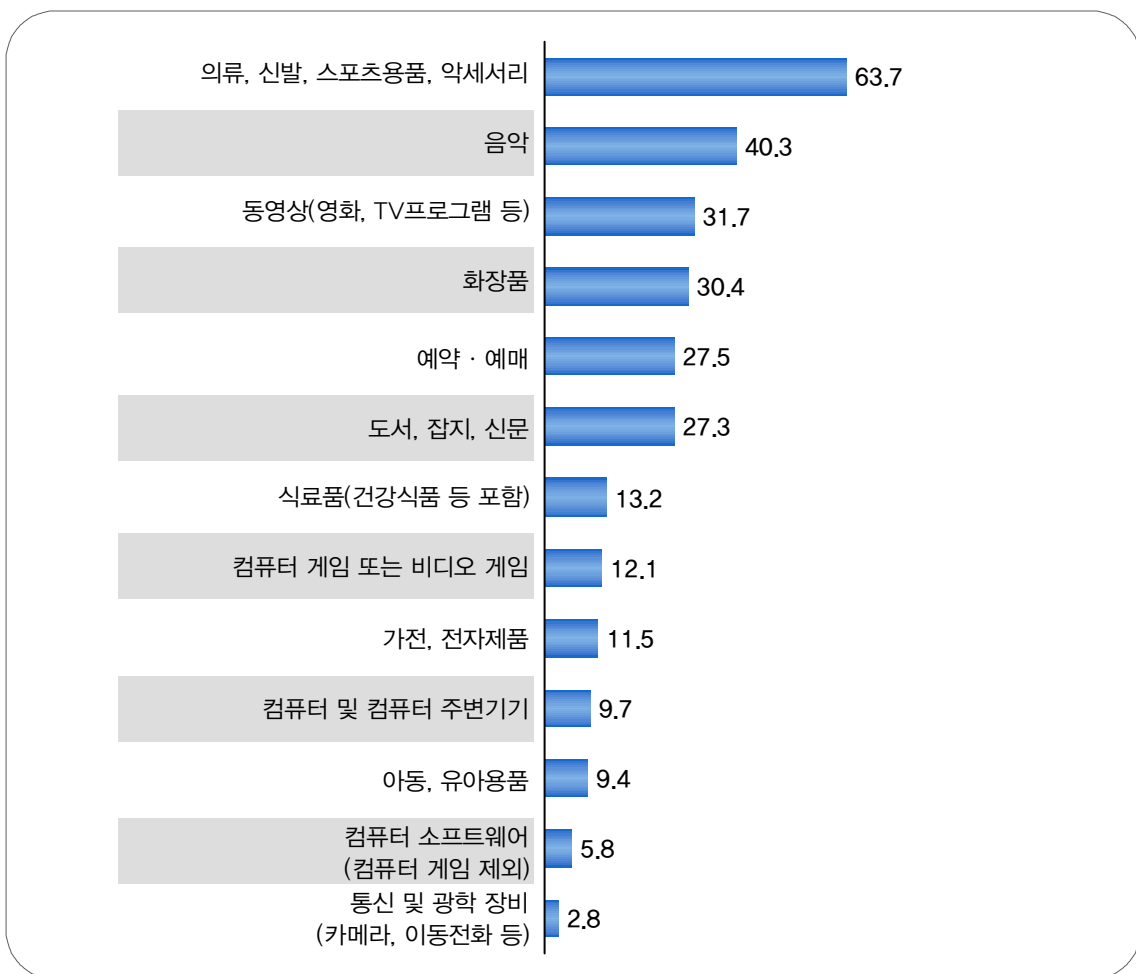
나. 인터넷쇼핑 구매 품목



주된 구매 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세서리(63.7%)'

- ▶ 인터넷쇼핑을 통해 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세서리'를 구매하는 경우가 63.7%로 가장 많았으며, 다음으로 '음악(40.3%)', '동영상(영화, TV프로그램 등)(31.7%)', '화장품(30.4%)', '공연, 교통 등 예약·예매(27.5%)' 등의 순임

[그림 30. 인터넷쇼핑 구매 품목(복수응답, %)-인터넷쇼핑 이용자]



- ❖ '음악', '동영상', '도서, 잡지, 신문', '컴퓨터게임 또는 비디오게임', '컴퓨터 소프트웨어'는 오프라인(우편, 택배 등)으로 배송 받는 것뿐만 아니라 디지털 파일로 제공되는 유료 콘텐츠를 스트리밍하거나 다운로드받는 것을 포함함

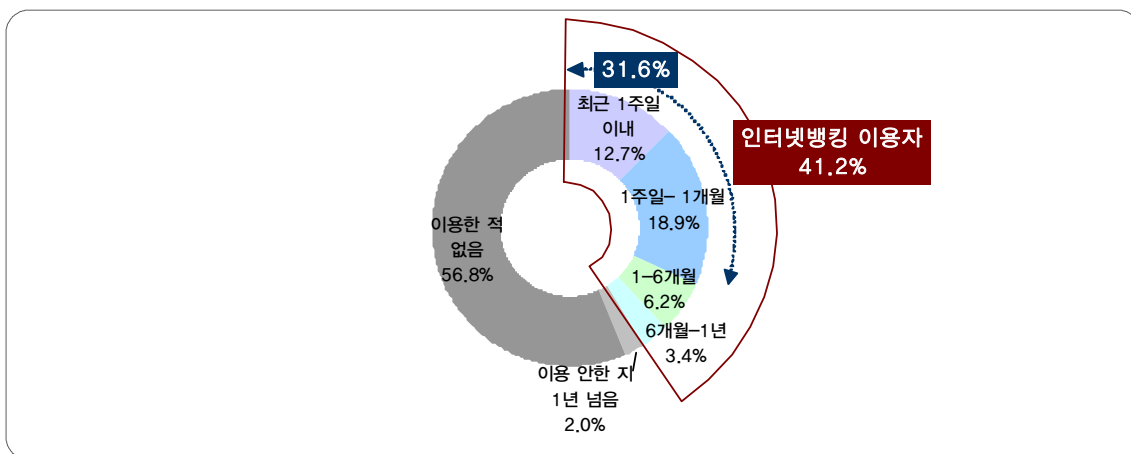
2. 인터넷뱅킹



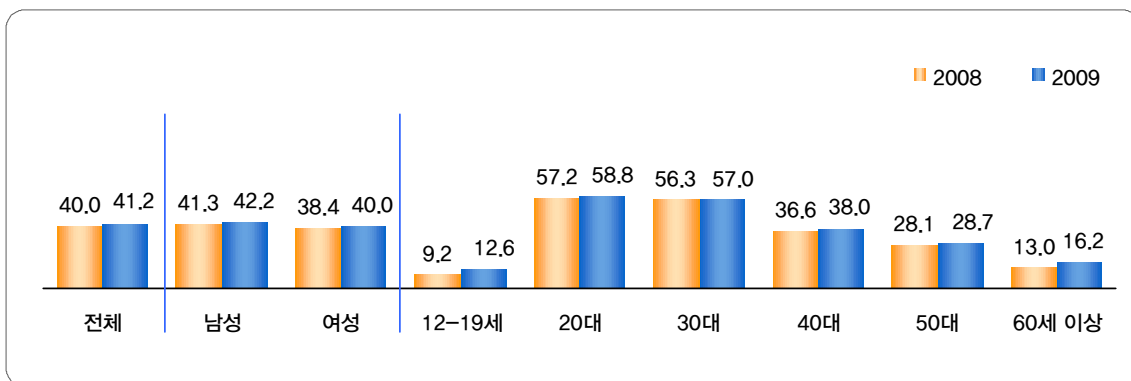
인터넷 이용자의 41.2%가 인터넷뱅킹 이용자

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 41.2%(전년대비 1.2%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 것으로 나타났으며(인터넷뱅킹 이용자), 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 12.7%, '1주일-1개월' 18.9%) 이용한 경우도 31.6%임
- ▶ 남성의 인터넷뱅킹 이용률은 42.2%로 여성(40.0%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대 및 30대의 이용률이 각각 58.8%, 57.0%로 상대적으로 높음

[그림 31. 최근 인터넷뱅킹 이용 시기(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 32. 인터넷뱅킹 이용률(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



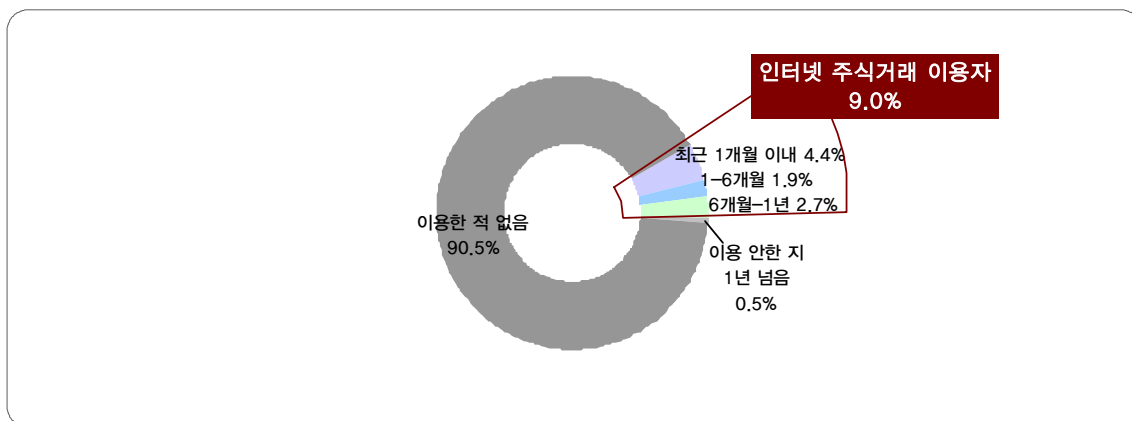
3. 인터넷 주식거래



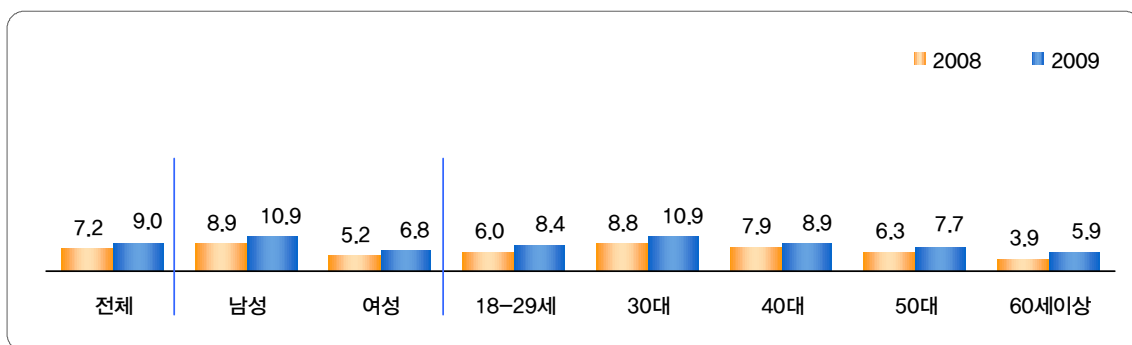
인터넷 이용자의 9.0%가 인터넷을 통해 주식거래

- ▶ 만18세 이상 인터넷 이용자의 9.0%(전년대비 1.8%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 주식거래를 한 '인터넷 주식거래 이용자'로 나타남
- ▶ 남성(10.9%)의 인터넷 주식거래 이용률이 여성(6.8%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 30대(10.9%) 및 40대(8.9%), 18-29세(8.4%)의 이용률이 상대적으로 높음

[그림 33. 최근 인터넷 주식거래 이용 시기(%)—만18세 이상 인터넷 이용자]



[그림 34. 인터넷 주식거래 이용률(%)—만18세 이상 인터넷 이용자]



V. 인터넷뉴스

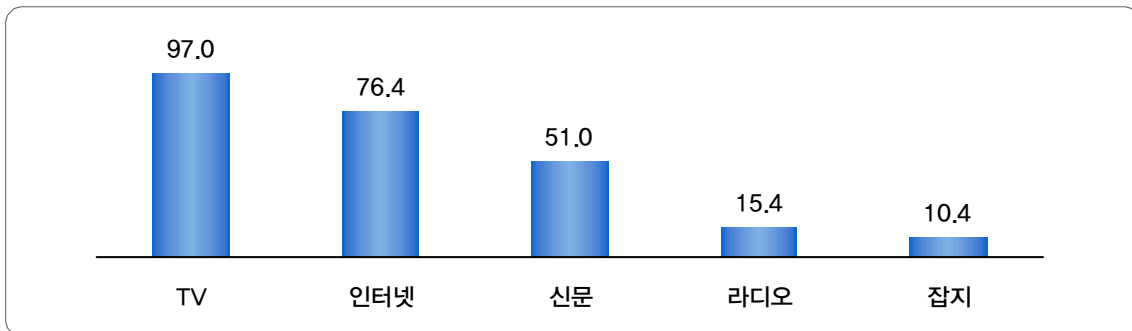
1. 주이용 뉴스 매체



주이용 뉴스 매체는 TV(97.0%) 다음으로 인터넷(76.4%)

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자는 뉴스 기사를 'TV(97.0%)' 다음으로 '인터넷(76.4%)'을 통해 보거나 이용하는 것으로 나타났으며, '신문'을 통해 뉴스 기사를 이용하는 경우는 51.0%임
- ▶ 남성(78.7%)이 여성(73.9%)보다 인터넷을 통해 뉴스 기사를 이용하는 경우가 다소 많았으며, 연령별로는 20대(88.4%) 및 30대(81.2%)의 80% 이상이 인터넷을 통해 뉴스 기사를 이용함

[그림 35. 주이용 뉴스 매체(복수응답, %)-만6세 이상 인터넷 이용자]



[표1. 성·연령별 주이용 뉴스 매체(복수응답, %)-만6세 이상 인터넷 이용자]

		TV	인터넷	신문	라디오	잡지
성별	남성	96.6	78.7	57.4	15.8	7.5
	여성	97.6	73.9	43.6	14.9	13.8
연령별	6-19세	97.4	75.8	20.0	5.7	12.5
	20대	95.9	88.4	57.2	14.7	13.3
	30대	96.7	81.2	62.2	19.6	10.0
	40대	97.1	71.9	64.7	21.0	8.0
	50대	98.0	63.1	66.7	21.4	7.4
	60세 이상	99.5	48.5	45.4	12.6	5.8

2. 인터넷뉴스²⁾ 이용 현황

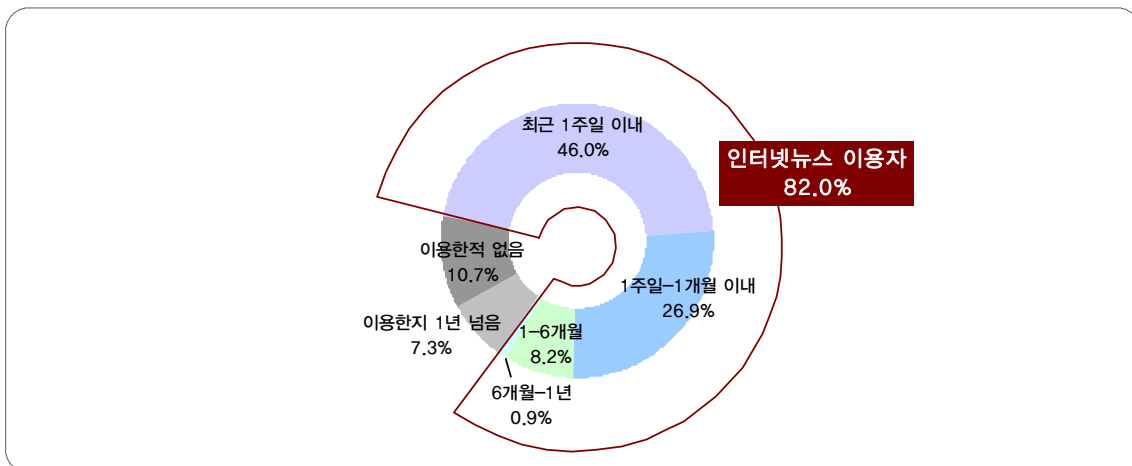
가. 인터넷뉴스 이용률



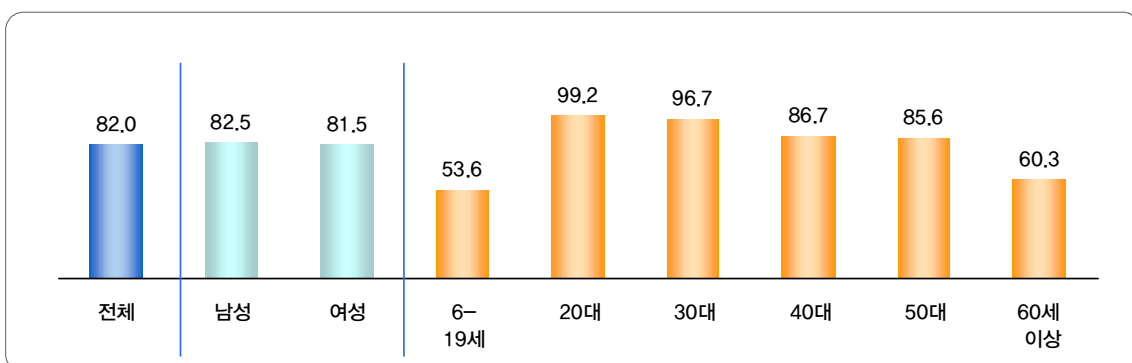
인터넷 이용자의 82.0%가 인터넷뉴스 이용자

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 대부분(82.0%)이 최근 1년 이내 인터넷을 통해 뉴스 기사를 보거나 이용한 '인터넷뉴스 이용자'이며, '최근 1주일 이내' 이용한 경우도 46.0%로 나타남
- ▶ 인터넷뉴스 이용률은 남성(82.5%)과 여성(81.5%)의 차이가 크지 않았으며, 연령별로는 20대(99.2%) 및 30대(96.7%) 젊은층의 90% 이상이 인터넷뉴스 이용자임

[그림 36. 최근 인터넷뉴스 이용 시기(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 37. 인터넷뉴스 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



2) 인터넷뉴스는 인터넷을 통해 TV뉴스, 신문기사, 라디오뉴스, 잡지 기사 등을 보는 경우를 모두 포함함

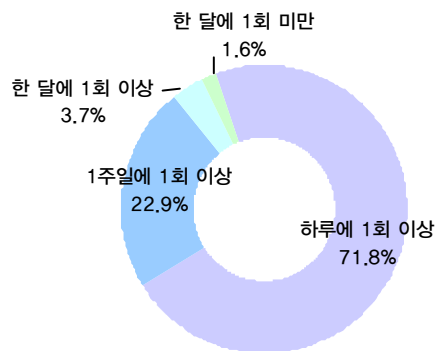
나. 인터넷뉴스 이용 빈도



인터넷뉴스 이용자 10명 중 7명은 '하루에 1회 이상' 이용

- ▶ 인터넷뉴스 이용자의 71.8%가 '하루에 1회 이상' 인터넷을 통해 뉴스 기사를 보거나 이용하는 것으로 나타났으며, '1주일에 1회 이상' 이용하는 경우도 22.9%임

[그림 38. 인터넷뉴스 이용 빈도(복수응답, %)-인터넷뉴스 이용자]



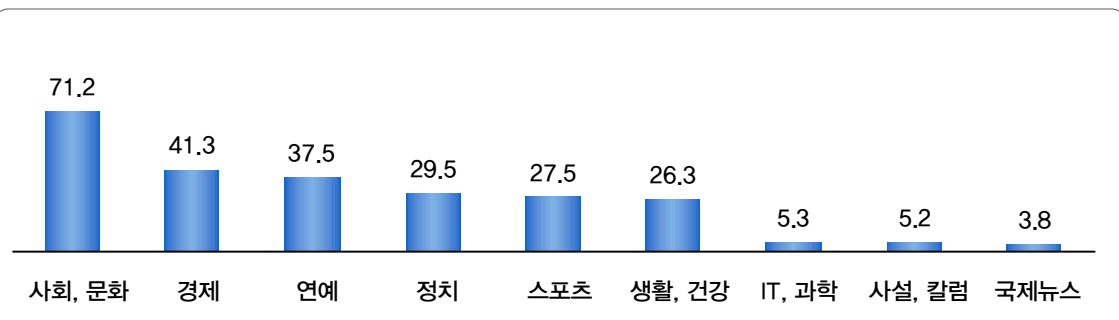
다. 주이용 인터넷뉴스 내용



주로 '사회, 문화(71.2%)' 관련 뉴스기사 이용

- ▶ 인터넷을 통해 주로 '사회, 문화' 관련 뉴스 기사를 보거나 이용하는 경우가 71.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '경제(41.3%)', '연예(37.5%)', '정치(29.5%)', '스포츠(27.5%)' 등의 순임

[그림 39. 주이용 인터넷뉴스 내용(복수응답, %)-인터넷뉴스 이용자]



VI. 인터넷 구직활동

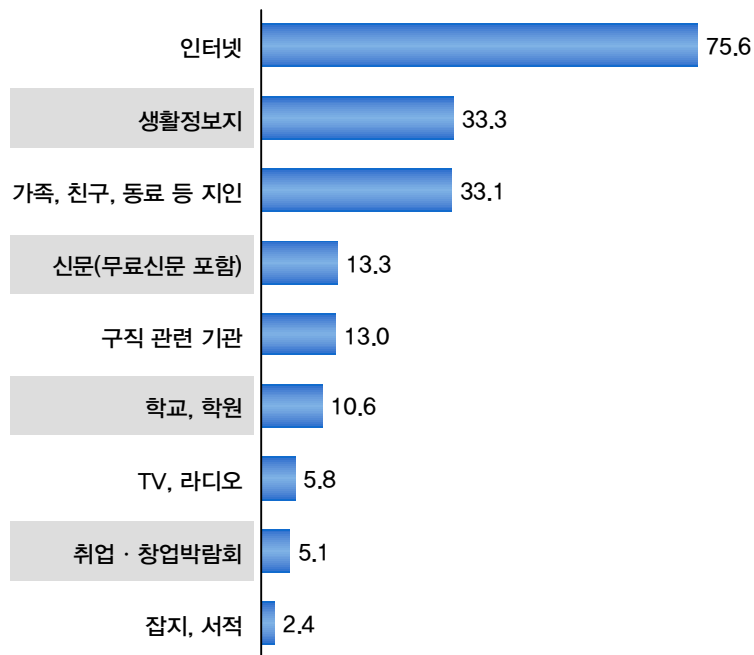
1. 구직 정보 획득 방법



주된 구직 정보 획득 경로는 '인터넷(75.6%)'

- ▶ 만18세 이상 구직자의 75.6%가 인터넷을 통해 구직(취직·이직, 창업, 아르바이트 등) 관련 정보를 획득하고 있으며, '생활정보지(33.3%)', '가족, 친구, 동료 등 지인(33.1%)', '신문(13.3%)' 등을 통해 구직 정보를 얻는 경우는 상대적으로 적음

[그림 40. 구직 정보 획득 방법(복수응답, %)-만18세 이상 구직자]



2. 인터넷 구직활동 현황

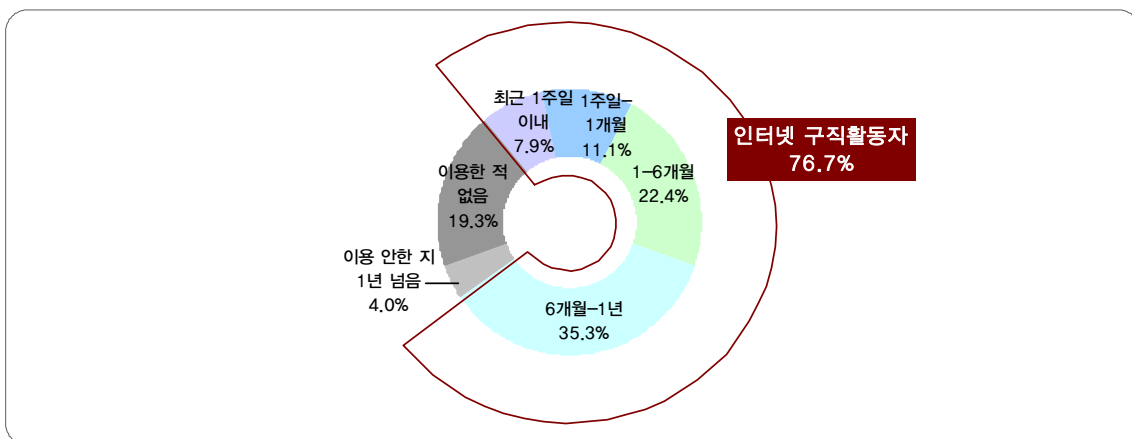
가. 인터넷 구직활동자 현황



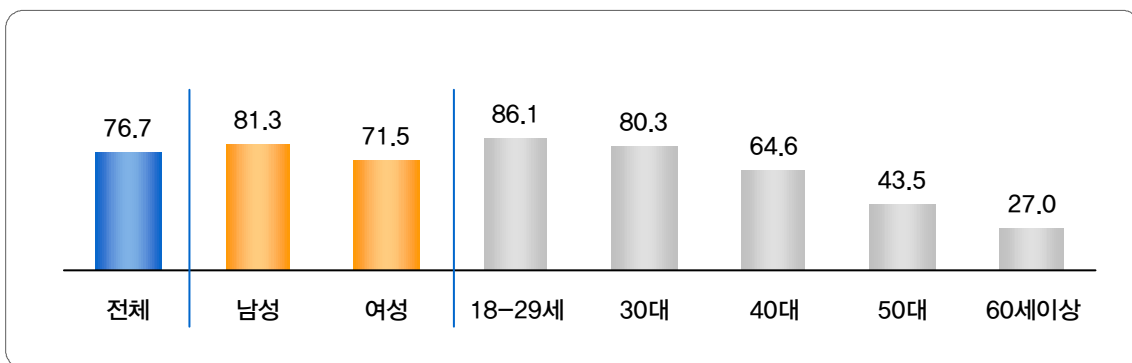
구직자 10명 중 8명이 인터넷을 통해 구직 활동

- ▶ 만18세 이상 구직자의 76.7%가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 구직활동(정보획득 포함)을 한 '인터넷 구직활동자'로 나타남
- ▶ 남성(81.3%)이 여성(71.5%)보다 인터넷을 통해 구직활동을 하는 경우가 많았으며, 연령별로는 18-29세(86.1%) 및 30대(80.3%)의 80% 이상이 인터넷 구직활동자임

[그림 41. 최근 인터넷 구직활동 시기(%)-만18세 이상 구직자]



[그림 42. 인터넷 구직활동자 현황(%)-만18세 이상 구직자]



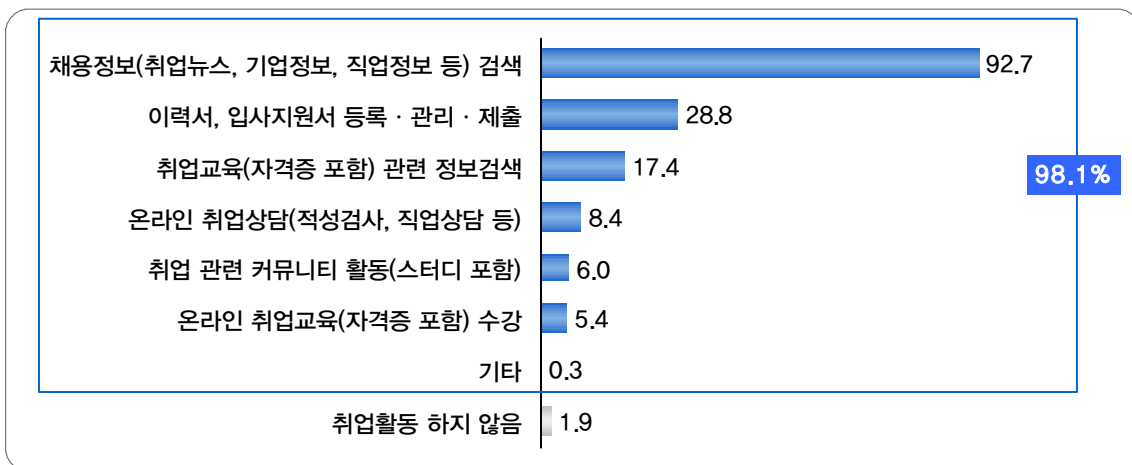
나. 인터넷 구직활동 유형



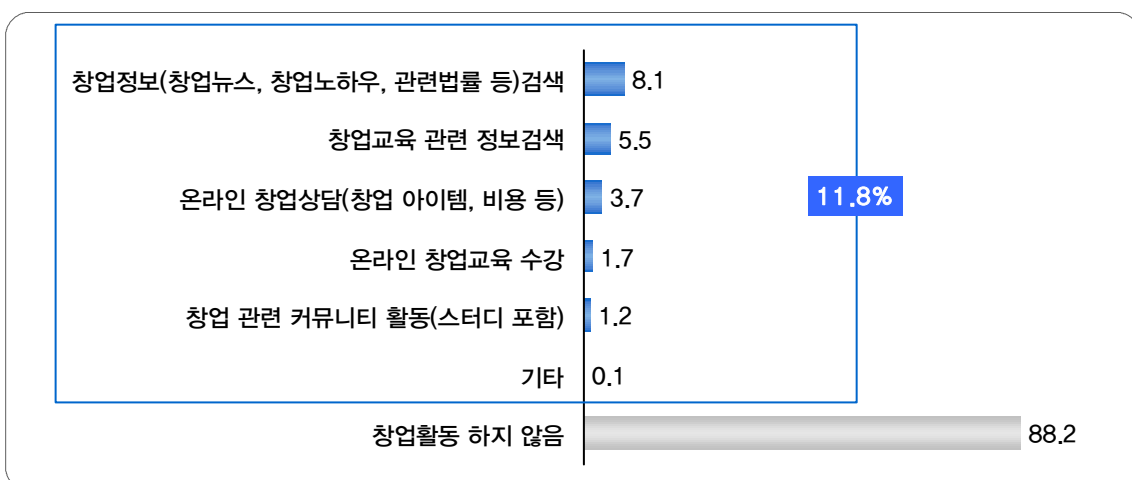
인터넷 구직자의 92.7%가 채용정보 검색

- ▶ 인터넷 구직활동자의 대부분(98.1%)이 인터넷을 통해 '채용정보 검색(92.7%)', '이력서, 입사지원서 등록·관리·제출(28.8%)', '취업교육 관련 정보검색(17.4%)' 등의 취업활동을 한 것으로 나타남
- ▶ 한편, 인터넷을 통해 '창업정보 검색(8.1%)', '창업교육 관련 정보검색(5.5%)', '온라인 창업상담(3.7%)' 등의 창업활동을 하는 경우도 11.8%임

[그림 43. 인터넷 취업활동 유형(복수응답, %)-인터넷 구직활동자]



[그림 44. 인터넷 창업활동 유형(복수응답, %)-인터넷 구직활동자]



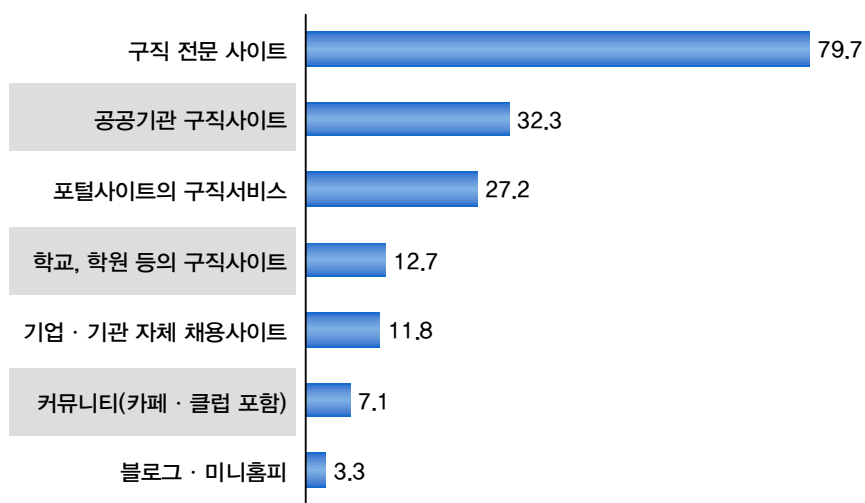
다. 인터넷 구직정보 이용 경로



주된 인터넷 구직정보 이용 경로는 '구직전문사이트(79.7%)'

- ▶ 인터넷을 통한 주된 구직정보 이용 경로는 '구직전문사이트(79.7%)'이며, 이 외에도 '공공기관 구직사이트(32.3%)', '포털사이트의 구직서비스(27.2%)', '학교, 학원 등의 구직사이트(12.7%)' 등을 통해 구직정보를 이용하는 것으로 나타남

[그림 45. 인터넷 구직정보 이용 경로(복수응답, %)-인터넷 구직활동자]



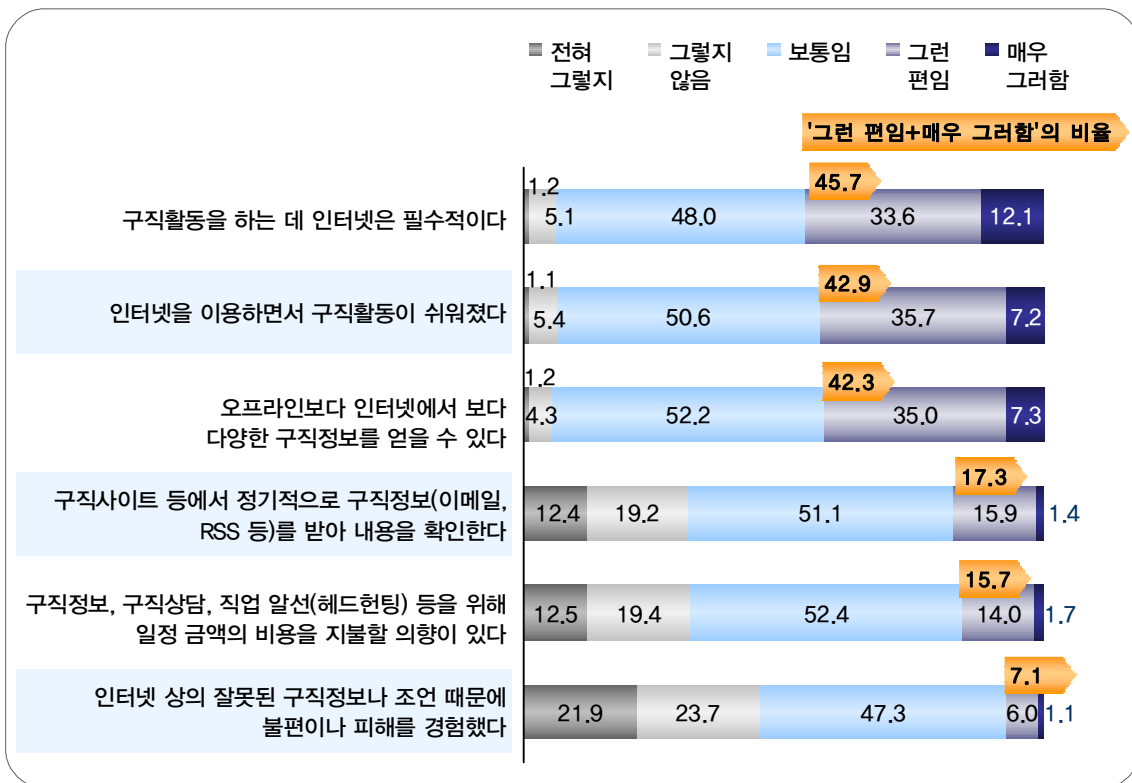
라. 인터넷 구직활동 관련 행동 및 인식



인터넷 구직활동자 10명 중 4명 '인터넷은 구직활동에 필수적임'

- ▶ 인터넷 구직활동자의 45.7%는 '구직활동을 하는 데 인터넷은 필수적이다'라고 응답했으며, '인터넷을 이용하면서 구직활동이 쉬워졌다(42.9%)' 또는 '오프라인보다 인터넷에서 다양한 구직정보를 얻을 수 있다(42.3%)'고 응답한 경우도 40% 이상으로 나타남
- ▶ 한편, '구직사이트 등에서 정기적으로 구직정보를 받아 내용을 확인'하거나 '구직정보, 구직상담, 직업 알선(헤드헌팅) 등을 위해 비용을 지불할 의향이 있는' 경우도 각각 17.3%, 15.7%임

[그림 46. 인터넷 구직활동 관련 행동 및 인식(%)-인터넷 구직활동자]



Ⅶ. 가구 인터넷 환경

1. 정보통신 기기 보유 현황

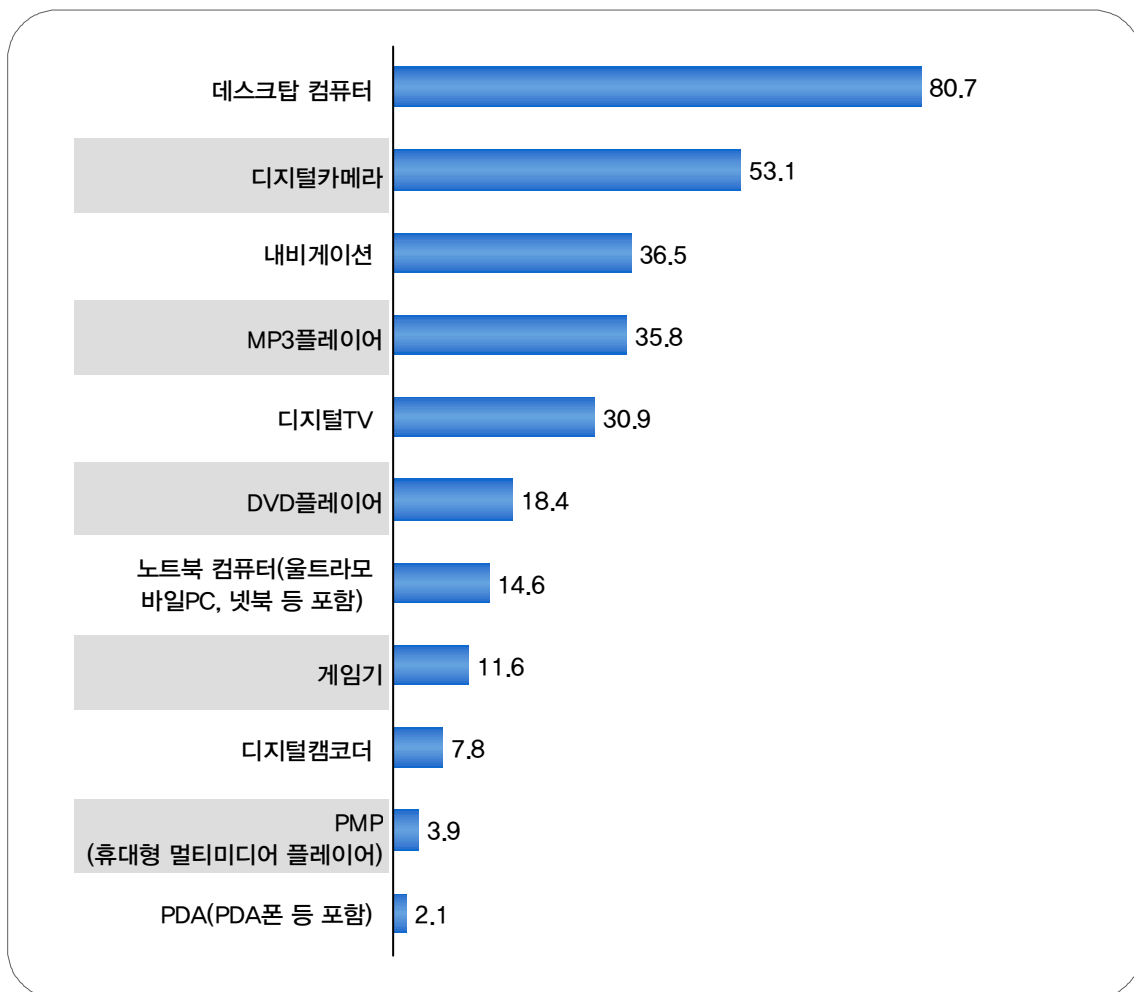
가. 가구 정보통신 기기 보유 현황



가구의 '디지털TV' 보유율 30.9%

- ▶ 전체 가구의 80.7%가 '데스크탑 컴퓨터'를 보유하고 있으며, '디지털카메라(53.1%)', '내비게이션(36.5%)', 'MP3플레이어(35.8%)', '디지털TV(30.9%)'를 보유하고 있는 경우도 30% 이상임
- ▶ 이 외에도 'DVD 플레이어(18.4%)', '노트북 컴퓨터(14.6%)', '게임기(11.6%)' 등의 정보통신 기기를 보유하고 있는 것으로 나타남

[그림 47. 가구 정보통신 기기 보유 현황(복수응답, %)]



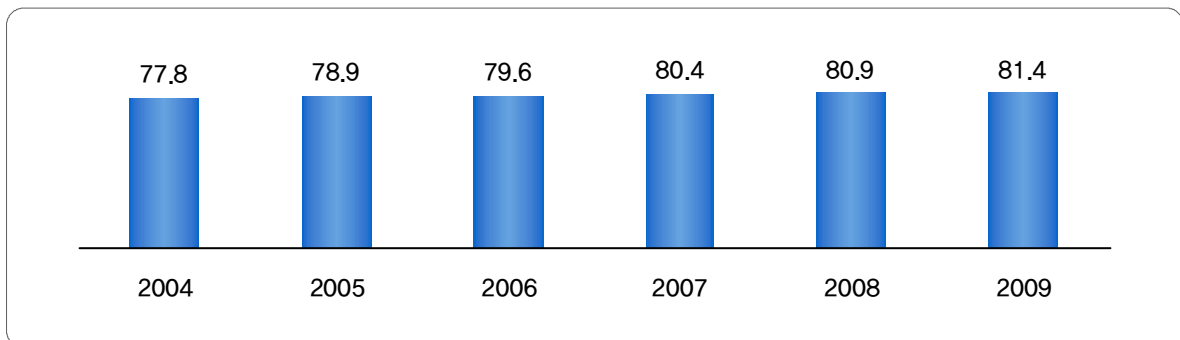
나. 가구 컴퓨터 보유율



가구 컴퓨터 보유율 81.4%

- ▶ 2009년 현재 가구의 컴퓨터 보유율은 81.4%(전년대비 0.5%p 증가)이며, 2004년(77.8%) 이후 5년 동안 3.6%p 증가한 것으로 나타남

[그림 48. 가구 컴퓨터 보유율(%)]



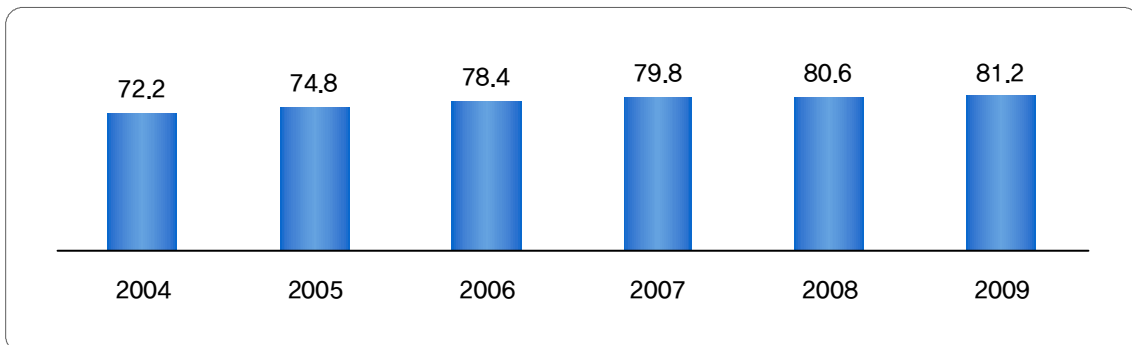
❖ 2006년부터 컴퓨터에 데스크탑 및 노트북 컴퓨터 외에 UMPC, PDA(PDA폰, 스마트폰 포함) 등을 포함시킴

2. 인터넷 접속 현황³⁾

가구 인터넷 접속률 81.2%

- ▶ 2009년 현재 가구의 인터넷 접속률은 81.2%(전년대비 0.6%p 증가)이며, 2004년(72.2%) 이후 5년 동안 9.0%p 증가한 것으로 나타남

[그림 49. 가구 인터넷 접속률(%)]



3) 가구 인터넷 접속률은 실제 인터넷 이용 여부와 관계없이 xDSL, 케이블모뎀, 광랜, 무선랜 등의 방식(이동전화 무선인터넷 제외)으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율임

3. 결합상품 이용 현황

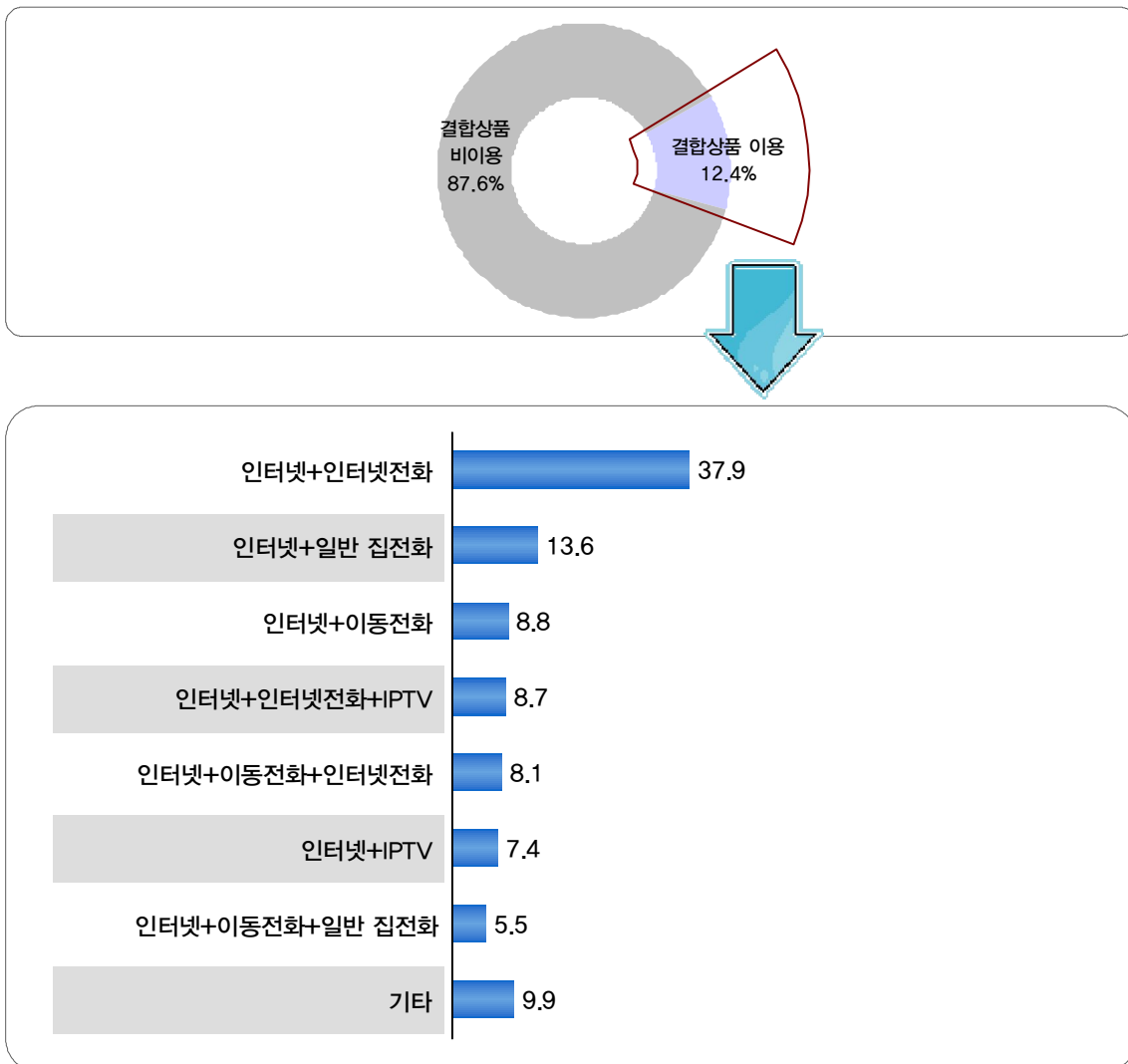
가. 가구 결합상품 이용 현황



전체 가구의 12.4%가 결합상품 가입·이용

- ▶ 전체 가구의 12.4%가 인터넷, 일반 집전화, 이동전화 등의 정보통신 서비스를 묶어서 이용하는 경우 요금을 할인해 주는 결합상품을 이용하고 있는 것으로 나타남
- ▶ 결합상품 이용 가구의 37.9%(전체 가구의 4.7%)가 '인터넷+인터넷전화' 형태의 결합상품을 이용하고 있으며, '인터넷+일반 집전화', '인터넷+이동전화', '인터넷+인터넷전화+IPTV' 결합상품을 이용하는 경우도 각각 13.6%, 8.8%, 8.7%임

[그림 50. 가구 결합상품 이용 현황(%)]



나. 결합상품 이용에 따른 정보통신 서비스 이용금액 변화



결합상품 이용 가구의 69.9% '결합상품 이용으로 전체 정보통신 이용금액 감소'

- ▶ 결합상품 이용 가구의 69.9%가 결합상품을 이용하면서 전체 정보통신 서비스 이용 금액이 감소('매우 감소함' 7.2%, '감소한 편임' 62.7%)했다고 응답함

[그림 51. 결합상품 이용에 따른 정보통신 서비스 이용금액 변화(%)-결합상품 이용 가구]

