

2010년 인터넷이용실태조사

요약보고서



2010. 9

목차

I. 조사개요	1
II. 인터넷 이용 현황	2
1. 인터넷이용률 및 이용자수	2
2. 인터넷 이용 행태	6
III. 인터넷과 커뮤니케이션	8
1. 이메일	8
2. 인스턴트 메신저	10
3. SNS(소셜 네트워킹 서비스)	12
IV. 인터넷과 경제활동	16
1. 인터넷쇼핑	16
2. 인터넷뱅킹	19
3. 인터넷 주식거래	21
V. 전자책 이용 현황	23
1. 전자책 이용률	23
2. 전자책 이용 행태	24
3. 전자책 이용 전망	25
VI. 가구 인터넷 환경	27
1. 가구 정보통신 기기 보유 현황	27
2. 가구 정보통신 서비스 이용 현황	29
<부록> 한국 인터넷 이용자 10년史	30

I. 조사개요

모집단	국내 전체 가구 및 만3세 이상 인구
조사대상	전국 30,000가구 및 가구내 만3세 이상 가구원
유효표본	30,000가구 및 72,658명(가구원)
조사방법	가구방문 면접조사
조사기간	2010. 5. 1 - 7. 15
표본추출	다단계층화집락추출 (Stratified Multi-stage Cluster Sampling)
추 정	사후층화(다단계층화집락추출 추정식 적용) - 가 구 : 통계청 장래가구추계의 2010년 추계가구 - 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2010년 추계인구
표본오차	인터넷이용률 $\pm 0.12\%p$ (95%신뢰수준)

➡ 표본설계

- 통계청 "2005년 인구주택총조사"의 일반가구 조사구를 표본틀로 사용
- 조사구를 특성별로 12개로 분류한 후, 지역(16개시도)×동/읍면부 층화하여 3,000개 조사구를 계통추출하고 각 조사구에서 10가구(총 30,000가구)를 추출·조사
- ※ 전체 조사구를 주택유형, 주택점유형태, 가구방수, 가구주 연령대, 가구주 교육수준 등의 특성치를 기반으로 총 12개로 분류

II. 인터넷 이용 현황

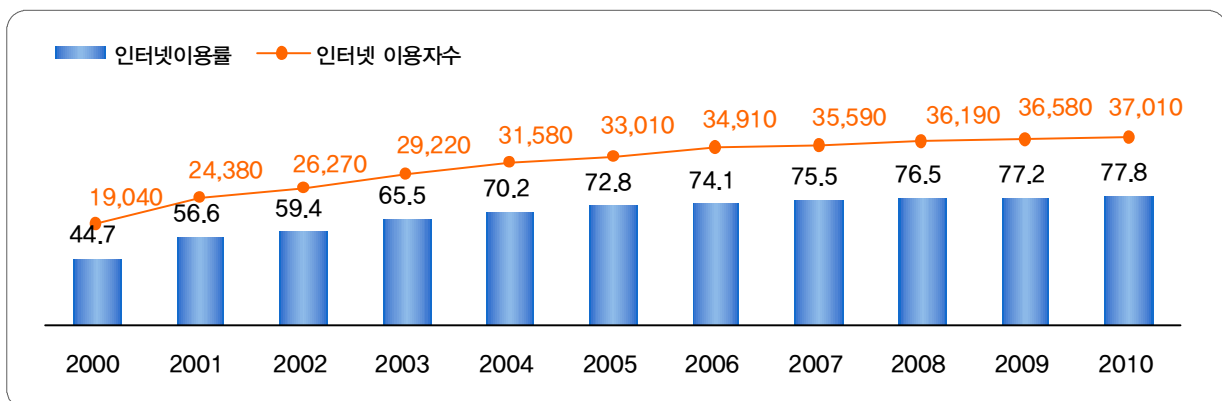
1. 인터넷이용률 및 이용자수



만3세 이상 인구의 77.8%인 37,010천명이 인터넷 이용자

- ➡ 2010년 5월 현재 만3세 이상 인구의 인터넷이용률(최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율)은 77.8%로 전년대비 0.6%p 증가하였으며, 인터넷 이용자수는 37,010천명(전년대비 430천명 증가)으로 나타남
- ➡ 우리나라 인터넷이용률은 2000년 44.7%(19,040천명)에 불과했으나 초고속인터넷 인프라의 급속한 확산과 더불어 지난 10년 동안 33.1%p 증가하였으며, 이용자수는 약 2배(1.94배)가 증가함

[그림 1. 인터넷이용률 및 이용자수 변화 추이(% , 천명)]



- ✚ 1) 2004년부터 인터넷에 이동전화 무선인터넷을 포함시켰으며, 인터넷 이용자 정의도 '월평균 1회 이상 인터넷 이용자'에서 '최근 1개월 이내 인터넷 이용자'로 변경함
- 2) 2006년부터 조사대상을 만3세 이상 인구로 확대함(2000년-2001년 : 만7세 이상 인구, 2002년-2005년 : 만6세 이상 인구)

- ➡ 한편, 만3-5세 유아의 인터넷이용률은 63.0%이며, 인터넷 이용자수는 840천명으로 조사됨

[표 1. 만3-5세 유아의 인터넷 이용 현황(% , 천명)]

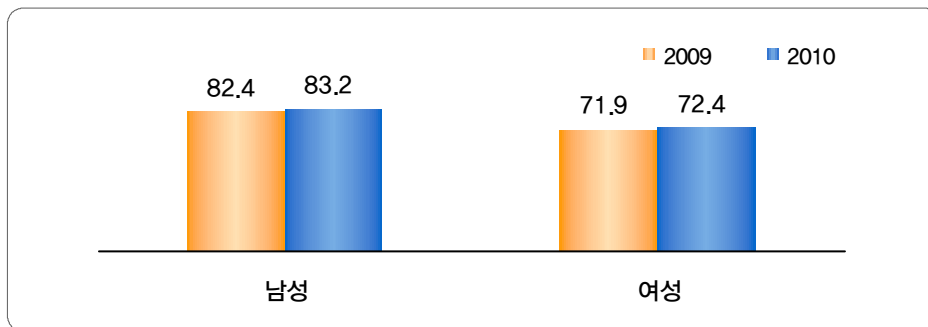
	만3세 이상	만3-5세	만6세 이상
인터넷이용률	77.8	63.0	78.3
인터넷 이용자수	37,010	840	36,180

가. 성별 인터넷이용률 및 이용자수

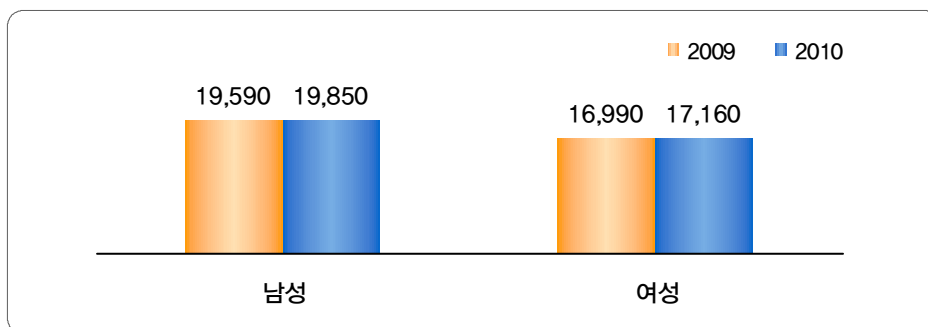
남성과 여성의 인터넷이용률은 각각 83.2%, 72.4%

- ➔ 남성의 인터넷이용률은 83.2%(전년대비 0.8%p 증가), 여성은 72.4%(전년대비 0.5%p 증가)이며, 인터넷 이용자수는 각각 19,850천명(전년대비 260천명 증가)과 17,160천명(전년대비 170천명 증가)으로 나타남
- ➔ 인터넷 이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 남성이 과반수인 53.6%를 차지하고 있으며, 여성 인터넷 이용자의 비중은 46.4%임

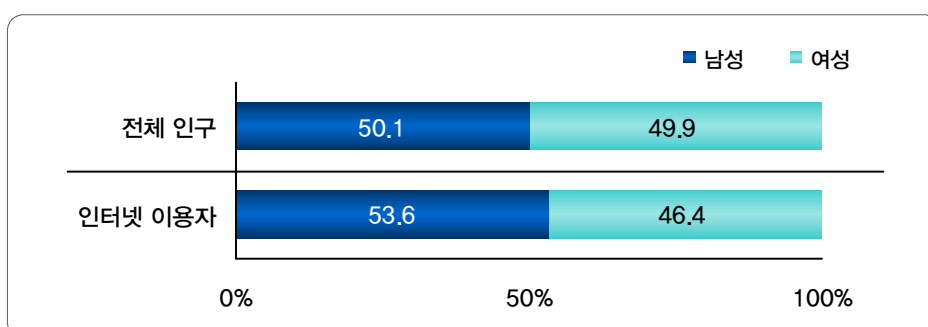
[그림 2. 성별 인터넷이용률(%)]



[그림 3. 성별 인터넷 이용자수(천명)]



[그림 4. 성별 인터넷 이용자 구성비(%)]



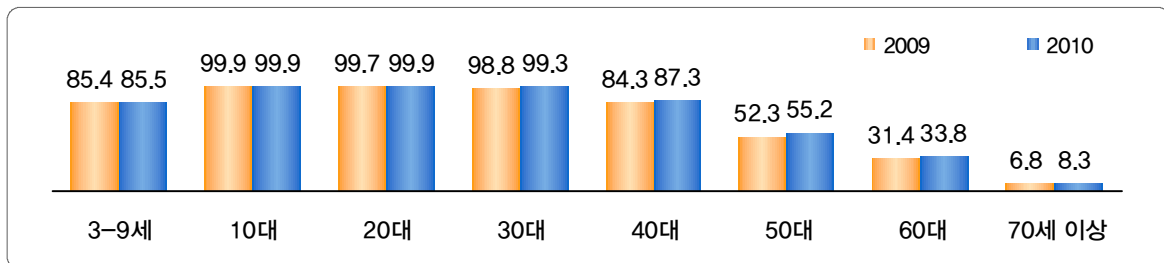
나. 연령별 인터넷이용률 및 이용자수



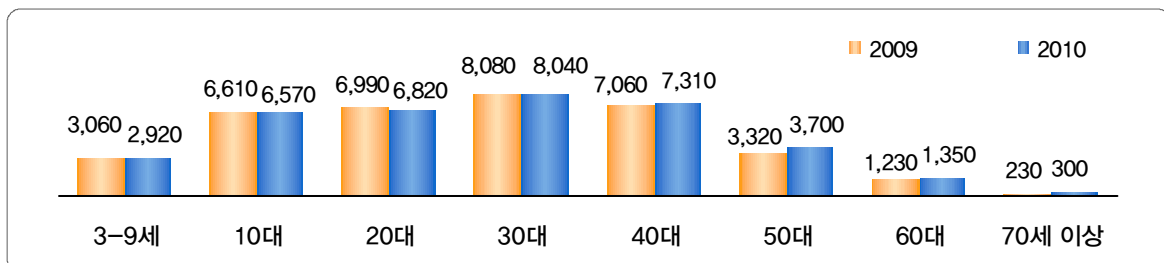
60대의 인터넷이용률은 33.8%

- ➡ 10대(99.9%) 및 20대(99.9%), 30대(99.3%) 젊은층의 인터넷이용률은 거의 100%에 달하고 있으며, 40대(87.3%)와 3-9세(85.5%)의 이용률도 80% 이상으로 나타남
- 50대(55.2%) 및 60대(33.8%) 인터넷이용률이 전년대비 상대적으로 크게 증가(각각 2.9%p, 2.4%p)함
- ➡ 한편, 인터넷 이용자의 40.1%가 20대 및 30대(각각 18.4%, 21.7%) 청년층이며, 50대와 10대 인터넷 이용자 비중도 각각 19.8%와 17.7%임

[그림 5. 연령별 인터넷이용률(%)]



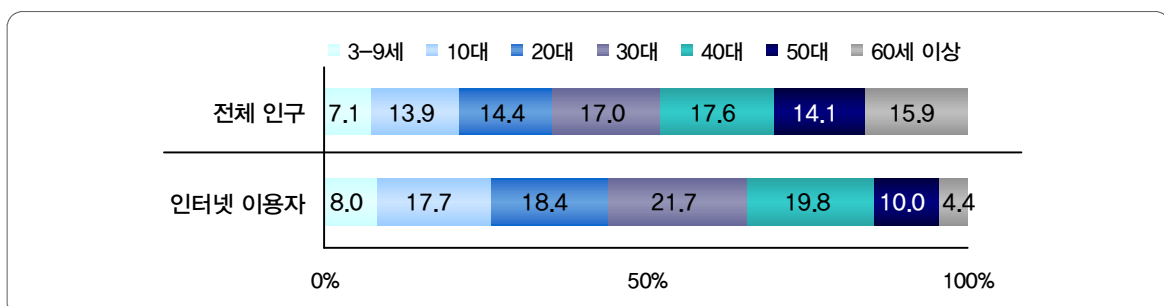
[그림 6. 연령별 인터넷 이용자수(천명)]



❖ 30대 이하 젊은층의 인터넷이용률은 증가하였으나 이용자수가 감소한 이유는 해당 연령대의 전체 인구가 감소했기 때문임(통계청 장래 인구추계 기준)

	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
2009년	3,580천명	6,620천명	7,020천명	8,180천명	8,370천명	6,350천명	3,660천명	3,370천명
2010년	3,410천명	6,570천명	6,830천명	8,100천명	8,380천명	6,710천명	3,740천명	3,550천명

[그림 7. 연령별 인터넷 이용자 구성비(%)]



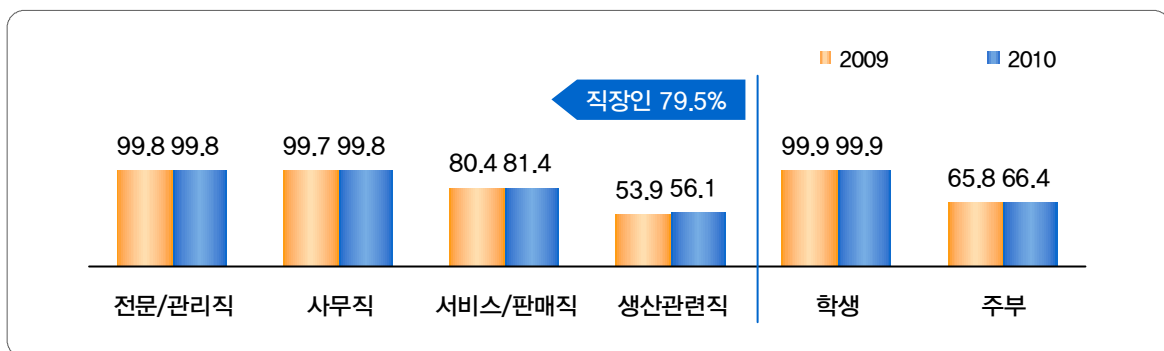
다. 직업별 인터넷이용률



직장인 10명 중 8명이 인터넷 이용자

- ➔ 직장인의 인터넷이용률은 79.5%이며, 직업별로는 전문/관리직 및 사무직의 이용률이 각각 99.8%로 가장 높고, 다음으로 서비스/판매직(81.4%), 생산관련직(56.1%)의 순으로 나타남
- ➔ 2009년과 비교할 경우, 생산관련직의 인터넷이용률이 상대적으로 크게 증가(2.2%p)함

[그림 8. 직업별 인터넷이용률(%)]



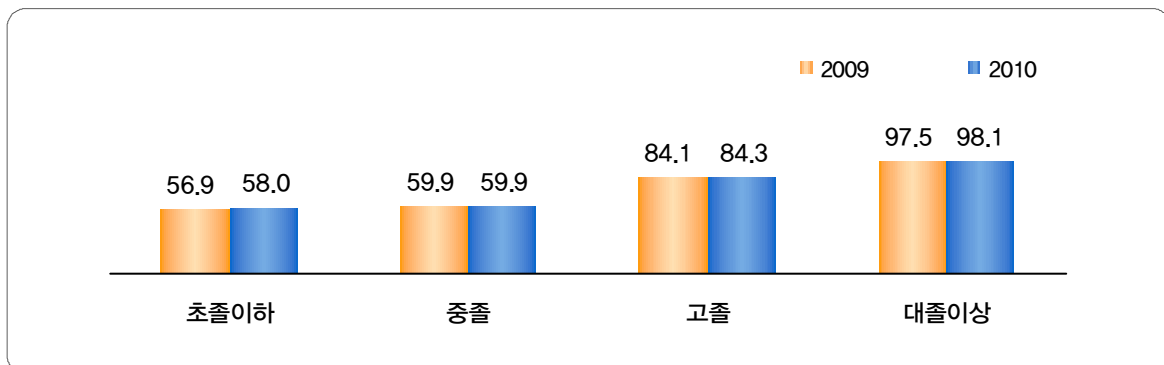
라. 학력별 인터넷이용률



대졸이상의 98.1%가 인터넷 이용자

- ➔ 학력별로는 대졸이상(대학원생 포함)의 인터넷이용률이 98.1%로 가장 높았으며, 다음으로 고졸(대학생 포함)의 이용률은 84.3%, 중졸(고등학생 포함) 59.9% 등의 순임

[그림 9. 학력별 인터넷이용률(%)]



2. 인터넷 이용 행태

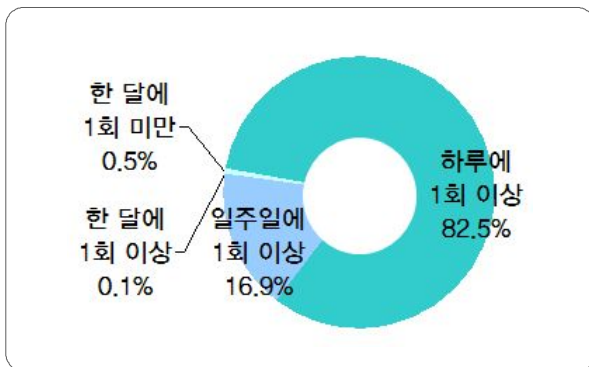
가. 인터넷 이용 빈도 및 시간



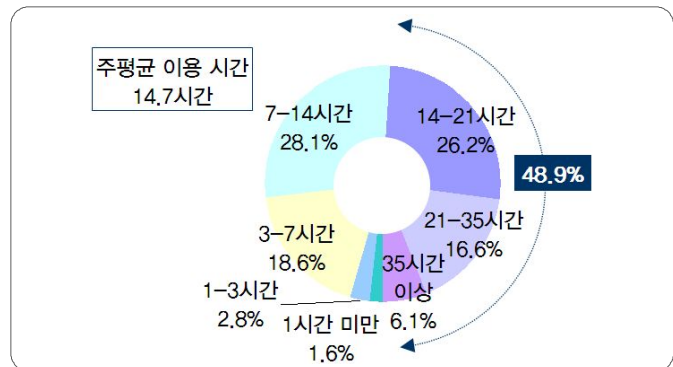
주평균 인터넷 이용 시간은 14.7시간

- ▶ 인터넷 이용자의 대부분(82.5%)이 '하루에 1회 이상' 인터넷을 이용하고 있으며, '일주일에 1회 이상' 이용하는 경우도 16.9%임
- ▶ 인터넷 이용 시간은 주평균 14.7시간(일평균 2.1시간)이며, 절반에 가까운 48.9%가 주평균 14시간 이상('14-21시간' 26.2%, '21-35시간' 16.6%, '35시간 이상' 6.1%) 인터넷을 이용하는 것으로 나타남

[그림 10. 인터넷 이용 빈도(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



[그림 11. 인터넷 이용 시간(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



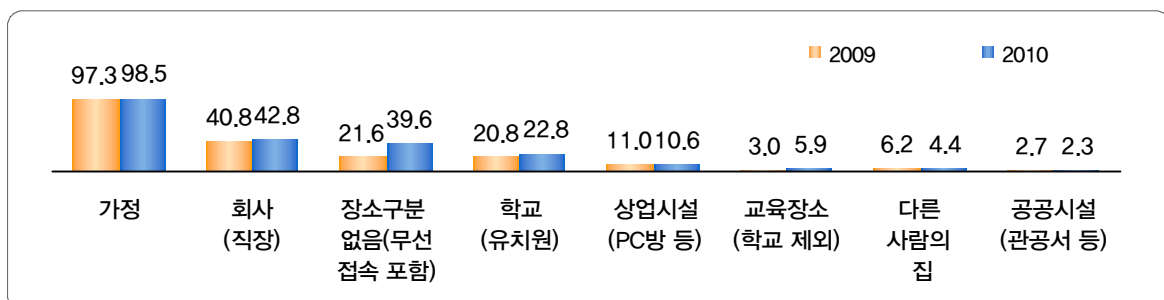
나. 인터넷 이용 장소



인터넷 이용자 10명 중 4명은 이동전화 등 무선단말기로 '장소구분 없이' 이용

- ▶ 주된 인터넷 이용 장소는 '가정(98.5%)'이며, 다음으로 '회사(직장)' 42.8%, '장소구분 없음(무선접속 포함)' 39.6%, '학교(유치원)' 22.8% 등의 순임
- ▶ 2009년과 비교할 경우, 이동전화 등 무선단말기로 '장소구분 없이' 이용하는 경우가 상대적으로 크게 증가(18.0%p)함

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

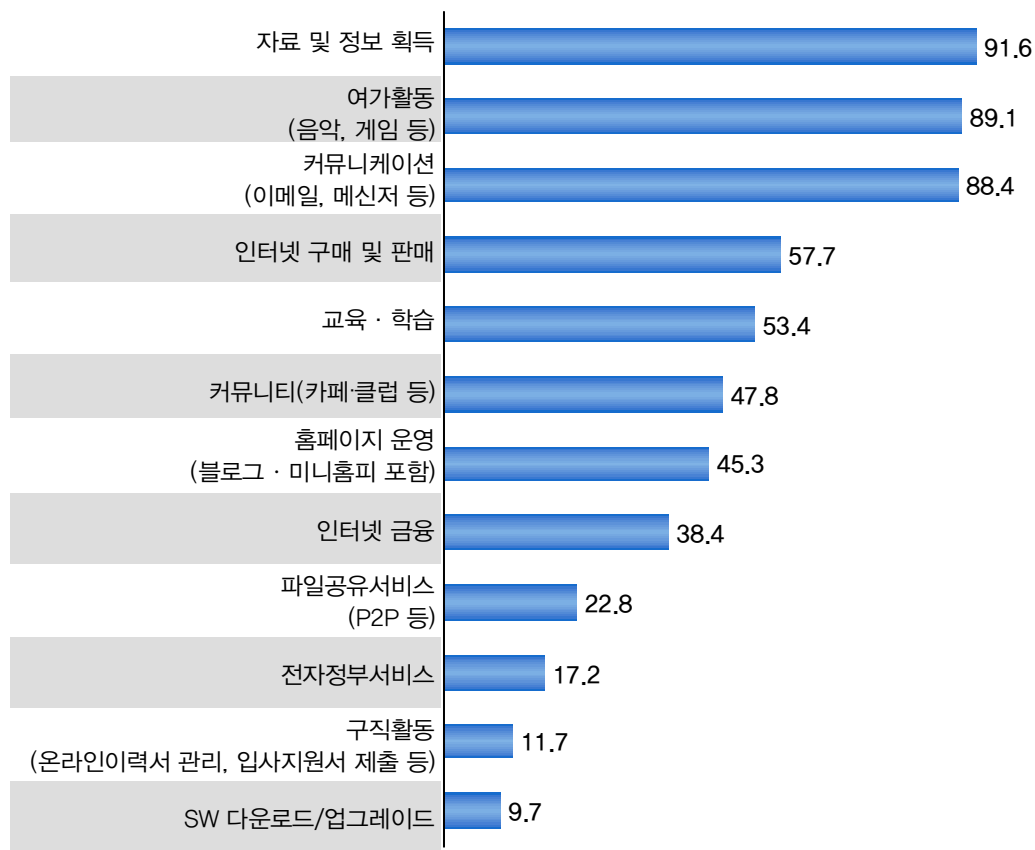


다. 인터넷 이용 목적

주된 인터넷 이용 목적은 '자료 및 정보 획득(91.6%)'

- 인터넷 이용자의 80% 이상이 인터넷을 통해 '자료 및 정보 획득(91.6%)' 또는 '음악, 게임 등 여가활동(89.1%)', '이메일, 메신저 등 커뮤니케이션(88.4%)' 활동을 하는 것으로 나타남
- 또한, '인터넷 구매 및 판매(57.7%)', '교육·학습(53.4%)', '커뮤니티(카페·클럽 등)(47.8%)', '홈페이지 운영(블로그·미니홈피 포함)(45.3%)'을 위해 인터넷을 이용하는 경우도 40% 이상임

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



III. 인터넷과 커뮤니케이션

1. 이메일

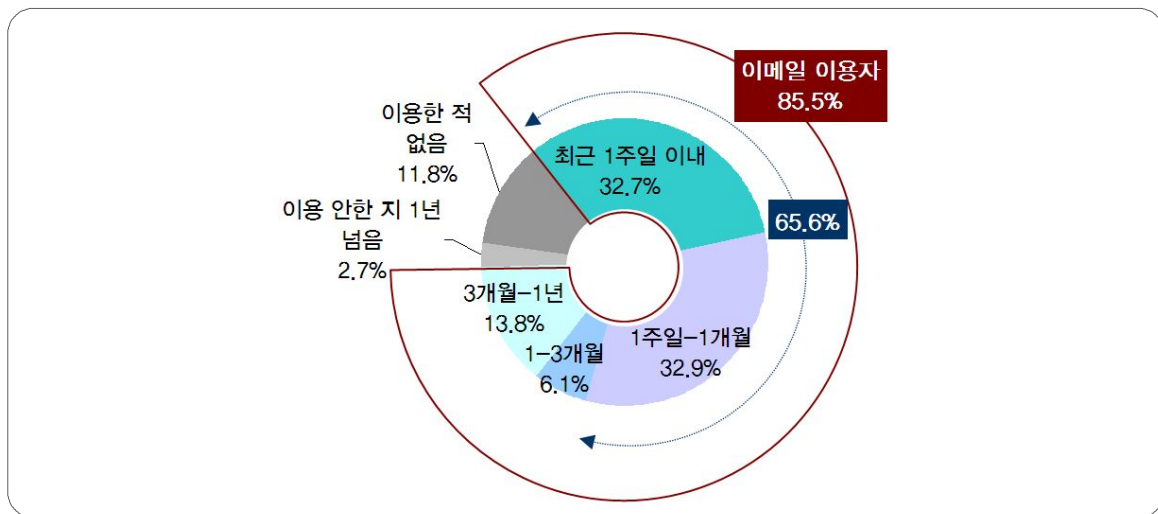
가. 이메일 이용률



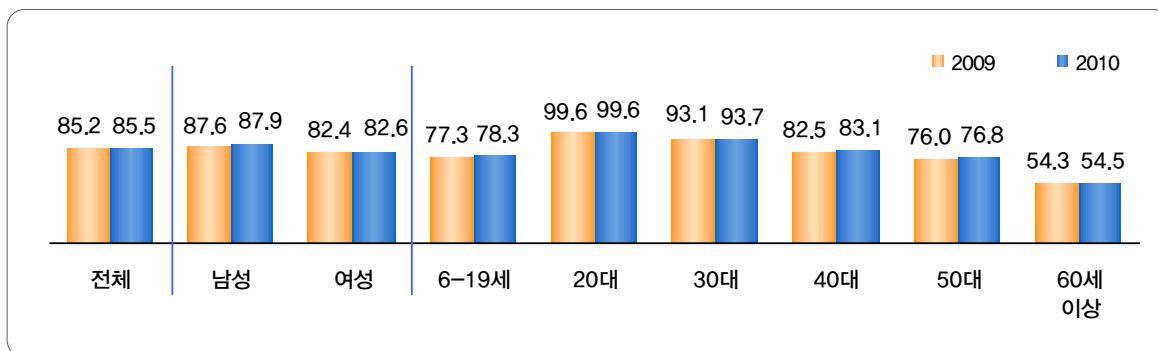
인터넷 이용자 10명 중 8명이 이메일 이용자

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 '이메일 이용률(최근 1년 이내 이메일 이용자의 비율)'은 85.5%(전년대비 0.3%p 증가)이며, 최근 1개월 이내('최근 1주일 이내' 32.7%, '1주일-1개월 이내' 32.9%) 이용한 경우도 65.6%로 나타남
- ▶ 남성과 여성의 이메일 이용률은 각각 87.9%, 82.6%로 남성이 다소 높았으며, 연령별로는 20대(99.6%) 및 30대(93.7%)의 90% 이상이 이메일 이용자이고, 40대의 이용률도 83.1%로 조사됨

[그림 14. 최근 이메일 이용 시기(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 15. 이메일 이용률(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



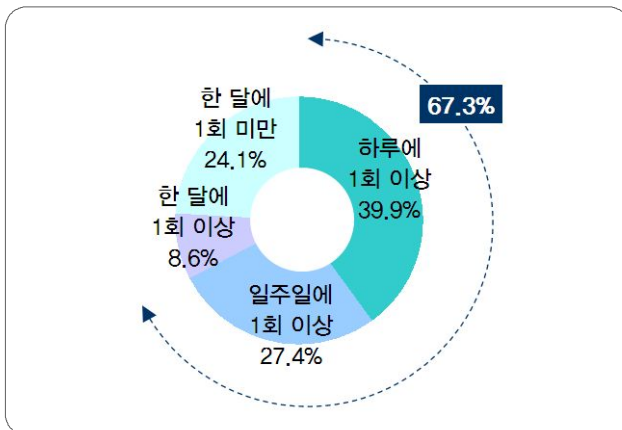
나. 이메일 이용 용도 및 빈도



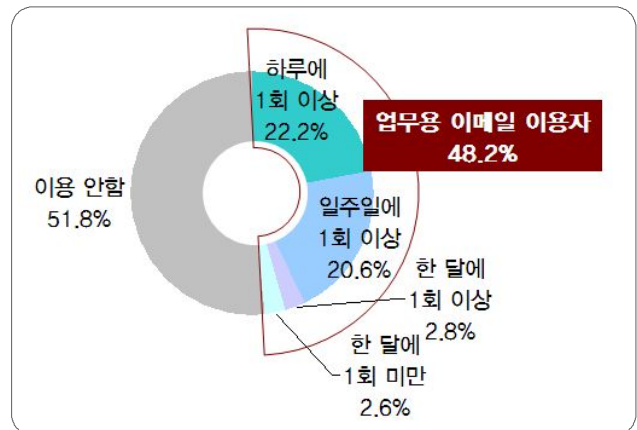
이메일 이용자의 48.2%가 업무 용도로 이메일 이용

- ➡ 이메일 이용자의 67.3%가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 39.9%, '일주일에 1회 이상' 27.4%) 업무 외의 개인 용도로 이메일을 이용하는 것으로 나타남
- ➡ 한편, 절반에 가까운 48.2%는 업무 용도로 이메일을 이용하고 있으며, 22.2%(업무 용도 이메일 이용자의 46.1%)는 '하루에 1회 이상' 업무를 위해 이메일을 이용함

[그림 16. 개인 용도 이메일 이용 빈도(%)-만6세 이상 이메일 이용자]



[그림 17. 업무 용도 이메일 이용 빈도(%)-만6세 이상 이메일 이용자]



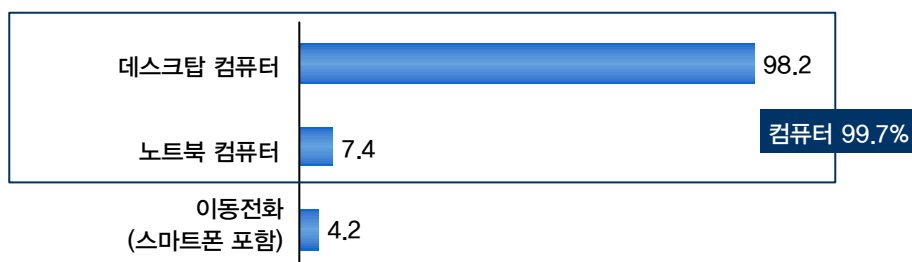
다. 이메일 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 이메일 이용자 4.2%

- ➡ 이메일 이용자의 99.7%가 컴퓨터('데스크탑' 98.2%, '노트북' 7.4%)를 통해 이메일을 확인하거나 보내고 있으며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 이용하는 경우는 4.2%로 나타남

[그림 18. 이메일 이용 기기(복수응답, %)-만6세 이상 이메일 이용자]



2. 인스턴트 메신저

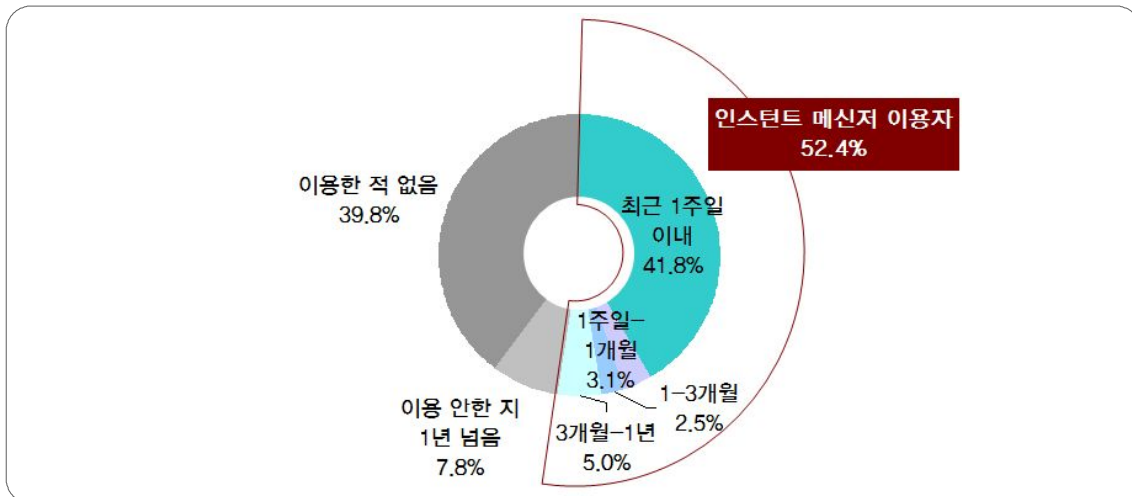
가. 인스턴트 메신저 이용률



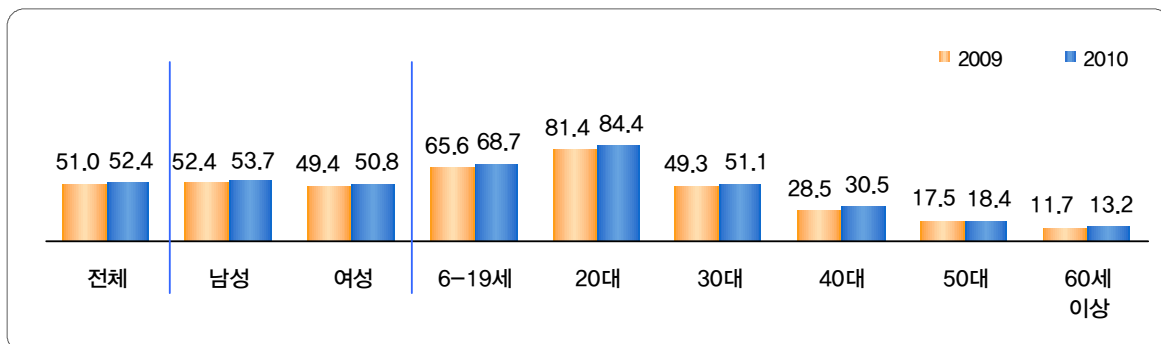
인터넷 이용자의 과반수(52.4%)가 인스턴트 메신저 이용

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 52.4%(전년대비 1.4%p 증가)가 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 '인스턴트 메신저 이용자'인 것으로 나타났으며, '최근 1주일 이내' 이용한 경우도 41.8%임
- ▶ 남성의 인스턴트 메신저 이용률은 53.7%로 여성(50.8%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대가 84.4%로 가장 높고, 다음으로 6-19세(68.7%), 30대(51.1%), 40대(30.5%) 등의 순임

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



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



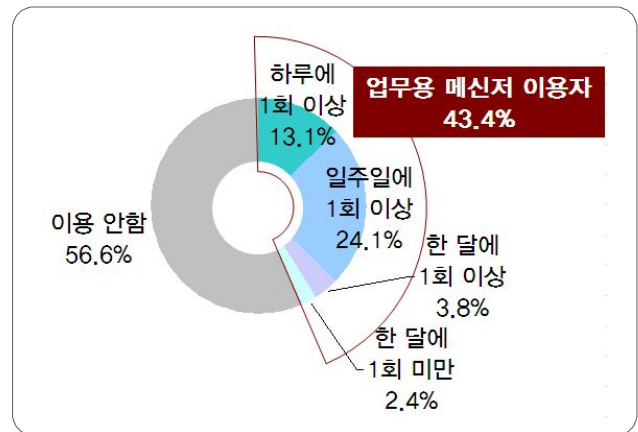
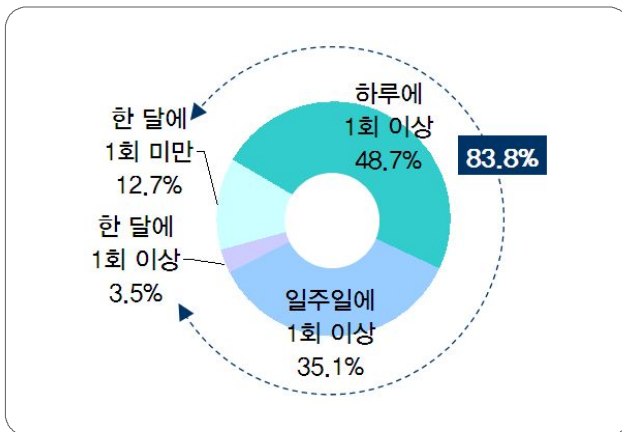
나. 인스턴트 메신저 이용 용도 및 빈도



인스턴트 메신저 이용자의 43.4%가 업무 용도로 메신저 이용

- ➡ 인스턴트 메신저 이용자의 83.8%가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 48.7%, '일주일에 1회 이상' 35.1%) 업무 외의 개인 용도로 인스턴트 메신저를 이용하는 것으로 조사됨
- ➡ 한편, 업무 용도로 인스턴트 메신저를 이용하는 경우는 43.4%이며, 13.1%(업무 용도 메신저 이용자의 30.2%)는 '하루에 1회 이상' 업무 용도로 인스턴트 메신저를 이용함

[그림 21. 개인 용도 인스턴트 메신저 이용 빈도(%)] [그림 22. 업무 용도 인스턴트 메신저 이용 빈도(%)]
-만6세 이상 인스턴트 메신저 이용자



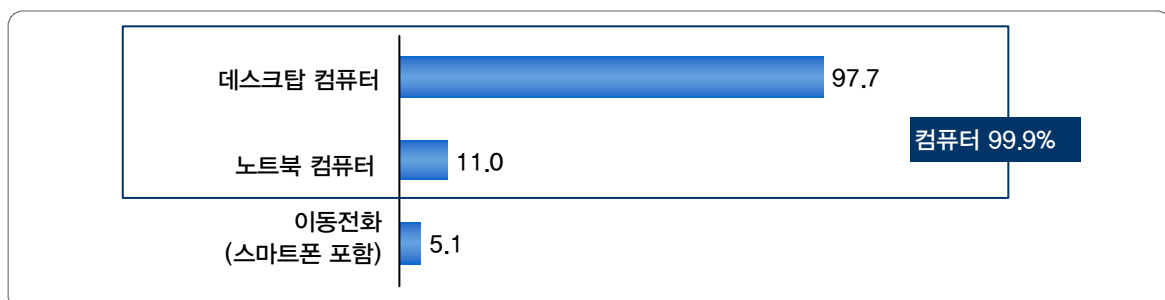
다. 인스턴트 메신저 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 인스턴트 메신저 이용자 5.1%

- ➡ 주된 인스턴트 메신저 이용 기기는 컴퓨터('데스크탑' 97.7%, '노트북' 11.0%)이며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 통해 인스턴트 메신저를 이용하는 경우는 5.1%임

[그림 23. 인스턴트 메신저 이용 기기(복수응답, %)-만6세 이상 인스턴트 메신저 이용자]



3. SNS(소셜 네트워킹 서비스)¹⁾

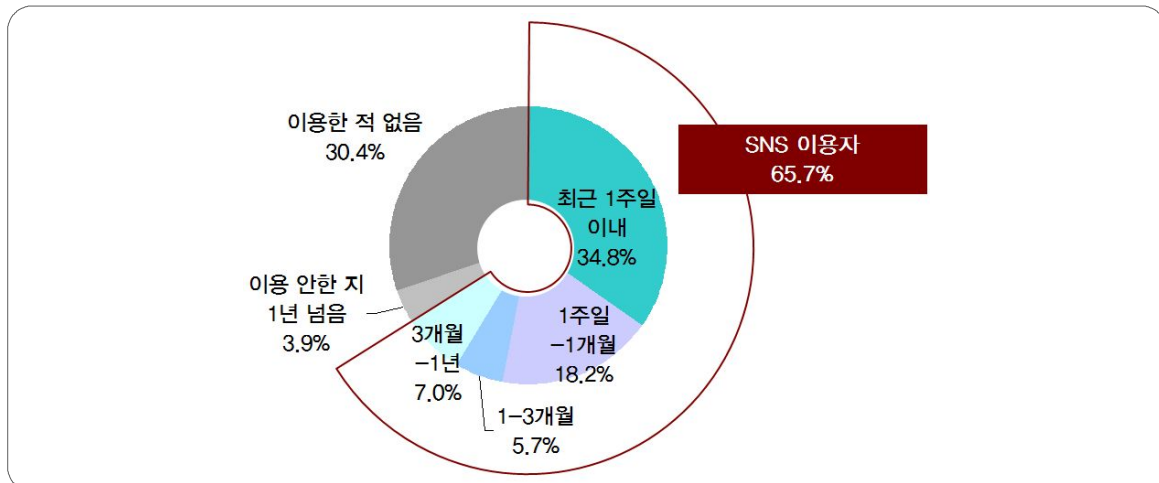
가. SNS 이용률



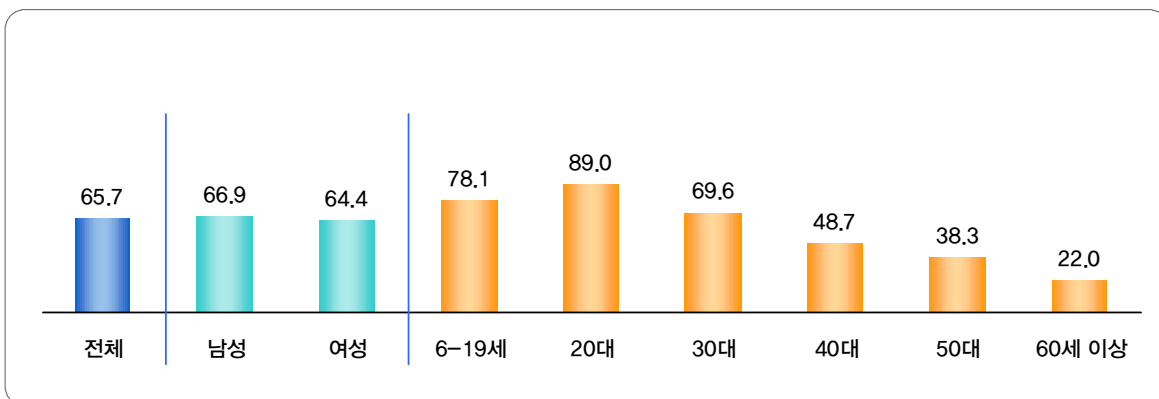
인터넷 이용자의 65.7%가 SNS 이용자

- ▶ 만6세 이상 인터넷 이용자의 65.7%가 최근 1년 이내 SNS(소셜 네트워킹 서비스)를 이용한 'SNS 이용자'이며, '최근 1주일 이내' 이용한 경우도 34.8%로 나타남
- ▶ SNS 이용률은 남성(66.9%)이 여성(64.4%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대의 이용률이 89.0%로 가장 높고, 다음으로 6-19세(78.1%), 30대(69.6%), 40대(48.7%) 등의 순임

[그림 24. 최근 SNS 이용 시기(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 25. SNS 이용률(%)—만6세 이상 인터넷 이용자]



1) 인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로 미니홈피, 블로그, 마이크로블로그, 커뮤니티(카페·클럽) 등을 포함함

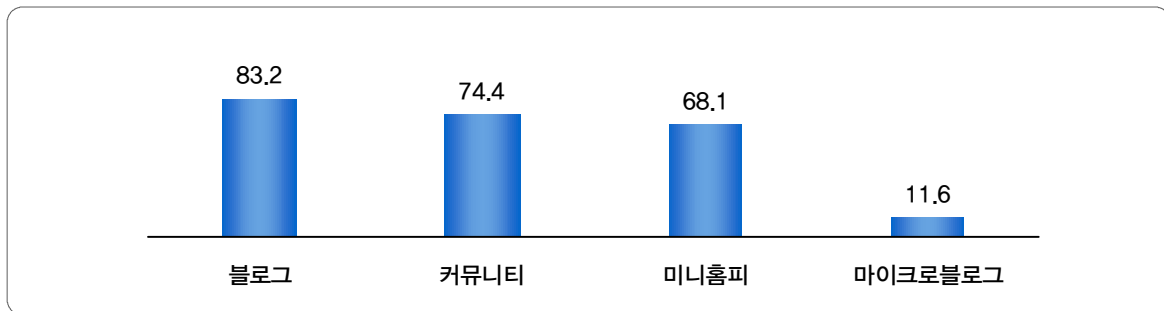
나. SNS 유형별 이용 현황



SNS 이용자 10명 중 8명이 블로그 이용

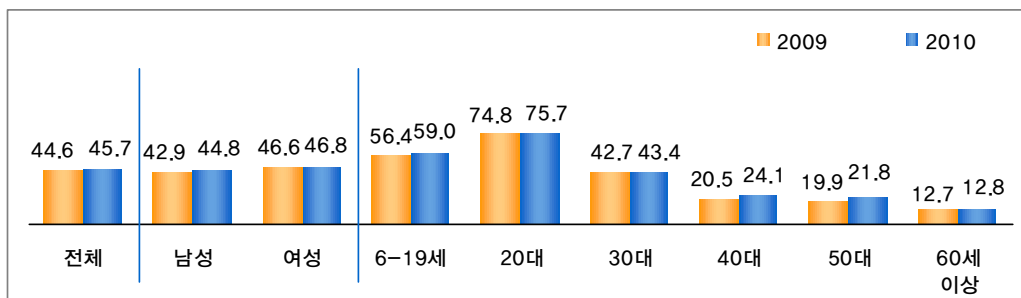
- ➔ SNS 이용자의 83.2%가 블로그를 이용하고 있으며, 커뮤니티 또는 미니홈피 형태의 SNS를 이용하는 경우도 각각 74.4%, 68.1%로 나타남

[그림 26. SNS 유형별 이용 현황(복수응답, %)-만6세 이상 SNS 이용자]

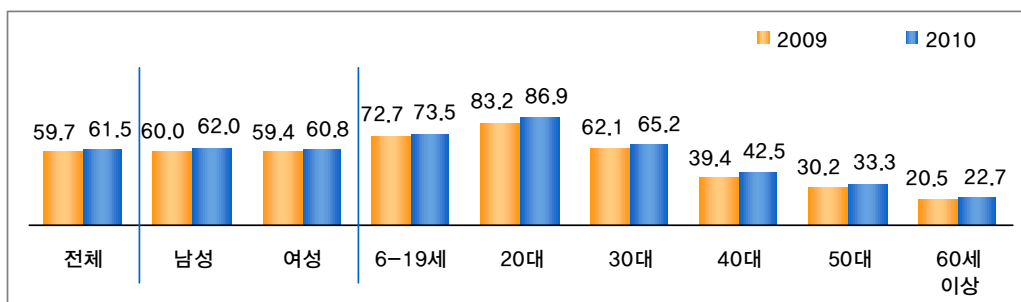
[참고] 블로그 운영률 및 이용률²⁾

- 만6세 이상 인터넷 이용자의 45.7%(전년대비 1.1%p 증가)가 최근 1년 이내 본인 블로그를 방문 · 운영한 '블로그 운영자'이며, 타인 블로그 이용률은 61.5%(전년대비 1.8%p 증가)임

[그림 27. 본인 블로그 운영률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



[그림 28. 타인 블로그 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]



2) 블로그 운영률 및 이용률 산출시 블로그는 미니홈피 및 마이크로블로그를 포함한 광의의 개념을 적용함

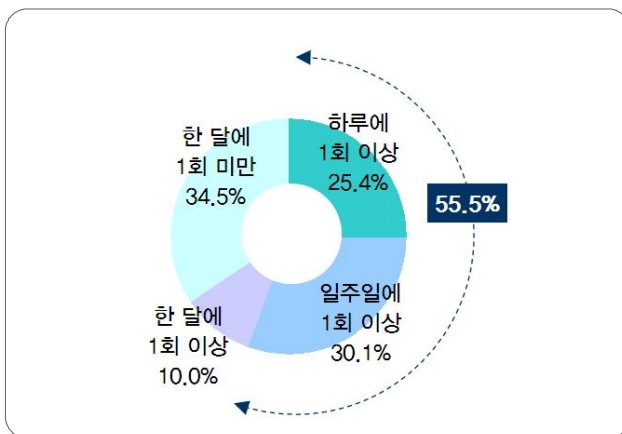
다. SNS 이용 용도 및 빈도



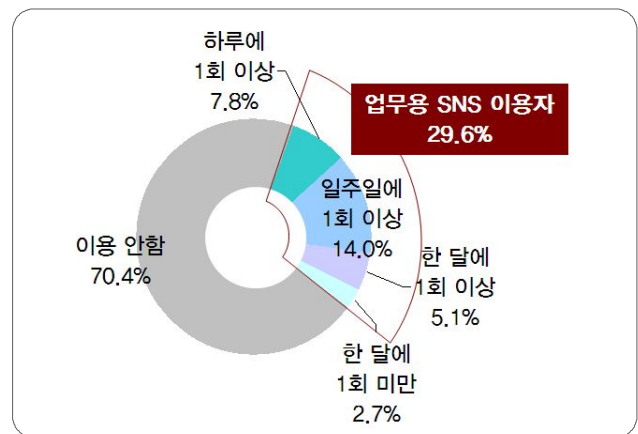
SNS 이용자의 29.6%가 업무 용도로 SNS 이용

- ➡ SNS 이용자의 과반수(55.5%)가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 25.4%, '일주일에 1회 이상' 30.1%) 업무 외의 개인 용도로 SNS를 이용하는 것으로 나타남
- ➡ 한편, 29.6%는 SNS를 업무 용도로 이용하고 있으며, '하루에 1회 이상' 이용하는 경우도 7.8%(업무 용도 SNS 이용자의 26.5%)임

[그림 29. 개인 용도 SNS 이용 빈도(%)-만6세 이상 SNS 이용자]



[그림 30. 업무 용도 SNS 이용 빈도(%)-만6세 이상 SNS 이용자]



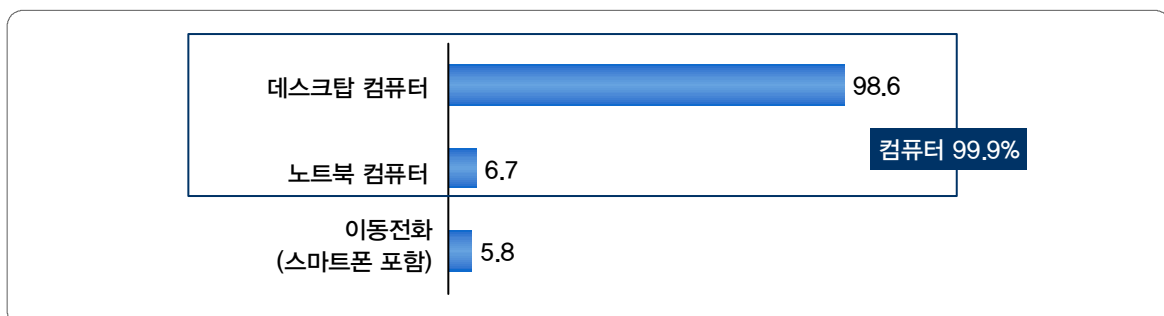
라. SNS 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 SNS 이용자 5.8%

- ➡ SNS 이용자의 대부분이 컴퓨터('데스크탑' 98.6%, '노트북' 6.7%)를 통해 SNS를 이용하고 있으며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 통해 SNS를 이용하는 경우는 5.8%임

[그림 31. SNS 이용 기기(복수응답, %)-만6세 이상 SNS 이용자]



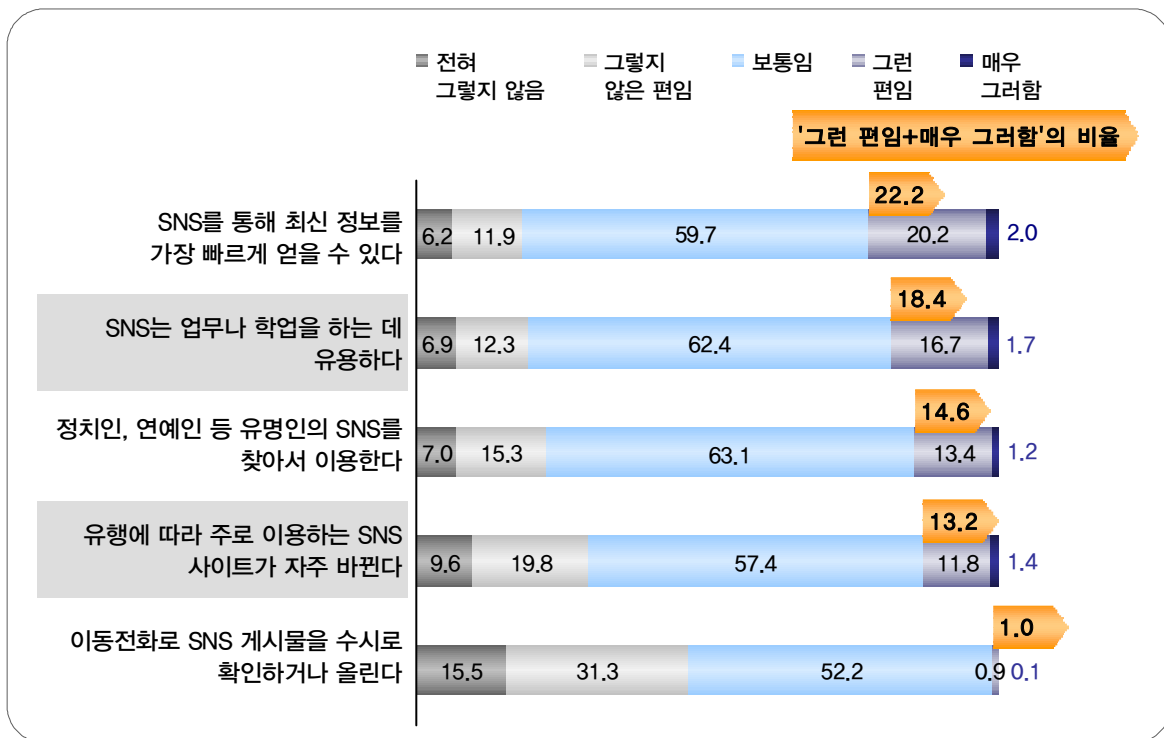
마. SNS 이용 행동 및 인식



SNS 이용자의 22.2% 'SNS를 통해 최신 정보를 가장 빠르게 얻을 수 있다'

- 만12세 이상 SNS 이용자의 22.2%가 'SNS를 통해 최신 정보를 가장 빠르게 얻을 수 있다'고 생각하는 것으로 나타났으며, 18.4%는 'SNS가 업무나 학업을 하는 데 유용하다'고 응답함
- 또한, '정치인, 연예인 등 유명인의 SNS를 찾아서 이용한다' 또는 '유행에 따라 주로 이용하는 SNS 사이트가 자주 바뀐다'고 응답한 경우는 각각 14.6%, 13.2%임

[그림 32. SNS 이용 행동 및 인식(%)-만12세 이상 SNS 이용자]



IV. 인터넷과 경제활동

1. 인터넷쇼핑³⁾

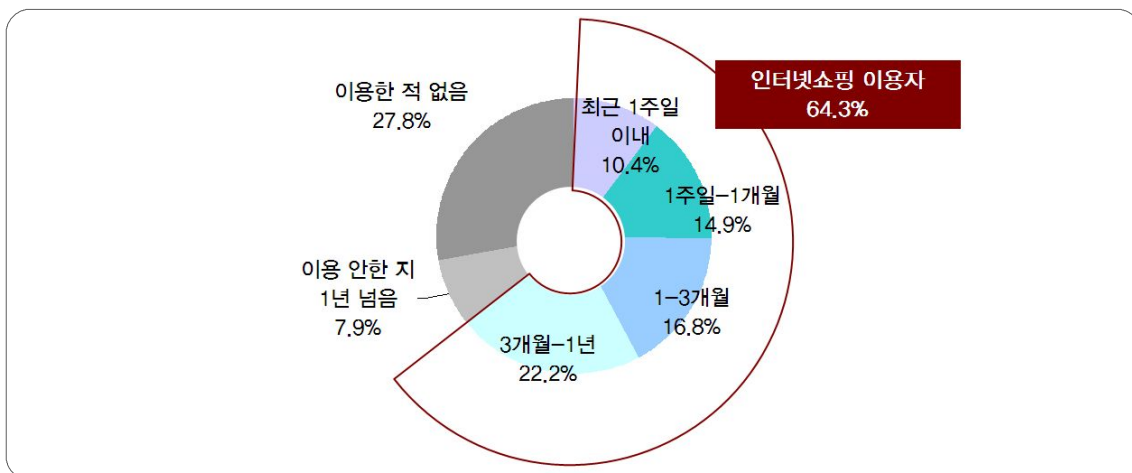
가. 인터넷쇼핑 이용률



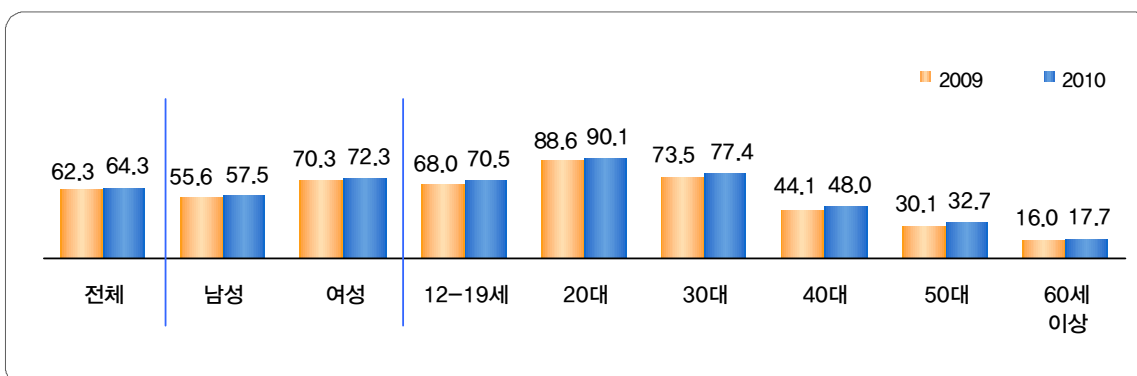
20대 인터넷 이용자의 90.1%가 인터넷쇼핑 이용자

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 64.3%(전년대비 2.0%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 '인터넷쇼핑 이용자'인 것으로 나타남
- ▶ 여성의 인터넷쇼핑 이용률은 72.3%로 남성(57.5%)보다 14.8%p 높았으며, 연령별로는 20대의 대부분(90.1%)이 인터넷쇼핑 이용자이고, 30대 및 12-19세의 이용률도 각각 77.4%, 70.5%임

[그림 33. 최근 인터넷쇼핑 이용 시기(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 34. 인터넷쇼핑 이용률(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



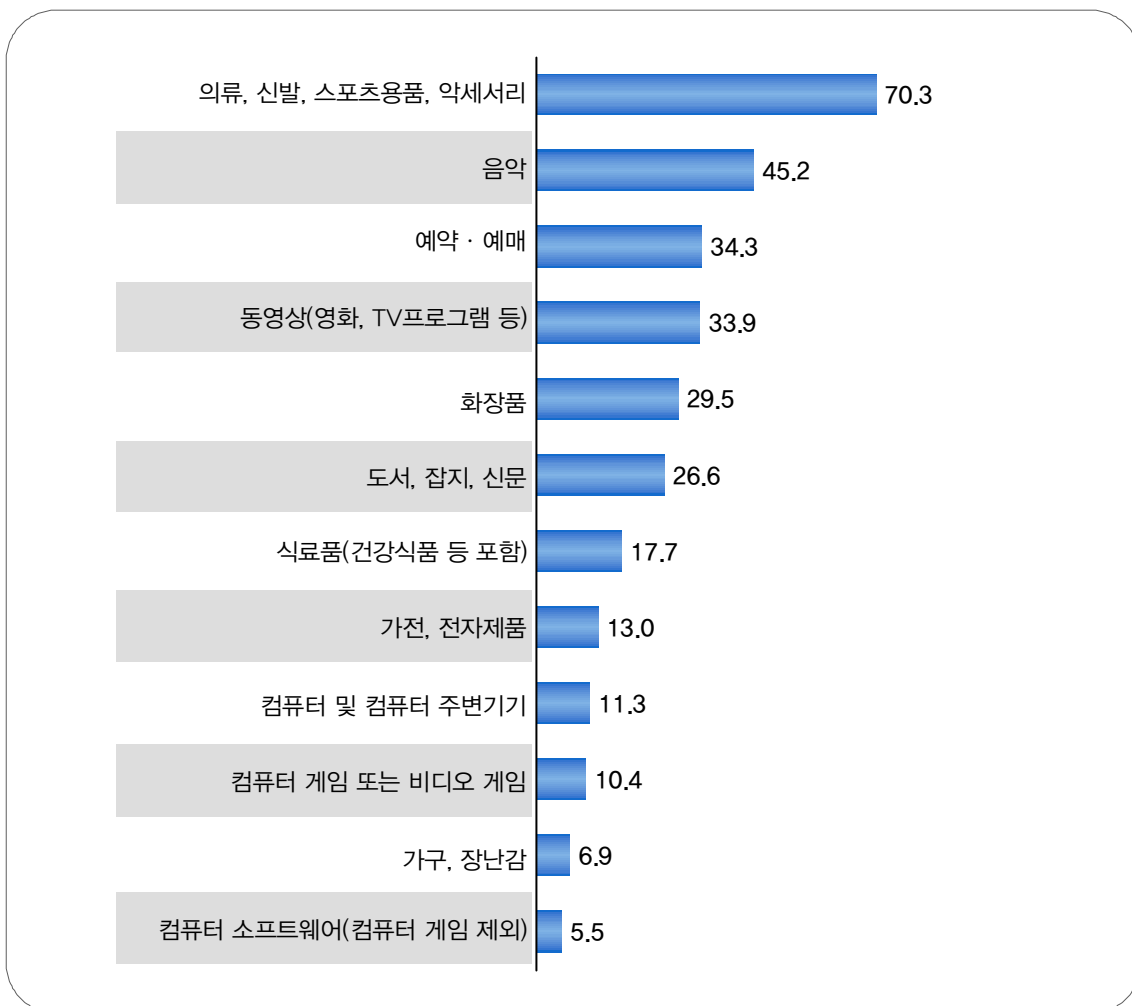
3) 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)하는 것으로, 음악, 영화, 게임 등의 유료콘텐츠 구매는 포함되나, 단순 상품검색 및 가격 조회, 금융상품 구매는 제외됨

나. 인터넷쇼핑 구매 품목⁴⁾

주된 인터넷쇼핑 구매 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세서리(70.3%)'

- ➔ 인터넷쇼핑을 통해 주로 구매하는 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세서리(70.3%)'이며, 다음으로 '음악(45.2%)', '예약·예매(34.3%)', '동영상(영화, TV프로그램 등)(33.9%)', '화장품(29.5%)', '도서, 잡지, 신문(26.6%)' 등의 순임

[그림 35. 인터넷쇼핑 구매 품목(복수응답, %)-인터넷쇼핑 이용자]



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

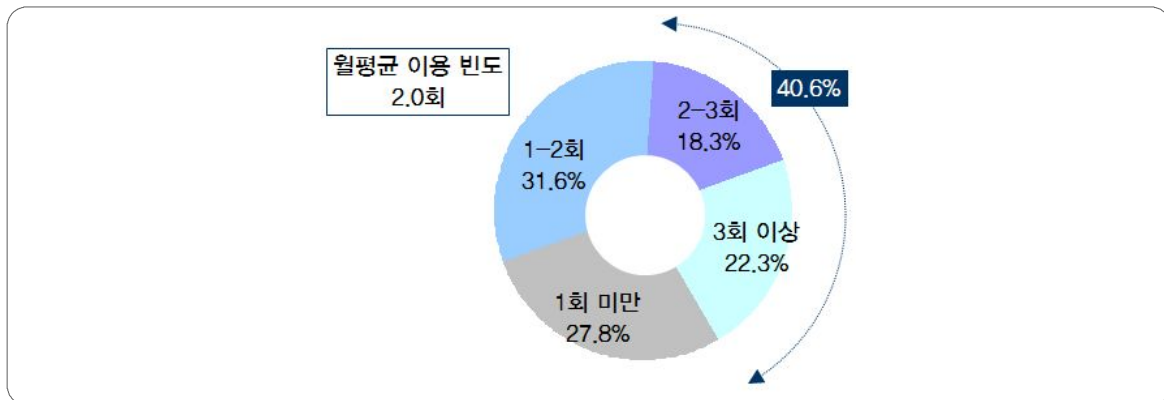
다. 인터넷쇼핑 이용 빈도



인터넷쇼핑 월평균 2.0회 이용

- 인터넷쇼핑 이용자는 월평균 2.0회 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매하고 있으며, 월평균 2회 이상('2-3회' 18.3%, '3회 이상' 22.3%) 이용 하는 경우도 40.6%로 나타남

[그림 36. 인터넷쇼핑 이용 빈도(%)-만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자]



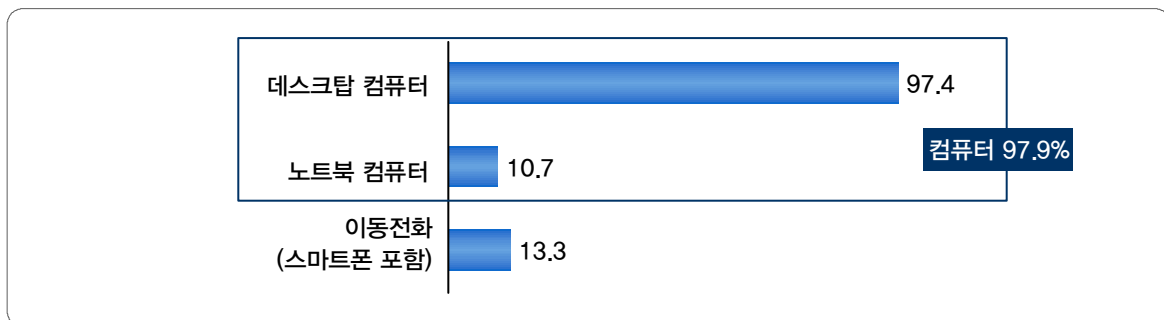
라. 인터넷쇼핑 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 인터넷쇼핑 이용자 13.3%

- 주된 인터넷쇼핑 이용 기기는 컴퓨터('데스크탑' 97.4%, '노트북' 10.7%)이며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 통해 인터넷쇼핑을 이용하는 경우도 13.3%임

[그림 37. 인터넷쇼핑 이용 기기(복수응답, %)-만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자]



2. 인터넷뱅킹

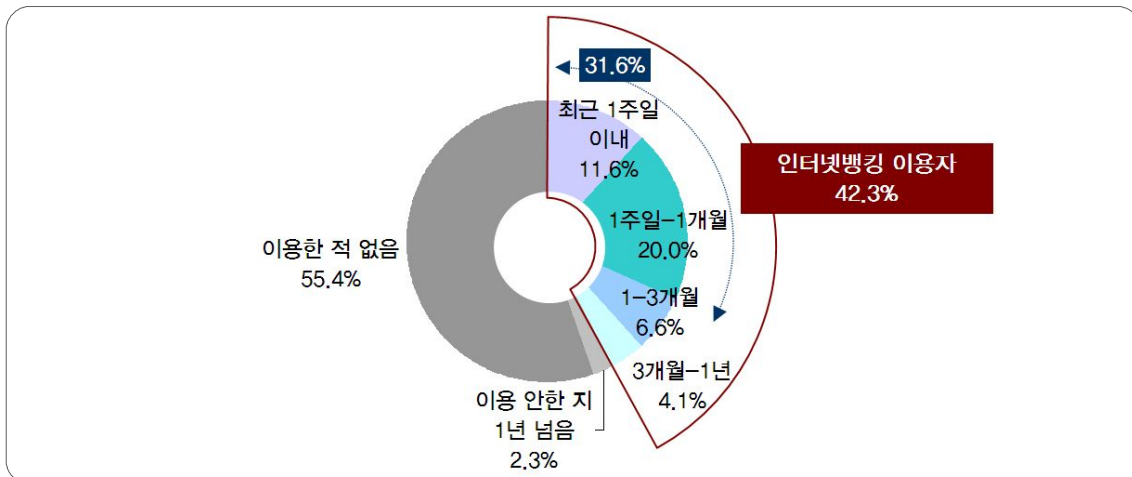
가. 인터넷뱅킹 이용률



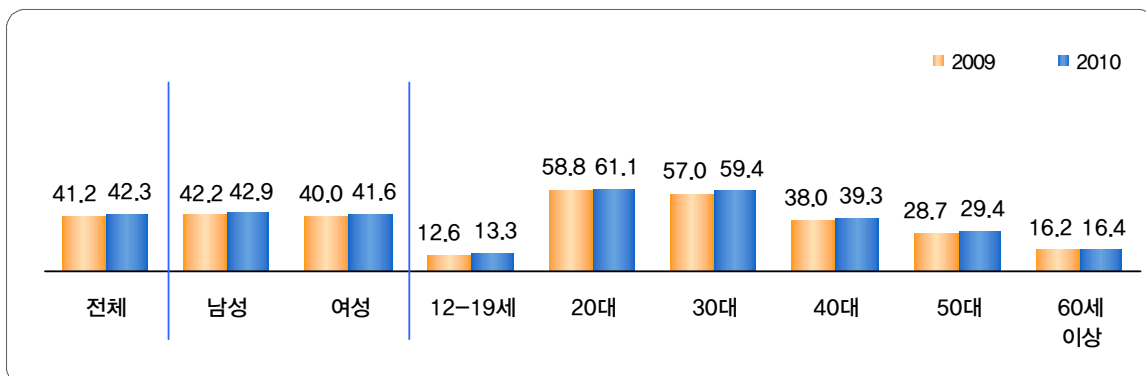
인터넷 이용자 10명 중 4명이 인터넷뱅킹 이용자

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 42.3%(전년대비 1.1%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷뱅킹을 이용한 '인터넷뱅킹 이용자'인 것으로 나타났으며, 최근 1개월 이내 이용한 경우도 31.6%임
- ▶ 인터넷뱅킹 이용률은 남성(42.9%)이 여성(41.6%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대의 이용률이 61.1%로 가장 높고, 다음으로 30대(59.4%), 40대(39.3%), 50대(29.4%) 등의 순임

[그림 38. 최근 인터넷뱅킹 이용 시기(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 39. 인터넷뱅킹 이용률(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



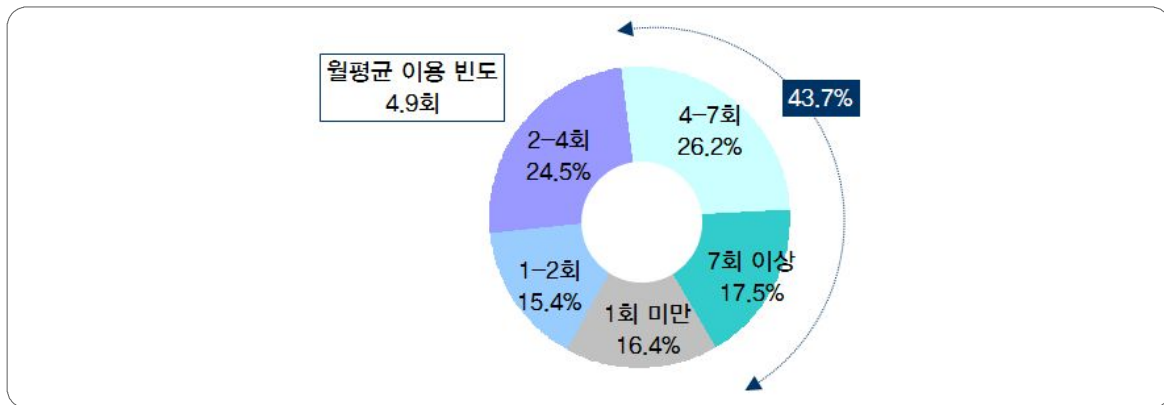
나. 인터넷뱅킹 이용 빈도



인터넷뱅킹 월평균 4.9회 이용

- ➡ 인터넷뱅킹 이용자는 월평균 4.9회 인터넷뱅킹을 이용하고 있으며, 월평균 4회 이상('4-7회' 26.2%, '7회 이상' 17.5%) 인터넷뱅킹을 이용하는 경우도 43.7%로 나타남

[그림 40. 인터넷뱅킹 이용 빈도(%)-만12세 이상 인터넷뱅킹 이용자]



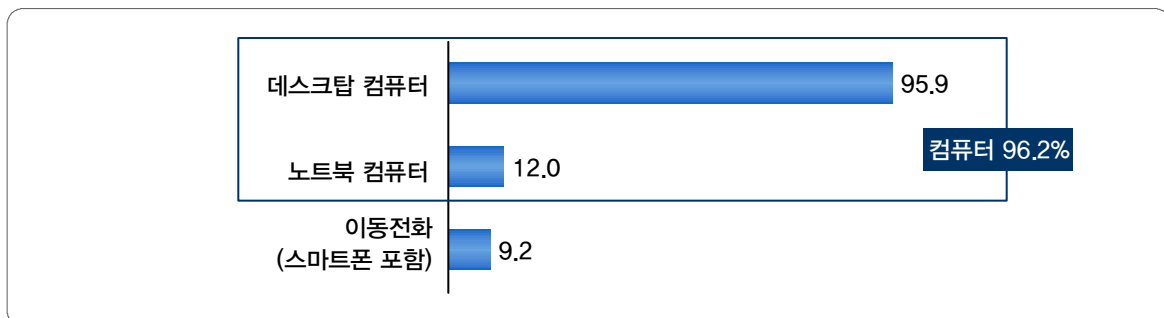
다. 인터넷뱅킹 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 인터넷뱅킹 이용자 9.2%

- ➡ 인터넷뱅킹 이용자의 대부분(96.2%)이 컴퓨터('데스크탑' 95.9%, '노트북' 12.0%)를 통해 인터넷뱅킹을 이용하고 있으며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 이용하는 경우는 9.2%임

[그림 41. 인터넷뱅킹 이용 기기(복수응답, %)-만12세 이상 인터넷뱅킹 이용자]



3. 인터넷 주식거래

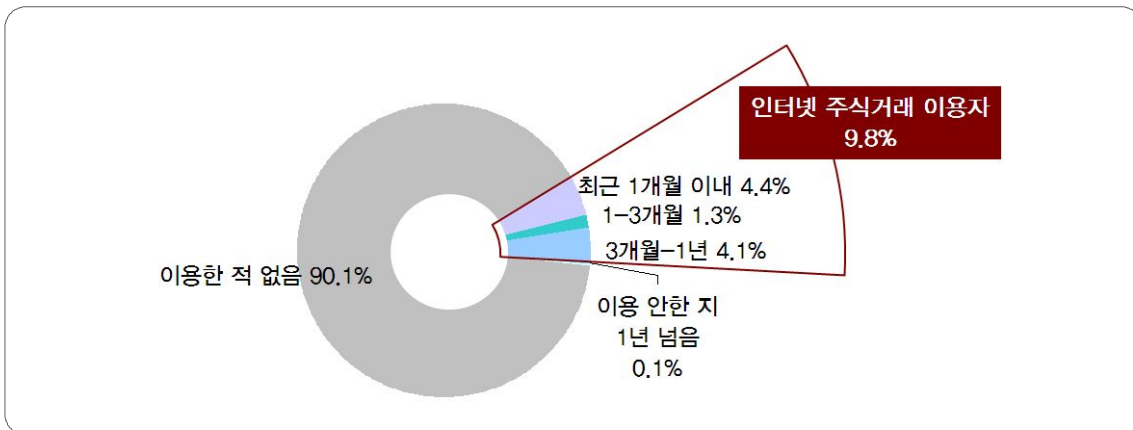
가. 인터넷 주식거래 이용률



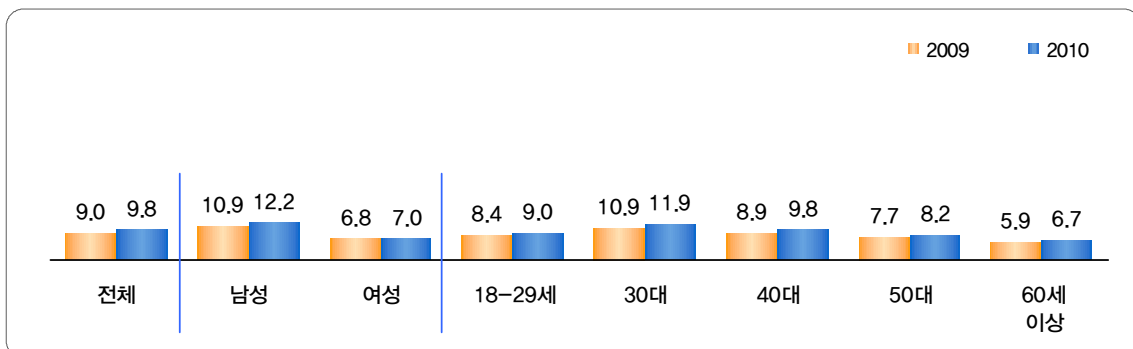
인터넷을 통한 주식거래 이용률 9.8%

- ▶ 만18세 이상 인터넷 이용자의 9.8%(전년대비 0.8%p 증가)가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 주식거래를 한 '인터넷 주식거래 이용자'인 것으로 나타남
- ▶ 남성의 인터넷 주식거래 이용률은 12.2%로 여성(7.0%)보다 5.2%p 높았으며, 연령별로는 30대의 이용률이 11.9%, 40대 9.8%, 18-29세 9.0%, 50대 8.2% 등으로 조사됨

[그림 42. 최근 인터넷 주식거래 이용 시기(%)-만18세 이상 인터넷 이용자]



[그림 43. 인터넷 주식거래 이용률(%)-만18세 이상 인터넷 이용자]



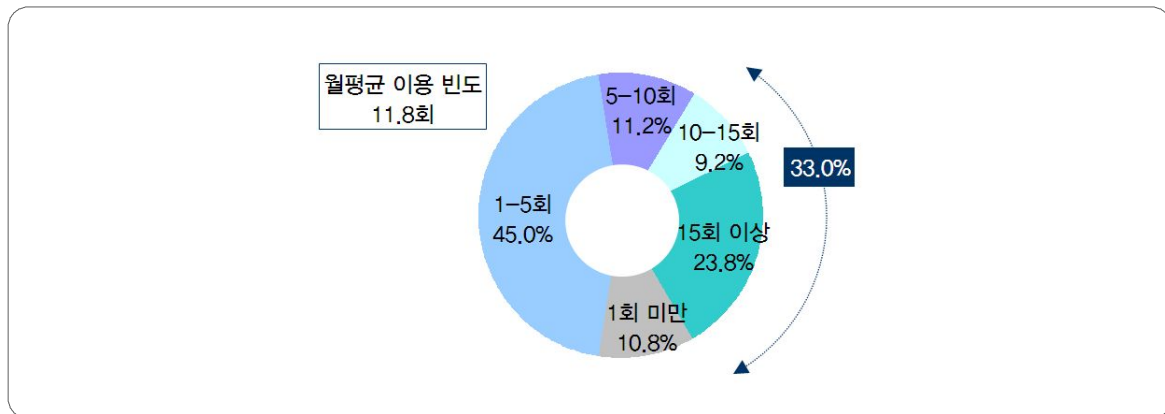
나. 인터넷 주식거래 이용 빈도



인터넷 주식거래 월평균 11.8회 이용

- ➡ 인터넷 주식거래 이용자는 월평균 11.8회 인터넷을 통해 주식거래를 하고 있으며, 월평균 10회 이상 ('10-15회' 9.2%, '15회 이상' 23.8%) 이용 하는 경우도 33.0%로 나타남

[그림 44. 인터넷 주식거래 이용 빈도(%)-만18세 이상 인터넷 주식거래 이용자]



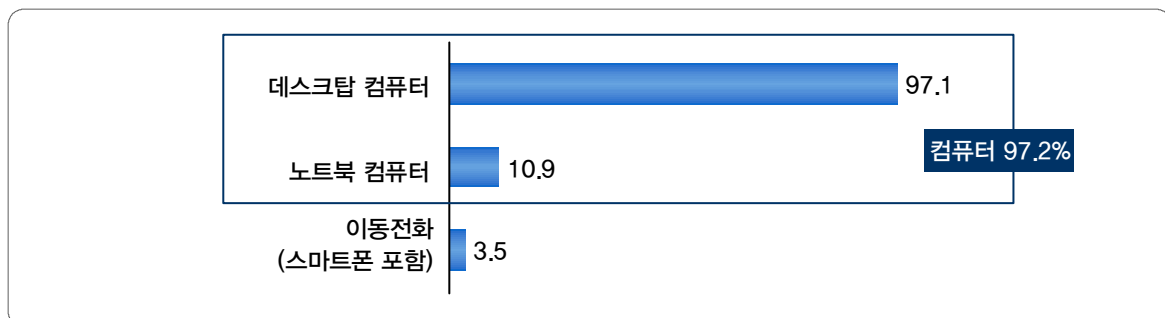
다. 인터넷 주식거래 이용 기기



스마트폰 등 '이동전화'를 통한 인터넷 주식거래 이용자 3.5%

- ➡ 주된 인터넷 주식거래 이용 기기는 컴퓨터('데스크탑' 97.1%, '노트북' 10.9%)이며, '이동전화(스마트폰 포함)'를 통해 인터넷 주식거래를 이용하는 경우는 3.5%임

[그림 45. 인터넷 주식거래 이용 기기(복수응답, %)-만18세 이상 인터넷 주식거래 이용자]



V. 전자책⁵⁾ 이용 현황

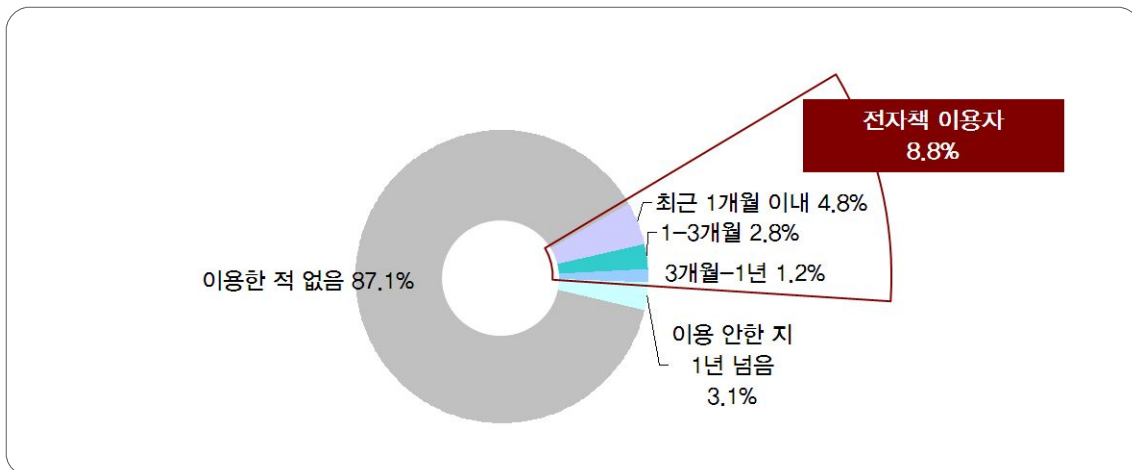
1. 전자책 이용률



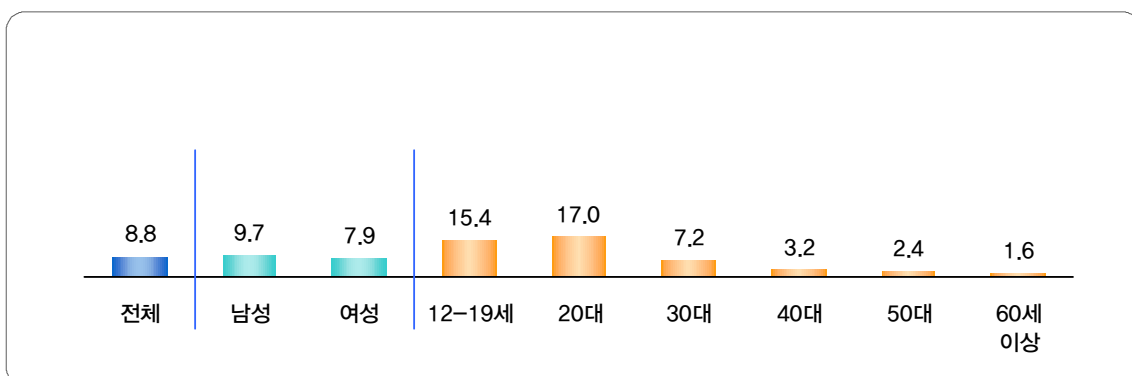
인터넷 이용자 10명 중 1명이 전자책 이용자

- ➡ 만12세 이상 인터넷 이용자의 8.8%가 최근 1년 이내 전자책(e-book)을 보거나 읽은 '전자책 이용자'인 것으로 나타남
- ➡ 남성(9.7%)의 전자책 이용률이 여성(7.9%)보다 다소 높았으며, 연령별로는 20대(17.0%) 및 12-19세(15.4%)의 이용률이 상대적으로 높음

[그림 46. 최근 전자책 이용 시기(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



[그림 47. 전자책 이용률(%)—만12세 이상 인터넷 이용자]



5) 기존의 서적, 잡지 등 종이책을 디지털화한 것으로, 컴퓨터를 통해서 이용하거나 스마트폰, PDA 등의 휴대단말기로 책의 내용을 보거나 읽을 수 있도록 한 디지털 도서를 말함

2. 전자책 이용 행태

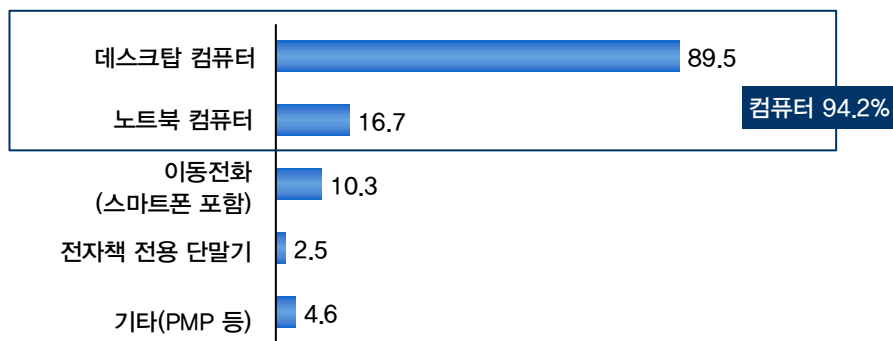
가. 전자책 이용 기기



'전자책 전용 단말기'를 통한 전자책 이용자 2.5%

- ➡ 전자책 이용자의 대부분(94.2%)이 컴퓨터('데스크탑' 89.5%, '노트북' 16.7%)를 통해 전자책을 이용하고 있으며, '이동전화(스마트폰 포함)' 및 '전자책 전용 단말기'를 통해 이용하는 경우는 각각 10.3%, 2.5%로 나타남

[그림 48. 전자책 이용 기기(복수응답, %)-만12세 이상 전자책 이용자]



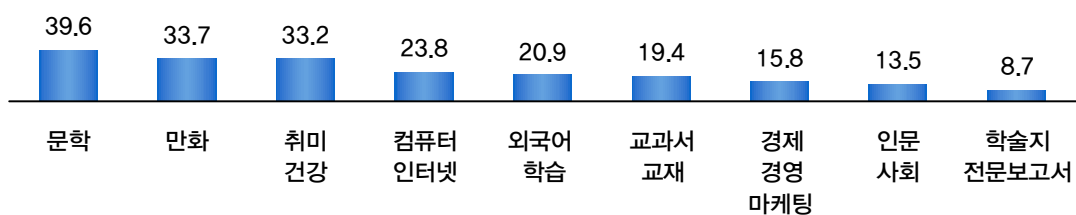
나. 전자책 유형별 이용 현황



전자책 이용자의 39.6%가 '문학' 부문 전자책 이용

- ➡ 전자책 유형별로는 '문학' 부문 전자책을 이용하는 경우가 39.6%로 가장 많았으며, 다음으로 '만화 (33.7%)', '취미 · 건강(33.2%)', '컴퓨터 · 인터넷(23.8%)', '외국어 학습(20.9%)' 등의 순임

[그림 49. 전자책 유형별 이용 현황 (복수응답, %)-만12세 이상 전자책 이용자]



3. 전자책 이용 전망

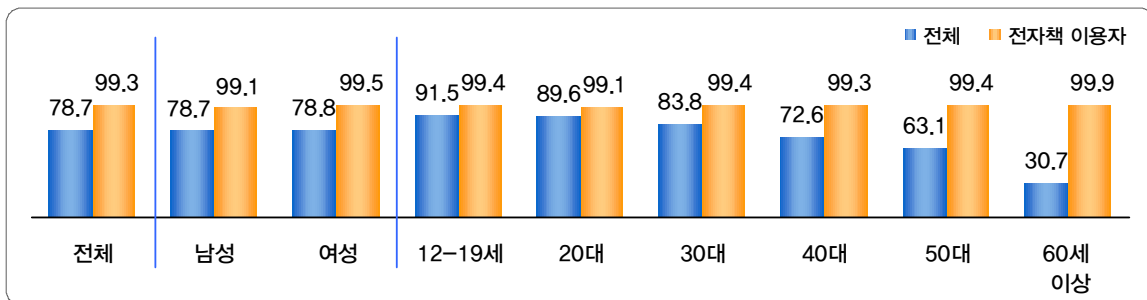
가. 전자책 이용 의향



인터넷 이용자 10명 중 8명이 전자책 이용 의향자

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 78.7%(전자책 이용자의 99.3%)가 향후 전자책을 이용할 의향이 있는 것으로 나타남
- ▶ 남성(78.7%)과 여성(78.8%)의 전자책 이용 의향은 차이가 크지 않았으며, 연령별로는 12-19세(91.5%) 및 20대(89.6%), 30대(83.8%) 젊은층의 80% 이상이 이용 의향이 있다고 응답함

[그림 50. 전자책 이용 의향(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]



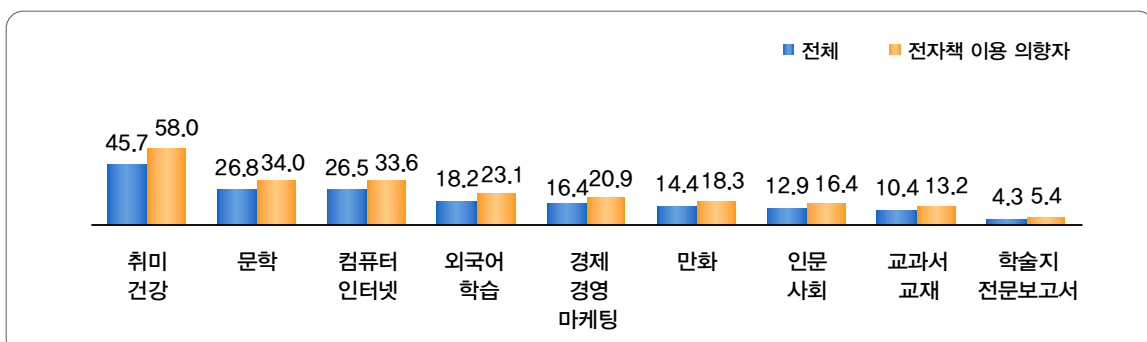
나. 전자책 유형별 이용 의향



'취미·건강' 관련 전자책 이용 의향자 45.7%

- ▶ 전자책 유형별로는 '취미·건강' 관련 전자책에 대한 이용 의향이 45.7%로 가장 높았으며, 다음으로 '문학(26.8%)', '컴퓨터·인터넷(26.5%)', '외국어 학습(18.2%)' 등의 순임
- ▶ 한편, 전자책 이용 의향자의 58.0%가 '취미·건강' 관련 전자책 이용 의향이 있다고 응답하였으며, '문학(34.0%)' 및 '컴퓨터·인터넷(33.6%)' 관련 전자책 이용 의향도 30% 이상으로 나타남

[그림 51. 전자책 유형별 이용 의향(복수응답, %)-만12세 이상 인터넷 이용자]



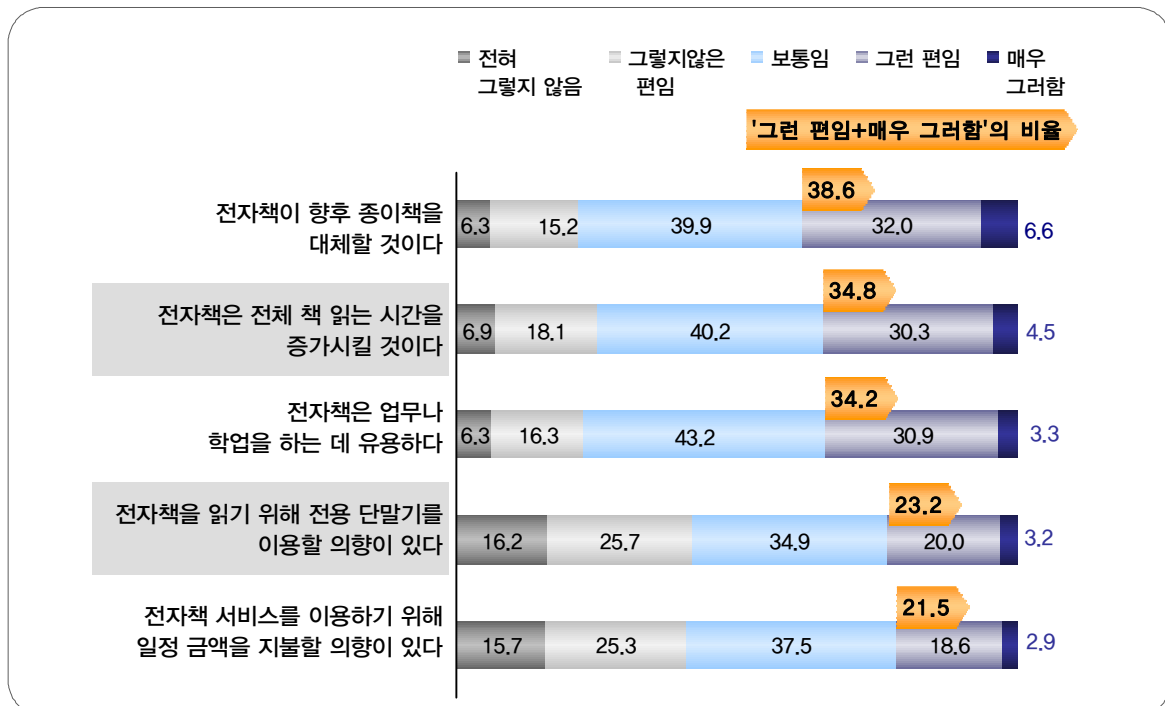
다. 전자책에 관한 인식



인터넷 이용자 10명 중 4명 '전자책이 향후 종이책을 대체할 것이다'

- ▶ 만12세 이상 인터넷 이용자의 38.6%가 '전자책이 향후 종이책을 대체할 것이다'라고 생각하는 것으로 나타났으며, '전자책은 전체 책 읽는 시간을 증가시킬 것이다' 또는 '전자책은 업무나 학업을 하는 데 유용하다'고 응답한 경우도 각각 34.8%, 34.2%임
- ▶ 또한, '전자책을 읽기 위해 전용 단말기를 이용(23.2%)'하거나 '전자책 서비스를 이용하기 위해 일정 금액을 지불할 의향이 있는 경우(21.5%)'도 20% 이상으로 나타남

[그림 52. 전자책에 관한 인식(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]



VI. 가구 인터넷 환경

1. 가구 정보통신 기기 보유 현황

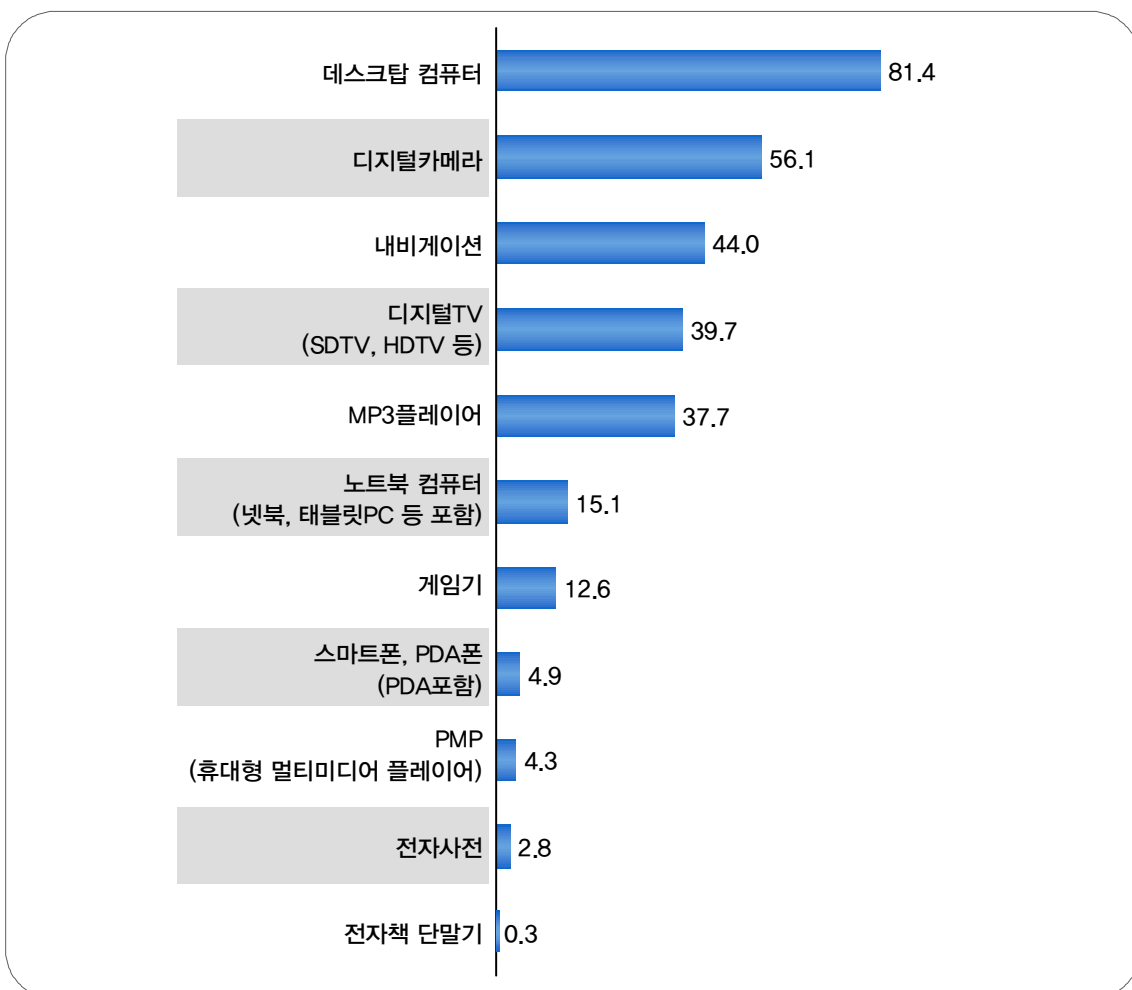
가. 정보통신 기기 보유 현황



전체 가구의 50% 이상이 '데스크탑 컴퓨터(81.4%)' 및 '디지털카메라(56.1%)' 보유

- ➡ 2010년 5월 현재 전체 가구의 81.4%가 '데스크탑 컴퓨터'를 보유하고 있으며, '디지털카메라' 및 '내비게이션'을 보유하고 있는 경우도 각각 56.1%, 44.0%임
- ➡ 또한, '디지털TV' 보유율은 39.7%, 'MP3플레이어' 37.7%, '노트북 컴퓨터' 15.1%, '게임기' 12.6% 등으로 나타남

[그림 53. 가구 정보통신 기기 보유 현황(복수응답, %)]



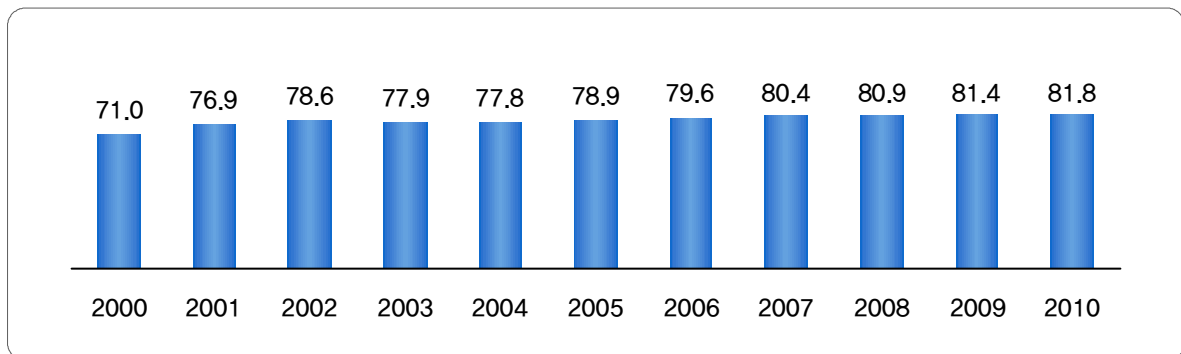
나. 컴퓨터 보유율



가구 컴퓨터 보유율 81.8%

- ➔ 2010년 현재 가구의 컴퓨터 보유율은 81.8%(전년대비 0.4%p 증가)이며, 2000년(71.0%) 이후 지난 10년 동안 10.8%p 증가한 것으로 나타남

[그림 54. 가구 컴퓨터 보유율(%)]



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

2. 가구 정보통신 서비스 이용 현황

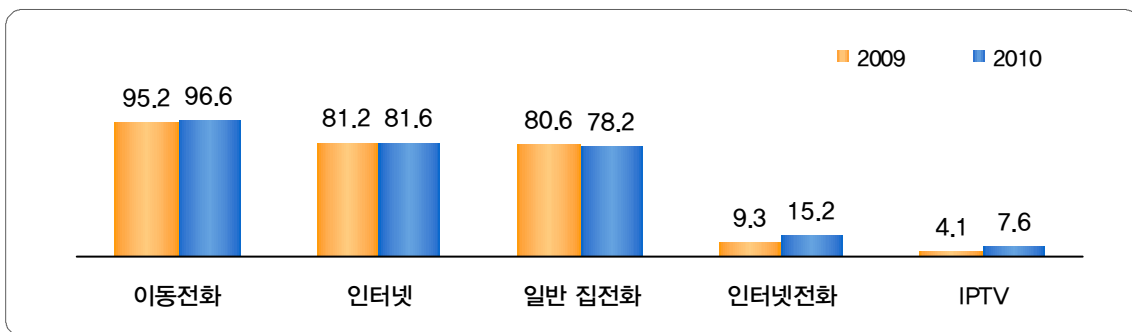
가. 정보통신 서비스 이용 현황



가구 '인터넷전화' 및 'IPTV' 이용률 각각 5.9%p, 3.5%p 증가

- ➡ 대부분의 가구에서 '이동전화(96.6%)' 서비스를 이용하고 있으며, '인터넷' 및 '일반 집전화'를 이용하는 경우도 각각 81.6%, 78.2%로 나타남
- ➡ 2009년과 비교할 경우, '일반 집전화' 이용 가구는 2.4%p 감소한 반면, '인터넷전화(15.2%)' 및 'IPTV(7.6%)' 이용은 각각 5.9%p, 3.5%p 증가함

[그림 55. 가구 정보통신 서비스 이용 현황(복수응답, %)]



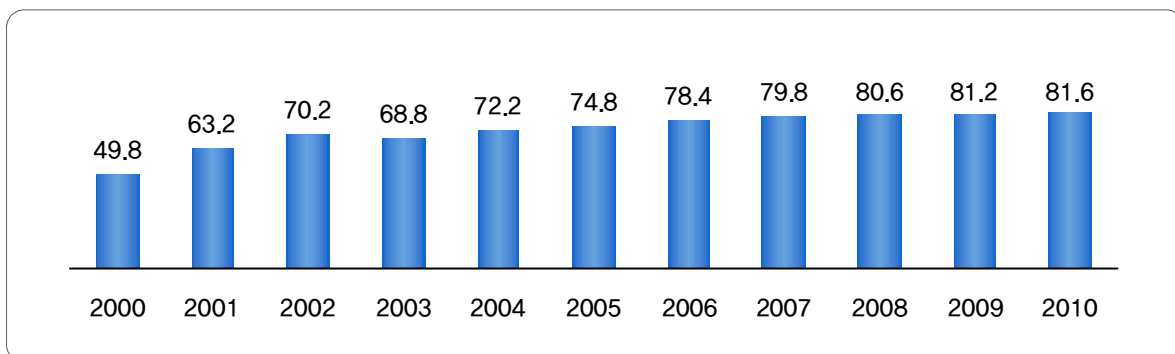
나. 인터넷 접속률⁶⁾



가구 인터넷 접속률 81.6%

- ➡ 2010년 현재 가구의 인터넷 접속률은 81.6%(전년대비 0.4%p 증가)이며, 2000년(49.8%) 이후 지난 10년 동안 31.8%p 증가한 것으로 나타남

[그림 56. 가구 인터넷 접속률(%)]



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

<부록> 한국 인터넷 이용자 10년史

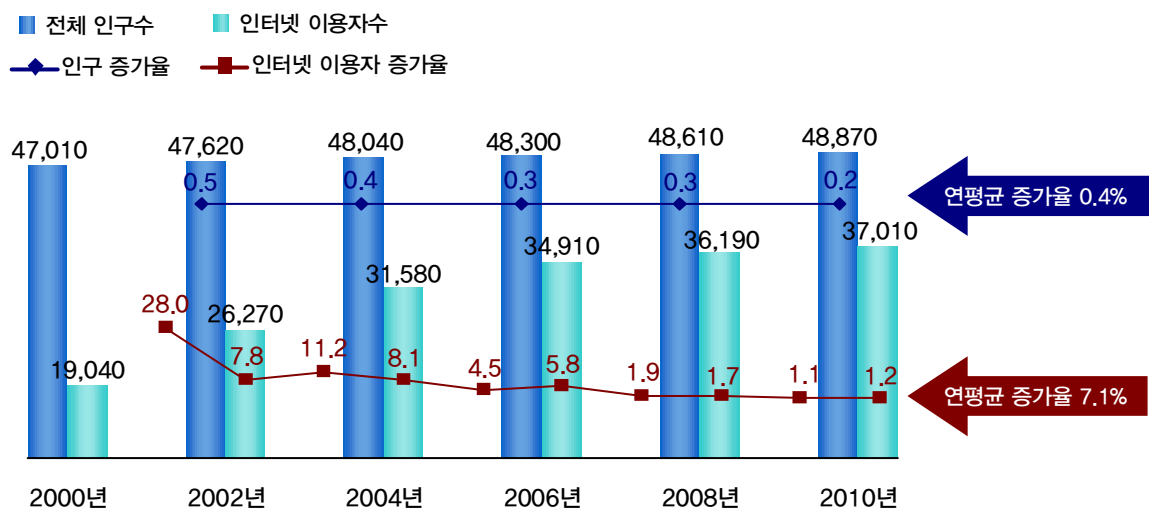
1. 한국의 인터넷 이용자 변화



지난 10년간 인터넷 이용자수 2배(연평균 7.1%) 증가

- 21세기 진입 이후 지난 10년간 한국의 인터넷 이용자수는 2000년 19,040천명에서 2010년 37,010천명으로 17,970천명(1.94배) 증가하였으며, 연평균 증가율(CAGR)은 7.1%로 나타남
 - 한편, 우리나라 전체 인구는 2000년 47,010천명에서 2010년 48,870천명으로 1,860천명 증가(연평균 증가율 0.4%)하는 데 그쳐, 인터넷 이용자 증가세가 인구수 증가를 크게 웃도는 것(약 18배)으로 분석됨
- 인터넷 이용자수는 2000년대 초반에 매년 5% 이상의 증가율을 보이며 급속한 성장기를 보였으며, 2006년을 지나면서 증가율이 1%대로 낮아지는 성숙·안정기의 양상을 보이고 있음
 - 구체적으로 살펴보면, 2000년 19,040천명에 불과했던 인터넷 이용자수는 2001년 28.0%의 높은 증가율을 보였으며, 2002년에는 7.8%, 2003년 11.2% 증가하여 2004년에 처음으로 30,000천명(전년대비 8.1% 증가)을 돌파함

[그림 1. 인구 및 인터넷 이용자 변화 추이(% , 천명)]



※ 전체 인구는 해당 년도의 '연앙추계인구(통계청)'를 기준으로 작성됨

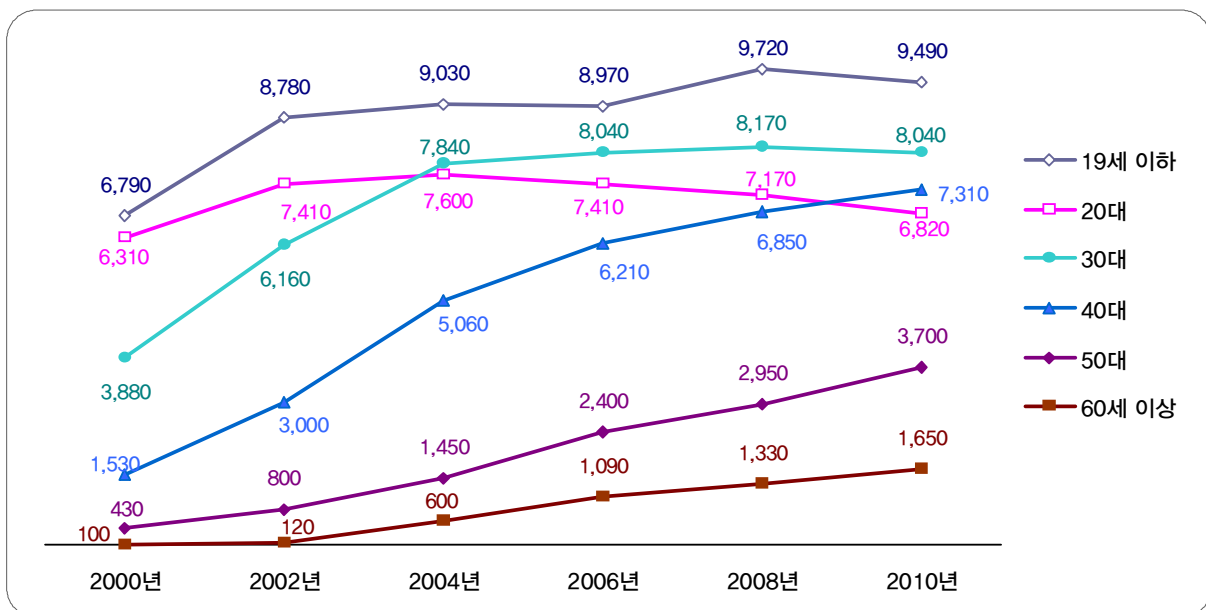
2. 연령별 인터넷 이용자 변화



인터넷 이용자수 증가 30-40대가 주도

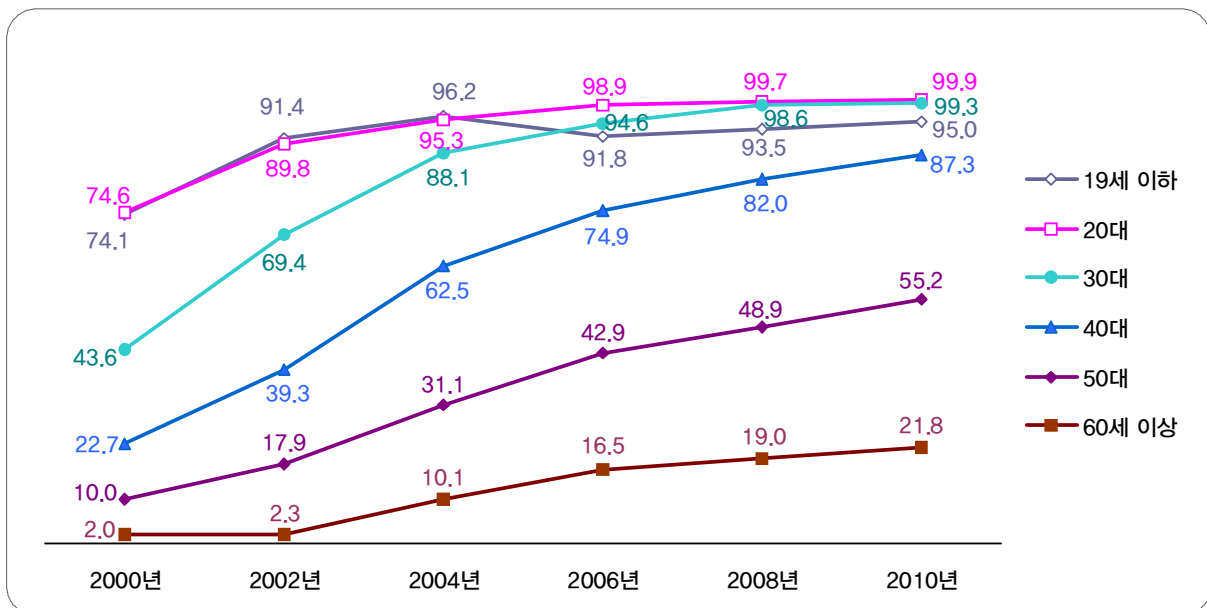
- 2000년대 초반에는 전반적으로 연령이 낮을수록 인터넷 이용자수가 많은 것으로 나타났으나, 2004년 30대가 처음으로 20대 이용자수를 추월한 후 2009년에는 40대 이용자수가 20대를 추월함
- 연령별로는 40대 인터넷 이용자수가 2000년 1,530천명에서 2010년 7,310천명으로 4.7배(5,780천명) 증가하였으며, 30대 이용자수도 3,880천명에서 8,040천명으로 2.1배(4,160천명) 증가하며 국내 인터넷 이용자수 증가를 주도한 것으로 나타남
- 또한, 50대 장년층의 인터넷 이용자수는 430천명에서 3,700천명으로 8.6배(3,270천명) 증가하였고, 19세 이하 이용자수는 6,790천명에서 9,490천명으로 1.4배(2,700천명), 60세 이상은 100천명에서 1,650천명으로 16.5배(1,550천명) 증가함

[그림 2. 연령별 인터넷 이용자수 변화 추이(천명)]



- ➡ 19세 이하 및 20대의 인터넷이용률은 2000년에 이미 70%를 넘어서 2002년에는 각각 91.4%, 89.8%의 높은 이용률을 보이며 성숙·안정기의 양상을 보임
- ➡ 한편, 40대 인터넷이용률은 2000년에 22.7%에 불과하였으나 지난 10년 동안 64.6%p 증가하여 2010년 87.3%로 나타났으며, 다음으로 30대 이용률이 43.6%에서 99.3%로 55.7%p, 50대는 10.0%에서 55.2%로 45.2%p 증가함

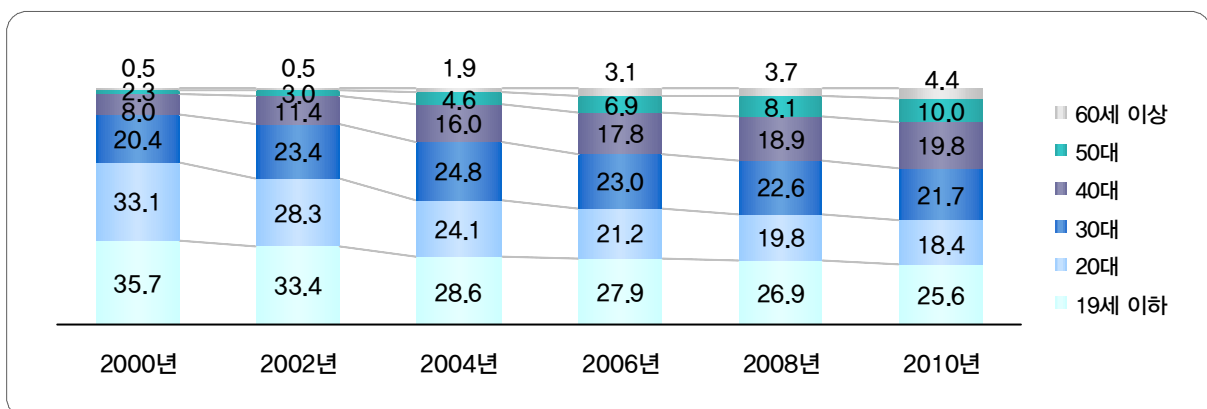
[그림 3. 연령별 인터넷이용률 변화 추이(%)]



❖ 2006년 이후 19세 이하의 인터넷이용률이 그 이전에 비해 감소한 것은 본 조사의 조사대상 연령이 만3세 이상 인구로 확대되었기 때문임

- ➡ 연령별 인터넷 이용자수 구성비를 살펴보면, 2000년대 초반에는 20대 이하 젊은층이 전체 인터넷 이용자의 60% 이상을 차지하였으나, 2006년에 30대 이상 이용자 비중이 처음으로 50%를 넘어서면서 전체 인터넷 이용자 중 차지하는 비중이 지속적으로 증가함

[그림 4. 연령별 인터넷 이용자 구성비 변화 추이(%)]



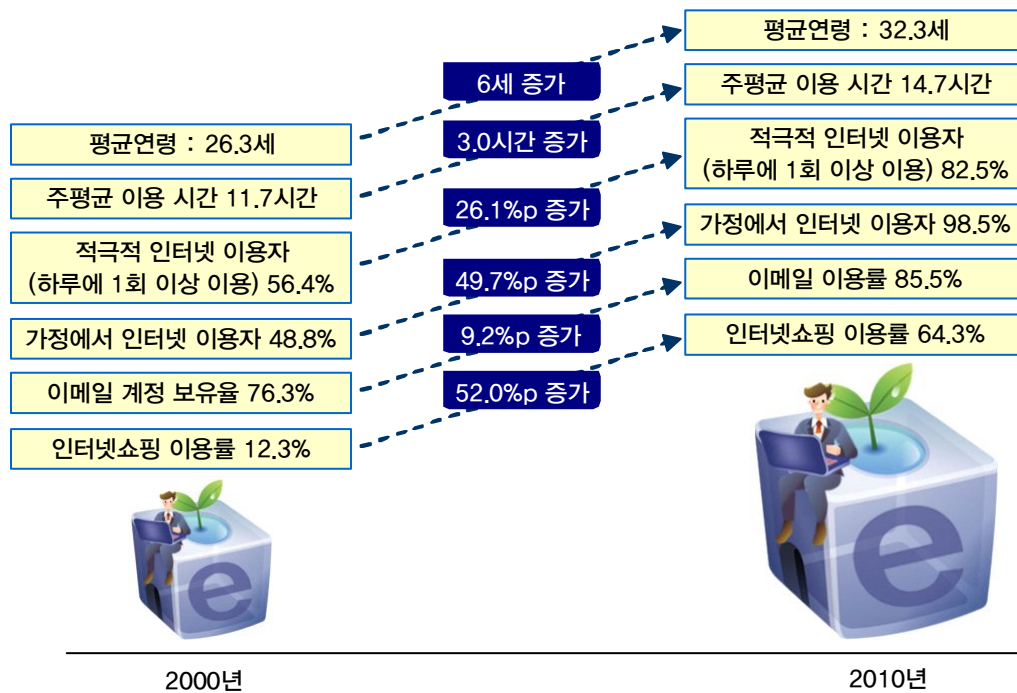
3. 한국의 평균 인터넷 이용자 변화



한국 인터넷 이용자 평균 연령 7세 증가(26.3세→32.3세)

- ➡ 2010년 현재 한국 인터넷 이용자의 평균 연령은 32.3세로, 2000년 26.3세보다 6세 가량 증가함
- ➡ 인터넷 이용 시간은 2000년 11.7시간에서 2010년 14.7시간으로 약 3시간 증가하였으며, 하루 1회 이상 인터넷을 이용하는 '적극적 인터넷 이용자'도 2000년(56.4%)에 비해 26.1%p 증가한 82.5%임
- ➡ 또한, 2000년에는 인터넷 이용자 10명 중 5명(48.8%)이 가정에서 인터넷을 이용하였으나, 2010년에는 이용자의 대부분인 98.5%(49.7%p 증가)가 가정에서 인터넷 이용자임
- ➡ 대표적 인터넷 서비스인 이메일 및 인터넷쇼핑의 경우, 2000년에는 인터넷 이용자의 76.3%가 이메일 계정을 보유하고 있고, 12.3%가 인터넷쇼핑 경험이 있었으나, 2010년 이메일 및 인터넷쇼핑 이용률은 각각 85.5%(9.2%p 증가), 64.3%(52.0%p 증가)로 나타남

[그림 5. 한국의 평균 인터넷 이용자 변화]



4. 2010년 한국의 인터넷 이용자 지형

가. 지역별 인터넷 이용자 분포



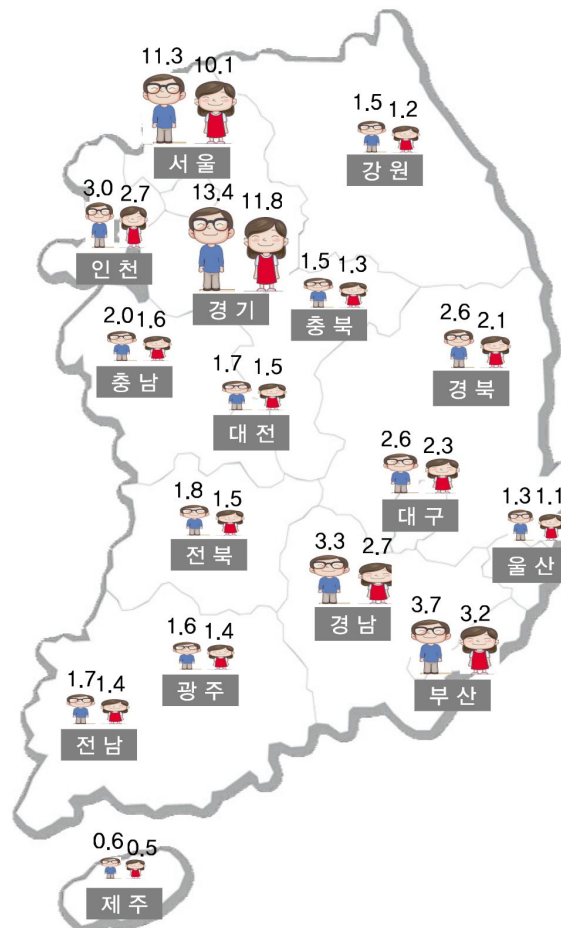
인터넷 이용자 10명 중 5명이 수도권 거주

- ▶ 한국 인터넷 이용자의 과반수인 52.3%가 수도권(경기 25.2%, 서울 21.4%, 인천 5.7%)에 거주하고 있으며, 25.0%는 영남권(부산 6.9%, 경남6.0%, 대구 4.9%, 경북 4.7%, 울산 2.4%)에 거주하는 것으로 나타남
- ▶ 또한, 중부권(충남 3.6%, 대전 3.2%, 충북 2.8%, 강원 2.7%)이나 호남권(전북 3.3%, 전남 3.1%, 광주 3.0%, 제주 1.1%)에 거주하는 경우는 각각 12.3%, 10.5%임

[표 1. 지역(권역)별 인구수 및 인터넷 이용자수(천명)]

	수도권	영남권	중부권	호남권	계
전체 인구수 (구성비)	23,620 (49.7%)	12,400 (26.1%)	6,230 (13.1%)	5,310 (11.1%)	47,560 (100.0%)
인터넷 이용자수 (구성비)	19,360 (52.3%)	9,210 (24.9%)	4,550 (12.3%)	3,890 (10.5%)	37,010 (100.0%)

[그림 6. 지역별 인터넷 이용자 분포(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



나. 지역별 저연령층 및 고연령층 인터넷이용률

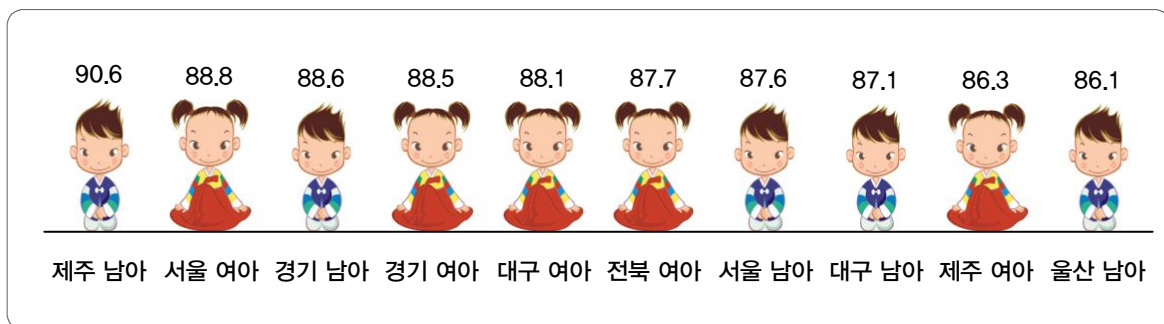
① 만3-9세 어린이 인터넷이용률 상위 10위



어린이 인터넷이용률은 제주 지역 남아(90.6%)가 상대적으로 높음

- ➡ 만3-9세 어린이 인터넷이용률을 지역 및 성별로 분석한 결과, 제주 지역 남아의 인터넷이용률이 90.6%로 가장 높았으며, 다음으로 서울 여아(88.8%), 경기 남아 및 여아(각각 88.6%, 88.5%), 대구 여아(88.1%), 전북 여아(87.7%) 등의 순으로 나타남
- ➡ 상위 10위권 어린이 인터넷이용률은 만3-9세 평균 인터넷이용률(85.5%)을 크게 웃도는 수준임

[그림 7. 만3-9세 어린이 인터넷이용률 상위 10위(%)]



② 60세 이상 고령자 인터넷이용률 상위 10위



고령자 인터넷이용률은 울산 및 대전 지역 남성(43.0%)이 상대적으로 높음

- ➡ 60세 이상 고령자의 경우에는 울산 및 대전 지역 남성의 인터넷이용률이 각각 43.0%로 가장 높았으며, 다음으로 서울 남성(40.4%), 부산 남성(37.3%), 인천 남성(37.2%), 광주 남성(35.7%), 경기 남성(33.2%) 등의 순임
- ➡ 고령자 인터넷이용률의 상위 순위는 대부분 남성이 차지하고 있는 가운데 부산 지역 여성(25.0%, 9위)이 유일하게 10위권내 순위를 차지함

[그림 8. 60세 이상 고령자 인터넷이용률 상위 10위(%)]

