

보도자료

2010년 9월 29일(수) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다

문의 : 네트워크정책국 인터넷정책과 홍진배 과장(☎750-2730)
인터넷정책과 박현선 주무관(☎750-2732) phsunny@kcc.go.kr

인터넷 이용 10년, 디지털 라이프의 일상화

- 2000년대 초반 인터넷 이용자수 20대 젊은층, 후반 40~50대 중장년층 주도
- 주요 인터넷서비스 인터넷쇼핑 64.3%, 인터넷뱅킹 42.3%, 주식거래 9.8% 이용
- 인터넷 커뮤니케이션으로 이메일, 인스턴트 메신저, 블로그, SNS로 확대

주요조사결과	2000년	2010년
인터넷 이용자수	1,904만명 → 약2배 증가	→ 3,701만명
평균연령	26.3세 → 6세 증가	→ 32.3세
주평균 이용 시간	11.7시간 → 30시간 증가	→ 14.7시간
적극적 인터넷 이용자 (하루에 1회 이상 이용)	56.4% → 26.1%p 증가	→ 82.5%
가정에서 인터넷이용자	48.8% → 49.7%p 증가	→ 98.5%
이메일 이용률	76.3% → 9.2%p 증가	→ 85.5%
인터넷쇼핑 이용률	12.3% → 52.0%p 증가	→ 64.3%

방송통신위원회(위원장 최시중)와 한국인터넷진흥원이 실시한 “2010년 인터넷이용실태조사” 결과에 따르면, 지난 10년간 인터넷은 인터넷 이용자가 더욱 성숙해지고 이용자층이 두터워지고, 인터넷 의존도가 대폭 높아졌으며 인터넷을 통한 커뮤니케이션도 이메일 중심에서 메신저, 블로그, SNS로 확대 된 것으로 나타났다. 특히 올해는 성별, 연령별 인터넷 이용률 통계뿐만 아니라 지역별 통계도 함께 제공 하였다

(인터넷 이용률) 2010년 5월 현재 인터넷 이용자수는 3,701만명으로 2000년(1,904만명)이후 10년 동안 약 2배(1,797만명) 증가하였으며, 인터넷이용률은 2000년 44.7%에서 77.8%로 33.1%p 증가하였다.

연령별로는 40대 인터넷 이용자수가 2000년 153만명에서 2010년 731만명으로 4.7배(578만명) 증가하였고, 이용률도 22.7%에서 87.3%로 64.6%p 증가하며, 2009년에는 처음으로 40대 인터넷 이용자수가 20대 인터넷 이용자수를 추월하였다. 이와 함께 30대도 인터넷 이용자수가 388만명에서 804만명으로 2.1배(416만명), 이용률이 43.6%에서 99.3%로 55.7%p 증가하며 40대와 함께 국내 인터넷 이용자 증가를 주도한 것으로 분석되었다.

지역별 인터넷 이용자 분포를 보면, 우리나라 인터넷 이용자(3,701만명)의 절반에 가까운 46.6%가 서울 및 경기도에 거주하는 것으로 나타났지만, 연령별 인터넷 이용률이 높은 지역은 다르게 나타났다.

저연령층 만3~9세 남아는 제주 지역(90.6%)이 여아는 서울(88.8%)이 상대적으로 높았으며, 60세 이상 고연령층에서는 남성은 대전(43.0%)과 울산(43.0%)에서, 여성은 부산(25.0%) 및 울산(23.7%)이 높게 나타났다.

(인터넷 이용행태) 주요 인터넷 서비스 이용현황을 살펴보면, 인터넷 이용자의 64.3%가 인터넷쇼핑을 하고 있으며, 20대의 인터넷쇼핑 이용률은 90.1%로 나타났다. 주된 구매품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세사리(70.3%)로 나타났으며 13.3%가 모바일을 통한 인터넷쇼핑을 이용하고 있었다.

그리고 10명 중 4명이 온라인을 이용한 인터넷뱅킹을 이용하고 있었으며 월평균 4.9회 이용하고 있으며 모바일을 통한 인터넷뱅킹 이용자는 9.2%로 나타났다. 만18세 이상 인터넷 이용자의 주식거래 이용률은 9.8%로 월평균 11.8회 이용하고 있으며 모바일을 통한 인터넷 거래주식 이용자는 3.5%로 나타났다.

만12세 이상 인터넷 이용자의 8.8%가 전자책 이용자이며, 78.7%는 향후 전자책 이용의향이 있고, 38.6%는 '전자책이 향후 종이책을 대체할 것이다'라고 응답하였다.

(인터넷 커뮤니케이션 서비스) 만6세 이상 인터넷 이용자 10명 중 8명이 이메일 이용자(85.5%)로 나타났으며, 48.2%는 업무 용도로 이메일을 이용하고 있으며 모바일을 통한 이메일 이용자는 4.2%로 나타났다. 인스턴트 메신저는 인터넷 이용자의 과반수(52.4%)가 이용하고 있으며 43.4%가 업무 용도로 메신저를 이용하고 있으며 모바일을 통한 인스턴트 메신저 이용자는 5.1%로 나타났다.

특히 최근에 들어서는 블로그, 커뮤니티 등의 SNS 서비스가 급성장하면서 SNS(소셜 네트워킹 서비스)는 인터넷 이용자의 65.7%가 이용하는 것으로 나타났으며 이용자의 29.6%가 업무용도로 이용하고 있으며 모바일을 통한 SNS 이용자는 5.8%로 나타났다. 20대(89.0%) 및 6-19세(78.1%)가 SNS의 주이용자로서 젊은층에서 주도적으로 이용하고 있으며, SNS 이용자 10명 중 8명은 블로그 형태의 SNS를 이용하는 것으로 조사되었다.

이번 조사결과 10-20대를 선두로 확산되기 시작한 인터넷은 30-40대가 가세하면서 본격적인 성장기를 맞이하였으며, 향후 10년은 50대 장년층을 중심으로 전연령대로 확산될 것으로 기대된다. 방송통신위원회는 앞으로도 인터넷·모바일 접근 기회를 확대하고 인터넷·모바일의 생산적 활용을 촉진하여 인터넷 산업활성화로 연결되도록 지속적인 노력을 기울일 계획이다.

첨부 : 2010년 인터넷이용실태조사결과 요약 1부. 끝.