

2013년 인터넷이용실태조사 요약보고서



미래창조과학부
Ministry of Science, ICT and
Future Planning

KISA 한국인터넷진흥원
Korea Internet & Security Agency

목 차

I. 조사개요	1
II. 인터넷 이용현황	2
1. 인터넷이용률 및 이용자수	2
2. 인터넷 이용행태	6
III. 인터넷과 커뮤니케이션	9
1. 이메일	9
2. 인스턴트 메신저	10
3. SNS(소셜 네트워킹 서비스)	11
IV. 인터넷과 경제활동	13
1. 인터넷쇼핑	13
2. 인터넷뱅킹	14
3. 인터넷 주식거래	15
V. 기타 서비스	16
1. 클라우드 서비스 이용	16
2. 전자정부 서비스 이용	17
VI. 가구 인터넷 환경	18
1. 가구 컴퓨터 보유율	18
2. 가구 인터넷 접속률	18
3. 가구원 스마트기기 보유율	19

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

본 보고서는 한국인터넷진흥원 통계홈페이지(<http://isis.kisa.or.kr>)에서 확인하실 수 있습니다.

I. 조사개요

모집단

국내 전체 가구 및 만3세 이상 인구

조사대상

전국 30,000가구 및 가구내 만3세 이상 가구원

유효표본

30,000가구 및 77,402명(가구원)

조사방법

가구방문 면접조사

조사기간

2013. 7. 1 - 9. 15

표본추출

다단계층화집락추출
(Stratified Multi-stage Cluster Sampling)

추정

사후층화(다단계층화집락추출 추정식 적용)
- 가 구 : 통계청 장래가구추계의 2013년 추계가구
- 가구원 : 통계청 장래인구추계의 2013년 추계인구

표본오차

인터넷이용률 $\pm 0.23\%p$ (95%신뢰수준)

▶ 표본설계

- 통계청 "2010년 인구주택총조사"의 일반가구 조사구를 표본틀로 사용
- 조사구를 특성별로 12개로 분류한 후, 지역(16개시도)×동/읍면부로 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

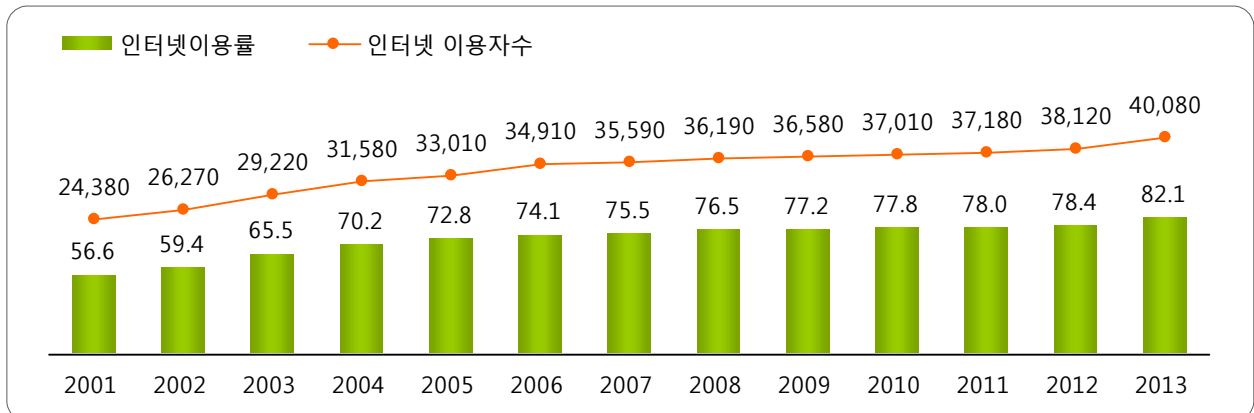
II. 인터넷 이용현황

1. 인터넷이용률 및 이용자수

◆ 만3세 이상 인구의 82.1%인 40,080천명이 인터넷 이용자

- 2013년 7월 현재 만3세 이상 인구의 인터넷이용률(최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율)은 82.1%로 전년대비 3.7%p 증가하였으며, 인터넷 이용자수는 40,080천명(전년대비 1,960천명 증가)으로 나타남

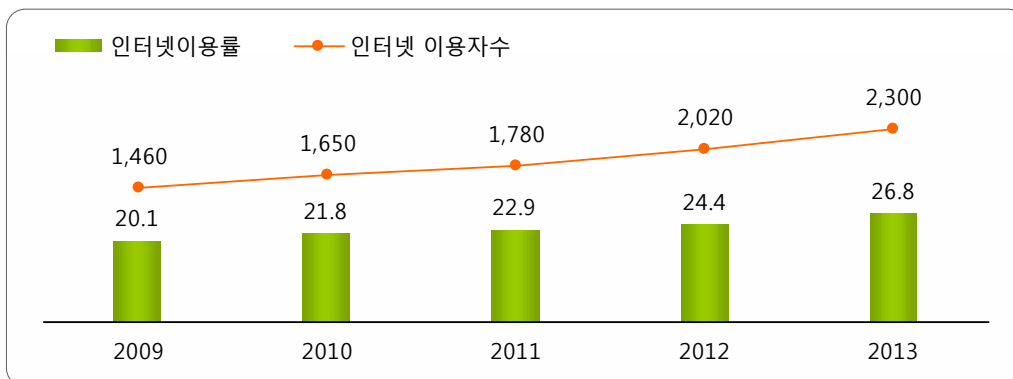
[그림 1. 인터넷이용률 및 이용자수 변화 추이(% , 천명)]



- ❖ 1) 2004년 조사부터 인터넷에 모바일 인터넷을 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, 만 60세 이상 노년층의 인터넷이용률은 26.8%이고, 인터넷이용자수는 2,300천명(전년대비 각각 24%p, 280천명 증가)으로 꾸준히 증가추세를 보이는 것으로 나타남

[그림 2. 만60세 이상 노년층의 인터넷이용률 및 이용자수(% , 천명)]

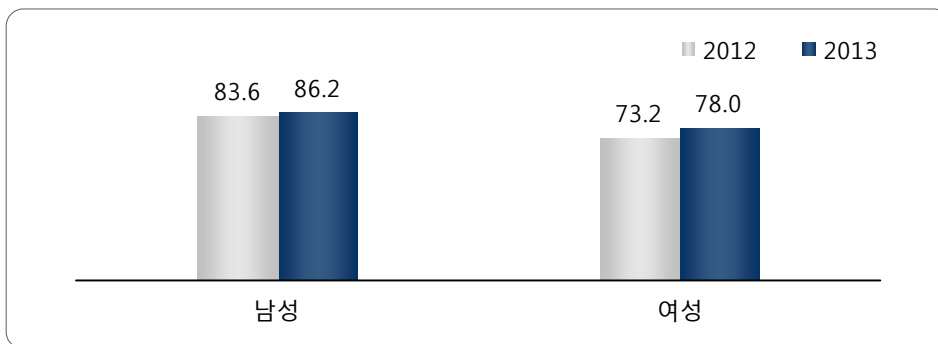


가. 성별 인터넷이용률 및 이용자수

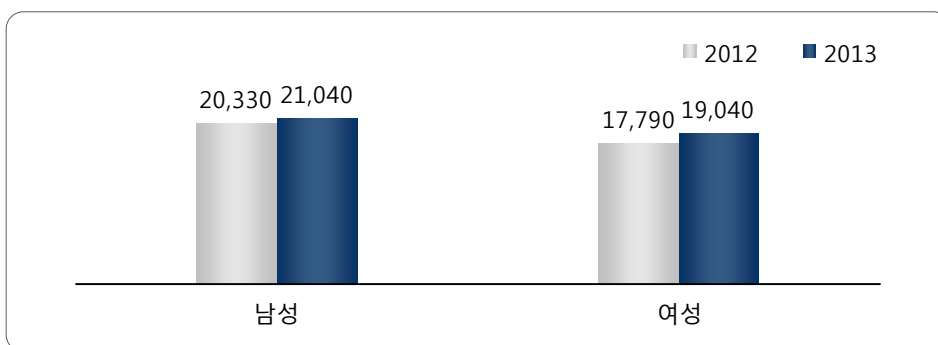
◆ 남성과 여성의 인터넷이용률은 각각 86.2%, 78.0%

- 남성 및 여성의 인터넷이용률은 각각 86.2%(전년대비 2.6%p 증가)와 78.0%(전년대비 4.8%p 증가)이며, 인터넷 이용자수는 남성이 21,040천명이고 여성은 19,040천명(전년대비 각각 710천명, 1,250천명 증가)으로 나타남
- 인터넷 이용자의 성별 구성비를 살펴보면, 남성이 전체 인터넷 이용자의 52.5%를 차지하고 있으며, 여성 인터넷 이용자의 비중은 47.5%임

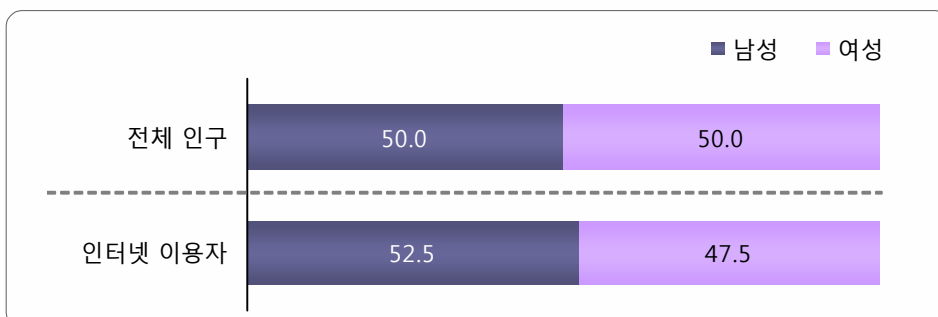
[그림 3. 성별 인터넷이용률(%)]



[그림 4. 성별 인터넷 이용자수(천명)]



[그림 5. 성별 인터넷 이용자 구성비(%)]

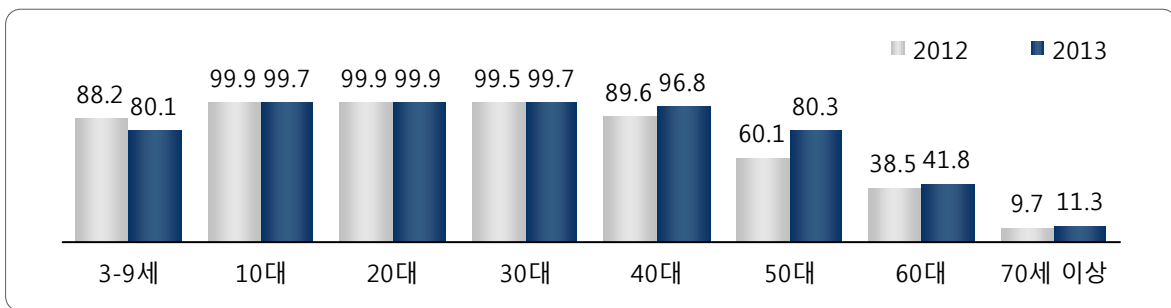


나. 연령별 인터넷이용률 및 이용자수

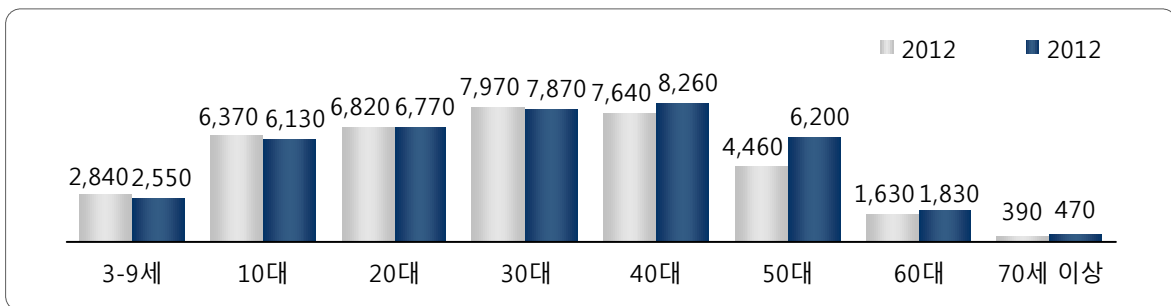
◆ 50대 10명 중 8명(80.3%)은 인터넷 이용자

- 10대(99.7%) 및 20대(99.9%), 30대(99.7%) 젊은층의 거의 대부분이 인터넷을 이용하고 있으며, 50대 및 60대 고연령층의 인터넷이용률도 각각 80.3%와 41.8%로 전년대비 증가함
- 인터넷 이용자의 연령별 구성비를 살펴보면, 30대(19.6%)와 40대(20.6%)의 비중이 타 연령대비 높았으며, 10-20대(각각 15.3%, 16.9%) 청년층의 비중도 32.2%로 나타남

[그림 6. 연령별 인터넷이용률(%)]



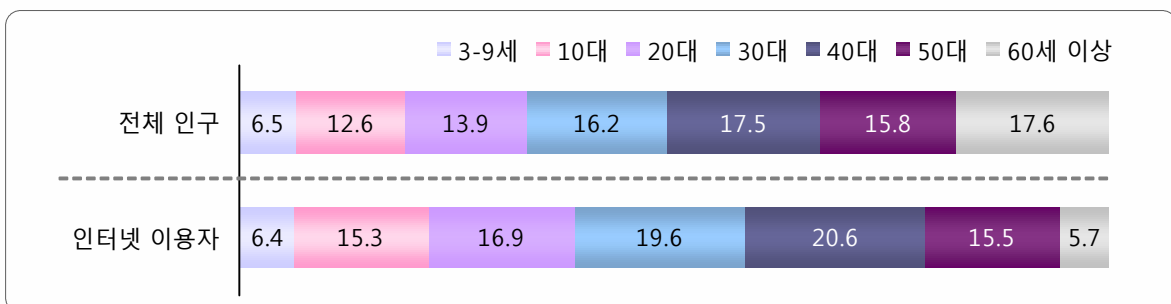
[그림 7. 연령별 인터넷 이용자수(천명)]



◆ 30대 이하 이용자가 감소한 이유는 해당 연령대의 전체 인구가 다른 연령대에 비해 감소폭이 크기 때문임
(통계청 2013 장래인구추계 기준)

연령대	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70세 이상
2011년	3,250천명	6,500천명	6,660천명	8,020천명	8,390천명	7,080천명	4,070천명	3,730천명
2012년	3,220천명	6,380천명	6,820천명	8,010천명	8,530천명	7,420천명	4,230천명	4,020천명
2013년	3,190천명	6,140천명	6,770천명	7,900천명	8,530천명	7,720천명	4,370천명	4,200천명

[그림 8. 연령별 인터넷 이용자 구성비(%)]

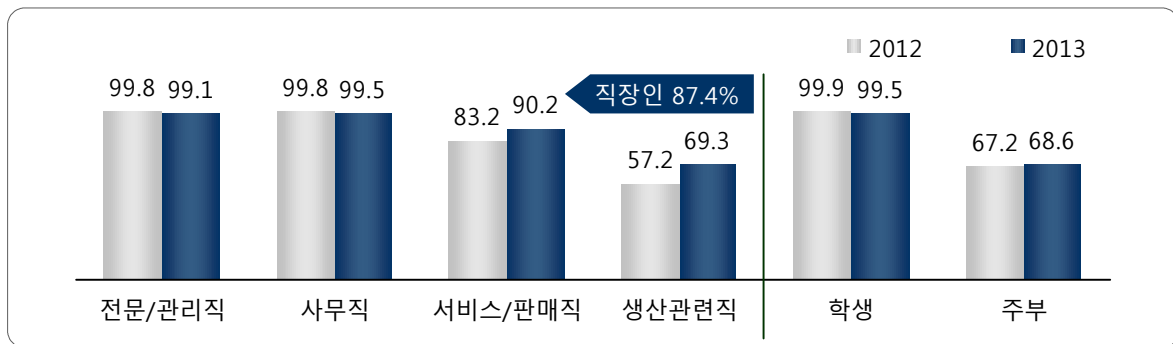


다. 직업별 인터넷이용률

◆ 직장인의 인터넷이용률 87.4%

- 직업별로는 사무직의 인터넷이용률이 99.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 전문/관리직(99.1%), 서비스/판매직(90.2%), 생산관련직(69.3%)의 순으로 조사됨
- 학생의 인터넷이용률은 99.5%로 지난 해와 비슷한 수준으로 높았으며, 주부의 이용률은 68.6%임

[그림 9. 직업별 인터넷이용률(%)]

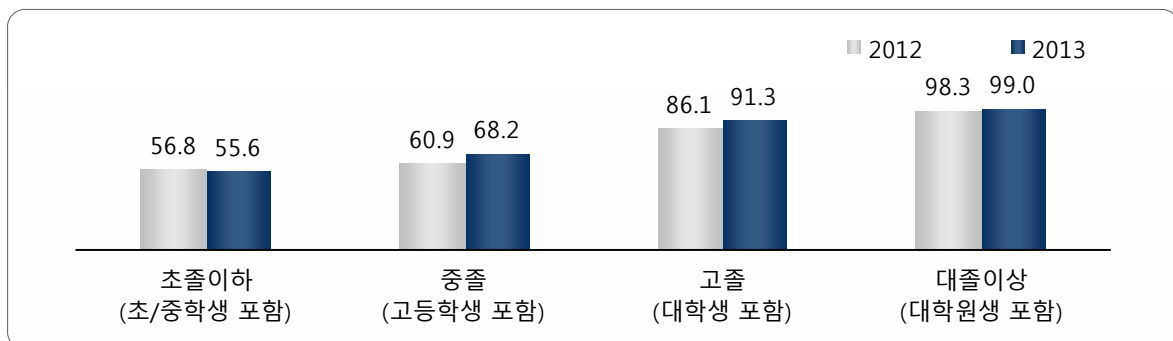


라. 학력별 인터넷이용률

◆ 대졸이상 고학력자의 인터넷이용률 99.0%

- 대졸이상(대학원생 포함) 고학력자의 인터넷이용률이 99.0%로 가장 높았으며, 학력이 높을수록 인터넷 이용률도 함께 높아지는 것으로 나타남

[그림 10. 학력별 인터넷이용률(%)]



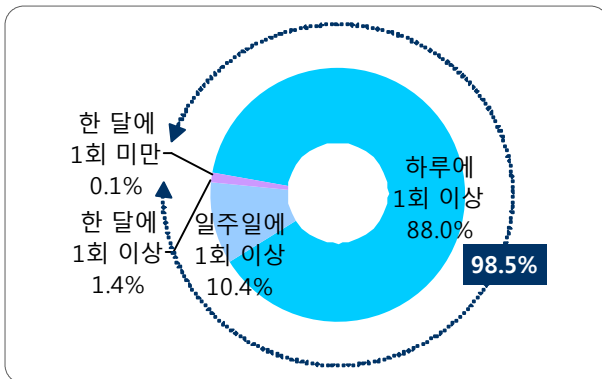
2. 인터넷 이용행태

가. 인터넷 이용 빈도 및 시간

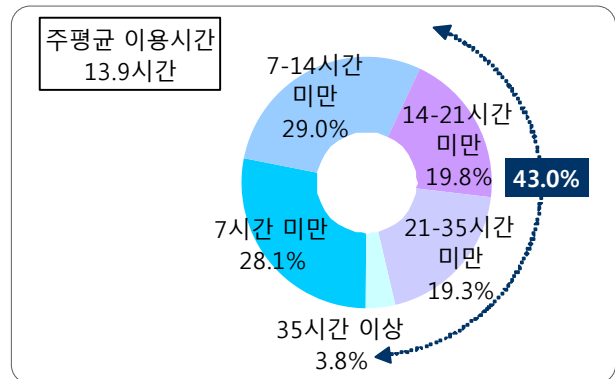
◆ 주평균 인터넷 이용시간 13.9시간(일평균 2시간)

- 인터넷 이용자의 거의 대부분(98.5%)이 주1회 이상('하루에 1회 이상' 88.0%, '일주일에 1회 이상' 10.4%) 인터넷을 이용하는 것으로 나타남
- 주평균 인터넷 이용시간은 13.9시간(일평균 2시간)이며, 주 평균 14시간 이상('14-21시간' 19.8%, '21-35시간' 19.3%, '35시간 이상' 3.8%) 인터넷을 이용하는 경우도 43.0%임

[그림 11. 인터넷 이용 빈도(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]



[그림 12. 인터넷 이용 시간(%)-만3세 이상 인터넷 이용자]

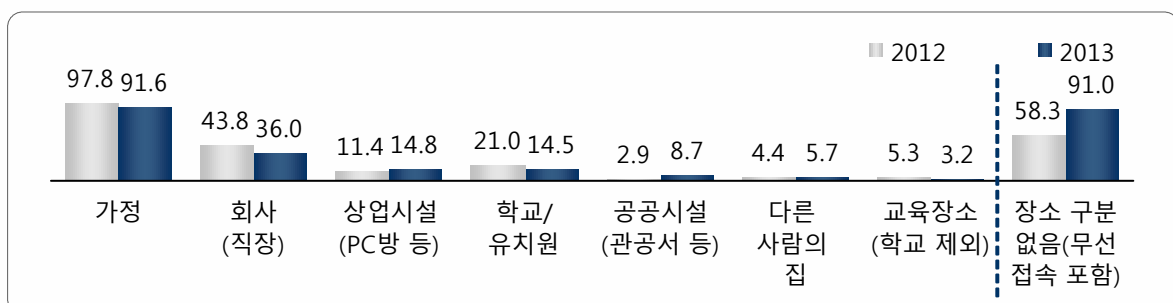


나. 인터넷 이용장소

◆ 인터넷 이용자의 10명 중 9명(91.0%)은 스마트폰 등을 통해 '장소구분 없이' 인터넷 이용

- 인터넷을 이용하는 주된 장소는 '가정'이 91.6%로 가장 높았으며, 다음으로 '회사(36.0%)', PC방 등 '상업시설(14.8%)', '학교/유치원(14.5%)' 등의 순으로 조사됨
- 한편, 인터넷 이용자의 91.0%가 스마트폰 등의 무선단말기로 '장소구분 없이' 인터넷을 이용하고 있고, 전년대비 큰 폭(32.7%p)으로 증가한 것으로 나타남

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

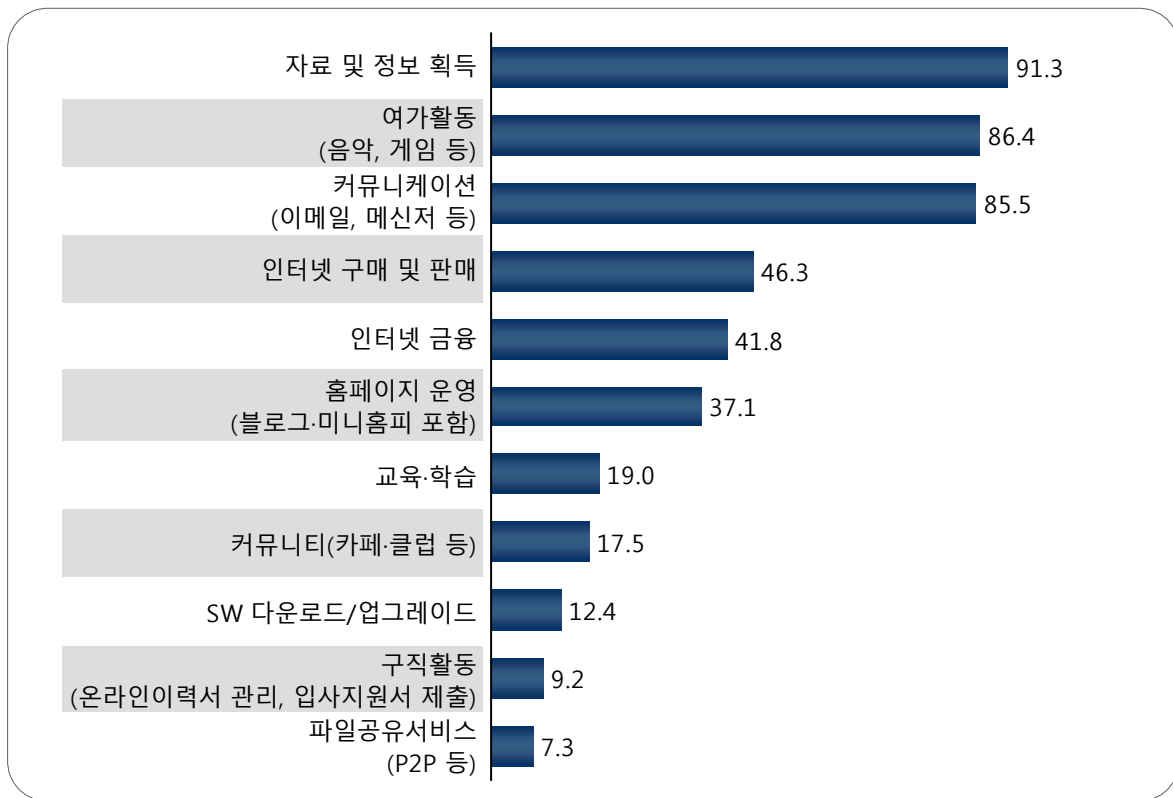


다. 인터넷 이용 용도

◆ 주된 인터넷 이용 용도는 '자료·정보 획득(91.3%)' 및 '음악, 게임 등 여가활동(86.4%)'

- 주로 인터넷을 이용하는 용도로는 '자료 및 정보 획득'이 91.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '음악, 게임 등 여가활동(86.4%)', '이메일, 메신저 등 커뮤니케이션(85.5%)' 등의 순임
- 연령별로 '자료 및 정보 획득'을 위한 인터넷 이용은 10대부터 50대까지 90% 이상으로 고르게 나타난 반면, '인터넷 구매 및 판매'는 20대(81.4%)에서, '인터넷 금융'은 30대(71.8%), '교육·학습'은 10대(56.9%)에서 타 연령대에 비해 높은 수준을 보임

[그림 14. 인터넷 이용 용도(복수응답, %)-만3세 이상 인터넷 이용자]



<표1> 연령별 인터넷 이용 용도(복수응답, %)-만3세 이상 인터넷 이용자

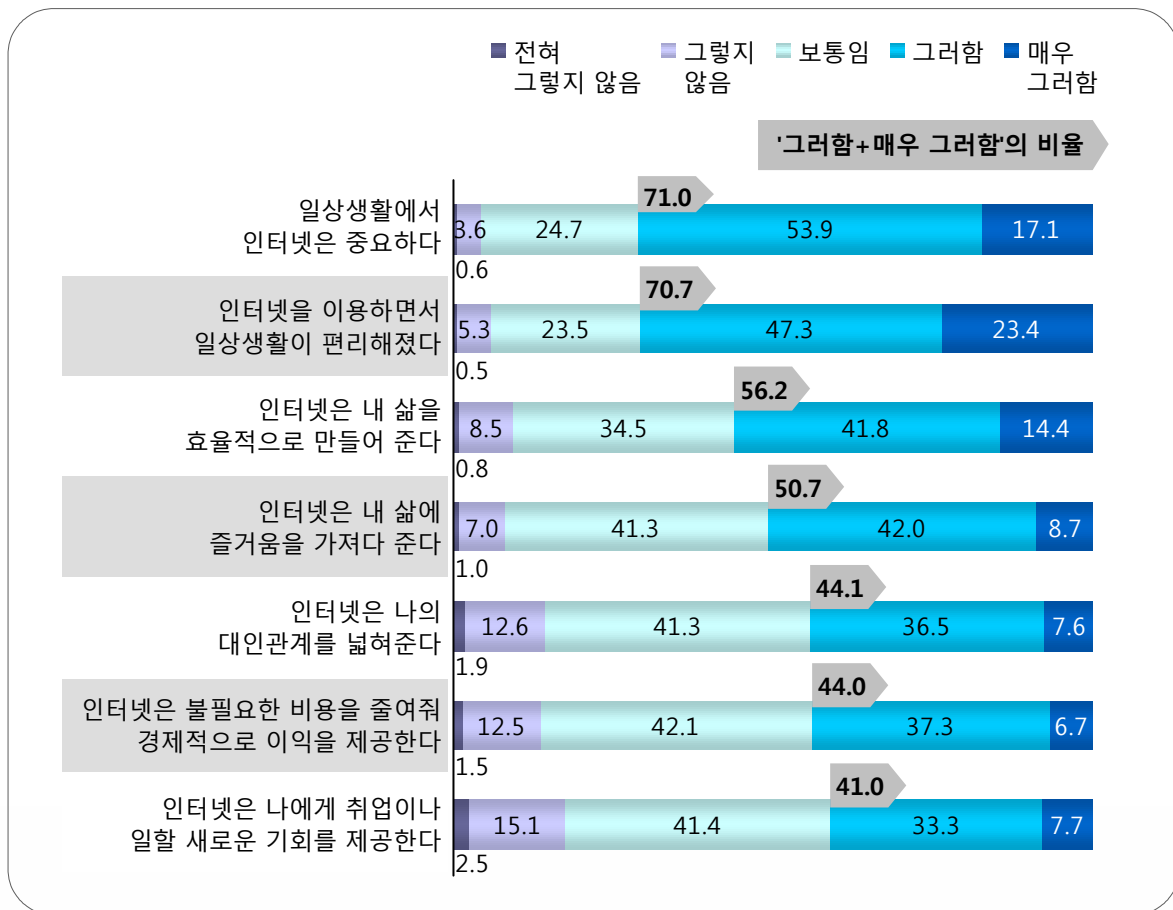
연령	자료 및 정보 획득	여가활동	커뮤니케이션	인터넷 구매 및 판매	인터넷 금융	홈페이지 운영	교육·학습	커뮤니티	SW 다운로드/업그레이드	구직활동	파일 공유 서비스
3-9세	28.4	96.0	27.9	0.9	-	2.9	32.2	1.2	0.9	-	0.0
10대	93.7	97.2	91.9	28.6	7.8	45.2	56.9	18.1	11.6	4.3	7.0
20대	99.8	97.6	99.6	81.4	62.1	67.3	28.7	30.8	22.1	27.0	14.1
30대	99.8	93.3	98.7	73.0	71.8	50.9	8.4	25.0	16.7	11.9	11.4
40대	98.2	82.9	92.7	47.7	51.6	29.7	6.0	14.5	12.2	6.0	6.1
50대	91.6	68.6	76.1	22.6	30.0	14.3	2.7	8.9	6.2	2.4	2.2
60세 이상	74.7	50.2	45.0	7.8	12.1	5.4	1.2	3.4	2.2	1.1	0.5

라. 인터넷에 대한 인식

◆ 일상생활에서 '인터넷은 중요(71.0%)'하며 '일상생활이 편리해졌다(70.7%)'

- 만12세 이상 인터넷 이용자의 10명 중 7명은 '일상생활에서 인터넷은 중요하다(71.0%)' 또는 '인터넷을 이용하면서 일상생활이 편리해졌다(70.7%)'고 인식하고 있는 것으로 조사됨. 또한 '인터넷은 내 삶을 효율적으로 만들어 준다(56.2%)'고 응답한 경우도 절반 이상으로 나타남
- 한편, '인터넷은 나의 대인관계를 넓혀준다(44.1%)', '인터넷은 불필요한 비용을 줄여줘 경제적으로 이익을 제공한다(44.0%)', '인터넷은 나에게 취업이나 일할 기회를 제공한다(41.0%)' 등의 인식은 40%대로 상대적으로 낮은 수준임

[그림 15. 인터넷에 대한 인식(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]



III. 인터넷과 커뮤니케이션

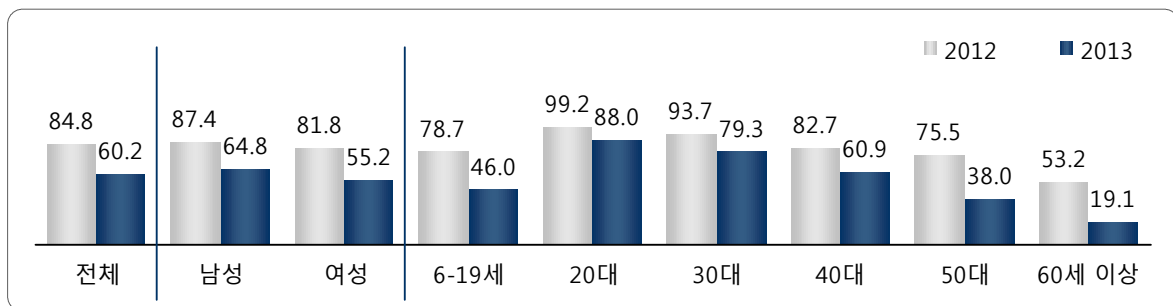
1. 이메일

가. 이메일 이용률

◆ 만6세 이상 인터넷 이용자의 60.2%가 이메일 이용자

- 만6세 이상 인터넷 이용자의 이메일 이용률(최근 1년 이내 이메일 이용자의 비율)은 60.2% (전년대비 24.6%p 감소)로 나타남
- 남성 및 여성의 이메일 이용률은 각각 64.8%와 55.2%로 남성이 높았으며(9.6%p 차이), 연령별로는 20대(88.0%), 30대(79.3%), 40대(60.9%) 등의 순임

[그림 16. 이메일 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]

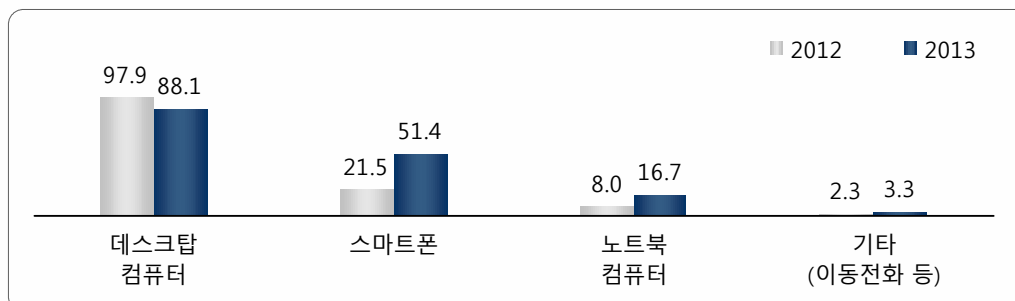


나. 이메일 이용기기

◆ 이메일 이용자의 절반 이상(51.4%)이 '스마트폰' 통해 이메일 이용

- 이메일 이용자 중 '데스크탑 컴퓨터' 사용자는 88.1%로 전년대비 9.8%p감소했으나, '스마트폰'을 통해 이메일을 보내거나 받는 경우는 51.4%로 전년대비 큰 폭(29.9%p)으로 상승함

[그림 17. 이메일 이용기기(복수응답, %)-만6세 이상 이메일 이용자]



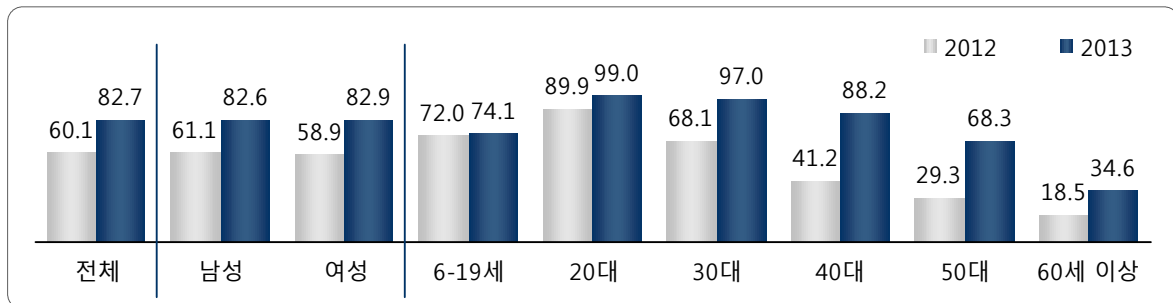
2. 인스턴트 메신저¹⁾

가. 인스턴트 메신저 이용률

◆ 20대 인터넷 이용자의 대부분(99.0%)은 인스턴트 메신저 이용자

- 만6세 이상 인터넷 이용자의 82.7%(전년대비 22.6%p 증가)가 최근 1년 이내 인스턴트 메신저를 이용한 '인스턴트 메신저 이용자'인 것으로 나타남
- 남성의 인스턴트 메신저 이용률(82.6%)과 여성의 이용률(82.9%)은 비슷한 수준이며, 연령별로는 20대(99.0%), 30대(97.0%), 40대(88.2%) 등의 순으로 조사됨

[그림 18. 인스턴트 메신저 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]

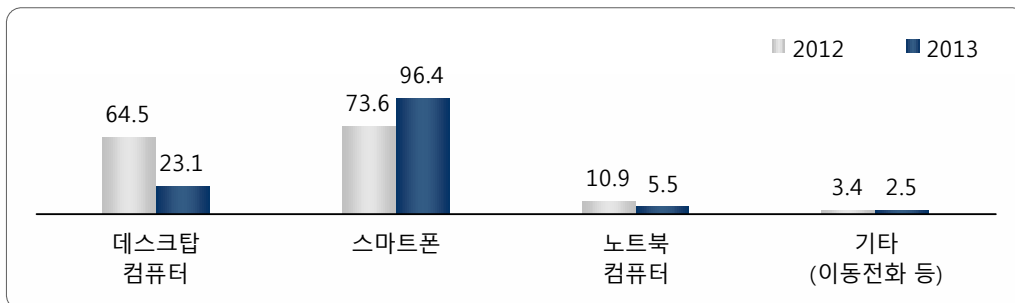


나. 인스턴트 메신저 이용기기

◆ 인스턴트 메신저 이용자의 96.4%는 '스마트폰' 통해 메신저 이용

- 주된 인스턴트 메신저 이용기기로 '스마트폰(96.4%)'이 꼽혔으며, 전년대비 크게 증가함(전년대비 22.8%p 증가). 이에 반해 '데스크탑 컴퓨터'를 통해 인스턴트 메신저를 이용하는 경우는 23.1%로 전년대비 41.4%p 크게 하락함

[그림 19. 인스턴트 메신저 이용기기(복수응답, %)-만6세 이상 인스턴트 메신저 이용자]



1) 별도의 채팅사이트에 접속하지 않고도 프로그램을 설치한 사람들끼리 실시간 대화를 하거나 파일전송, 음성통화 등이 가능한 인터넷 서비스로 카카오톡, 네이트온, 마이피플, 사내 메신저 등을 포함함

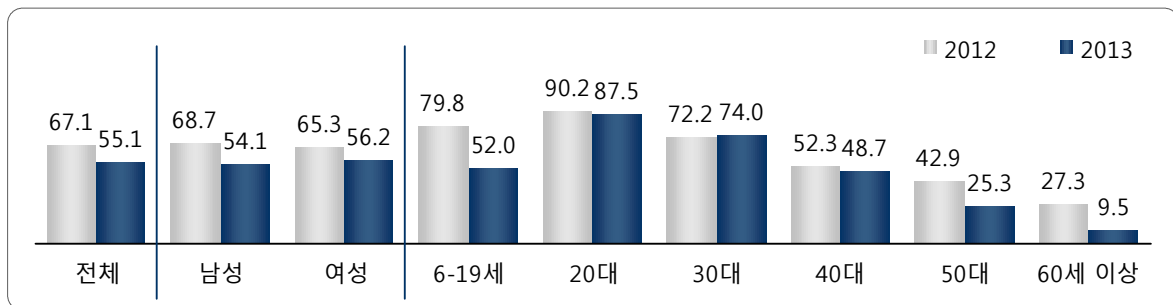
3. SNS(소셜 네트워킹 서비스)²⁾

가. SNS 이용률

◆ 인터넷 이용자의 절반 이상(55.1%)은 최근 1년 이내 SNS를 이용한 'SNS 이용자'

- 만6세 이상 인터넷 이용자의 55.1%(전년대비 12.0%p 감소)가 최근 1년 이내 SNS(소셜 네트워킹 서비스)를 이용한 것으로 조사됨
- SNS 이용률은 남성(54.1%)보다 여성(56.2%)이 다소 높았으며(2.1%p 차이), 연령별로는 20대(87.5%), 30대(74.0%), 6-19세(52.0%) 등의 순임

[그림 20. SNS 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]

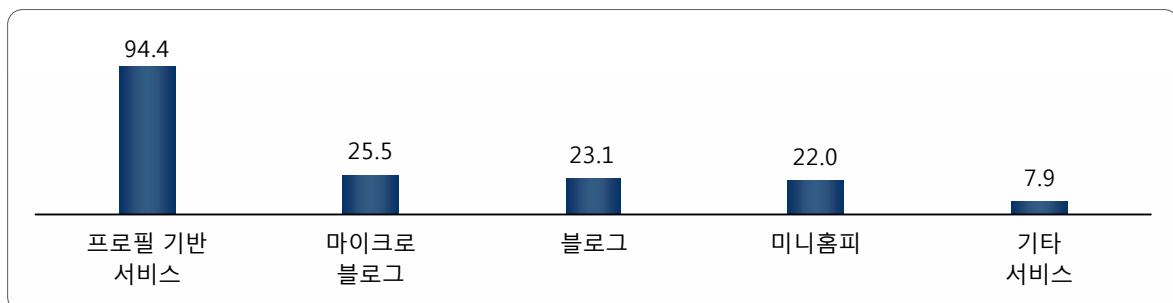


나. SNS 유형별 이용현황

◆ SNS 이용자 10명 중 9명(94.4%)은 페이스북 등의 프로필 기반 서비스 이용자

- 만6세 이상 SNS 이용자 10명 중 9명(94.4%)은 페이스북 등의 '프로필 기반 서비스'를 이용하는 것으로 나타나 가장 높았으며, 다음으로 미투데이, 트위터 등의 '마이크로 블로그(25.5%)', '블로그(23.1%)', '미니홈피(22.0%)' 등의 순임

[그림 21. SNS 유형별 이용현황(복수응답, %)-만6세 이상 SNS 이용자]



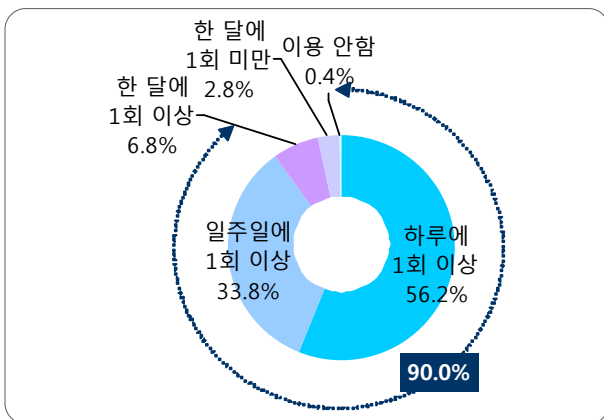
2) 인터넷상에서 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로 미니홈피, 블로그, 마이크로블로그, 프로필 기반 서비스 등을 포함함

다. SNS 이용 용도 및 빈도

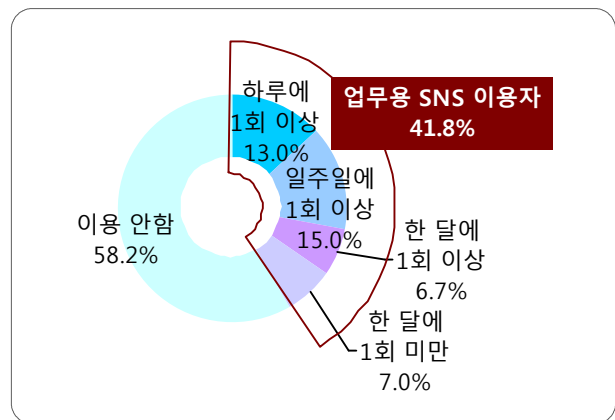
◆ 개인 용도의 SNS이용자 10명 중 5명(56.2%)은 '하루에 1회 이상' SNS 이용

- SNS 이용자의 90.0%가 주 1회 이상('하루에 1회 이상' 56.2%, '일주일에 1회 이상' 33.8%) 업무(일) 외의 개인적인 용도로 SNS를 이용하는 것으로 나타남
- 직장인 SNS 이용자의 경우, 41.8%가 업무(일) 용도로 SNS를 이용하고 있으며, 업무(일)를 위해 '하루에 1회 이상' SNS를 이용하는 경우는 13.0%로 조사됨

[그림 22. 개인 용도 SNS 이용빈도(%)-만6세 이상 SNS 이용자]



[그림 23. 업무 용도 SNS 이용빈도(%)-직장인 SNS 이용자]

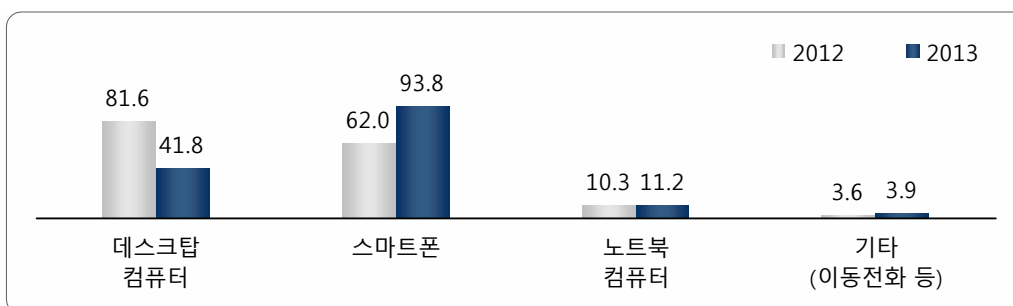


라. SNS 이용기기

◆ SNS 이용자 10명 중 9명(93.8%)은 '스마트폰' 통해 SNS 이용

- SNS 이용자의 41.8%는 '데스크탑 컴퓨터'를 통해 SNS를 이용하고 있는 것으로 조사되어 전년대비 감소(39.8%p)한 반면, '스마트폰'을 통해 SNS를 이용하는 경우는 93.8%로 전년대비 큰 폭 (31.8%p)으로 증가함

[그림 24. SNS 이용기기(복수응답, %)-만6세 이상 SNS 이용자]



IV. 인터넷과 경제활동

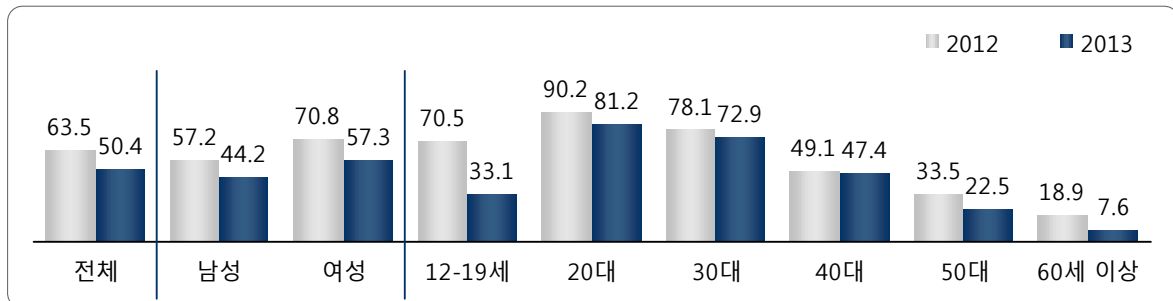
1. 인터넷쇼핑³⁾

가. 인터넷쇼핑 이용률

◆ 인터넷 이용자 중 절반(50.4%)이 '인터넷 쇼핑'

- 만12세 이상 인터넷 이용자 중 절반(50.4%)은 최근 1년 이내 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 구매(예약·예매 포함)한 '인터넷쇼핑 이용자'인 것으로 나타남
- 인터넷쇼핑 이용률은 여성(57.3%)이 남성(44.2%)보다 크게 앞섰으며(13.1%p 차이), 연령별로는 20대(81.2%) 및 30대(72.9%) 청년층의 이용률이 상대적으로 높음

[그림 25. 인터넷쇼핑 이용률(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]

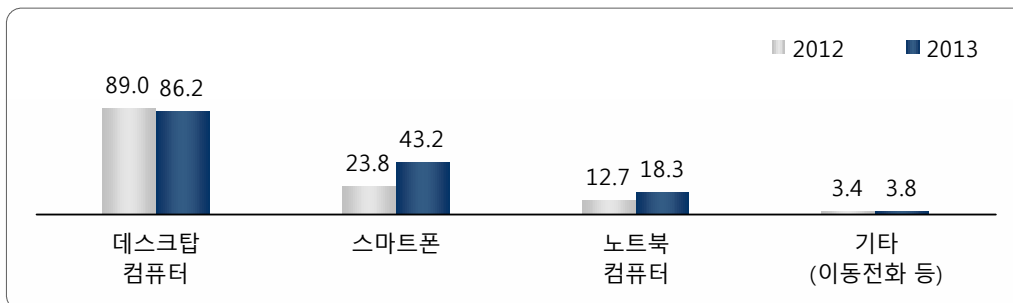


나. 인터넷쇼핑 이용기기

◆ 인터넷쇼핑 이용자의 43.2%가 '스마트폰'을 통해 인터넷쇼핑

- 인터넷쇼핑을 이용하는 주된 기기는 '데스크탑 컴퓨터(86.2%)'이며, '스마트폰'을 이용한 인터넷쇼핑을 하는 경우도 전년대비 크게 상승한(19.4%p) 43.2%로 조사됨

[그림 26. 인터넷쇼핑 이용기기(복수응답, %)-만12세 이상 인터넷쇼핑 이용자]



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

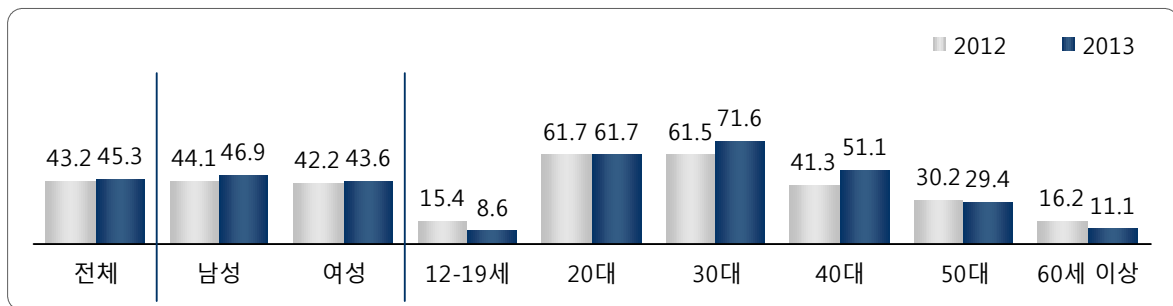
2. 인터넷뱅킹

가. 인터넷뱅킹 이용률

◆ 인터넷 이용자 10명 중 4명(45.3%)이 인터넷뱅킹 이용자

- 만12세 이상 인터넷 이용자의 인터넷뱅킹 이용률(최근 1년 이내 인터넷뱅킹 이용자의 비율)은 45.3%(전년대비 2.1%p 증가)로 조사됨
- 남성의 인터넷뱅킹 이용률은 46.9%로 여성(43.6%)보다 다소 높았으며(3.3%p 차이), 연령별로는 30대(71.6%), 20대(61.7%), 40대(51.1%) 등의 순으로 높게 나타남

[그림 27. 인터넷뱅킹 이용률(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]

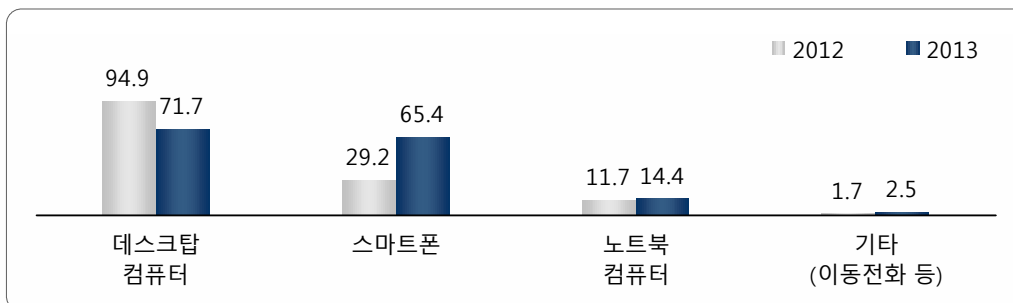


나. 인터넷뱅킹 이용기기

◆ 인터넷뱅킹 이용자의 절반 이상(65.4%)이 '스마트폰' 통한 인터넷뱅킹

- 인터넷뱅킹 이용자 중 '데스크탑 컴퓨터'를 통한 이용은 71.7%로 전년대비 감소(23.2%p)했으나, '스마트폰'을 통한 이용은 65.4%로 전년대비 큰 폭(36.2%p)으로 증가함

[그림 28. 인터넷뱅킹 이용 기기(복수응답, %)-만12세 이상 인터넷뱅킹 이용자]



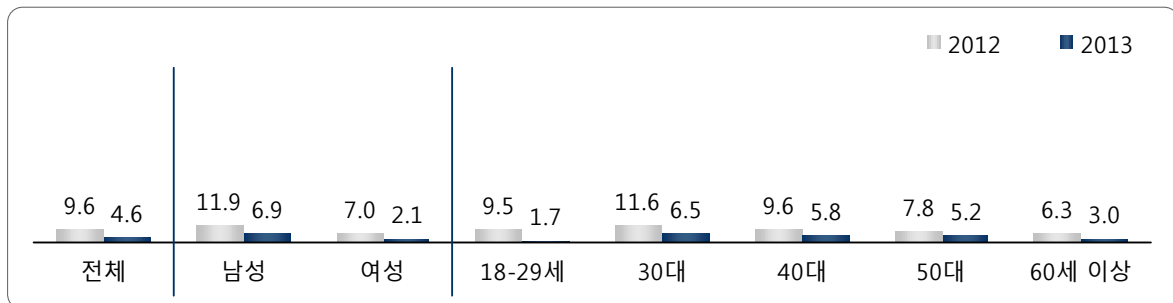
3. 인터넷 주식거래

가. 인터넷 주식거래 이용률

◆ 인터넷 주식거래 이용률 4.6%

- 만18세 이상 인터넷 이용자의 4.6%가 최근 1년 이내 인터넷을 통해 주식거래를 한 '인터넷 주식거래 이용자'인 것으로 나타남
- 인터넷 주식거래 이용률은 남성(6.9%)이 여성(2.1%)보다 높았으며(4.8%p 차이), 연령별로는 30대(6.5%), 40대(5.8%), 50대(5.2%), 60세 이상(3.0%) 등의 순임

[그림 29. 인터넷 주식거래 이용률(%)-만18세 이상 인터넷 이용자]

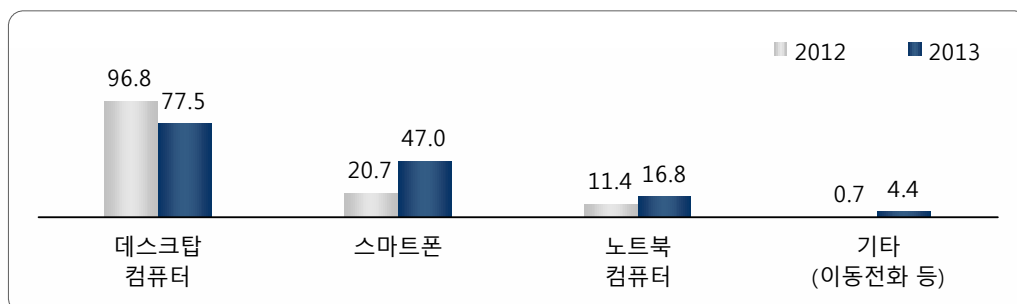


나. 인터넷 주식거래 이용기기

◆ 인터넷 주식거래 이용자의 47.0%가 '스마트폰'을 통해 주식거래

- 주된 인터넷 주식거래 이용기기는 '데스크탑 컴퓨터(77.5%)'였으나, 전년대비 감소(19.3%p)하였고 '스마트폰'을 통한 인터넷 주식거래는 47.0%로 전년대비 큰 폭(26.3%p)으로 증가함

[그림 30. 인터넷 주식거래 이용기기(복수응답, %)-만18세 이상 인터넷 주식거래 이용자]



V. 기타 서비스

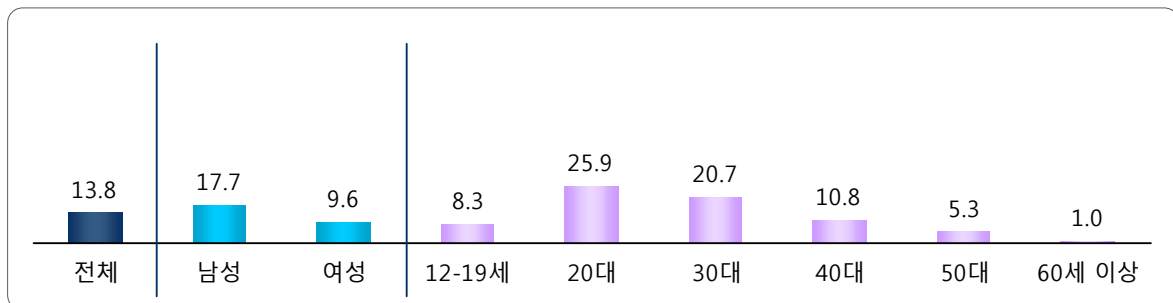
1. 클라우드 서비스 이용

가. 클라우드 서비스 이용률

◆ 클라우드 서비스 이용률 13.8%

- 만12세 이상 인터넷이용자 중 13.8%가 클라우드 서비스를 이용하는 것으로 나타남. 남성(17.7%)이 여성(9.6%)에 비해 클라우드 서비스 이용률이 높았으며, 연령별로는 20대가 25.9%로 가장 높았음

[그림 31. 성·연령별 클라우드 서비스 이용률(%)-만12세 이상 인터넷 이용자]

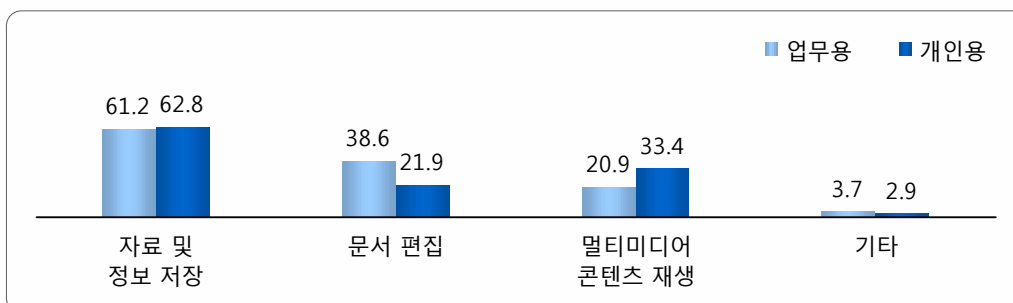


나. 클라우드 서비스 이용목적

◆ 주요 이용목적은 '자료 및 정보저장'(업무용: 61.2%, 개인용: 62.8%)

- 클라우드 서비스를 이용하는 목적으로는 업무 및 개인 목적 모두 '자료 및 정보 저장'이 각각 61.2%, 62.8%로 가장 높게 나타났다. 한편, 업무용으로는 '문서편집(38.6%)', '멀티미디어 콘텐츠 재생(20.9%)'의 순으로 높았던 반면, 개인용으로는 '멀티미디어 콘텐츠 재생(33.4%)', '문서편집(21.9%)'순으로 나타나 용도에 따른 차이를 보임

[그림 32. 클라우드 서비스 이용 목적(복수응답, %)-만12세 이상 클라우드 서비스 이용자]



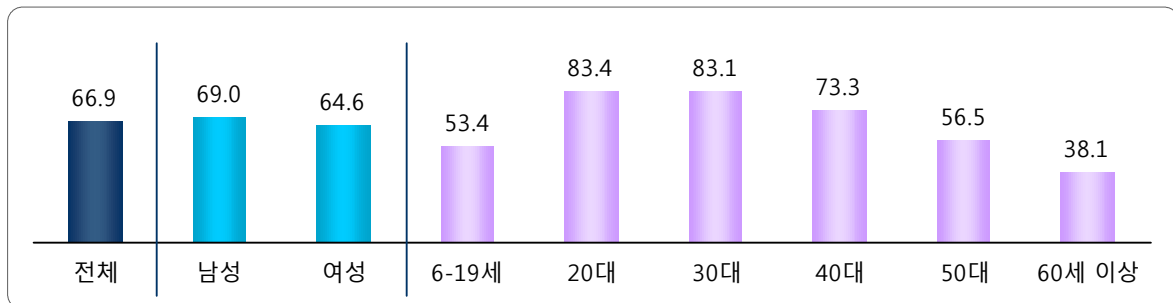
2. 전자정부 서비스 이용

가. 전자정부 서비스 이용률

◆ 인터넷 이용자 10명 중 6명(66.9%)이 '전자정부 서비스 이용'

- 전자정부 서비스 이용률은 66.9%로 조사되었으며, 남성(69.0%)이 여성(64.6%)에 비해 이용률이 더욱 높았음
- 연령별로는 20대(83.4%)와 30대(83.1%) 청년층에서 80% 이상의 높은 이용률을 보였으며, 40대(73.3%), 50대(56.5%), 6-19세(53.4%), 60세 이상(38.1%)순으로 나타남

[그림 33. 성·연령별 전자정부 서비스 이용률(%)-만6세 이상 인터넷 이용자]

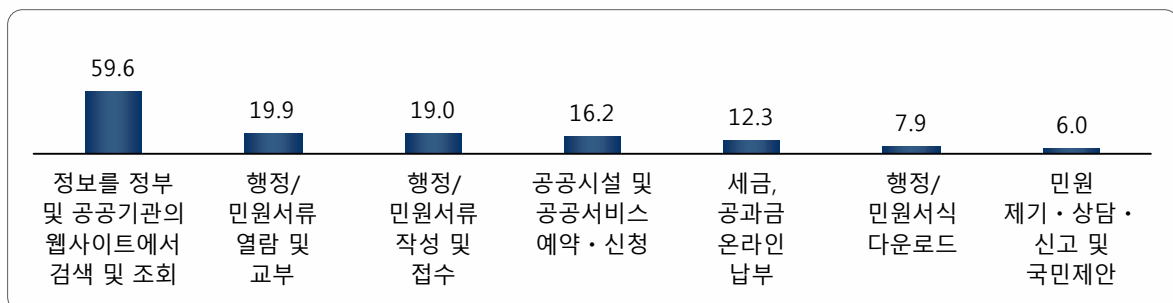


나. 전자정부 서비스 이용목적

◆ 주요 이용목적은 '정부 및 공공기관의 웹사이트에서 정보검색 및 조회(59.6%)'

- 전자정부 서비스 이용목적은 '정부 및 공공기관의 웹사이트에서 정보 검색 및 조회'가 59.6%로 가장 높게 나타남. 다음으로 '행정/민원서류 열람 및 교부(19.9%)', '행정/민원서류 작성 및 접수(19.0%)'가 비슷한 수준으로 뒤를 이었음. 한편 '민원 제기·상담·신고 및 국민제안'은 6.0%로 상대적으로 낮았음

[그림 34. 전자정부 서비스 이용용도(복수응답, %)-만6세 이상 전자정부 서비스 이용자]



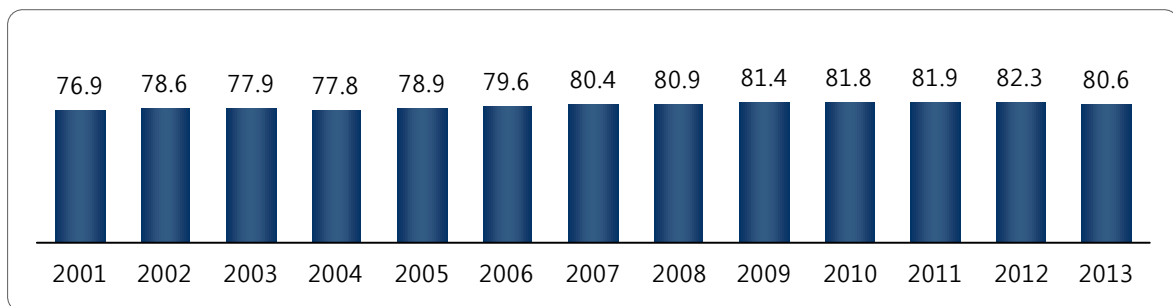
VI. 가구 인터넷 환경

1. 가구 컴퓨터 보유율⁴⁾

◆ 전체 가구의 80.6%가 가구내 컴퓨터 보유

- 2013년 7월 현재 전체 가구의 80.6%(전년대비 1.7%p 감소)가 가구 내에 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 스마트패드 등의 형태로 컴퓨터를 보유하고 있는 것으로 나타남

[그림 35. 가구 컴퓨터 보유율(%)]

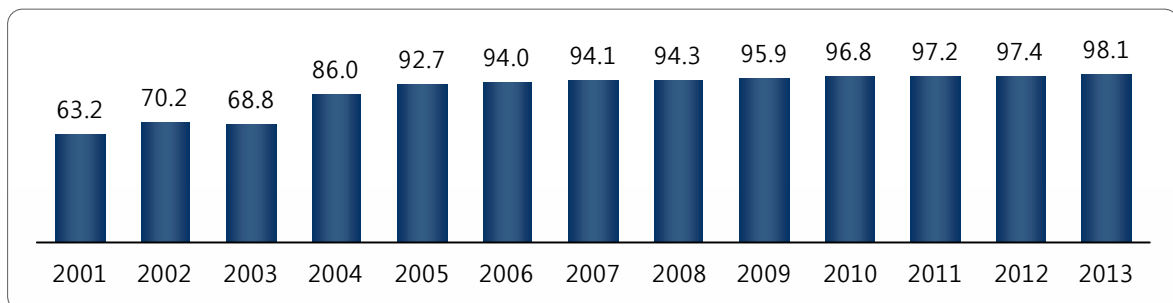


2. 가구 인터넷 접속률⁵⁾

◆ 전체 가구의 98.1%가 가구에서 인터넷 접속 가능

- 2013년 7월 현재 전체 가구의 98.1%(전년대비 0.7%p 증가)가 가구 내에서 xDSL, 케이블모뎀, 광랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 것으로 나타남

[그림 36. 가구 인터넷 접속률(%)]



4) 가구 컴퓨터 보유율은 가구 내 모든 가구원이 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터(넷북 등), 태블릿 PC(스마트패드) 등을 보유하고 있는 비율임
 5) 가구 인터넷 접속률은 실제 인터넷 이용 여부와 관계없이 xDSL, 케이블모뎀, 광랜, 무선랜, 모바일 인터넷 등의 방식으로 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율임. 2004년 조사부터 가구 인터넷 접속 방법에 모바일 인터넷을 포함함

3. 가구원 스마트기기 보유율

◆ 20대 중 98.8%가 스마트기기 보유자

- 만6세 이상 인구의 10명 중 7명(71.6%)은 '스마트기기(스마트폰 및 스마트패드)'를 보유하고 있는 것으로 나타남
- 스마트기기 보유율은 남성이 75.3%로 여성(67.8%)보다 높았으며(7.5%p 차이), 연령별로는 20대(98.8%), 30대(97.3%), 40대(88.8%)의 보유율이 80% 이상으로 타 연령대에 비해 높았음

[그림 37. 스마트기기 보유율(%)]

