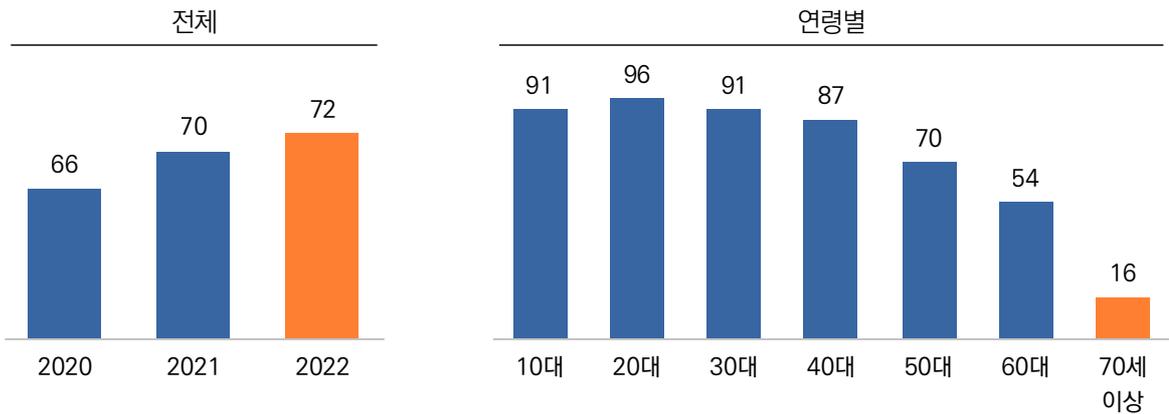




13세 이상 우리 국민, 10명 중 7명은 OTT** 이용한다!

- ▶ 방송통신위원회에서 작년(2022년) 12월 말 발표한 ‘2022 방송매체 이용행태조사’ 결과에 따르면 13세 이상 우리 국민에게 평소 온라인 동영상 서비스 이용 여부를 물은 결과, 2020년 66%에서 조금씩 증가하여 2022년에는 72%로 조사됐다. 전체 응답자 10명 중 7명은 넷플릭스, 유튜브 등 OTT를 사용하는 셈이다.
- ▶ OTT 이용률을 연령대별로 보면 20대의 OTT 이용률이 96%로 가장 높았고, 10대와 30대는 90%대 초반의 이용률을, 40대부터는 연령이 높아질수록 OTT 이용률이 낮은 경향이 뚜렷했다.

[그림] OTT 이용률 (%)



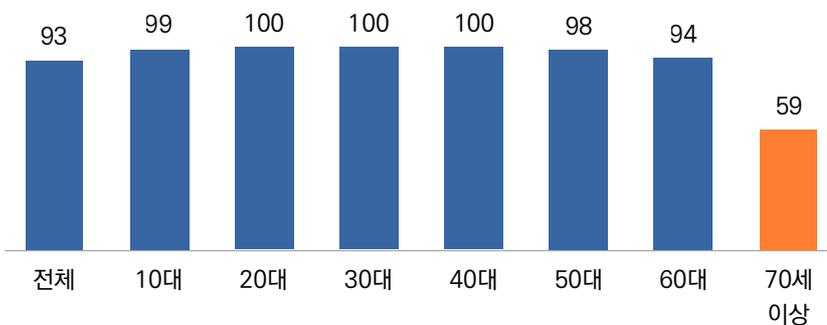
*자료 출처 : 방송통신위원회, 2022 방송매체 이용행태조사 결과 발표 보도자료, 2022.12.27. (전국 4,287가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 6,708명, 방문 면접 조사, 2022.06-08)

**OTT는 Over-The-Top(셋톱박스를 넘어)의 약자로 온라인 동영상 서비스를 말하며, 대표적인 서비스로 유튜브, 넷플릭스, 티빙, 쿠팡플레이 등이 있음

◎ 만 13세 이상 한국인, 스마트폰 보유율 93%...70세 이상은 60% 수준!

- ▶ 이번 조사에서 만 13세 이상 우리 국민의 스마트폰 보유율은 93%로 나타났다. 10~50대의 스마트폰 보유 비율은 98% 이상으로 매우 높았다. 반면 70세 이상의 경우 59%로 10명 중 6명이 스마트폰을 갖고 있는 것으로 나타났다.
- ▶ 이제는 국민 1인 1스마트폰 시대가 된 것으로 보인다.

[그림] 스마트폰 보유율 (2022, 전체/연령별, %)

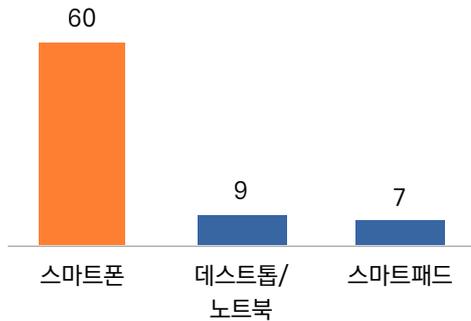


*자료 출처 : 방송통신위원회, 2022 방송매체 이용행태조사 결과 발표 보도자료, 2022.12.27. (전국 4,287가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 6,708명, 방문 면접 조사, 2022.06-08)

◎ TV 시청하면서 10명 중 6명은 ‘스마트폰’도 함께 본다

- ▶ TV 시청 중 다른 매체를 함께 이용하는 비율을 확인한 결과, ‘스마트폰’이 60%로 가장 높았고, ‘데스크톱/노트북’ 9%, ‘스마트패드’ 7%가 그 뒤를 이었다.
- ▶ 우리 국민이 TV를 보면서 스마트폰으로 검색, SNS 등을 이용하는 비율이 10명 중 6명이나 되는 점이 주목된다.

[그림] TV 시청 중 타 매체 동시 이용률 (2022, 전체 응답자 기준, %)

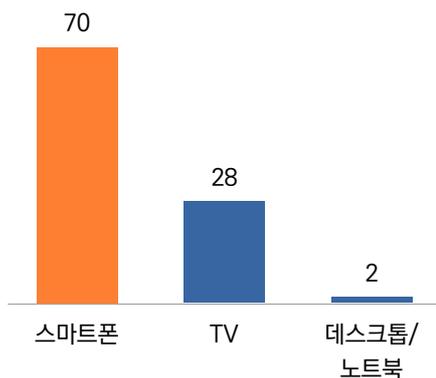


*자료 출처 : 방송통신위원회, 2022 방송매체 이용행태조사 결과 발표 보도자료, 2022.12.27. (전국 4,287가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 6,708명, 방문 면접 조사, 2022.06-08)

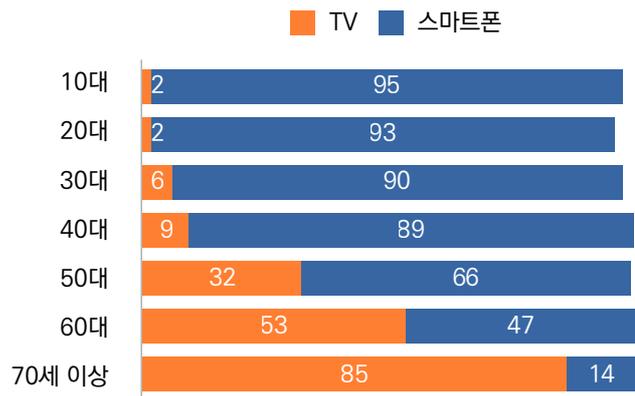
◎ 일상생활 필수매체 인식, 10~50대까지는 스마트폰, 60대 이상은 TV!

- ▶ 일상생활을 하는 데 있어 없어서는 안 된다고 생각하는 매체를 한 가지만 꼽으라고 질문한 결과, 2015년 조사부터 TV를 앞질러 필수매체의 자리를 유지하고 있는 ‘스마트폰’이 70%로 가장 높았다. 다음으로 ‘TV’ 28%, ‘데스크톱/노트북’ 2% 순이었다.
- ▶ 연령대별로 보면 10~40대는 스마트폰을 필수 매체로 선택한 비율이 90%안팎으로 매우 높았고, 50대에 서도 3명 중 2명(66%)은 스마트폰을 꼽았다. 반면 60대 이상부터는 현재까지는 TV를 더 필수적인 매체로 인식하는 것으로 나타났고, 70세 이상에서는 TV 선호율이 압도적이었다.

[그림] 필수매체 인식도 (2022, 상위 3위, %)



[그림] 연령별 필수매체 (TV vs 스마트폰, 2022, %)



*자료 출처 : 방송통신위원회, 2022 방송매체 이용행태조사 결과 발표 보도자료, 2022.12.27. (전국 4,287가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 6,708명, 방문 면접 조사, 2022.06-08)