

**2003년 하반기 정보화실태조사**  
**Survey on the Computer and Internet Usage**

**2003.12**

**한국인터넷정보센터**

## 서 문

컴퓨터와 인터넷을 중심으로 한 정보기술(IT)의 발달로 시작된 정보화는 사회 전반의 구조와 경제사회활동의 형태 및 개인과 집단의 생활양식까지도 변화시키고 있습니다. 이에 따라 정보화 기반 구축, 정보통신 기술 발전 등이 국가경쟁력의 주요요소로 인식되고 있는 가운데 정보유통수단인 인터넷의 보급과 활용은 지식정보화과정에 필수적인 요소라 할 수 있습니다.

이러한 취지에서 한국인터넷정보센터에서는 1999년부터 실시되어 온 ‘인터넷 이용자수 및 이용행태 조사’를 2003년부터는 ‘정보화 실태조사’로 명칭을 변경하고, 조사내용도 확대하여 명실공히 우리나라 정보화 현황 전반을 파악할 수 있는 정확하고 신뢰성 있는 통계정보를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

이번 조사 결과 2003년 12월 현재 우리나라의 인터넷 이용률은 전년대비 6.1%p 상승한 65.5%에 이르는 것으로 나타났습니다. 이와 같은 높은 수준의 인터넷 이용률은 수년간 우리나라를 IT선도국가로서의 위상을 유지할 수 있도록 하는 원동력이 되고 있습니다.

또한 우리나라의 인터넷이용은 확산기를 거쳐 성숙·안정기로 진행하는 단계에 접어든 것으로 분석되고 있습니다. 정보화과정의 선도계층이었던 20대 이하의 경우 거의 대부분 인터넷을 이용하고 있으며 30~40대 연령층의 인터넷활용이 증가하고 있습니다. 이용내용 측면에서도 정보검색, 메일 등은 물론 쇼핑, 오락, 증권거래, 은행거래 등으로 다양화되고 있어 인터넷은 이제 생활의 일부분으로 자리잡고 있습니다.

마지막으로 본 정보화실태조사 결과가 우리나라의 인터넷 환경 변화를 파악하고 추세를 예측할 수 있는 기본적인 자료로 활용되고, 나아가 정보화 정책 및 인터넷관련 산업분야 발전전략 수립의 기초자료로 활용될 수 있게 되기 바랍니다.

2004년 2월

한국인터넷정보센터

원장 송 관 호





**2003년 하반기 정보화실태조사**  
**Survey on the Computer and Internet Usage**

참 여 연 구 원: 서 재 철

유 지 열

조 찬 형

양 효 진

### 자료이용시 유의 사항

통계표와 도표내의 숫자는 반올림되었으므로 합계와 일치하지 않을 수 있음

## 요 약 문

### 1. 제목

2003년 하반기 정보화실태조사

### 2. 조사의 목적

- 본 조사는 컴퓨터와 인터넷의 광범위한 보급 및 이용 확산에 따른 사회 전반의 변화와 관련된 정부의 정책수립과 업계의 비즈니스 전략 수립 등에 활용될 수 있는 신뢰성 있는 통계정보를 제공하는 데 목적이 있음.
- 본 조사의 구체적인 목적은 다음과 같음.
  - 인터넷이용률과 이용자수에 대한 정확한 측정
  - 컴퓨터이용률과 이용자수에 대한 정확한 측정
  - 정보화 환경 현황 분석
  - 컴퓨터 및 인터넷 이용행태 분석
  - 인터넷이 생활에 미치는 영향 분석
  - 인터넷 비이용자 조사를 통한 향후 인터넷 이용 전망

### 3. 조사의 내용 및 범위

○ 본 조사는 컴퓨터 및 인터넷 이용현황과 이용행태, 가정내의 정보화 환경, 인터넷이 가져온 생활 속의 변화 등을 파악할 수 있는 내용으로 구성되어 있으며, 주요 연구 내용은 다음과 같음.

- 조사 대상자의 성, 연령 등 인구통계학적 특성
- 인터넷이용률 및 이용자수 산출
- 인터넷이용률의 성·연령·학력·직업·지역·지역규모별 분석 및 전년도 조사결과와 비교
- 컴퓨터이용률 및 이용자수 산출
- 컴퓨터이용률의 성·연령·학력·직업·지역·지역규모별 분석 및 전년도 조사결과와 비교
- 인터넷 접속방법, 인터넷 이용비용 등 정보화 환경 분석
- 인터넷 이용시간, 이용빈도, 이용목적 등 인터넷 이용행태
- 인터넷 이용에 따른 정보입수 및 미디어 이용실태의 변화
- 정보화가 일상생활에 미치는 영향에 대한 인식
- 인터넷쇼핑, 유료콘텐츠 및 이메일 활용 실태
- 인터넷 비이용자의 비이용 이유 및 향후 이용의향 분석

## 4. 조사 결과

### 가. 인터넷 이용자 정의

‘월평균 1회 이상’ 인터넷을 이용하는 자 (조사대상은 만 6세 이상)

### 나. 인터넷이용률 및 이용자수

- 만 6세 이상 인구 중 65.5%(2,922만명)가 월평균 1회 이상 인터넷을 이용하고 있으며, 2002년 12월 조사결과와 비교하면 인터넷이용률은 6.1%p 증가하였고 인터넷 이용자수는 295만명 증가하였음.
- 성별 인터넷이용률은 남성이 71.7%(1,601만명)이고, 여성은 59.2%(1,321만명)로 남성이 여성에 비해 12.5%p 높음.
  - 2002년 12월 대비 남성은 6.5%p 증가한 반면, 여성은 5.6%p 증가.
- 연령별로 볼 경우, 6~19세의 인터넷이용률이 94.8%(897만명)로 가장 높고, 다음으로 20대는 94.5%(770만명), 30대는 80.7%(714만명)임.
  - 2002년 12월 조사와 비교하여 40대가 12.3%p(108만명), 30대가 11.3%p(98만명) 증가하여 타 연령대에 비해 증가율이 높았음.
- 학력별로는 중·고등학생과 대학생 등의 인터넷이용률은 98%를 넘는 수준이며, 초등학생의 인터넷이용률도 93.5%에 이르고 있는 것으로 나타남.
  - 학생을 제외한 일반인 중에서는 대졸 이상의 인터넷이용률이 89.1%로 가장 높고, 고졸 59.6%, 중졸 17.0%, 초졸 이하 1.9% 등 학력에 따른 인터넷이용률의 격차가 큰 것으로 나타남.



- 인터넷이용률을 직업별로 살펴볼 경우 학생(97.0%)을 제외하면 사무직이 92.0%로 가장 높고, 다음으로 전문/관리직이 88.0%인 것으로 나타남.
  - 2002년 12월 대비 인터넷이용률의 증가폭은 주부가 13.1%p로 가장 높았고(37.2% → 50.3%), 서비스/판매직도 인터넷이용률이 같은 기간 동안 11.2%p 증가(40.4% → 51.6%)하였음.
- 가구소득별 인터넷이용률은 월소득 400만원 이상이 79.9%로 가장 높았고, 다음으로 300~400만원 미만 78.9%, 200~300만원 미만 74.9% 등의 순이었음.
  - 100만원 미만의 저소득층의 경우 8.8%p의 가장 큰 증가폭을 보이고 있으나, 여전히 31.7%에 불과함.
- 지역별로는 울산의 인터넷이용률이 74.6%로 가장 높고, 다음으로 대전 71.8%, 광주 71.1%, 인천 69.9% 등이었음.
  - 지역규모별로는 대도시와 중소도시의 인터넷이용률이 각각 68.3%와 67.1%인 반면 군단위 지역은 인터넷이용률이 45.4%임.

#### 다. 컴퓨터이용률 및 이용자수

- 만 6세 이상 인구 중 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하는 사람을 기준으로 한 컴퓨터이용률은 2003년 12월 현재 66.7%이며, 이에 따른 컴퓨터 이용자수는 2,977만명으로 추산됨.
- 남성의 73.1%, 여성의 60.3%가 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하고 있으며, 남성의 컴퓨터 이용자수는 1,631만명이고, 여성은 1,346만명임.
- 연령별 컴퓨터이용률은 6~19세가 96.8%로 가장 높고, 다음으로 20대 95.1%, 30대 81.6%, 40대 52.8% 등의 순으로 나타남.

- 6~19세의 컴퓨터 이용자수는 916만명이며, 20대는 775만명, 30대와 40대는 각각 722만명과 417만명임.
- 중·고등학생과 대학생은 컴퓨터이용률이 99%를 넘는 수준이며, 초등학생도 96.3%가 컴퓨터를 이용하는 것으로 나타남.
  - 일반인의 경우 학력에 따른 컴퓨터이용률의 차이가 커서, 대졸 이상(89.7%)과 초졸 이하(2.5%)간의 격차가 87.2%p임.
- 직업별로는 학생(98.2%)을 제외하면, 사무직(92.0%)과 전문/관리직(88.7%)의 컴퓨터이용률이 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- 가구소득별로는 400만원 이상 소득층의 컴퓨터이용률이 81.0%인 반면, 100만원 미만의 경우 33.0%에 불과함.
- 지역별 컴퓨터이용률은 울산이 75.7%로 가장 높고, 다음으로는 대전과 광주가 73.0%로 나타났으며, 전남(54.9%), 강원(57.1%), 충남(57.5%) 등은 상대적으로 낮음.
  - 대도시(69.8%)와 중소도시(67.9%)는 거의 비슷한 수준이나, 군단위 지역의 컴퓨터이용률은 47.0%에 불과함.

#### 라. 정보화 환경

- 전체 가구 중 인터넷이 가능한 가구의 비율은 68.8%임.
- 인터넷 이용자의 75.0%가 가정에서 주로 인터넷을 이용하며, 회사에서 접속하는 비율은 18.7%, 학교와 PC방 등에서 접속하는 비율이 각각 3.0%와 2.4%임.
- 가정에서 인터넷에 접속하는 경우, 주로 이용하는 인터넷 접속방법은

‘xDSL방식’(83.5%)이며, 다음으로 ‘케이블TV망’(12.4%), ‘전화모뎀’(2.1%), ‘ISDN’(1.0%) 등의 순임.

#### 마. 컴퓨터 및 인터넷 이용행태

- 컴퓨터 이용자의 주당 평균 컴퓨터 이용시간은 16.2시간이며, 1주일에 10시간 이상 이용하는 컴퓨터 이용자는 55.9%임.
- 컴퓨터를 이용하는 목적은 ‘PC통신과 인터넷’을 이용하기 위한 경우가 76.5%로 가장 많고, ‘게임/오락’을 위한 경우는 59.0%임.
- 평균 인터넷 이용기간은 49.7개월임(2001년 12월: 28.3개월, 2002년 12월: 32.5개월).
- 인터넷 이용자의 평균 인터넷 이용시간은 주당 12.5시간이며, 10시간 이상 이용자의 비율이 46.9%에 달함.
- 인터넷 이용자의 인터넷 주 이용용도는 ‘자료정보 검색’(72.8%)이며, 다음으로 ‘게임’(52.5%), ‘이메일’(51.3%) 등의 순임.
- 인터넷 이용자들은 인터넷을 이용 시 불편한 점으로 ‘느린 통신 속도’(50.4%)를 가장 많이 지적했으며, 다음으로는 ‘이용비용의 부담’(16.3%), ‘정보검색의 어려움’(10.7%), ‘이용방법의 어려움’(8.8%) 등임.

## 바. 생활 속의 인터넷

### 1) 인터넷 이용에 따른 생활변화

- 인터넷 이용자들은 필요한 정보를 주로 ‘방송’(77.1%), ‘PC통신/인터넷’(64.3%), ‘신문’(42.9%) 등의 매체에서 얻는 반면, 인터넷 비이용자는 ‘방송’(90.8%), ‘가족/동료/친구’(59.8%), ‘신문’(52.9%) 등을 통해 입수하고 있음.
- 인터넷 이용자의 주당 평균 TV 시청시간은 인터넷 비이용자에 비해 2시간 54분 짧은 것으로 나타남(인터넷 이용자: 15시간 24분, 인터넷 비이용자: 18시간 18분).
- 신문 읽는 사람의 비율은 인터넷 이용자의 경우 59.8%이고 비이용자는 59.6%이며, 신문 읽는 시간은 인터넷 비이용자가 주당 평균 18분 정도 긴 것으로 나타남(인터넷 이용자: 2.8시간, 인터넷 비이용자: 3.1시간).
- 정보화사회로의 이행이 생활에 미치는 영향에 대해 ‘생활이 편리해졌다’(85.5%)는 긍정적인 평가와 ‘사생활의 침해가 우려된다’(52.8%)는 부정적인 인식이 공존하는 것으로 조사됨.

### 2) 이메일 이용현황

- 전체 인터넷 이용자 중에서 85.3%가 이메일을 보유하고 있으며, 평균 이메일 보유개수는 1.7개임.

### 3) 인터넷쇼핑 이용현황

- 만 12세 이상 인터넷 이용자 중 39.9%는 최근 6개월 간 인터넷쇼핑을 해본 경험이 있음.
- 성별로는 여성의 인터넷쇼핑 경험률이 45.7%로 남성(35.1%)에 비해 높

으며, 직업별로는 전문/관리직이 51.1%로 가장 높고, 다음이 주부(46.3%), 사무직(44.3%)의 순임.

- 인터넷쇼핑 이용자들은 월평균 1.9회 정도의 인터넷쇼핑을 하며(월평균 구매액: 69,600원), 주로 구매하는 품목은 ‘의류/생활잡화’(51.2%), ‘도서’(34.5%), ‘생활/자동차용품’(24.0%), ‘예약/예매’(21.9%) 등임.
- 인터넷쇼핑에 대한 전반적 만족도는 5점 만점을 기준으로 3.5점이며, ‘구매절차의 편리성’(3.7점), ‘제품의 가격’(3.6점), ‘배송의 신속성’(3.5점) 등에 대한 만족도는 높은 편이나, ‘개인정보보호’(2.9점)에 대한 만족도는 낮음.
- 인터넷쇼핑 이용자 중 95.5%는 향후 인터넷쇼핑을 다시 이용할 의향이 있는 반면, 인터넷쇼핑 비이용자의 경우에는 46.5%만이 인터넷쇼핑을 이용할 의향이 있음.

#### 4) 유료콘텐츠 이용현황

- 인터넷 이용자의 25.2%가 유료콘텐츠를 이용한 경험이 있으며, 14.5%는 최근 6개월 이내 이용한 경험이 있음.
- 유료콘텐츠 이용자들은 ‘온라인 게임’(48.5%), ‘영화/방송’(42.8%), ‘음악’(24.5%), ‘교육용 콘텐츠’(21.8%) 등을 주로 이용함.
- 유료콘텐츠 이용자들은 월평균 16,500원을 콘텐츠 이용료로 지출하며, 가장 선호하는 결제방법은 ‘휴대폰 소액결제’ (51.2%), ‘신용카드’(34.0%), ‘온라인 송금/무통장 입금’(10.9%) 등의 순임.
- 인터넷 콘텐츠의 유료화에 대해서 인터넷 이용자의 63.5%는 ‘부정적’(39.1%)이거나 ‘시기상조’(24.4%)라는 소극적인 견해를 갖고 있으며, 남성이 여성에 비해 상대적으로 유료화에 대해 긍정적이었고, 연령별로

는 20대와 30대가 비교적 거부감이 적음.

#### 사. 인터넷 비이용자 분석

- 인터넷 비이용자들이 인터넷을 이용하지 않는 가장 큰 이유는 ‘필요성을 못 느끼기 때문’(46.1%)이며, 다음으로 ‘이용방법을 몰라서’(33.2%), ‘시간이 없어서’(9.7%), ‘컴퓨터 등 장비가 없어서’(7.9%) 등의 순임.
- 현재 인터넷 비이용자 중 37.6%는 향후 인터넷 이용의향이 있으며, 이 중 17.6%는 3개월 이내 인터넷을 이용할 의향이 있다고 응답한 반면, 43.3%가 1년 이후에 인터넷을 이용할 의향을 나타냄.

# Executive Summary

## 1. Title

Survey on the Computer and Internet Use

## 2. Objectives of the survey

- In the last few years, Korea's Internet population has grown very rapidly and the Internet usage patterns of the Korean Internet user have been transformed in a number of ways. The main objective of this survey is to provide the most reliable and comprehensive statistical data on the computer and Internet use of the Korean population and changing activities of the current Internet users in Korea. By tracking the computer and Internet use in comparison with the previous years, this survey will help policy makers and business leaders to understand and cope with the ever-evolving nature of the Korea's information era and its dynamics.
- The followings are the objectives to be addressed in this survey.
  - To provide an accurate estimate on the number of Internet users and Internet usage rate
  - To provide an accurate estimate on the number of computer users and computer usage rate
  - To analyze information oriented environment
  - To analyze the Internet and computer usage patterns
  - To assess the social impact of the Internet use
  - To explore the reasons provided by Internet non-users for not accessing the Internet and their future prospect

### 3. Content and scope of the survey

- This survey covers the following topics related to the computer and Internet usage; the number, percentage and the demographic profile of Internet users, the availability of Internet access at home, the Internet usage patterns of Internet users, and stated reasons for not using Internet by non-users.
- Specific items to be addressed are as follows.
  - Demographic profile of the respondents
  - Internet usage rate and number of Internet users
  - Computer usage rate and number of computer users
  - Demographic factors in Internet use
  - Number and percentage of computer users
  - Demographic factors in the computer use
  - Internet access at home
  - Internet usage patterns such as duration, frequency and activity
  - Changes in media usage and information gathering patterns due to the use of Internet
  - Internet access and media use patterns
  - Social impact of the Internet use on everyday life
  - Internet-related activities such as e-mail, Internet shopping and paid content subscriptions
  - Internet non-users' stated reasons for not using Internet and their prospect for future use



#### 4. Major findings

##### 1) Defining an 'Internet user'

- An 'Internet user' is defined as a 'person who is 6 years or older and who uses the Internet at least once a month'.

##### 2) The number and percentage of Internet users

- 65.5% of all Koreans aged 6 and older use the Internet at least once a month, and Korea's Internet population is estimated to be 29.22 million persons. The percentage of Internet users has increased by 6.1%p since the December of 2002, and the Internet population has grown by 2.95 million persons.
- Men are more likely to be Internet users than women, with 71.7%(16.01 million) of all males using Internet compared to 59.2%(13.21 million) among females with a gender gap of 12.5%p.
  - Compared to December of 2002, male Internet usage has increased by 6.5%p and female usage by 5.6%p.
- Age is an important factor in Internet use. Internet use among the aged 6~19 is the highest with 94.8%(8.97 million) followed by the aged 20~29 with 94.5%(7.70 million) and the aged 30~39 with 80.7%(7.14 million).
  - Internet usage has increased the fastest among the aged 40~49 with a gain of 12.3%p(1.08 million) and the aged 30~39 with a gain of 11.3%p(0.98 million).
- Internet usage rate among junior and senior high school and college

students are as high as about 98%, and 93.5% among students in elementary schools are Internet users.

- Among the general public, excluding students, the Internet use is the highest among college graduates(89.1%) followed by high school graduates(59.6%), middle school graduates(17.0%) and elementary school graduates(1.9%) suggesting that education is another important factor in determining the Internet use along with age and gender.

○ Internet usage rate is the highest among students(97.0%) followed by the white-collar(92.0%) and professionals/managers(88.0%).

- Since December 2002, Internet usage has increased the fastest among housewives with a gain of 13.1%p(37.2% → 50.3%) and among sales and service workers with a gain of 11.2%p(40.4% → 51.6%).

○ Internet usage is the highest among those with a monthly household income of more than 4 million won(79.9%) followed by those with a monthly household income of 3~4 million won(78.9%) and those with a monthly household income of 2~3 million won(74.9%).

- Internet usage among those with a monthly household income of less than 1 million won is still at 31.7%, but it has increased by 8.8%p since December 2002, which is the fastest among all income groups.

○ Ulsan has the highest Internet usage rate among the 16 provinces with 74.6%, followed by Daejeon(71.8%), Gwangju(71.1%), and Incheon(69.9%).

- Internet usage is 68.3% in the largest cities and 67.1% in small and medium cities, while 45.4% among rural residents use Internet.

3) The number and percentage of computer users

- 66.7% of all Koreans aged 6 and older are computer users and the Korea's computer users are estimated to be 29.77 million persons as of December, 2003.
- 73.1%(16.31 million) of all males and 60.3%(13.46 million) of all females are computer users.
- The percentage of computer users is the highest among the aged 6~19 with 96.8% followed by the aged 20~29(95.1%), the aged 30~39(81.6%) and the aged 40~49(52.8%).
  - The number of computer user are 9.16 million among the aged 6~19, 7.75 million among the aged 20~29, 7.22 million among the aged 30~39, 4.17 million among the aged 40~49.
- Computer usage rate among junior and senior high school and college students are as high as about 99%, and 96.3% among students in elementary schools are computer users.
  - Among the general public, excluding students, there is a huge gap in the computer usage according to the level of education. For instance, 89.7% of all college graduates are computer users while only 2.5% among elementary school graduates are computer users with a gap of 87.2%p.
- Computer usage is the highest among students (98.2%) followed by

the white-collar(92.0%) and professionals/managers(88.7%).

- 81.0% of those with a monthly household income of more than 4 million won are computer users, while only 33.0% among those with less than 1 million won are computer users.
- Ulsan has the highest computer usage rate among the 16 provinces with 75.7%, followed by Daejeon(73.0%) and Gwangju(73.0%), while Jeonnam(54.9%), Gangwon(57.1%) and Chungnam(57.5%) have relatively low rate.
  - 69.8% in the seven largest cities and 67.9% in small and medium cities are computer users, while 47.0% among rural residents use computer.

#### 4) Internet access

- 68.8% of Korean household have an Internet access at home.
- Among all Internet users, 75.0% access the Internet mainly home, while 18.7% access the Internet at their work-places and 3.0% access at schools, and 2.4% uses PC parlor(PC/Internet cafe) to access the Internet for the most part.
- 83.5% of all homes with an Internet access are connected to the Internet through 'xDSL mode' followed by 'cable modems'(12.4%), 'telephone modems'(2.1%) and 'ISDN'(1.0%).

#### 5) Computer and Internet usage patterns

- Average computer use among computer users is about 16.2 hours per week and 55.9% use computers 10 hours or more each week.

- The primary reason for using computers is 'to access the Internet and on-line services'(76.5%) and 'for game and entertainment' (59.0%).
- Internet users have used the Internet for 49.7 months on the average as of December, 2003(December of 2001: 28.3 months, December of 2002: 32.5 months.)
- Internet users access the Internet for 12.5 hours per week, and 46.9% of all users access the Internet for 10 hours or more each week.
- The primary reason for accessing the Internet is 'to search for data and information'(72.8%), 'to play games'(52.5%) and 'to use e-mail' (51.3%).
- The most common complaints among Internet users are 'slow connection speed'(50.4%), 'expensive connection fees'(16.3%), 'difficulties in searching information'(10.7%) and 'difficulties in using the Internet'(8.8%).

## 6) Internet in everyday life

### (1) Social Impact of the Internet usage

- Internet users get their information from 'television and radio'(77.1%), 'Internet and online services'(64.3%), and 'daily newspapers'(42.9%), while Internet non-users get their information from 'television and radio'(90.8%), 'family members, friends and colleagues'(59.8%), and 'daily newspapers'(52.9%).
- Weekly television viewing time for Internet users is less than

Internet non-users by 2 hours and 54 minutes on the average. (Internet users: 15 hours and 24 minutes, Internet non-users: 18 hours and 18 minutes)

- 59.8% of all Internet users read daily newspapers while 59.6% among internet non-users read newspapers. Weekly newspaper reading hours for Internet non-users are longer than Internet users by 18 minutes (Internet users: 2 hours 48 minutes, Internet non-users: 3 hour 6 minutes)
- As for the impact of the information society on their everyday life, 85.5% responded that their life got better and easier due to the Internet, while 52.8% expressed their concern about the invasion of their privacy due to the Internet.

(2) E-mail usage

- 85.3% of all Internet users have one or more e-mail account and, those with e-mail account hold on average 1.7 active e-mail account which they use at least once a month.

(3) Internet shopping

- 39.9% of all Internet users aged 12 or older have purchased goods or services through Internet shopping at least once in the past 6 months.
- 45.7% of female users have shopped through the Internet while 35.1% of males users used the Internet for shopping. The percentage of Internet users who have used the Internet for shopping is the highest among professionals/managers (51.1%), followed by

housewives(46.3%) and the white-collar(44.3%).

- Internet shoppers have made an average of 1.9 transactions per month with an average monthly purchase amount of 69,600 won. Items that are most popular in the internet shopping are clothing and accessories(51.2%), books(34.5%), goods for households and automobiles(24.0%) and ticket reservations(21.9%).
- The overall customer satisfaction score for Internet shopping is 3.5 on a scale of 1 to 5 with 'convenience'(3.7), 'pricing'(3.6), 'fast delivery'(3.5) scoring relatively high and 'the privacy and safety of the personal data'(2.9) getting the lowest mark.
- 95.5% of Internet shoppers are likely to engage in Internet shopping again, while 46.5% of those who are not Internet shoppers expressed their willingness to try out Internet shopping in the future.

#### (4) Paid Internet contents subscriptions

- 25.2% of all Internet users have subscribed to paid contents at least once and 14.5% of all Internet users have subscribed to paid Internet contents in the preceding 6 months.
- Online games(48.5%), movies and television programs(42.8%), music(24.5%), educational contents(21.8%) are the most popular contents for subscribers.
- Paid subscribers spend about 16,500 won per month and the most common payment methods are 'via mobile phone bills'(51.2%), 'credit cards'(34.0%), and 'online and off-line wire-transfer'(10.9%).
- 63.5% of all Internet users are against charging fees for Internet

contents with 39.1% 'strongly against' and 24.4% 'premature and undesirable'. Men are relatively more favorable toward charging fees than women and those in their 20's and 30's are also relatively favorable for charging fees.

5) Internet non-users

- The most common reason for not accessing the Internet cited by Internet non-users is 'no need to use the Internet'(46.1%), followed by 'do not know how to use the Internet'(33.2%), 'too busy'(9.7%) and 'do not have a computer and/or the Internet connection'(7.9%).
- 37.6% of the current Internet non-users have expressed their willingness to use the Internet in the future, and 17.6% among those who are willing said they are likely to use the Internet within the next 3 months, and 43.3% said they will do so after a year has passed.



# 목 차

## 제1장 조사개요

제1절 조사목적 .....	1
제2절 조사의 기본방향 .....	2
제3절 표본설계 및 추정 .....	3
제4절 실사 및 자료처리 .....	8
제5절 표본 특성표 .....	10

## 제2장 인터넷이용률 및 이용자수

제1절 인터넷 이용자 정의 및 이용자수 추정방법 .....	11
1. 인터넷 이용자 정의 .....	11
2. 인터넷 이용자수 추정 방법 .....	13
제2절 인터넷이용률 및 이용자수 .....	14
1. 성별 인터넷이용률 및 이용자수 .....	15
2. 연령별 인터넷이용률 및 이용자수 .....	16
3. 학력별 인터넷이용률 .....	18
4. 직업별 인터넷이용률 .....	19
5. 가구소득별 인터넷이용률 .....	20
6. 지역·지역규모별 인터넷이용률 및 이용자수 .....	21

## 제3장 컴퓨터이용률 및 이용자수

제1절 컴퓨터 이용자 정의 및 이용자수 추정방법 .....	23
1. 컴퓨터 이용자 정의 .....	23
2. 컴퓨터 이용자수 추정 방법 .....	23
제2절 컴퓨터이용률 및 이용자수 .....	24
1. 성별 컴퓨터이용률 및 이용자수 .....	26
2. 연령별 컴퓨터이용률 및 이용자수 .....	27
3. 학력별 컴퓨터이용률 .....	29
4. 직업별 컴퓨터이용률 .....	30
5. 가구소득별 컴퓨터이용률 .....	31
6. 지역·지역규모별 컴퓨터이용률 및 이용자수 .....	32

## **제4장 정보화 환경**

제1절 가구 인터넷 환경 .....	35
제2절 인터넷 이용자의 인터넷 환경 .....	36
1. 이용장소 .....	36
2. 접속방법 .....	37
제3절 인터넷 이용비용 .....	38
1. 가구당 월평균 인터넷 이용비용 .....	38
2. 개인지출 인터넷 이용비용 .....	39

## **제5장 컴퓨터 및 인터넷 이용행태**

제1절 컴퓨터 이용행태 .....	41
1. 컴퓨터 이용시간 .....	41
2. 컴퓨터 이용목적 .....	43
3. 컴퓨터 이용능력 .....	44
제2절 인터넷 이용행태 .....	46
1. 인터넷 이용계기 .....	46
2. 인터넷 이용기간 .....	47
3. 인터넷 이용시간 .....	49
4. 인터넷 이용목적 .....	51
5. 인터넷 이용 시 불편한 점 .....	53

## **제6장 생활 속의 인터넷**

제1절 인터넷 이용에 따른 일상생활 변화 .....	55
1. 인터넷 이용에 따른 정보입수 경로 비교 .....	55
2. 인터넷 이용에 따른 TV 시청시간 비교 .....	56
3. 인터넷 이용에 따른 종이신문 읽는 시간 비교 .....	58
4. 정보화의 영향에 대한 의견 .....	60
제2절 이메일 이용현황 .....	61
1. 이메일 보유현황 .....	61
2. 이메일 보유개수 .....	62

제3절 인터넷쇼핑 이용현황 .....	63
1. 인터넷쇼핑 이용경험 .....	63
2. 인터넷쇼핑 구매회수 .....	64
3. 인터넷쇼핑 구매품목 .....	66
4. 인터넷쇼핑 구매금액 .....	68
5. 인터넷쇼핑 만족도 .....	69
6. 향후 인터넷쇼핑 이용의향 .....	71
제4절 유료콘텐츠 이용현황 .....	73
1. 유료콘텐츠 이용경험 .....	73
2. 주로 이용하는 유료콘텐츠 종류 .....	74
3. 유료콘텐츠 이용비용 .....	76
4. 유료콘텐츠 결제방법 .....	77
5. 콘텐츠 유료화에 대한 의견 .....	79
6. 향후 유료콘텐츠 이용의향 .....	81
<b>제7장 인터넷 비이용자</b>	
제1절 인터넷 비이용 이유 .....	83
제2절 인터넷 이용 전망 .....	85
1. 향후 인터넷 이용의향 .....	85
2. 향후 인터넷 이용 예상시기 .....	86
○ <b>첨부-1 설문지(Questionnaire)</b> .....	<b>87</b>
○ <b>첨부-2 통계표</b> .....	<b>103</b>

## 표 목 차

<표1-1> 지역별 가구 모집단 수 및 표본 수 .....	6
<표1-2> 지역별 가구원 모집단 수 및 표본 수 .....	7
<표1-3> 응답자 특성표 .....	10
<표2-1> 기관별 인터넷 이용자 정의사례 .....	11
<표2-2> 인터넷 이용자수 추정방법 .....	13
<표3-1> 컴퓨터 이용자수 추정방법 .....	24
<표4-1> 소득별 인터넷 가능 가구 비율 .....	35
<표4-2> 지역규모별 가구의 인터넷 접속방법 .....	37
<표4-3> 지역규모별 가구당 월평균 인터넷 이용비용 .....	38
<표4-4> 성·연령·지역규모별 개인지출 월평균 인터넷 이용비용 .....	39
<표5-1> 성·연령·직업별 주당 평균 컴퓨터 이용시간 .....	42
<표5-2> 성·연령·직업별 컴퓨터 이용목적(복수응답) .....	43
<표5-3> 컴퓨터 이용능력(세부항목별) .....	45
<표5-4> 성·연령별 인터넷 이용기간 .....	48
<표5-5> 성·연령별 인터넷 이용목적(복수응답) .....	52
<표5-6> 직업별 인터넷 이용 시 불편한 점 .....	53
<표6-1> 인터넷 이용에 따른 주당 평균 TV 시청시간 .....	57
<표6-2> 인터넷 이용에 따른 주당 평균 종이신문 읽는 시간 .....	59
<표6-3> 성·연령별 이메일 보유개수 .....	62
<표6-4> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매회수 .....	65
<표6-5> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매품목(복수응답) .....	67
<표6-6> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매금액 .....	68
<표6-7> 성·직업별 인터넷쇼핑 만족도 .....	70
<표6-8> 성·직업별 향후 인터넷쇼핑 이용의향 .....	72
<표6-9> 성·연령별 유료콘텐츠 이용경험 .....	73
<표6-10> 성·연령별 이용 유료콘텐츠 종류(복수응답) .....	75
<표6-11> 성·연령별 유료콘텐츠 선호 결제방법 .....	78
<표6-12> 성·연령·직업별 콘텐츠 유료화에 대한 의견 .....	80
<표7-1> 연령·직업별 인터넷 비이용 이유 .....	84
<표7-2> 성·직업별 인터넷 이용 예상시기 .....	86

## 그 립 목 차

<그림2-1> 인터넷경험률과 이용률 .....	12
<그림2-2> 인터넷이용률 및 이용자수 .....	14
<그림2-3> 성별 인터넷이용률 .....	15
<그림2-4> 성별 인터넷 이용자수 .....	15
<그림2-5> 연령별 인터넷이용률 .....	16
<그림2-6> 연령별 인터넷 이용자수 .....	16
<그림2-7> 성·연령별 인터넷이용률 비교 .....	17
<그림2-8> 학생의 인터넷이용률 .....	18
<그림2-9> 일반인의 인터넷이용률 .....	18
<그림2-10> 직업별 인터넷이용률 .....	19
<그림2-11> 가구소득별 인터넷이용률 .....	20
<그림2-12> 지역별 인터넷이용률 .....	21
<그림2-13> 지역별 인터넷 이용자수 .....	21
<그림2-14> 지역규모별 인터넷이용률 .....	22
<그림3-1> 컴퓨터이용률 .....	24
<그림3-2> 컴퓨터 이용 가능자 중 월 1회 이상 컴퓨터 이용자 비율 .....	25
<그림3-3> 성·연령별 컴퓨터 및 인터넷이용률 비교 .....	25
<그림3-4> 성별 컴퓨터이용률 .....	26
<그림3-5> 성별 컴퓨터 이용자수 .....	26
<그림3-6> 연령별 컴퓨터이용률 .....	27
<그림3-7> 연령별 컴퓨터 이용자수 .....	27
<그림3-8> 성·연령별 컴퓨터이용률 비교 .....	28
<그림3-9> 학생의 컴퓨터이용률 .....	29
<그림3-10> 일반인의 컴퓨터이용률 .....	29
<그림3-11> 직업별 컴퓨터이용률 .....	30
<그림3-12> 가구소득별 컴퓨터이용률 .....	31
<그림3-13> 지역별 컴퓨터이용률 .....	32
<그림3-14> 지역별 컴퓨터 이용자수 .....	32
<그림3-15> 지역규모별 컴퓨터이용률 .....	33
<그림4-1> 지역규모별 인터넷 가능 가구 비율 .....	35
<그림4-2> 인터넷 주 이용장소(복수응답) .....	36
<그림4-3> 인터넷 주 이용장소(1순위) .....	36
<그림4-4> 가구 인터넷 접속방법 .....	37
<그림5-1> 주당 평균 컴퓨터 이용시간 .....	41

<그림5-2> 컴퓨터 이용능력 .....	44
<그림5-3> 컴퓨터 이용능력(세부항목별) .....	45
<그림5-4> 3개월 미만 신규 이용자의 인터넷 이용계기 .....	46
<그림5-5> 인터넷 이용기간 .....	47
<그림5-6> 인터넷경험자의 성·연령별 인터넷 이용기간 .....	48
<그림5-7> 주당 평균 인터넷 이용시간 변화추이 .....	49
<그림5-8> 주당 평균 인터넷 이용시간 .....	49
<그림5-9> 성·직업별 주당 평균 인터넷 이용시간 .....	50
<그림5-10> 인터넷 이용목적(복수응답) .....	51
<그림5-11> 주요 자료정보검색 항목 .....	52
<그림5-12> 인터넷 이용 시 불편한 점 .....	53
<그림6-1> 인터넷 이용에 따른 정보입수 경로(복수응답) .....	55
<그림6-2> 인터넷 이용에 따른 TV 시청시간 .....	56
<그림6-3> 인터넷 이용에 따른 종이신문 읽는 시간 .....	58
<그림6-4> 정보화 영향 .....	60
<그림6-5> 이메일 보유여부 .....	61
<그림6-6> 성·연령별 이메일 보유율 .....	61
<그림6-7> 인터넷쇼핑 경험률 .....	63
<그림6-8> 성·직업별 인터넷쇼핑 경험률 .....	63
<그림6-9> 인터넷쇼핑 구매회수 .....	64
<그림6-10> 인터넷쇼핑 구매품목(복수응답) .....	66
<그림6-11> 인터넷쇼핑 만족도 .....	69
<그림6-12> 향후 인터넷쇼핑 이용의향 .....	71
<그림6-13> 유료콘텐츠 이용 경험률 .....	73
<그림6-14> 주로 이용하는 유료콘텐츠 종류(복수응답) .....	74
<그림6-15> 성·연령별 유료콘텐츠 월평균 이용비용 .....	76
<그림6-16> 유료콘텐츠 선호 결제방법 .....	77
<그림6-17> 콘텐츠 유료화에 대한 의견 .....	79
<그림6-18> 성·연령·직업별 향후 유료콘텐츠 이용의향 .....	81
<그림6-19> 유료콘텐츠 이용경험 시기별 향후 유료콘텐츠 이용의향 .....	82
<그림7-1> 인터넷 비이용 이유 .....	83
<그림7-2> 향후 인터넷 이용의향 .....	85

**제 1 장**  
**조 사 개 요**

## 제1장 조사개요

### 제 1절 조사목적

컴퓨터와 인터넷의 보급 및 이용이 사회전반에 확산됨에 따라 이용자의 양적 성장 뿐만 아니라 이용행태, 이용빈도, 이용범위 등 질적인 내용도 측정할 수 있는 지표의 필요성이 점차 증대되고 있다. 본 조사는 이러한 사회적 변화와 관련한 정부의 정책수립과 업계의 비즈니스 전략 수립 등에 광범위하게 활용될 수 있는 신뢰성 있는 통계정보를 제공하는 데 그 목적이 있다.

본 조사의 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 인터넷이용률과 이용자수에 대한 정확한 측정
- 컴퓨터이용률과 이용자수에 대한 정확한 측정
- 정보화 환경 현황 분석
- 컴퓨터 및 인터넷 이용행태 분석
- 인터넷이 생활에 미치는 영향 분석
- 인터넷 비이용자 조사를 통한 향후 인터넷 이용 전망



## 제2절 조사의 기본방향

### 1. 주요조사내용

본 조사는 컴퓨터 및 인터넷 이용현황과 이용행태, 가정내의 정보화 환경, 인터넷이 가져온 생활 속의 변화 등을 파악할 수 있는 내용으로 구성되어 있다. 또한 기존 조사결과와의 시계열 분석을 통해 향후 변화추이를 예측해 볼 수 있도록 하였다.

본 연구보고서의 주요 연구내용은 다음과 같다.

- 조사 대상자의 성, 연령 등 인구통계학적 특성
- 인터넷이용률 및 이용자수 산출
- 인터넷이용률의 성·연령·학력·직업·지역·지역규모별 분석 및 전년도 조사결과와 비교
- 컴퓨터이용률 및 이용자수 산출
- 컴퓨터이용률의 성·연령·학력·직업·지역·지역규모별 분석 및 전년도 조사결과와 비교
- 인터넷인터넷 접속방법, 인터넷 이용비용 등 정보화 환경 분석
- 인터넷 이용시간, 이용빈도, 이용목적 등 인터넷 이용행태
- 인터넷 이용에 따른 정보입수 및 미디어 이용실태의 변화
- 정보화가 일상생활에 미치는 영향에 대한 인식
- 인터넷쇼핑, 유료콘텐츠 및 이메일 활용 실태
- 인터넷 비이용자의 비이용 이유 및 향후 이용의향 분석

## 2. 조사체계

- 조사대상: 전국 7,685가구 내에 상주하는 만 6세 이상 가구원<sup>1)</sup>
- 유효 응답자수: 20,962명
- 조사기간 : 2003. 12. 1~12. 20
- 조사주기
  - 2001년 이전 조사: 동일한 표본가구를 대상으로 연 4회 조사 실시
  - 2002년 조사: 동일한 표본가구를 대상으로 연 2회 조사 실시
  - 2003년 조사: 2000년 인구주택총조사 10% 표본조사구를 바탕으로 연2회 조사 실시
- 조사방법: 타계식 면접조사방법에 의한 조사
- 실사수행기관: (주)한국리서어치

## 제3절 표본설계 및 추정

### 1. 표본설계

#### 가. 표본추출방법의 개요

전국을 16개 층(7개 특·광역시, 9개도)으로 층화한 후, 층내에서 조사구를 추출하고 각 조사구에서 10가구씩 추출하여 조사하는 층화 집락추출 방법을 이용하였다.

---

1) 2001년 12월 조사까지는 만 7세 이상을 조사대상으로 하였으나, 2002년 6월 이후 만 6세 이상으로 조사대상을 확대

## 나. 표본틀

2000년 인구주택총조사의 10% 표본조사구에서 섬 조사구, 집단시설 조사구 등을 제외한 일반 조사구와 아파트 조사구만으로 구성된 총 24,998 조사구 중 통계청에서 이용 중인 조사구를 제외한 23,159개 조사구를 표본틀로 활용하였다.

## 다. 표본추출과정

2000년 인구주택총조사 10% 표본조사구를 기준으로 지역별로  $\sqrt{\text{조사구수}}$ 에 비례하도록 700개 조사구를 할당하였다. 각 지역에 할당된 조사구 내에서 10개 가구를 표본조사 대상가구로 계통 추출하였고, 이때 조사구 당 평균 60가구 중 조사구 내 리스트의 첫 가구로부터 아래쪽으로 6가구씩 간격을 두고 1가구씩 선정하는 체계적 난선택(systematic random sampling) 방법으로 10가구의 표본조사대상 가구를 선정하였다. 해당가구에서 조사가 불가능할 경우, 해당가구의 왼쪽 인접가구를 대체가구로 선정하고, 왼쪽 가구가 불가능할 경우에는 해당가구의 오른쪽 가구로 대체하였다.

한편 추출을 위한 분류지표는 다음과 같은 절차를 이용하였다.

- 조사구별로 가구구분, 주택종류, 연령별 인구, 컴퓨터 보유 등 19개 특성치를 이용하였으며 각 특성치의 내용은 다음과 같음.
  - 농어가 구분별 가구수(4가지: 농가, 어가, 농어가, 비농어가)를 기타와 비농어가로 구분
  - 주택종류별 가구수(6가지: 대형아파트, 소형아파트, 단독주택, 다가구연립, 영업용주택, 기타)
  - 교육정도 기준(3가지: 중졸이하, 고졸, 대졸 이상)
  - 주택점유형태별 가구수(4가지: 자가, 전세, 월세, 무상기타)
  - 100가구 당 승용차 보유대수 및 100가구 당 컴퓨터 보유대수

- 15세 이상 인구수 연령별: 10대, 20대, 30~50대, 60대 이상
- 컴퓨터 보유여부, 농어가 구분, 교육정도, 주택종류별, 연령별 15세 이상 인구수로 분류지표 부여함.

## 2. 최대허용 표집오차

- 지역별 층화추출을 고려한 본 조사의 표집오차는 다음과 같은 공식을 이용하여 계산함.

$$Var(p_{st}) = \sum_{h=1}^L w_h^2 v(p_h) = \sum_{h=1}^L w_h^2 \frac{p_h(1-p_h)}{n_h}$$

여기에서  $w_h$  는  $h$ 번째 층의 가중치를 의미하며,  $p_h$ 는  $h$ 번째 층의 어느 특성치의 비율,  $n_h$ 는  $h$ 번째 층의 표본의 크기(예를 들면 지역별 층화추출 시 각 지역별 표본의 크기),  $p_{st}$  는 층화추출에 의한 모집단의 비율 추정치이며  $Var$ 은 분산값임.

$$95\% \text{ 신뢰수준에서의 표집오차} = 1.96 * \sqrt{\frac{Var(p_{st})}{\text{총ED수}}}$$

여기에서 ED는 조사구를 의미함.

- 가중치는 사후층화(post-stratification) 방법에 의해 계산하였으며 일반적인 공식은  $wt(i,j,k)=N(i,j,k)/n(i,j,k)$ 임.

여기에서  $wt(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$  셀의 가중치이고,  $N(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$ 셀에 해당하는 모집단의 수치이며,  $n(i,j,k)$ 는 같은  $(i,j,k)$ 셀에서 조사된 표본의 수이며,  $i, j, k$ 는 사후층화를 위하여 사용된 지역, 성, 연령 등과 같은 주요 통계적 변수의 행렬에서의 각 셀의 위치를 나타냄.

- 예를 들어, 인터넷이용률(65.5%)의 최대허용 표집오차는  $\pm 0.64\%$ 임(95% 신뢰수준).

<표1-1> 지역별 가구 모집단 수<sup>2)</sup> 및 표본 수

	모집단	표본	가구주 연령계층별 표본 가구수(가구)			
	가구수 (가구)	가구수 (가구)	20대 이하	30대	40대	50대 이상
<b>전 체</b>	<b>16,489,107</b>	<b>7,685</b>	<b>583</b>	<b>1,833</b>	<b>2,058</b>	<b>3,211</b>
서울	3,623,929	934	56	288	301	289
부산	1,219,902	599	27	124	195	253
대구	827,177	475	60	116	111	188
인천	872,057	474	51	102	181	140
광주	449,469	339	24	84	90	141
대전	463,270	363	49	78	93	143
울산	338,845	288	20	97	106	65
경기	3,394,937	873	91	244	273	265
강원	538,613	402	24	83	105	190
충청	1,174,762	762	46	163	181	372
(충북)	508,561	337	20	51	100	166
(충남)	666,201	425	26	112	81	206
전라	1,389,650	906	53	154	134	565
(전북)	658,563	453	18	75	74	286
(전남)	731,087	453	35	79	60	279
경상	2,007,736	1,063	69	239	241	514
(경북)	964,032	495	22	125	117	231
(경남)	1,043,704	568	47	114	124	283
제주	188,760	207	13	61	47	86

2) 자료: 통계청, 「2002년 12월 31일 기준 주민등록인구」

<표1-2> 지역별 가구원 모집단 수<sup>3)</sup> 및 표본 수

	모집단 가구원수 (명)	표본 가구원수 (명)	성별 표본 가구원수 (명)		연령계층별 표본 가구원수 (명)					
			남자	여자	6-19세	20대	30대	40대	50대	60대 이상
<b>전 체</b>	<b>44,629,146</b>	<b>20,962</b>	<b>10,163</b>	<b>10,799</b>	<b>4,737</b>	<b>2,779</b>	<b>4,061</b>	<b>3,729</b>	<b>2,251</b>	<b>3,405</b>
서울	9,534,543	2,710	1,357	1,353	668	379	621	558	254	230
부산	3,506,413	1,757	840	917	426	256	294	357	209	215
대구	2,346,364	1,250	602	648	259	207	259	191	162	172
인천	2,378,572	1,452	711	741	385	215	260	327	135	130
광주	1,279,284	970	463	507	247	129	184	165	96	149
대전	1,307,113	1,029	493	536	217	186	189	169	107	161
울산	974,082	884	430	454	274	92	222	183	73	40
경기	9,053,889	2,339	1,122	1,217	584	328	522	453	176	276
강원	1,428,891	1,026	495	531	195	98	187	199	129	218
충청	3,148,576	2,100	1,027	1,073	417	232	366	330	262	493
(충북)	1,380,924	1,003	500	503	221	113	145	179	122	223
(충남)	1,767,652	1,097	527	570	196	119	221	151	140	270
전라	3,722,587	2,139	1,007	1,132	361	245	322	274	256	681
(전북)	1,813,170	1,120	519	601	202	132	173	148	123	342
(전남)	1,909,417	1,019	488	531	159	113	149	126	133	339
경상	5,445,136	2,753	1,341	1,412	553	342	518	456	332	552
(경북)	2,562,311	1,319	651	668	275	141	260	224	157	262
(경남)	2,882,825	1,434	690	744	278	201	258	232	175	290
제주	503,696	553	275	278	151	70	117	67	60	88

3) 자료: 통계청, 「2002년 12월 31일 기준 주민등록인구」(만 6세 이상 가구원 수 기준)

## 제4절 실사 및 자료처리

### 1. 실 사

#### 가. 자료수집방법

- 조사원이 가구를 직접 방문하여 응답내용을 기입하는 타계식 대인면접 방법

#### 나. 조사대상자

표본으로 선정된 가구 내에 상주(최근 1개월 간 거주)하고 있는 만 6세 이상 가구원 전원(즉, 군입대, 해외장기출장, 기숙사 거주, 재소자 등은 조사 대상에서 제외됨)

#### 다. 조사흐름

전문 조사원의 실사 → 16개 시도의 실사 감독원(Supervisor)의 관리 및 통제 → 조사표 집계 → 검사 요원들에 의한 에디팅(Editing) → 재조사 및 조사표 보완 → 최종 자료검증

#### 라. 자료검증

- 실사 감독자의 내검
  - Editing 지침에 따라 일관성 및 논리 검사(Logical check)
  - 연관 항목간의 상관성 검사 및 변수간의 함수관계를 통한 점검
- 보완조사
  - 문제가 발생한 조사표에 대하여 보완조사 실시
  - 해당 조사대상자의 조사내용 전면 재확인
- 최종자료의 채택
  - 검증을 통과한 자료에 한해 전화보완조사를 거쳐 최종분석 자료로 채택

## 2. 자료처리 및 분석

### 가. 자료처리

자료검증과정과 전화보완조사를 거쳐 최종분석자료로 수집된 자료는 부호화(Coding)과정을 거쳐 전산입력 되었으며, 입력된 자료는 SPSS for Windows(통계패키지 프로그램)을 통해 집계하였다.

### 나. 분석

#### (1) 분석단위

가구단위와 가구원단위로 구분하여 분석하였으며, 각각에 사용된 독립변수는 다소 차이가 있으나 공통적으로 사용된 독립변수는 다음과 같다.

- 가구 집계항목의 독립변수: 가구주 연령, 지역, 지역규모, 가구소득
- 가구원 집계항목의 독립변수: 성별, 연령, 성×연령, 지역, 지역규모, 가구소득, 학력, 직업

#### (2) 분석방법

모집단에 대한 정보를 얻을 수 있는 성별, 연령별, 지역별 인터넷 이용자수를 산출하였으며, 모집단에 대한 정보가 없는 직업별, 학력별 등에 대해서는 이용자수를 추정하지 않고 이용률만을 산출하였다.



## 제5절 표본 특성표

### 1. 응답자 특성표

<표1-3> 응답자 특성표

(단위: %, 명)

	응답자수 (명)	구성비 (%)		응답자수 (명)	구성비 (%)
<b>전 체</b>	<b>20,962</b>	<b>100</b>	<b>전 체</b>	<b>20,962</b>	<b>100.0</b>
성별			가구 소득		
남자	10,163	48.5	100만원 미만	4,441	21.2
여자	10,799	51.5	100-200만원 미만	6,512	31.1
연령			200-300만원 미만	6,110	29.1
6-19세	4,737	22.6	300-400만원 미만	2,619	12.5
20대	2,779	13.3	400만원 이상	1,280	6.1
30대	4,061	19.4	학력		
40대	3,729	17.8	초등졸 이하	6,843	32.6
50대	2,251	10.7	(무학)	1,148	5.5
60대 이상	3,405	16.2	(미취학)	223	1.1
지역			(초등학생)	2,223	10.6
서울	2,710	12.9	(중학생)	992	4.7
부산	1,757	8.4	(초등졸·중퇴포함)	2,257	10.8
대구	1,250	6.0	중졸	2,696	12.9
인천	1,452	6.9	(고등학생)	961	4.6
광주	970	4.6	(중졸·중퇴포함)	1,735	8.3
대전	1,029	4.9	고졸	7,071	33.7
울산	884	4.2	(대학생)	1,075	5.1
경기	2,339	11.2	(고졸·중퇴포함)	5,996	28.6
강원	1,026	4.9	대졸 이상	4,352	20.8
충청	2,100	10.0	(대학원생)	71	0.3
(충북)	1,003	4.8	(대졸·중퇴포함)	4,281	20.4
(충남)	1,097	5.2	직업		
전라	2,139	10.2	전문/관리직	1,236	5.9
(전북)	1,120	5.3	사무직	1,929	9.2
(전남)	1,019	4.9	서비스/판매직	2,213	10.6
경상	2,753	13.1	생산관리직	3,710	17.7
(경북)	1,319	6.3	무직/기타	11,874	56.6
(경남)	1,434	6.8	(학생)	5,216	24.9
제주	553	2.6	(주부)	4,183	20.0
지역 규모			(무직/기타)	2,475	11.8
대도시	10,052	48.0			
중소도시	8,358	39.9			
군단위	2,552	12.2			

## **제 2 장**

### **인터넷이용률 및 이용자수**

## 제2장 인터넷이용률 및 이용자수

### 제1절 인터넷 이용자 정의 및 이용자수 추정방법

#### 1. 인터넷 이용자 정의

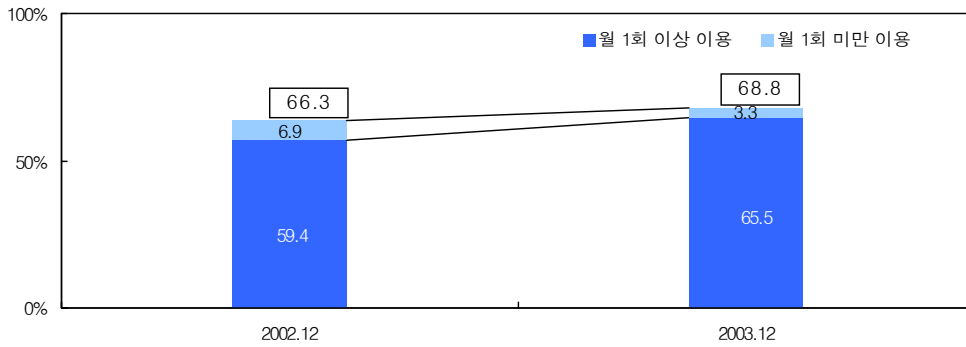
본 조사에서는 ‘월평균 1회 이상 인터넷을 이용하는 자’를 인터넷 이용자로 정의한다. 조사대상 연령은 만 6세 이상으로 하였다.

<표2-1> 기관별 인터넷 이용자 정의사례

기관	인터넷 이용자 정의	조사대상
US Department of Commerce	인터넷에 접속하는 사람	3세 이상
UCLA	인터넷을 이용하는 사람	12세 이상
Computer Industry Almanac Inc.	최소 월 1회 이상 인터넷을 이용하는 자 (비즈니스, 학습, 가정 인터넷 사용자 포함)	16세 이상
eMarketer	‘active user’ (일주일에 최소한 1회 이상, 1시간 이상 인터넷을 이용하는 자)	18세 이상
International Data Corp(IDC)	World Wide Web 이용자	
Media Metrix	브라우저를 통한 World Wide Web Page, Non-Web-based-Digital Media	13세 이상
Nielsen Media Research	월 1회 이상 인터넷 이용자	16세 이상
	최근 3개월 이내 web 이용자	16세 이상
Nua	3개월간 최소 1회 이상 인터넷에 접속한 자	어린이, 성인
NikkeiBP	www이나 e-mail을 주목적으로 지난 1개월 동안 최소한 1회 이상 인터넷을 이용한 자	16세 이상

인터넷 이용자는 조사의 목적에 따라 다양하게 정의되고 있는데, 본 조사에서는 인터넷 이용 전반에 관한 지표를 제시한다는 측면에서 다양한 형태로 인터넷을 이용하는 사람들을 포괄하기 위해 비교적 보편적인 인터넷 이용빈도 기준인 ‘월 1회 인터넷 이용’의 조건을 기준으로 하였다. 조사대상은 2001년 12월 조사까지는 만 7세를 기준으로 하였으나, 2002년부터는 인터넷 이용자 층이 점차 확대되는 추세를 반영하여 취학 가능 연령인 만6세까지로 조사대상의 범위를 확대하였다.

<그림2-1> 인터넷경험률과 이용률



2003년 12월 기준 인터넷경험률은 2002년 12월 대비 2.5%p 증가한 68.8%인 것으로 나타났으며, 만 6세 이상 전체 인구의 65.5%(2,922만명)가 ‘월평균 1회 이상’ 인터넷을 이용하는 것으로 조사되었다. 또한 인터넷 이용경험은 있으나, 월 1회 미만 이용하는 3.3%에 해당하는 인구의 경우, 본 조사의 정의에 따라 인터넷 비이용자로 분류되었다.

## 2. 인터넷 이용자수 추정 방법

본 조사는 사후층화방법(post-stratification)을 적용하여 지역별, 성별, 연령 계층별 구성비에 따라 조사결과에 가중치를 부여하여 인터넷 이용자수를 추정하였다.

사후층화(post-stratification) 방법에 의해 가중치를 계산하는 일반적인 공식은  $wt(i,j,k)=N(i,j,k)/n(i,j,k)$ 이다. 여기서  $wt(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$  셀의 가중치이고,  $N(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$ 셀에 해당하는 모집단의 수치이며,  $n(i,j,k)$ 는 같은  $(i,j,k)$  셀에서 조사된 표본의 수이며,  $i, j, k$ 는 사후층화를 위하여 사용된 지역, 성, 연령 등과 같은 주요 통계적 변수의 행렬에서의 각 셀의 위치를 나타낸다.

본 조사에서는 지역, 성, 연령별로 통계청의 「2002년 12월 31일 주민등록 인구」를 기준으로 한 모집단의 분포를 계산하고, 같은 방법으로 본 조사 결과에 의한 표본집단의 분포를 계산하여 모집단의 각 셀의 수치에 해당되는 표본집단의 수치로 나눈 값을 각 셀에 적용되는 가중치로 적용하여 계산된 인터넷이용률(65.5%)을 2002년 12월 31일 현재 만 6세 이상 인구 수(44,629,146명)에 곱하여 다음과 같이 인터넷 이용자수를 추정하였다.

**<표2-2> 인터넷 이용자수 추정 방법**

계산 방법	만 6세 이상 인구 수 × 인터넷이용률 (44,629,146명 × 65.5%)
인터넷이용률의 표본오차	±0.64%p (95% 신뢰수준)
인터넷이용률 추정결과	65.5%±0.64%p
인터넷 이용자수 추정 결과	29,220천명±290천명

## 제2절 인터넷이용률 및 이용자수

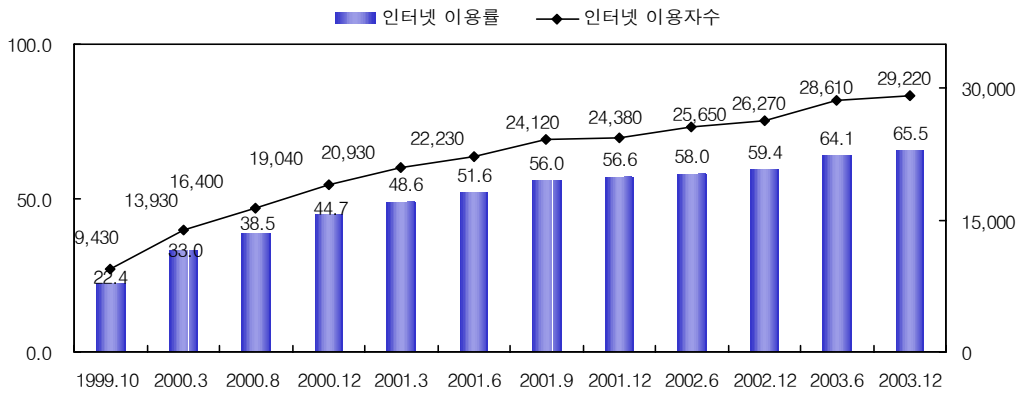
만 6세 이상 국민 중 '월평균 1회 이상' 인터넷을 이용하는 사람의 비율은 65.5%이며, 이를 2002년 주민등록인구 기준으로 환산한 인터넷 이용자수는 2,922만명으로 추산된다.

이 결과를 1년 전인 2002년 12월의 조사결과와 비교할 때, 인터넷이용률은 59.4%에서 6.1%p 증가하였고, 인터넷 이용자수도 2,627만명에서 295만명 증가하였다.

조사가 처음 시작되었던 1999년 10월에 비해 인터넷이용률은 3배 가까이 증가했으며, 이용자수 역시 943만명에서 2,922만명으로 3배 이상 증가하였다. 그러나 매년 10%p 이상 증가하던 인터넷이용률은 2001년 이후 증가폭이 다소 둔화되고 있다.

<그림2-2> 인터넷이용률 및 이용자수<sup>4)</sup>

(단위: %, 천명)



4) 2001년 6월 조사까지는 만 7세 이상 기준임.

### 1. 성별 인터넷이용률 및 이용자수

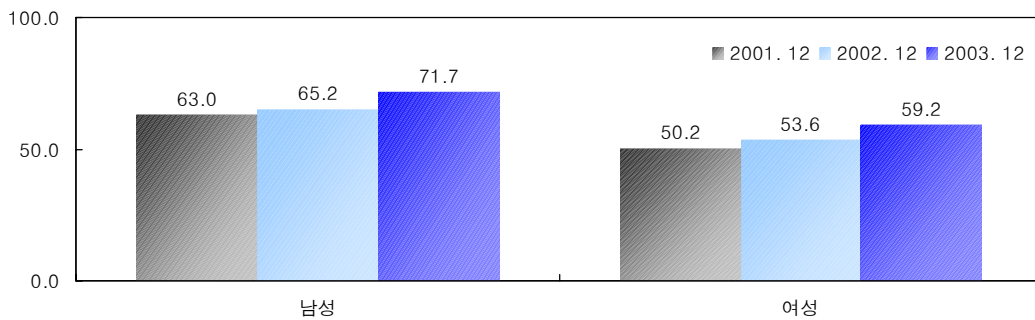
2003년 12월 기준 남성의 인터넷이용률은 71.7%이며, 여성의 이용률은 59.2%로 나타났다.

2002년 12월 조사와 비교할 경우, 남성은 6.5%p 증가한 반면, 여성은 5.6%p 증가하였으며, 남녀간 인터넷 이용률 격차는 12.5%p이다.

이를 2002년 주민등록인구를 기준으로 추산할 경우, 남성은 1,442만명에서 1,601만명으로 159만명 증가하였으며, 여성은 1,185만명에서 1,321만명으로 136만명 증가하였다.

<그림2-3> 성별 인터넷이용률

(단위: %)

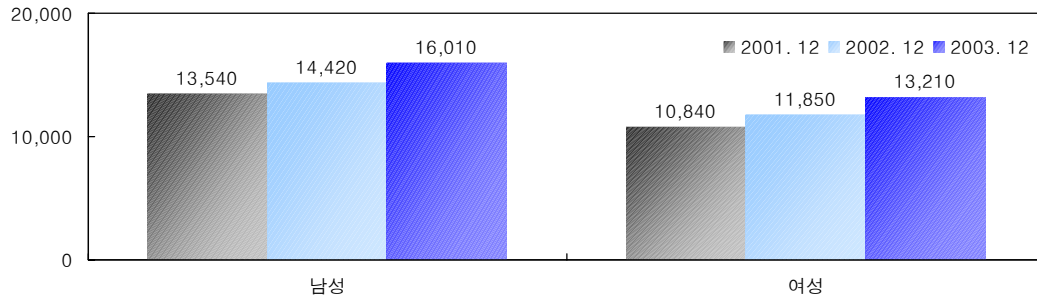


3.

<그림2-4> 성별 인터넷 이용자수

(단위: 천

명)



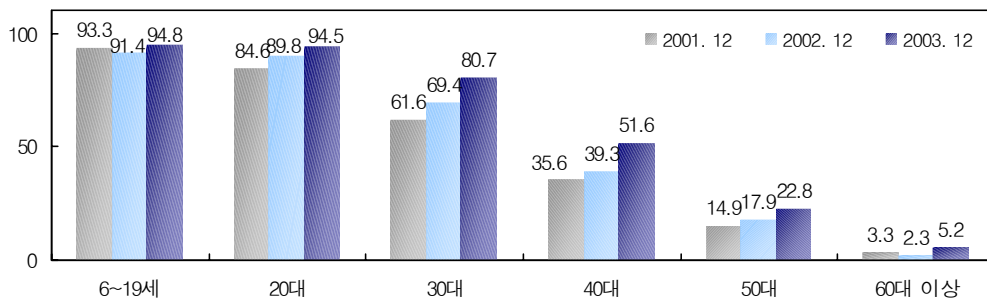
## 2. 연령별 인터넷이용률 및 이용자수

연령별로 비교할 경우, 6~19세 청소년들의 이용률이 94.8%로 가장 높고, 다음으로 20대가 94.5%, 그리고 30대가 80.7%의 순이다.

인터넷이용률의 증가폭은 2002년 12월 조사와 비교하여 40대가 12.3p% (108만명), 30대가 11.3%p(98만명) 증가하여 가장 높았다.

<그림2-5> 연령별 인터넷이용률

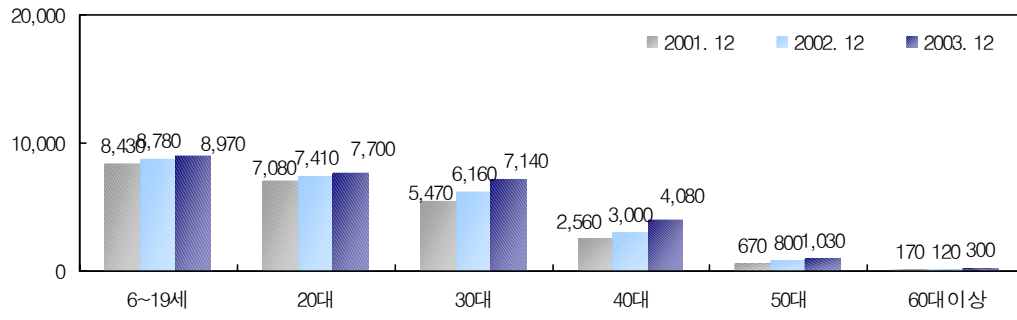
(단위: %)



<그림2-6> 연령별 인터넷 이용자수

(단위: 천명)

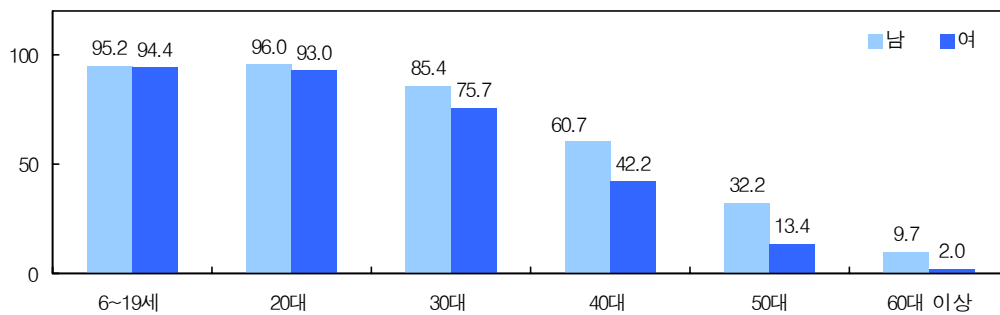




성과 연령을 동시에 고려하여 분석할 경우, 20대 이하의 연령층은 성별 구별없이 대부분 인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 연령이 증가할수록 남성에 비해 여성의 인터넷이용률이 상대적으로 낮아지며, 60대 여성의 경우 2.0%만이 인터넷을 이용하고 있는데 반해, 남성은 10% 가까운 인터넷 이용률을 보이고 있다.

<그림2-7> 성·연령별 인터넷이용률 비교

(단위: %)



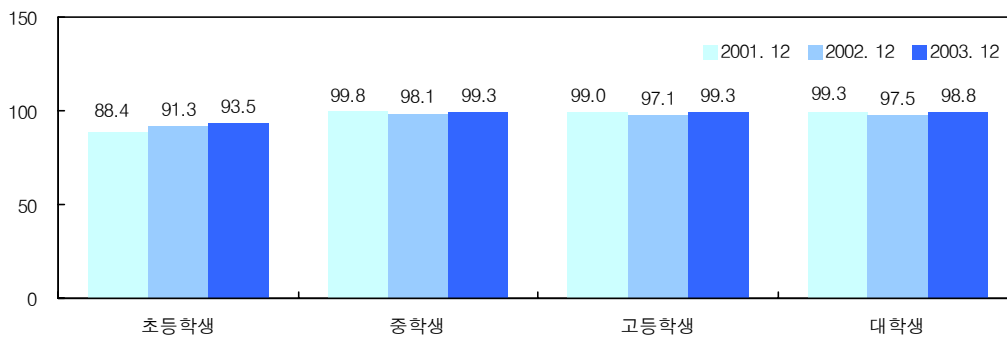
### 3. 학력별 인터넷이용률

중·고등학생과 대학생 등의 인터넷이용률은 98%를 넘는 수준이며, 초등학생의 인터넷이용률도 93.5%에 이르고 있는 것으로 나타났다.

학생을 제외한 일반인 중에서는 대졸 이상의 인터넷이용률이 89.1%로 가장 높고, 고졸의 인터넷이용률은 59.6%, 중졸은 17.0%이며, 초졸 이하의 경우 1.9%에 불과해 학력에 따른 인터넷이용률의 격차가 매우 큰 것으로 조사되었다.

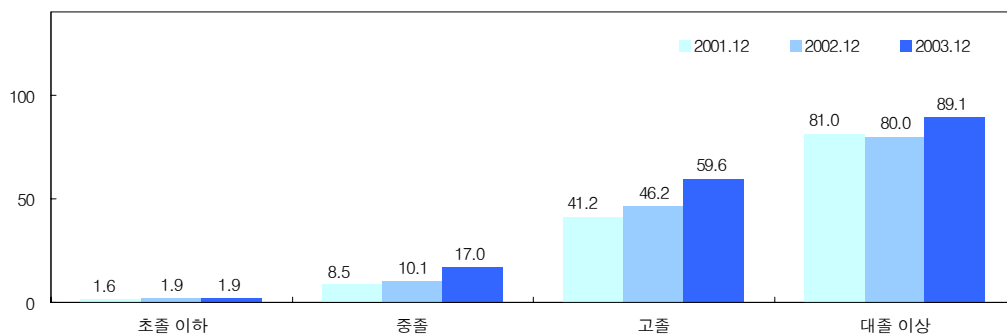
<그림2-8> 학생의 인터넷이용률

(단위: %)



<그림2-9> 일반인의 인터넷이용률

(단위: %)



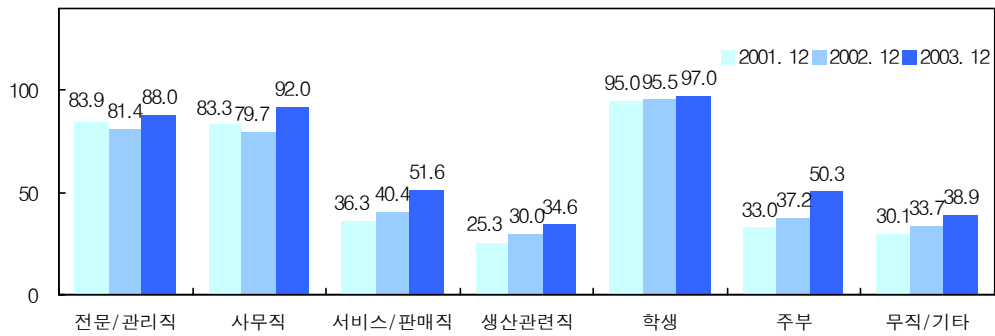
#### 4. 직업별 인터넷이용률

인터넷이용률을 직업별로 살펴볼 경우 학생(97.0%)을 제외하면 사무직이 92.0%로 가장 높고, 다음으로 전문/관리직이 88.0%인 것으로 나타났다.

2002년 12월 대비 인터넷이용률의 증가폭은 주부가 13.1%p로 가장 높았고(37.2% → 50.3%), 서비스/판매직의 인터넷이용률도 같은 기간 동안 11.2%p 증가(40.4% → 51.6%)하였다.

<그림2-10> 직업별 인터넷이용률

(단위: %)

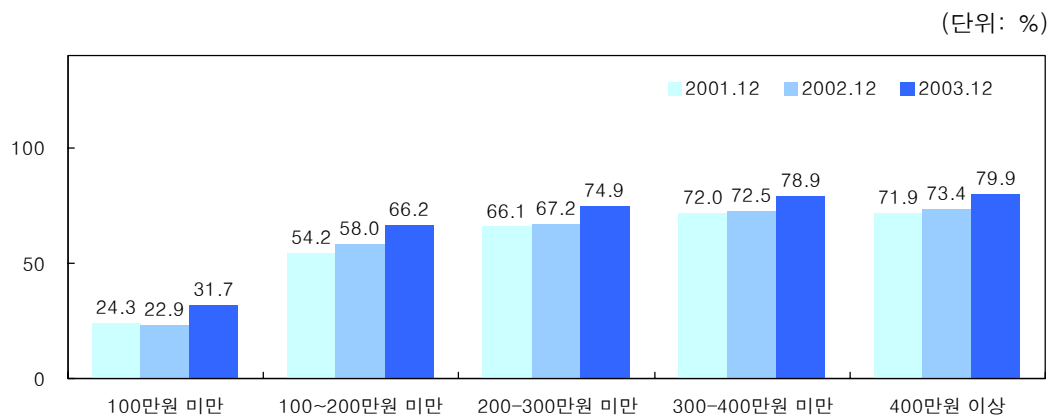


## 5. 가구소득별 인터넷이용률

가구소득별 인터넷이용률은 월소득 400만원 이상이 79.9%로 가장 높았고, 다음으로 300~400만원 미만 78.9%, 200~300만원 미만 74.9% 등의 순이었다.

한편 100만원 미만의 저소득층의 경우 8.8%p의 가장 큰 증가폭을 보이고 있으나, 여전히 35% 미만에 머물러 다른 계층과의 격차가 큰 것으로 나타났다.

<그림2-11> 가구소득별 인터넷이용률



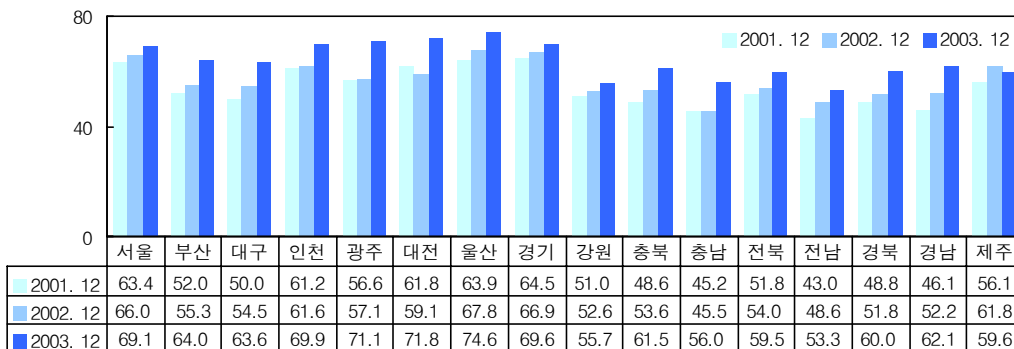
## 6. 지역·지역규모별 인터넷이용률 및 이용자수

인터넷이용률을 16개 광역시도별로 비교하면 울산의 인터넷이용률이 74.6%로 가장 높고, 다음으로 대전 71.8%, 광주 71.1%이며, 인천 69.9% 등이었다.

인터넷 이용자수는 서울이 659만명으로 가장 많고 경기도가 630만명, 인천 166만명 등 수도권 지역의 인터넷 인구가 1,455만명으로 전체 인터넷 인구의 49.8%를 차지하고 있다.

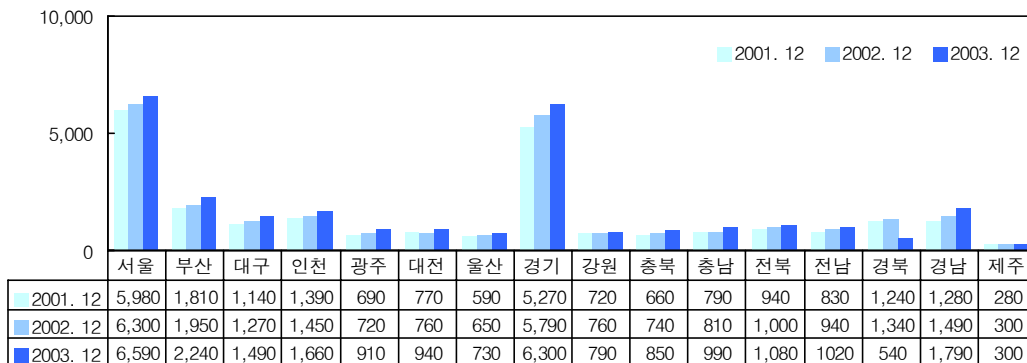
<그림2-12> 지역별 인터넷이용률

(단위: %)



<그림2-13> 지역별 인터넷 이용자수

(단위: 천명)

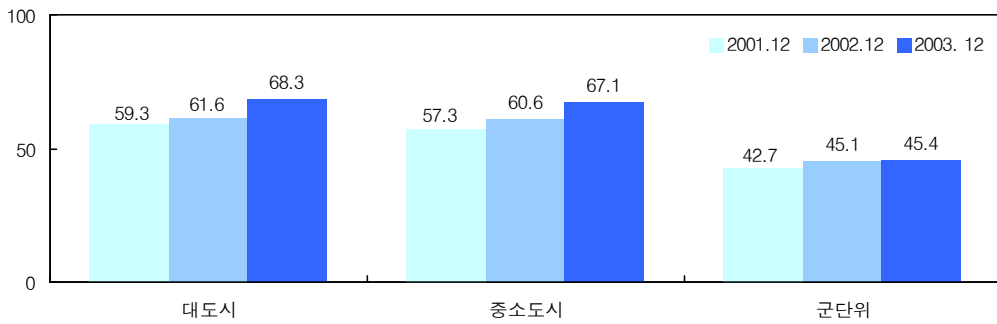


지역규모별로는 대도시와 중소도시의 인터넷이용률이 각각 68.3%와 67.1%인 반면 군단위 지역은 인터넷이용률이 45.4%로 대도시에 비해 22.9%p 낮은 것으로 나타났다.

대도시의 인터넷이용률은 2002년 12월에 비해 6.7%p 증가하였고 중소도시도 6.5%p 증가하였으나, 군단위 인터넷이용률은 0.3%p 증가에 그쳤다.

<그림2-14> 지역규모별 인터넷이용률

(단위: %)



## **제 3 장**

### **컴퓨터이용률 및 이용자수**



## 제3장 컴퓨터이용률 및 이용자수

### 제1절 컴퓨터 이용자 정의 및 이용자수 추정방법

#### 1. 컴퓨터 이용자 정의

컴퓨터 이용자는 각 기관별로 마케팅 정보의 확보 등 각기 다른 조사의 목적에 따라 다양하게 정의되고 있으나, 본 조사에서는 월 1회 이상 컴퓨터를 사용하는 만 6세 이상의 국민을 컴퓨터 이용자로 정의하였다<sup>5)</sup>.

#### 2. 컴퓨터 이용자수 추정 방법

컴퓨터 이용자수의 추정도 인터넷 이용자수의 추정과 같이 사후층화방법(post-stratification)을 적용하여 지역별, 성별, 연령별 구성비에 따라 조사 결과에 가중치를 부여하여 추정하였다.

사후층화(post-stratification) 방법에 의해 가중치를 계산하는 일반적인 공식은  $wt(i,j,k) = N(i,j,k)/n(i,j,k)$ 이다. 여기서  $wt(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$  셀의 가중치이고,  $N(i,j,k)$ 는  $(i,j,k)$ 셀에 해당하는 모집단의 수치이며,  $n(i,j,k)$ 는 같은  $(i,j,k)$ 셀에서 조사된 표본의 수이며,  $i, j, k$ 는 사후층화를 위하여 사용된 지역, 성, 연령 등과 같은 주요 통계적 변수의 행렬에서의 각 셀의 위치를 나타낸다.

지역, 성, 연령별로 통계청의 「2002년 12월 31일 주민등록인구」를 기준으로 한 모집단의 분포를 계산하고, 같은 방법으로 본 조사결과에 의한 표본집단의 분포를 계산하여 모집단의 각 셀의 수치에 해당되는 표본집단의 수치로 나눈 값을 각 셀에 적용되는 가중치로 적용하여 계산된 컴퓨터이용률(66.7%)을 2002년 12월 31일 현재 만 6세 이상 인구 수(44,629,146명)에 곱하여 다음과 같이 컴퓨터 이용자수를 추정하였다.

---

5) 2003년 상반기 정보화실태조사의 경우 컴퓨터 사용 가능자를 컴퓨터이용자로 정의함

<표3-1> 컴퓨터 이용자수 추정 방법

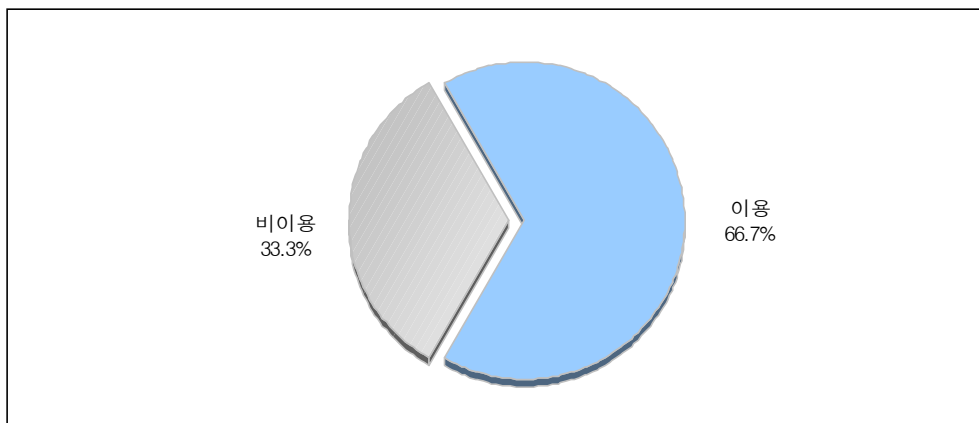
계산 방법	만 6세 이상 인구 수 × 컴퓨터이용률 (44,629,146명 × 70.1%)
컴퓨터이용률의 표본 오차	±0.64% (95% 신뢰수준)
컴퓨터이용률 추정결과	66.7%±0.64%p
컴퓨터 이용자수 추정 결과	29,770천명±290천명

## 제2절 컴퓨터이용률 및 이용자수

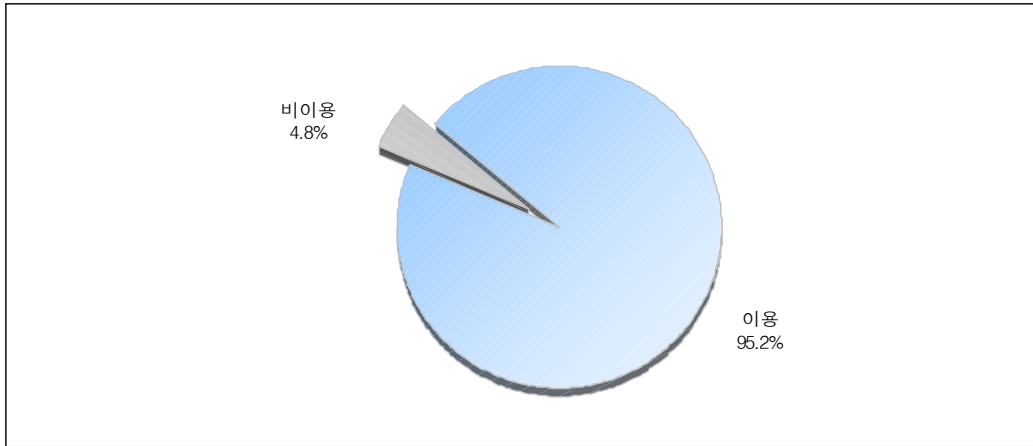
만 6세 이상 인구 중 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하는 사람을 기준으로 한 컴퓨터이용률은 2003년 12월 현재 66.7%이며, 이에 따른 컴퓨터 이용자수는 2,977만명으로 추산된다.

한편, 컴퓨터를 이용할 줄 아는 만 6세 이상 국민의 비율은 70.1%이고, 이 중 ‘한 달에 한 번 이상 컴퓨터를’ 이용하는 사람은 95.2%인 것으로 나타나 이용능력이 있는 사람은 대부분 컴퓨터를 일상적으로 이용하고 있는 것으로 조사되었다.

<그림3-1> 컴퓨터이용률



<그림 3-2> 컴퓨터 이용 가능자 중 월 1회 이상 컴퓨터 이용자 비율

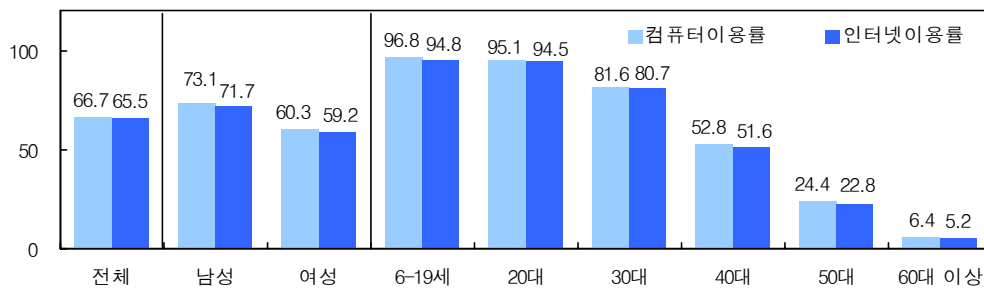


한 달에 1회 이상 컴퓨터와 인터넷을 이용하는 사람들을 비교하면, 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하는 사람(컴퓨터 이용자)은 전체의 66.7%이고, 월 1회 이상 인터넷을 이용하는 사람(인터넷 이용자)은 전체의 65.5%이다.

이를 성별, 연령별로 비교할 경우 컴퓨터 이용자와 인터넷 이용자의 분포에는 뚜렷한 차이가 없이 거의 유사한 것으로 나타났다.

<그림3-3> 성·연령별 컴퓨터 및 인터넷이용률 비교

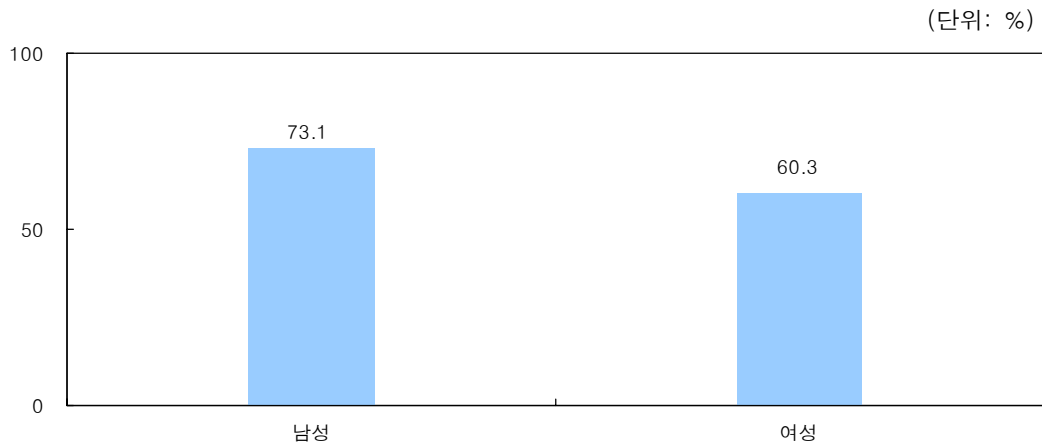
(단위: %)



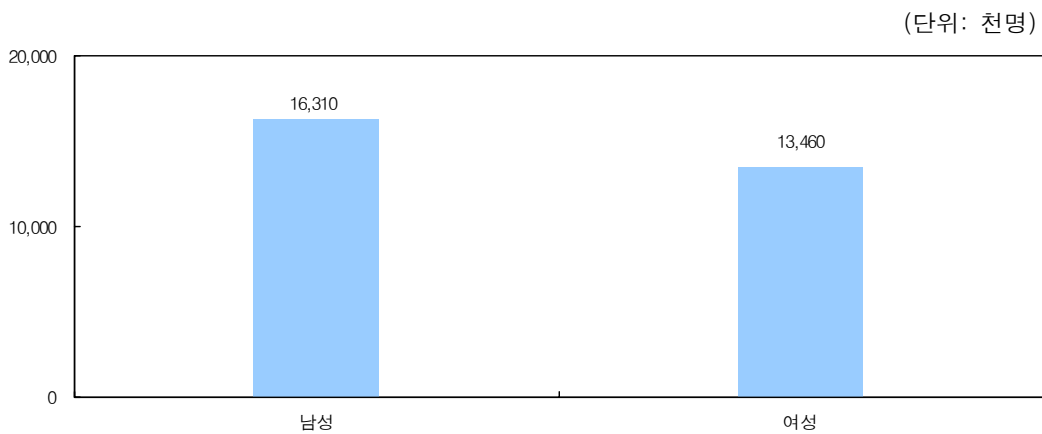
## 1. 성별 컴퓨터이용률 및 이용자수

남성의 73.1%, 여성의 60.3%가 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 이를 인구수로 환산하면 1,631만명의 남성과 1,346만명의 여성이 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 추산된다.

<그림3-4> 성별 컴퓨터이용률



<그림3-5> 성별 컴퓨터 이용자수



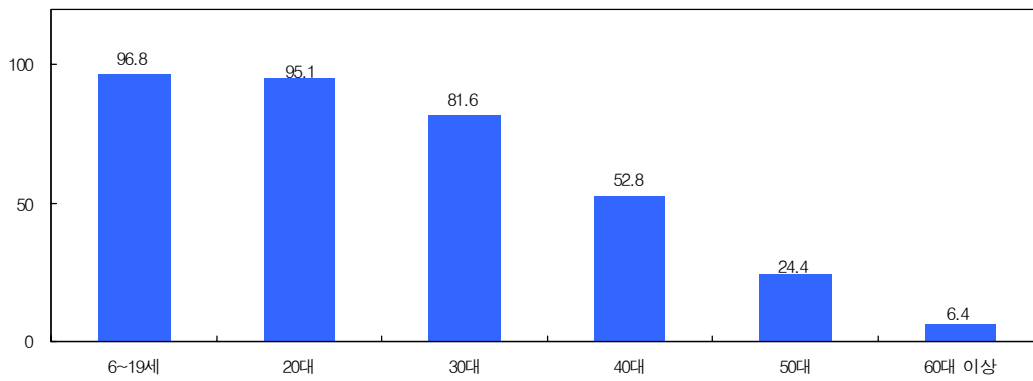
## 2. 연령별 컴퓨터이용률 및 이용자수

연령별 컴퓨터이용률은 6~19세가 96.8%로 가장 높고, 20대 95.1%, 30대 81.6%, 40대 52.8% 등의 순으로 나타났다.

이를 만 6세 이상 인구로 환산할 경우 6~19세의 청소년들은 916만명이 컴퓨터를 이용하고 있으며, 20대는 775만명, 30대와 40대는 각각 722만명과 417만명인 것으로 추정된다.

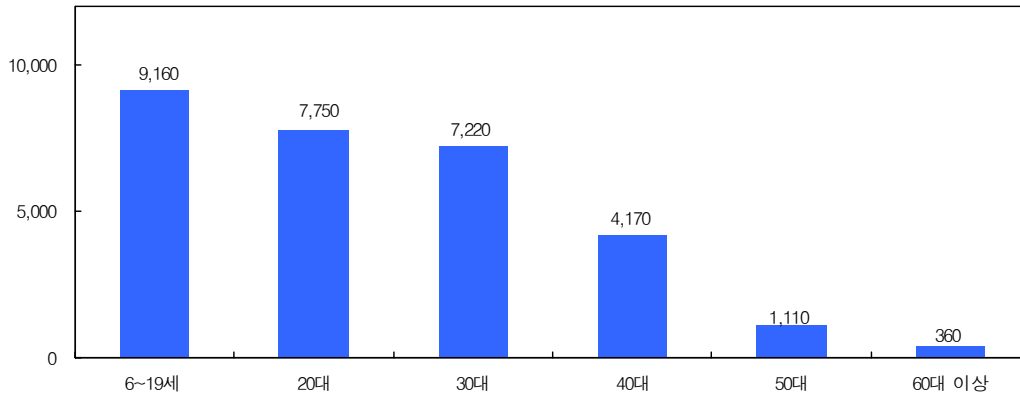
<그림3-6> 연령별 컴퓨터이용률

(단위: %)



<그림3-7> 연령별 컴퓨터 이용자수

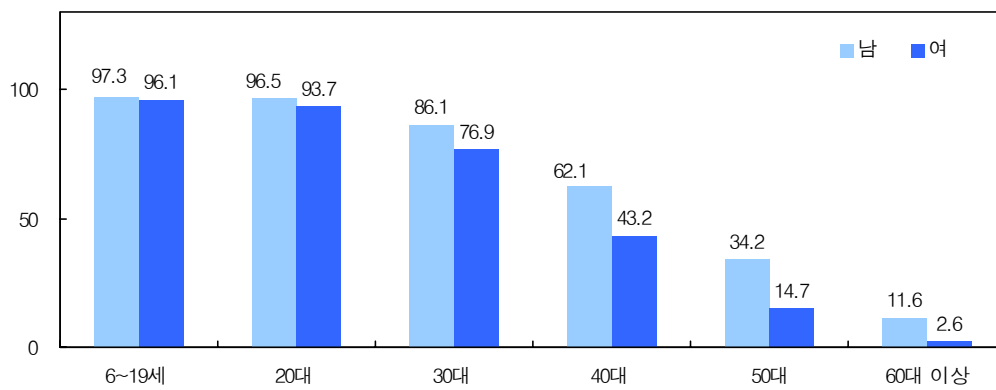
(단위: 천명)



성과 연령을 동시에 고려할 경우, 6~19세의 청소년층과 20대는 컴퓨터이용률이 남녀 모두 93% 이상으로 차이가 거의 없으나, 40대와 50대의 경우 컴퓨터이용률의 성별간 차이가 큰 것으로 나타났다(40대: 18.9%p, 50대: 19.5%p).

<그림3-8> 성·연령별 컴퓨터이용률 비교

(단위: %)



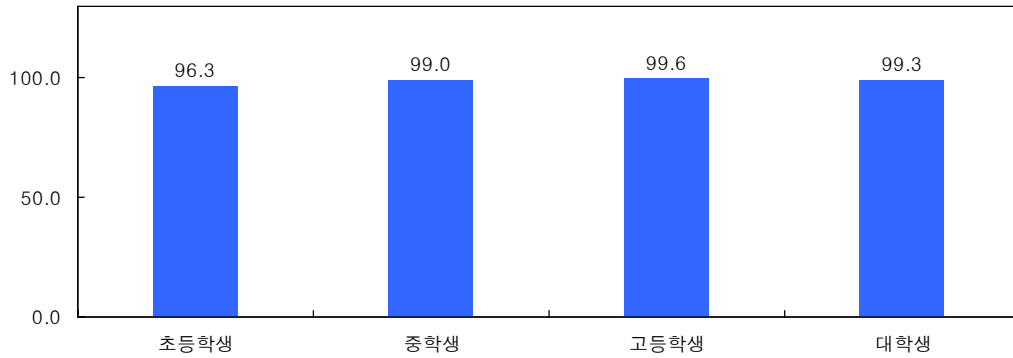
### 3. 학력별 컴퓨터이용률

중·고등학생과 대학생은 컴퓨터이용률이 99%를 넘는 수준이며, 초등학생도 96.3%가 월 1회 이상 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 나타났다.

일반인 중에는 대졸 이상의 학력자는 89.7%가 컴퓨터를 이용하고, 고졸의 컴퓨터이용률은 61.0%인 반면, 중졸의 경우 18.9%, 초졸 이하는 2.5%만이 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 조사되었다. 학생층과는 달리 일반인의 경우 학력에 따른 컴퓨터이용률의 차이가 커서, 대졸 이상과 초졸 이하간의 격차는 87.2%p였다.

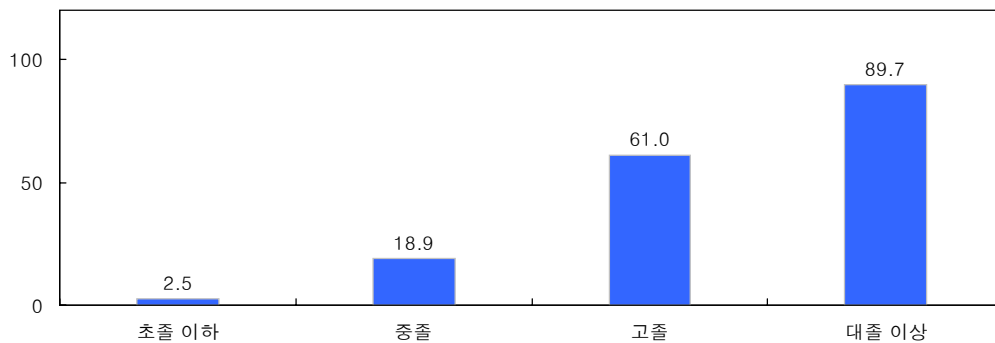
<그림3-9> 학생의 컴퓨터이용률

(단위: %)



<그림3-10> 일반인의 컴퓨터이용률

(단위: %)



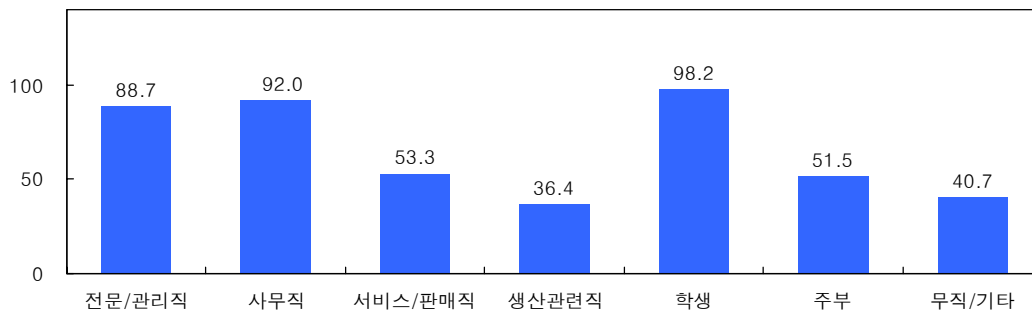
#### 4. 직업별 컴퓨터이용률

직업별로는 학생(98.2%)을 제외하면, 사무직(92.0%)과 전문/관리직(88.7%)의 컴퓨터이용률이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

한편, 생산관련직의 컴퓨터이용률은 36.4%이고 서비스/판매직은 53.3%로 사무직 및 전문/관리직과 컴퓨터이용률에 격차가 있는 것으로 조사되었으며, 주부의 경우 절반 이상(51.5%)이 컴퓨터를 이용하고 있었다.

<그림3-11> 직업별 컴퓨터이용률

(단위: %)





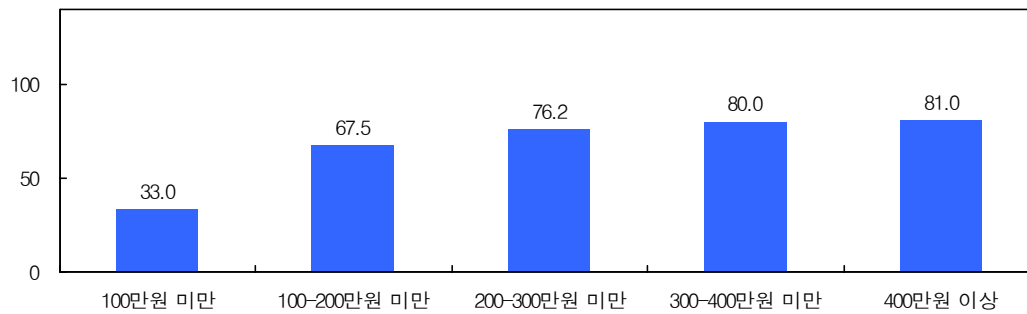
## 5. 가구소득별 컴퓨터이용률

컴퓨터이용률은 소득수준에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 400만원 이상 소득계층이 81.0%로 가장 높았고, 다음으로 300~400만원 미만 (80.0%), 200~300만원 미만(76.2%) 등의 순이었다.

한편, 100만원 미만 소득계층의 경우 컴퓨터이용률이 33.0%에 불과했다.

<그림3-12> 가구소득별 컴퓨터이용률

(단위: %)



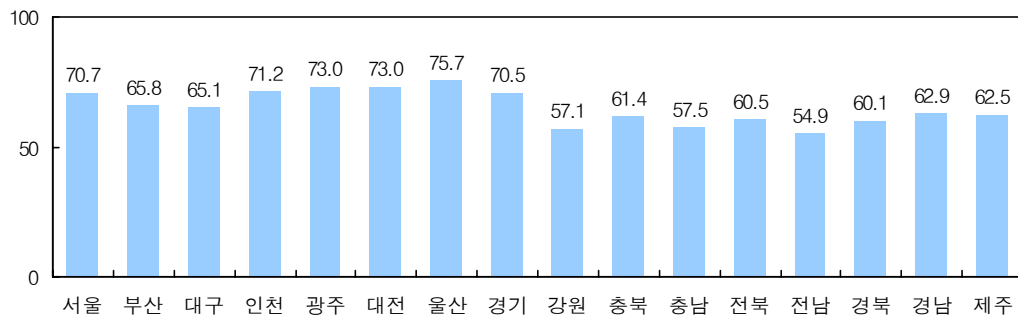
## 6. 지역·지역규모별 컴퓨터이용률 및 이용자수

지역별 컴퓨터이용률은 울산이 75.7%로 가장 높고, 다음으로는 대전과 광주가 73.0%로 나타났으며, 전남(54.9%), 강원(57.1%), 충남(57.5%) 등은 상대적으로 낮았다.

지역별 컴퓨터 이용자수는 서울이 674만명, 경기도가 638만명, 인천이 169만명으로 서울과 수도권의 컴퓨터 이용자수는 1,481만명으로 전체 컴퓨터 이용자의 49.7%를 차지하며, 다음으로 부산(231만명), 경남(181만명)의 컴퓨터 이용자수가 많은 것으로 나타났다.

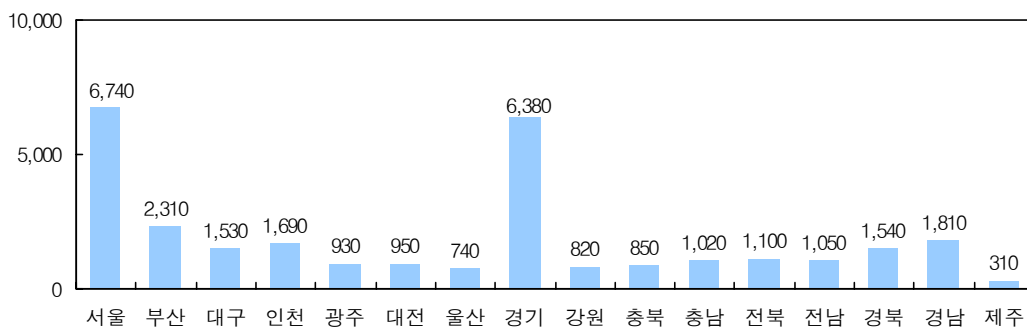
<그림3-13> 지역별 컴퓨터이용률

(단위: %)



<그림3-14> 지역별 컴퓨터 이용자수

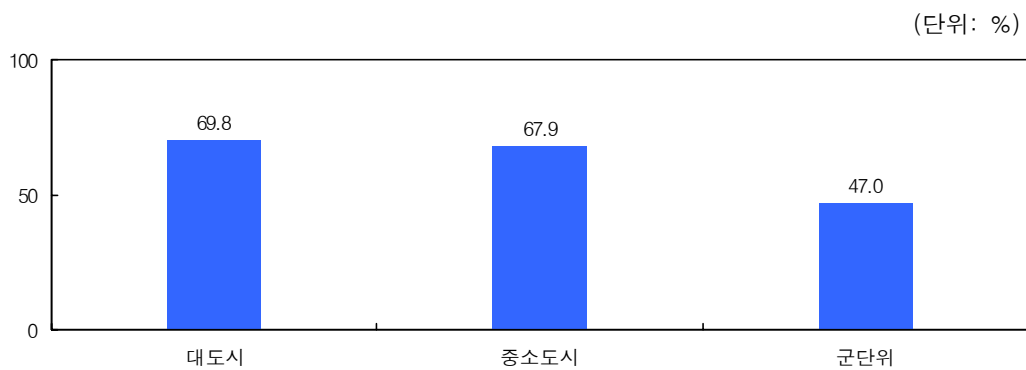
(단위: 천명)



지역규모별 컴퓨터이용률을 살펴보면, 대도시와 중소도시가 각각 69.8%와 67.9%, 군단위 지역은 47.0%가 컴퓨터를 이용하는 것으로 조사되었다.

대도시와 중소도시간의 격차는 1.9%p에 불과하나, 군단위 지역은 50%에 미달하는 수준이어서 대도시와 군단위 지역 간의 격차가 22.8%p인 것으로 나타났다.

<그림3-15> 지역규모별 컴퓨터이용률



## 제 4 장

### 정보화 환경

## 제4장 정보화 환경

### 제1절 가구 인터넷 환경

전체 가구 중 68.8%가 인터넷 접속이 가능한 환경을 갖추고 있는 것으로 나타났다. 가구소득별 인터넷가능가구의 비율은 월소득 400만원 이상이 92.7%로 가장 높았으며, 100만원 미만 가구의 경우 28.7%만이 가정에서 인터넷에 접속할 수 있었다.

지역규모별로 보면, 전체 가구 중 인터넷 환경을 구비한 가구의 비율은 대도시와 중소도시가 각각 75.4%와 68.0%인데 반해 군단위 가구의 경우는 42.7%에 불과했다.

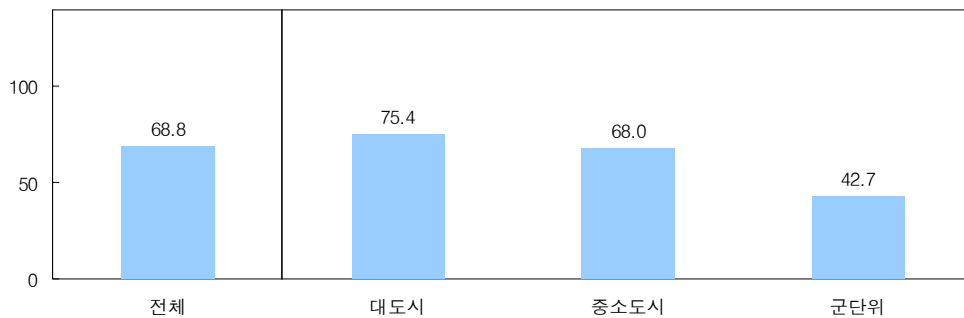
<표4-1> 소득별 인터넷 가능 가구 비율

(단위: %)

구분	인터넷 가능여부	
	인터넷 가능	인터넷 불가능
전 체	68.8	31.2
100만원 미만	28.7	71.3
100-200만원 미만	73.2	26.8
200-300만원 미만	85.1	14.9
300-400만원 미만	91.4	8.6
400만원 이상	92.7	7.3

<그림4-1> 지역규모별 인터넷 가능 가구 비율

(단위: %)



## 제2절 인터넷 이용자의 인터넷 환경

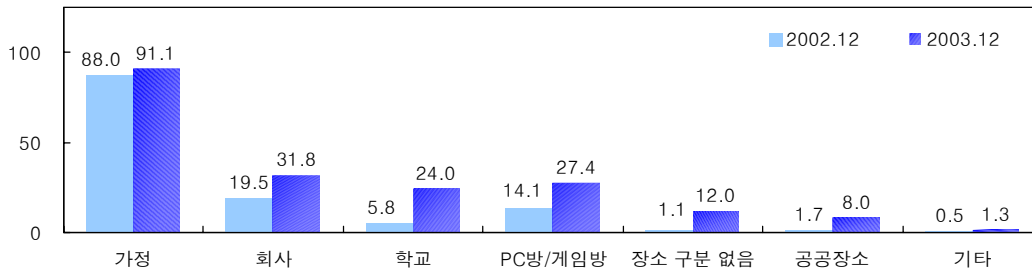
### 1. 이용장소

인터넷 이용자의 91.1%가 가정에서 인터넷을 이용하고 있고, 다음으로 회사 31.8%, PC방/게임방 27.4%, 학교 24.0% 등의 순이었다.

한편, 1순위만을 집계한 결과로도 인터넷 이용자의 75.0%가 가정에서 주로 인터넷을 이용하며, 회사에서 접속하는 비율은 18.7%, 학교와 PC방 등에 서 접속하는 비율은 각각 3.0%와 2.4%였다.

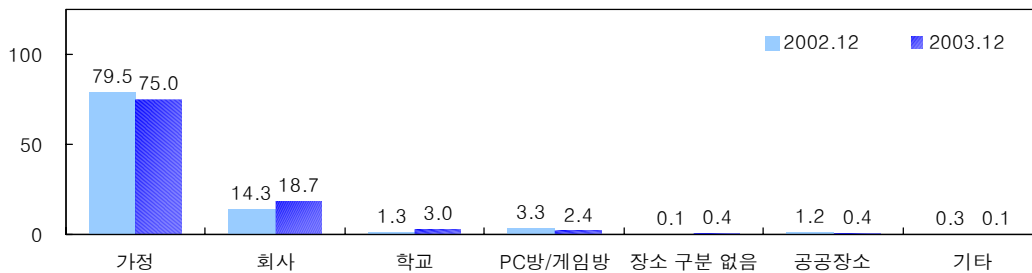
<그림4-2> 인터넷 주 이용장소(복수응답)

(단위: %)



<그림4-3> 인터넷 주 이용장소(1순위)

(단위: %)



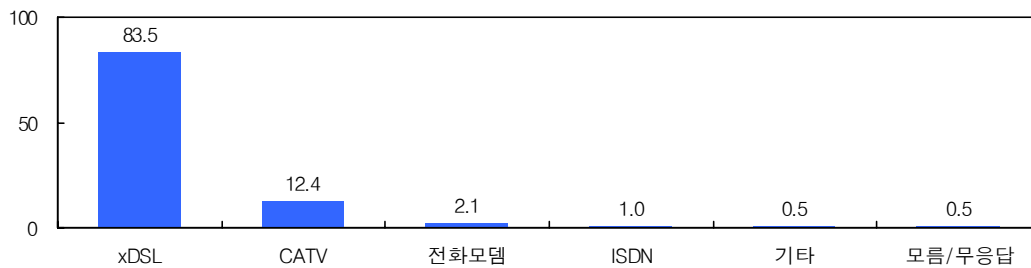
## 2. 접속방법

가정에서의 인터넷 접속방법은 ‘xDSL방식’이 83.5%로 가장 많고, ‘CATV망’(12.4%), ‘전화모뎀’(2.1%), ‘ISDN’ (1.0%) 등이었다.

군단위 지역의 경우 인터넷 가능 가구 중 88.2%가 인터넷에 접속할 때 ‘xDSL방식’을 이용하며 중소도시에서는 83.3%, 대도시는 83.1%의 가구가 ‘xDSL방식’을 통해 인터넷에 접속하고 있는 것으로 나타났다.

<그림4-4> 가구 인터넷 접속방법

(단위: %)



<표4-2> 지역규모별 가구의 인터넷 접속방법

(단위: %)

구분	xDSL	CATV	전화모뎀	ISDN	기타	모름/무응답
전체	83.5	12.4	2.1	1.0	0.5	0.5
대도시	83.1	13.6	2.1	0.8	0.2	0.2
중소도시	83.3	12.0	1.6	1.1	1.0	0.9
군단위	88.2	5.1	4.6	0.7	0.0	1.3

### 제3절 인터넷 이용비용

#### 1. 가구당 월평균 인터넷 이용비용

인터넷 가능 가구의 76.6%는 월평균 3~5만원 미만의 금액을 가정내 인터넷 이용비용으로 지출하고 있으며, 17.2%는 2~3만원 미만을 지출하고 있다.

인터넷 가능 가구의 월평균 인터넷 이용비용은 약 32,100원이며, 전체 가구를 기준으로 할 경우에는 월평균 22,100원을 지출하는 것으로 나타났다. 지역규모별로는 대도시가 전체가구 기준으로 월평균 24,800원을 지출하여 중소도시나 군단위 지역보다 인터넷 이용비용을 더 많이 지출하는 것으로 나타났다.

<표4-3> 지역규모별 가구당 월평균 인터넷 이용비용

(단위: %, 천원)

	비용 부담 없음	1만원 미만	1-2만원 미만	2-3만원 미만	3-5만원 미만	5만원 이상	무응답	전체가구 평균 (천원)	인터넷 가능가구 평균 (천원)
전 체	0.3	0.4	1.9	17.2	76.6	2.9	0.6	22.1	32.1
대도시	0.0	0.4	2.4	14.8	78.0	3.7	0.5	24.8	32.8
중소도시	0.7	0.3	1.1	21.4	73.7	2.1	0.7	21.0	30.9
군단위	0.2	0.6	2.0	10.2	84.4	2.2	0.3	14.2	33.2



## 2. 개인지출 인터넷 이용비용

가정이 아닌 곳에서 인터넷을 이용하기 위해 비용을 지출하는 인터넷 이용자는 35.7%이며, 이를 위해 개인적으로 지출하는 비용은 월평균 약 4,200원인 것으로 나타났다.

성별로 보면 남성이 인터넷 이용을 위해 개인적으로 지불하는 월평균 비용은 5,500원으로 여성보다 2,900원 많았고, 연령별로는 20대가 가장 많은 7,900원을 지출하고 있으며, 지역별로는 대도시가 4,700원으로 중소도시나 군지역에 비해 더 많이 지출하는 것으로 나타났다.

<표4-4> 성·연령·지역규모별 개인지출 월평균 인터넷 이용비용

(단위: %, 천원)

	없음/ 무료	1만원 미만	1-2만원 미만	2-3만원 미만	3-5만원 미만	5만원 이상	무응답	이용자 평균 (천원)
<b>전 체</b>	<b>64.3</b>	<b>16.7</b>	<b>6.3</b>	<b>2.5</b>	<b>4.5</b>	<b>1.5</b>	<b>4.1</b>	<b>4.2</b>
성별								
남자	58.5	17.8	8.5	3.6	5.6	2.1	4.0	5.5
여자	71.5	15.5	3.7	1.3	3.1	0.8	4.1	2.6
연령								
6-19세	52.8	31.8	5.5	2.1	3.7	0.6	3.5	3.6
20대	48.9	17.2	13.5	5.1	8.1	3.4	3.8	7.9
30대	78.3	7.8	3.3	1.8	2.8	1.2	4.8	2.8
40대	85.4	3.6	1.7	0.6	3.4	0.8	4.5	2.1
50대	91.9	1.1	0.3	0.0	1.6	0.2	4.8	0.7
60대 이상	93.7	2.5	0.6	0.3	0.0	1.1	1.7	0.8
지역 규모								
대도시	63.7	17.3	6.5	2.5	5.2	1.8	3.0	4.7
중소도시	64.7	15.9	6.2	2.6	3.8	1.3	5.4	3.8
군단위	66.5	17.8	6.1	2.0	3.4	0.8	3.4	3.2

**제 5 장**  
**컴퓨터 및 인터넷 이용행태**

## 제5장 컴퓨터 및 인터넷 이용행태

### 제 1절 컴퓨터 이용행태

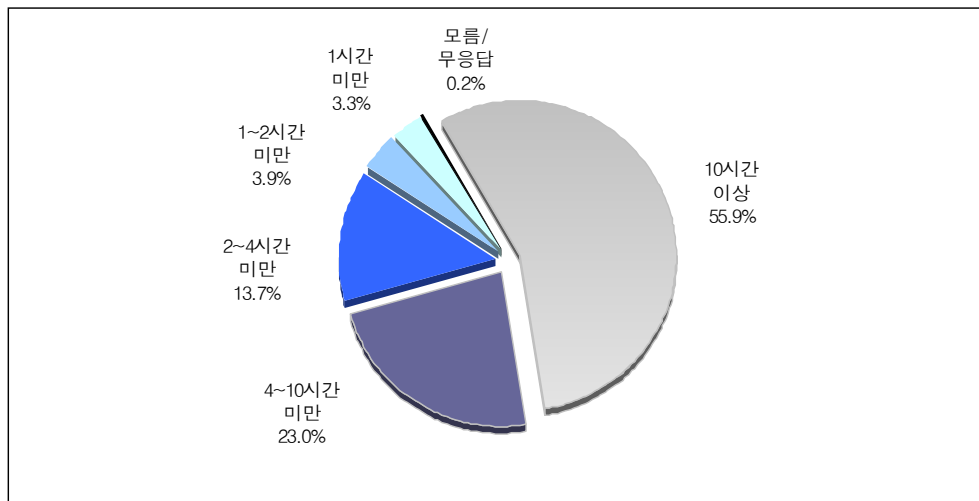
#### 1. 컴퓨터 이용시간

컴퓨터 이용자의 주당 평균 컴퓨터 이용시간은 16시간 12분(16.2시간)이며, 1주일에 10시간 이상 이용자는 55.9%이고, 4~10시간 미만 이용자는 23.0%, 2~4시간 미만 이용자가 13.7%였다.

여성(13.3시간)보다는 남성(18.5시간)이 컴퓨터를 장시간 이용하고 있으며, 연령별로는 20대가 가장 많은 시간(21.7시간)동안 컴퓨터를 이용하고 있었다.

직업별로는 전문/관리직과 사무직 종사자들이 주당 평균 25.8시간과 23.7시간 컴퓨터를 사용하고 있으며, 주부의 주당 평균 컴퓨터 이용시간은 가장 적은 9.3시간이었다.

<그림5-1> 주당 평균 컴퓨터 이용시간



<표5-1> 성·연령·직업별 주당 평균 컴퓨터 이용시간

(단위: %, 시간)

		1시간 미만	1-2시간 미만	2-4시간 미만	4-10시간 미만	10시간 이상	무응답	평균 (시간)
<b>전 체</b>		<b>3.3</b>	<b>3.9</b>	<b>13.7</b>	<b>23.0</b>	<b>55.9</b>	<b>0.2</b>	<b>16.2</b>
성별	남자	2.6	2.9	10.2	20.7	63.4	0.2	18.5
	여자	4.1	5.0	18.0	25.8	46.9	0.3	13.3
연령	6-19세	1.1	2.4	13.7	30.0	52.5	0.3	12.7
	20대	1.5	2.1	8.3	16.2	71.6	0.3	21.7
	30대	4.8	5.1	15.3	20.6	54.1	0.1	17.5
	40대	6.8	7.0	19.3	24.2	42.3	0.4	13.1
	50대	10.2	7.1	16.6	24.1	41.5	0.4	11.0
	60대 이상	4.6	7.5	23.6	20.8	43.4	0.0	11.0
	직업	전문/관리직	1.5	1.9	9.1	19.2	68.2	0.1
	사무직	1.8	1.5	7.0	13.5	76.0	0.2	25.8
	서비스/판매직	6.8	6.9	19.1	23.9	43.0	0.4	13.2
	생산관련직	8.4	8.3	16.5	24.2	42.4	0.2	12.0
	학생	0.8	1.8	11.4	26.5	59.2	0.2	14.5
	주부	6.9	7.8	23.8	26.9	34.2	0.3	9.3
	무직/기타	3.3	4.7	14.5	18.9	58.5	0.1	17.8

## 2. 컴퓨터 이용목적

컴퓨터를 이용하는 목적은 'PC통신과 인터넷'을 이용하려는 경우가 76.5%로 가장 많고, '게임/오락'을 위한 경우는 59.0%인 것으로 나타났다.

6~19세는 '게임/오락'이 82.0%로 가장 많고, 'PC통신과 인터넷'(70.3%), '교육(학습)관련'(48.4%) 등의 순이며, 다른 연령층은 주로 'PC통신과 인터넷', '게임/오락' 외에 '정보자료관리' 등을 위해 컴퓨터를 이용하고 있었다.

직업별로는 'PC통신과 인터넷' 다음으로 전문/관리직(60.5%)과 사무직(61.8%)은 '정보자료관리'를 위해 컴퓨터를 이용하고 있으나, 서비스/판매직(59.1%)과 생산관련직(61.0%)은 '게임/오락' 때문에 컴퓨터를 이용하고 있는 것으로 조사되었다.

<표5-2> 성·연령·직업별 컴퓨터 이용목적(복수응답)

(단위: %)

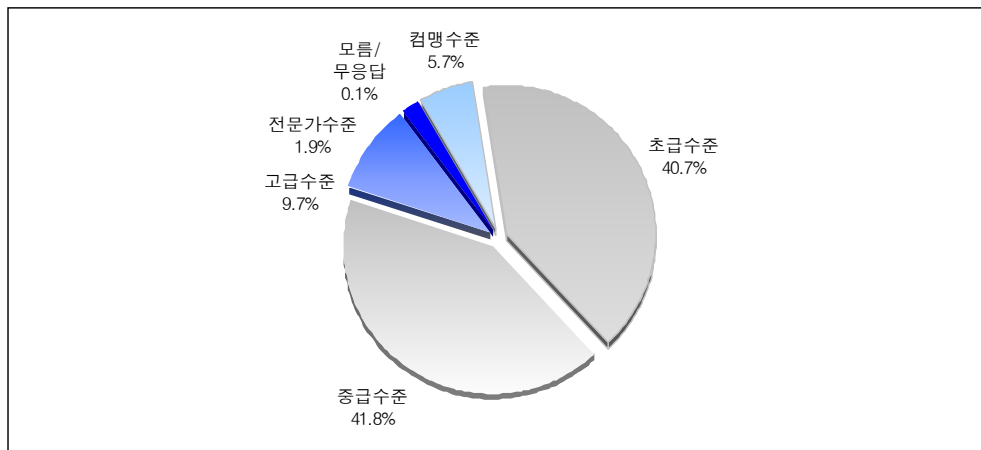
	PC 통신 인터넷	게임/ 오락	정보 자료 관리	교육 (학습) 관련	업무 수행	자판 연습	그래픽, 프로그램 개발	기타	무응답
<b>전 체</b>	<b>76.5</b>	<b>59.0</b>	<b>41.0</b>	<b>31.0</b>	<b>25.3</b>	<b>12.1</b>	<b>4.5</b>	<b>1.2</b>	<b>0.1</b>
성별									
남자	74.3	63.1	42.6	24.5	31.2	10.2	5.8	1.1	0.1
여자	79.1	54.0	39.1	38.9	18.2	14.3	3.0	1.4	0.2
연령									
6~19세	70.3	82.0	22.8	48.4	5.5	18.8	2.3	0.9	0.1
20대	86.3	55.8	49.0	25.3	32.0	4.5	7.4	0.5	0.1
30대	77.4	45.9	51.4	26.4	35.8	8.8	5.4	1.7	0.2
40대	72.9	42.1	49.1	18.6	36.0	14.6	3.7	1.6	0.2
50대	71.8	43.8	40.4	10.5	33.1	15.7	1.6	4.7	0.1
60대 이상	58.7	44.1	34.6	11.7	26.7	26.5	1.7	3.4	0.3
직업									
전문/관리직	77.5	30.2	60.5	26.6	55.0	4.1	13.8	1.2	0.1
사무직	80.2	40.0	61.8	11.2	62.6	4.8	6.5	0.8	0.0
서비스/판매직	77.0	59.1	43.2	13.1	30.2	12.1	2.5	1.2	0.3
생산관련직	69.5	61.0	38.2	8.6	25.1	11.7	3.4	1.8	0.3
학생	75.4	77.0	28.9	47.9	10.4	15.1	3.5	0.7	0.1
주부	79.5	46.6	40.6	40.3	8.4	16.2	1.3	2.5	0.2
무직/기타	74.2	64.5	37.7	18.8	17.4	13.3	4.8	1.6	0.2

### 3. 컴퓨터 이용능력

컴퓨터를 이용할 수 있다고 응답한 사람들이 자신의 컴퓨터 이용수준을 주관적으로 평가한 문항에서 초급수준과 중급수준으로 응답한 사람이 각각 40.7%와 41.8%로 가장 많았고, 고급수준이 9.7%, 컴맹수준은 5.7%이었다.

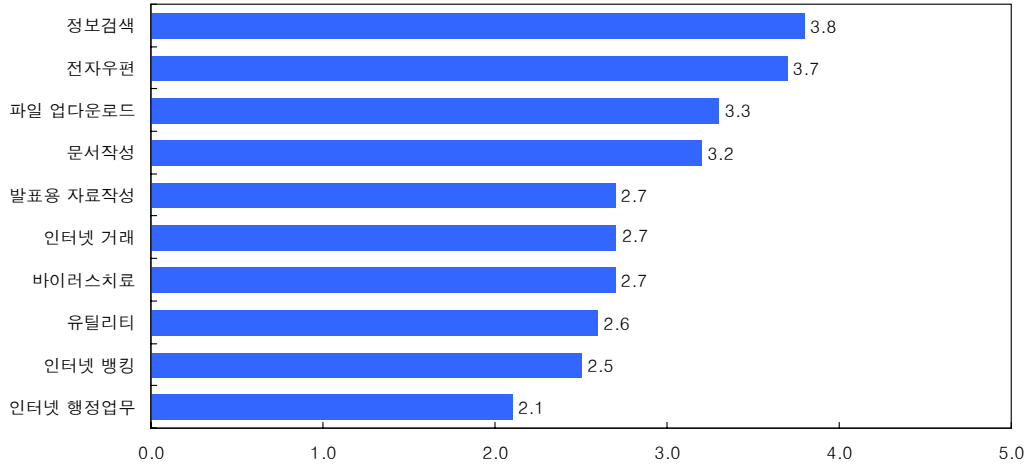
한편, 컴퓨터 이용능력과 관련된 10개 영역에서 자신의 수준을 가장 높게 평가한 영역은 '정보검색'으로 5점 만점에 3.8점이고, 가장 미숙하다고 평가한 영역은 '인터넷 행정업무'로 평균 2.1점이었다.

<그림5-2> 컴퓨터 이용능력



<그림5-3> 컴퓨터 이용능력(세부항목별)

(단위: 점)



<표5-3> 컴퓨터 이용능력(세부항목별)

(단위: %)

	전혀 이용 못함	이용 못하는 편	보통	어느정도 이용	매우 잘 이용	무응답
문서작성	11.9	13.6	28.9	30.7	14.9	0.1
발표용 자료작성	23.6	21.5	23.8	21.3	9.7	0.1
유틸리티	26.8	23.4	22.7	17.6	9.2	0.3
바이러스 치료	26.6	20.7	23.2	18.7	10.6	0.2
정보검색	4.3	4.3	23.9	37.4	29.9	0.1
전자우편	9.1	7.6	20.4	31.0	31.7	0.1
파일 업다운로드	15.0	12.6	21.0	28.1	23.2	0.2
인터넷 बैं킹	32.9	21.3	20.2	15.6	9.8	0.2
인터넷 거래	28.2	16.9	22.9	20.5	11.3	0.2
인터넷 행정업무	40.7	25.9	18.1	10.2	5.0	0.2

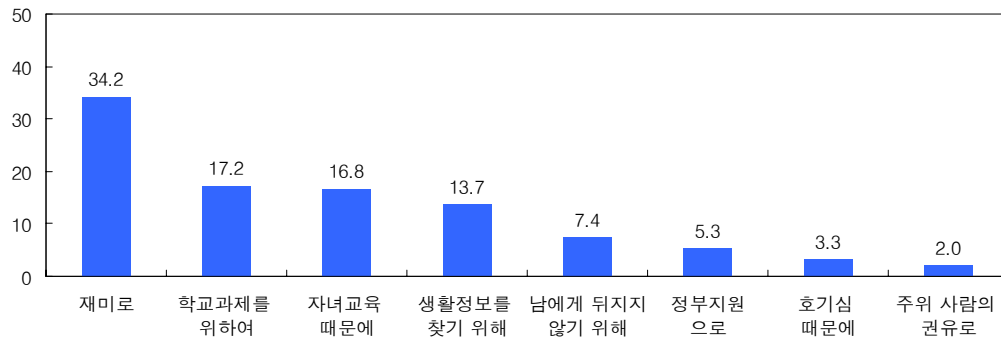
## 제2절 인터넷 이용행태

### 1. 인터넷 이용계기

인터넷을 시작한 지 3개월 미만의 신규 이용자 중 34.2%는 인터넷을 ‘재미로’ 시작하게 되었다고 응답하였고, 다음으로 ‘학교과제를 위하여’ 이용하게 되었다는 응답자는 17.2%, ‘자녀교육 때문에’는 16.8% 등의 순이었다.

<그림5-4> 3개월 미만 신규 이용자의 인터넷 이용계기

(단위: %)





## 2. 인터넷 이용기간

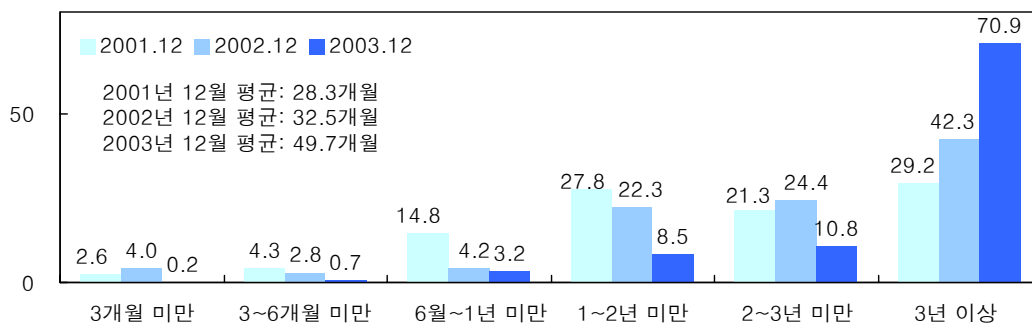
인터넷 이용이 보편화됨에 따라 이용기간도 증가하여 평균 인터넷 이용기간은 2002년 12월 대비 17.2개월 증가한 49.7개월인 것으로 나타났다.

이에 따라 3년 이상 이용자 비율이 꾸준히 증가하여 2002년 12월에 비해 28.6%p 증가한 70.9%에 달하고 있다. 이에 반해 6개월 미만 이용자는 0.9%로 인터넷을 이용하기 시작하는 인구 비율이 점차 감소됨을 알 수 있다.

남성(52.0개월)이 여성(46.8개월)에 비해 장기간 인터넷을 이용하고 있으며, 연령별로는 20대(57.4개월)가 상대적으로 오랜 기간 인터넷을 이용하고 있었다.

<그림5-5> 인터넷 이용기간

(단위: %)



<표5-4> 성·연령별 인터넷 이용기간

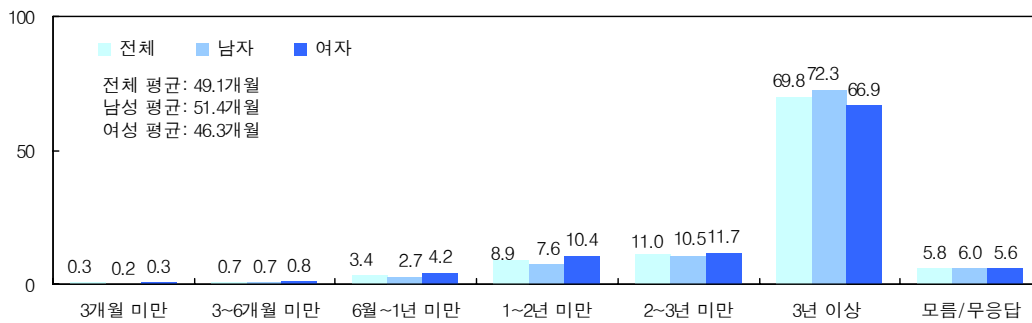
(단위: %)

	3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2~3년 미만	3년 이상	모름/무응답	평균 (개월)
전 체	0.2	0.7	3.2	8.5	10.8	70.9	5.7	49.7
성별								
남자	0.2	0.6	2.5	7.3	10.2	73.2	5.9	52.0
여자	0.2	0.7	4.0	10.0	11.5	68.0	5.5	46.8
연령								
6~19세	0.2	0.7	4.3	12.2	15.5	62.2	4.9	41.7
20대	0.1	0.3	1.2	3.2	4.7	83.8	6.8	57.4
30대	0.4	0.7	3.1	7.6	11.0	71.2	5.9	52.2
40대	0.1	1.1	3.5	9.6	10.6	70.0	5.1	50.1
50대	0.1	1.2	6.8	15.1	13.6	56.4	6.9	45.3
60대 이상	1.2	1.8	7.5	20.4	13.3	51.8	4.0	38.4

한편 인터넷을 한번이라도 이용한 경험이 있는 경험자를 기준으로 분석할 경우 평균 이용기간은 49.1개월이며, 3년 이상 이용한 경험자 비율은 남성(72.3%)이 여성(66.9%)에 비해 5.4%p 더 높다.

<그림5-6> 인터넷경험자의 성·연령별 인터넷 이용기간

(단위: %)

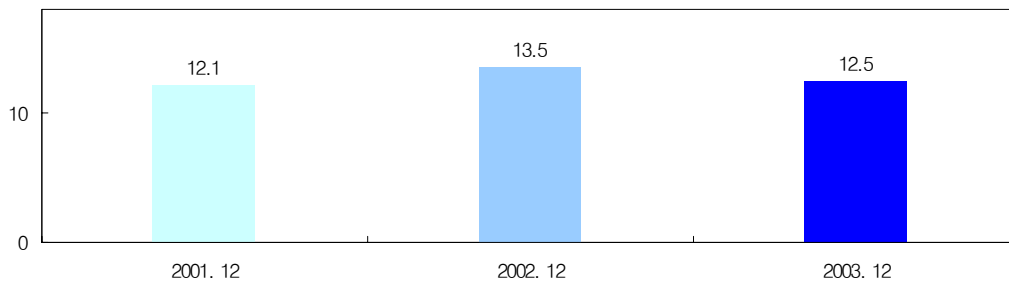


### 3. 인터넷 이용시간

인터넷 이용자의 주당 평균 인터넷 이용시간은 12.5시간이었으며, 10시간 이상 이용자의 비율은 46.9%에 달했다.

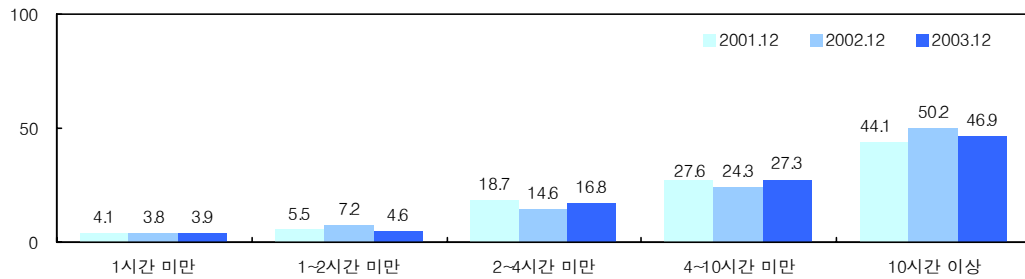
<그림5-7> 주당 평균 인터넷 이용시간 변화추이

(단위: 시간)



<그림5-8> 주당 평균 인터넷 이용시간

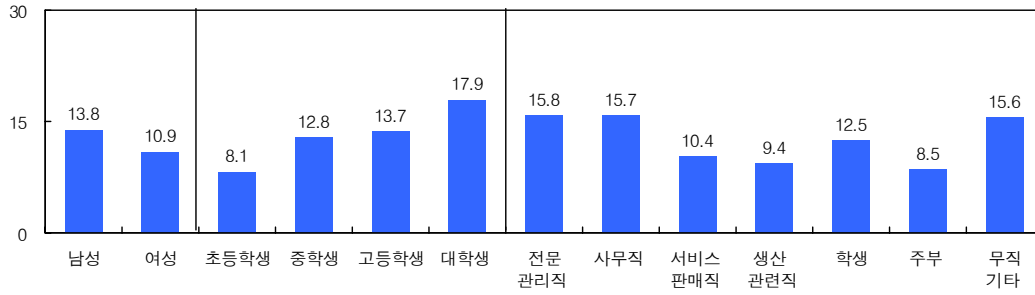
(단위: %)



남성이 여성에 비해 약 2.9시간 정도 인터넷을 많이 이용하고 있었으며, 학생 중에는 대학생의 인터넷 이용시간이 17.9시간으로 가장 장시간이었고, 직업별로는 전문/관리직 15.8시간, 사무직 15.7시간 등이었다.

<그림5-9> 성·직업별 주당 평균 인터넷 이용시간

(단위: 시간)



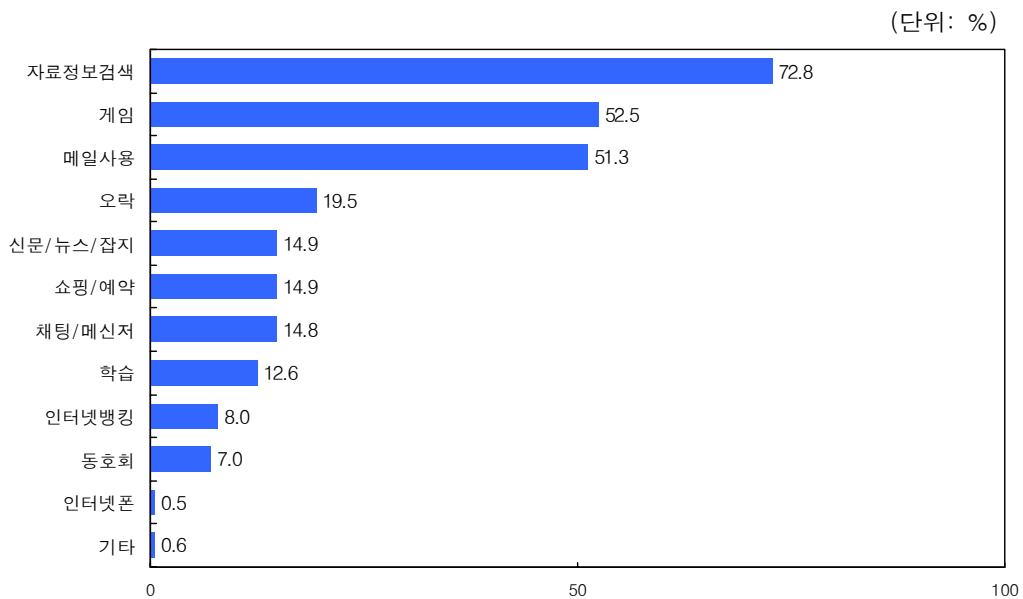
#### 4. 인터넷 이용목적

인터넷 이용자의 인터넷 주 이용목적은 ‘자료정보검색’(72.8%)이며, 다음으로 ‘게임’(52.5%), ‘메일사용’(51.3%) 등의 순으로 나타났다.

성별로 보면 ‘쇼핑/예약’을 위해 여성의 23.0%가 인터넷을 이용하는 반면, 남성은 8.2%만이 이용하였다.

연령별로는 6~19세 청소년들은 ‘게임’을 하기 위해 인터넷을 이용하는 경우가 가장 많으며(76.8%), 다음으로 ‘자료정보검색(57.7%)’, ‘메일사용’(47.2%)의 순이었고, 타 연령층에서는 ‘자료정보검색’과, ‘메일사용’ ‘게임’ 등의 순으로 나타났다.

<그림5-10> 인터넷 이용목적(복수응답)



<표5-5> 성·연령별 인터넷 이용목적(복수응답)

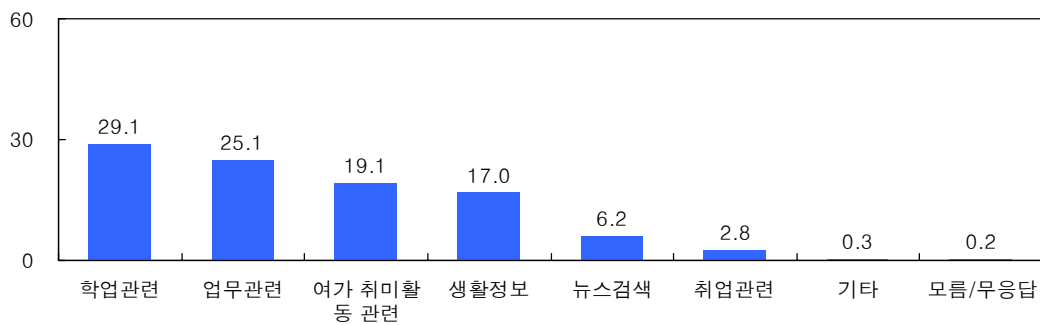
(단위: %)

	자료 정보 검색	메일 사용	쇼핑/ 예약	채팅/ 메신저	게임	인터넷 폰	인터넷 뱅킹	학습	오락	동호회	신문/ 뉴스/ 잡지	기타
전 체	72.8	51.3	14.9	14.8	52.5	0.5	8.0	12.6	19.5	7.0	14.9	0.6
성별												
남자	74.2	48.2	8.2	13.6	60.1	0.5	7.9	10.3	19.2	7.2	18.2	0.7
여자	71.0	55.1	23.0	16.2	43.4	0.4	8.1	15.3	19.8	6.8	10.9	0.6
연령												
6-19세	57.7	47.2	4.6	24.7	76.8	0.6	0.3	21.0	25.0	5.7	2.1	0.4
20대	80.1	61.4	20.0	18.2	45.7	0.5	8.0	8.2	20.2	9.9	12.0	0.2
30대	80.2	50.5	22.9	6.0	39.4	0.3	13.2	10.9	17.1	6.8	23.2	0.9
40대	79.0	45.7	15.3	5.8	38.9	0.6	13.6	7.6	12.2	6.2	28.2	0.8
50대	75.1	43.8	11.1	2.4	41.0	0.2	14.3	5.5	12.4	3.8	31.1	2.7
60대 이상	68.6	39.0	5.8	2.5	39.6	0.7	13.9	4.0	20.5	2.4	37.1	2.5

인터넷 이용목적에서 가장 많은 비중을 차지한 ‘자료정보검색’의 구체적인 내용을 살펴보면, ‘학업관련’ 자료정보검색이 29.1%로 가장 많으며, 다음으로는 ‘업무관련’이 25.1%, ‘여가/취미활동 관련’이 19.1%, ‘생활정보를 얻기 위해’가 17.0%인 것으로 나타났다.

<그림5-11> 주요 자료정보검색 항목

(단위: %)



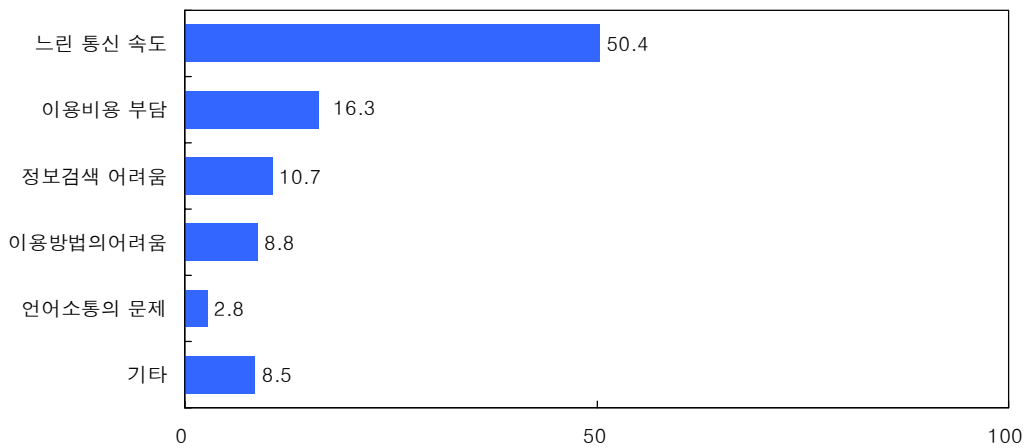
## 5. 인터넷 이용 시 불편한 점

인터넷 이용자들은 인터넷을 이용할 때 불편한 점으로 ‘느린 통신 속도’(50.4%)를 가장 많이 지적했으며, 다음으로는 ‘이용비용 부담’(16.3%), ‘정보검색의 어려움’(10.7%), ‘이용방법의 어려움’(8.8%) 등이었다.

직업별로는 ‘느린 통신 속도’에 대한 불만은 학생(57.9%)과 사무직(52.3%)에서 가장 많고, 주부는 ‘이용비용 부담’(24.8%)을 지적한 경우가 상대적으로 많았다.

<그림5-12> 인터넷 이용 시 불편한 점

(단위: %)



<표5-6> 직업별 인터넷 이용 시 불편한 점

(단위: %)

	느린 통신속도	이용비용 부담	이용방법 어려움	정보검색 어려움	언어소통 문제	기타	모름/무응답
<b>전 체</b>	<b>50.4</b>	<b>16.3</b>	<b>8.8</b>	<b>10.7</b>	<b>2.8</b>	<b>8.5</b>	<b>2.5</b>
전문/관리직	50.1	18.3	7.0	11.1	2.5	8.3	2.6
사무직	52.3	16.9	5.1	13.5	2.2	8.0	2.1
서비스/판매직	45.8	19.1	13.0	8.4	3.4	7.7	2.6
생산관련직	45.1	17.9	13.4	10.4	3.3	6.8	3.2
학생	57.9	10.8	6.4	10.0	2.7	9.4	2.7
주부	37.8	24.8	13.1	11.3	2.9	8.0	2.1
무직/기타	45.0	18.3	11.9	9.6	3.3	9.0	2.7

**제 6 장**  
**생활 속의 인터넷**



## 제6장 생활 속의 인터넷

### 제1절 인터넷 이용에 따른 일상생활 변화

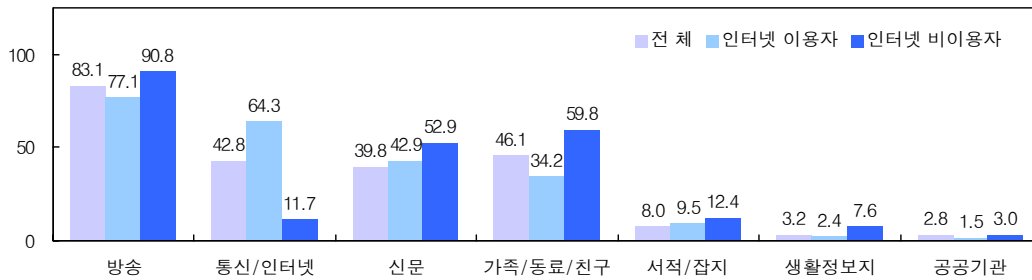
#### 1. 인터넷 이용에 따른 정보입수 경로 비교

우리나라 국민들은 주로 ‘방송’(83.1%), ‘가족/동료/친구’(46.1%), ‘PC통신/인터넷’(42.8%) 등을 통해 필요한 정보를 입수하는 것으로 나타났다.

인터넷 이용자들은 필요한 정보를 주로 ‘방송’(77.1%), ‘PC통신/인터넷’(64.3%), ‘신문’(42.9%) 등의 매체에서 얻는 반면, 인터넷 비이용자는 ‘방송’(90.8%), ‘가족/동료/친구’(59.8%), ‘신문’(52.9%) 등을 통해 입수하고 있었다.

<그림6-1> 인터넷 이용에 따른 정보입수 경로(복수응답)

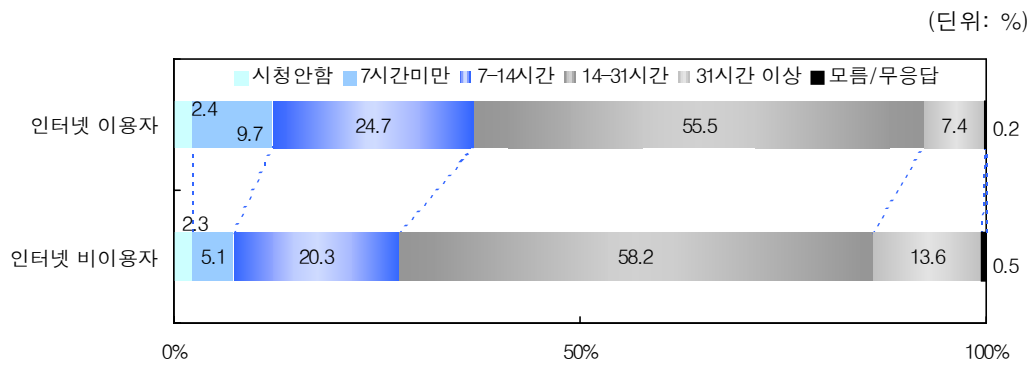
(단위: %)



## 2. 인터넷 이용에 따른 TV 시청시간 비교

인터넷 이용자의 주당 평균 TV 시청시간은 인터넷 비이용자에 비해 2시간 54분 짧은 것으로 나타났다(인터넷 이용자: 15시간 24분, 인터넷 비이용자: 18시간 18분).

<그림6-2> 인터넷 이용에 따른 TV 시청시간



성별로 비교할 경우, 여성이 남성보다 장시간 시청하고 있으며(인터넷 이용자: 3시간, 인터넷 비이용자: 5시간 42분), 연령별로는 60대 이상의 노년층, 직업별로는 주부의 TV 시청시간이 다른 계층에 비해 장시간이었다.

<표6-1> 인터넷 이용에 따른 주당 평균 TV 시청시간

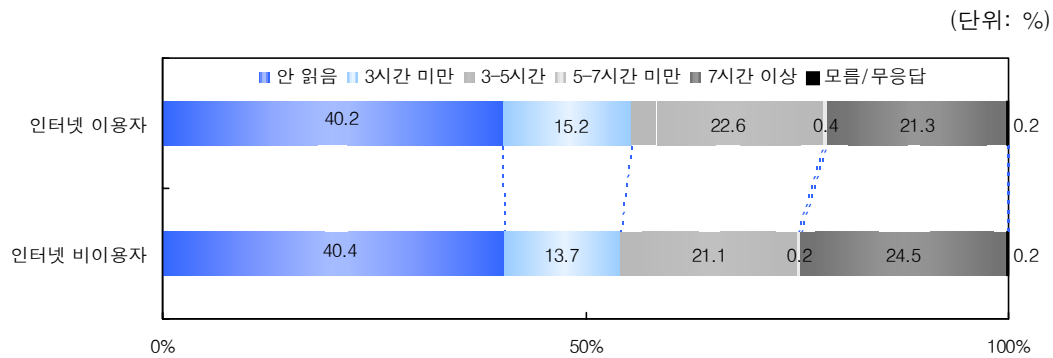
(단위: 시간)

구분	전체	인터넷 이용자	인터넷 비이용자
<b>전체</b>	<b>17.5</b>	<b>15.4</b>	<b>18.3</b>
성별			
남자	15.8	14.0	15.1
여자	19.2	17.0	20.8
연령			
6-19세	14.8	14.7	14.9
20대	15.9	15.4	23.3
30대	16.7	16.1	18.1
40대	16.6	14.8	16.5
50대	20.2	15.4	18.2
60대 이상	24.8	22.0	24.7
직업			
전문/관리직	12.9	12.5	12.9
사무직	13.6	13.4	12.0
서비스/판매직	17.6	15.2	16.7
생산관련직	17.4	14.7	14.7
학생	14.4	14.4	15.7
주부	22.5	21.0	23.8
무직/기타	22.4	17.4	19.5

### 3. 인터넷 이용에 따른 종이신문 읽는 시간<sup>6)</sup> 비교

신문 읽는 사람의 비율은 인터넷 이용자의 경우 59.8%이고 비이용자는 59.6%이며, 신문 읽는 시간은 인터넷 비이용자가 주당 평균 18분 정도 긴 것으로 나타났다(인터넷 이용자: 2.8시간, 인터넷 비이용자: 3.1시간).

<그림6-3> 인터넷 이용에 따른 종이신문 읽는 시간



인터넷 이용 여부에 관계없이 여성에 비해 남성이 일주일 평균 1시간 18분 이상 신문 보는 시간이 긴 것으로 나타났으며, 연령별로는 40대가, 직업별로는 전문/관리직의 신문 읽는 시간이 길었다.

6) 인터넷으로 신문을 보는 시간은 제외

<표6-2> 인터넷 이용에 따른 주당 평균 종이신문 읽는 시간

(단위: 시간)

구분	전체	인터넷 이용자	인터넷 비이용자
<b>전체</b>	<b>2.5</b>	<b>2.8</b>	<b>3.1</b>
성별			
남자	3.2	3.3	4.1
여자	1.9	2.3	2.3
연령			
6-19세	0.9	0.9	0.2
20대	2.6	2.6	2.1
30대	3.5	3.8	2.6
40대	3.9	5.0	3.9
50대	3.0	5.2	4.4
60대 이상	1.6	6.3	6.6
직업			
전문/관리직	4.6	4.5	5.2
사무직	4.4	4.5	4.2
서비스/판매직	3.6	4.0	4.1
생산관련직	2.3	3.5	2.9
학생	1.3	1.3	0.4
주부	2.3	3.0	2.6
무직/기타	2.1	2.8	3.6

#### 4. 정보화의 영향에 대한 의견

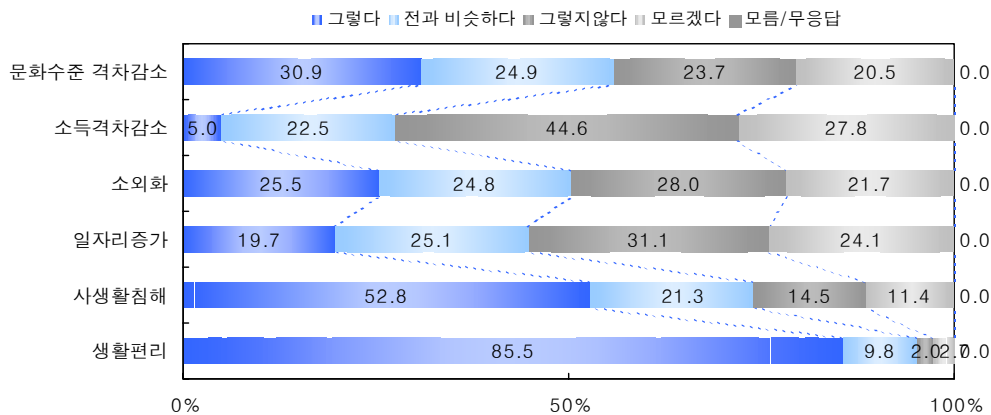
정보화사회로의 이행이 생활에 미치는 영향에 대해 ‘생활이 편리해졌다’(85.5%)는 긍정적인 평가와 ‘사생활의 침해가 우려된다’(52.8%)는 부정적인 인식이 공존하는 것으로 조사되었다.

정보화가 진행됨에 따라 ‘소득격차가 감소되었다’는 항목에 대해서는 그렇지 않다는 평가가 44.6%인 반면, 그렇다는 평가는 5.0%였고, ‘일자리가 증가하였다’라는 항목에 대해서도 부정적 평가가 31.1%인 반면, 긍정적 평가는 19.7%에 불과해, 경제적 측면에 대해서는 긍정적 평가보다는 부정적 평가가 더 높다.

‘문화수준 격차감소’는 그렇다(30.9%)는 응답이 더 많았고, ‘소외화나 비인간화’는 그렇지 않다(28.0%)는 응답이 더 많은 것으로 나타났다.

<그림6-4> 정보화 영향

(단위: %)

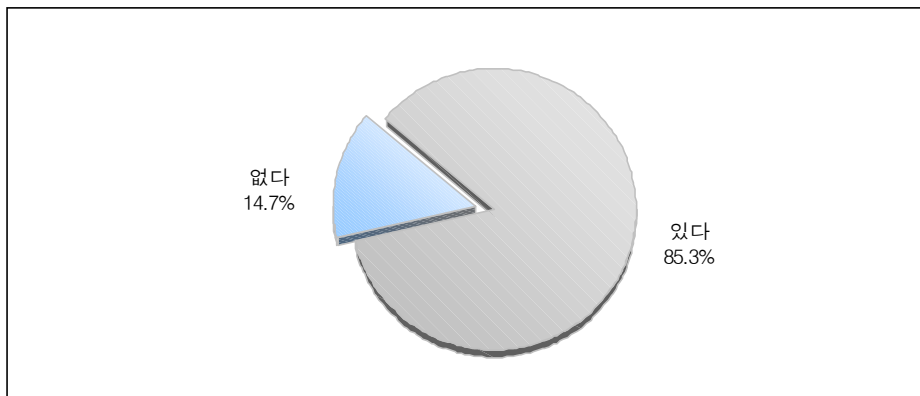


## 제2절 이메일 이용현황

### 1. 이메일 보유현황

인터넷 이용자의 85.3%는 이메일을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

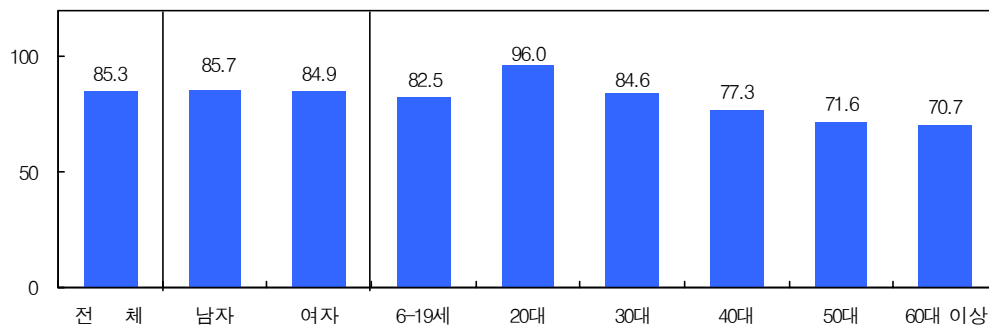
<그림6-5> 이메일 보유여부



성별로는 남녀간에 큰 차이가 없으며, 연령별로 볼 경우 20대의 이메일 보유율이 가장 높아 96.0%이고, 다음으로 30대 84.6%, 6~19세 82.5% 등의 순이었다.

<그림6-6> 성·연령별 이메일 보유율

(단위: %)



## 2. 이메일 보유개수

인터넷 이용자의 평균 이메일 보유개수는 1.7개인 것으로 나타났다.

성별로는 큰 차이가 없으며, 연령별로 보면 20대의 경우 1.9개의 이메일을 보유하고 있어 타 연령층에 비해 상대적으로 많은 이메일을 보유하고 있었다.

이메일 보유개수별로는 이메일 보유자의 절반 이상(54.6%)이 1개만을 보유하고 있었으며, 2개 보유자도 28.1%에 달했다.

<표6-3> 성·연령별 이메일 보유개수

(단위: %, 개)

구분	1개	2개	3개	4개 이상	모름/무응답	평균(개)
<b>전 체</b>	<b>54.6</b>	<b>28.1</b>	<b>11.7</b>	<b>5.2</b>	<b>0.5</b>	<b>1.7</b>
성별						
남자	52.7	28.7	12.4	5.8	0.4	1.7
여자	56.9	27.5	10.8	4.3	0.6	1.6
연령						
6-19세	58.2	25.4	11.0	5.2	0.3	1.7
20대	40.9	34.4	17.3	7.0	0.4	1.9
30대	56.6	29.0	9.5	4.1	0.8	1.6
40대	69.2	21.1	5.9	3.0	0.8	1.4
50대	70.9	18.3	5.2	5.0	0.6	1.5
60대 이상	71.3	19.1	4.9	4.8	0.0	1.4



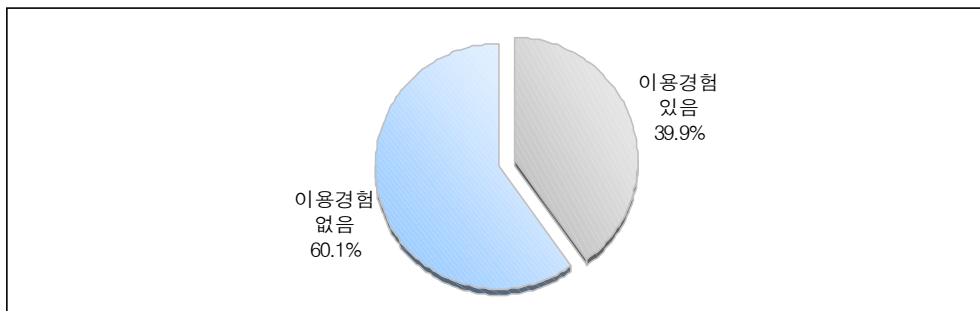
### 제3절 인터넷쇼핑 이용현황

#### 1. 인터넷쇼핑 이용경험

만 12세 이상 인터넷 이용자 중 39.9%는 최근 6개월 간 인터넷을 이용하여 상품을 구매하거나 예약/예매를 하는 등 인터넷쇼핑을 해 본 경험이 있는 것으로 나타났다.

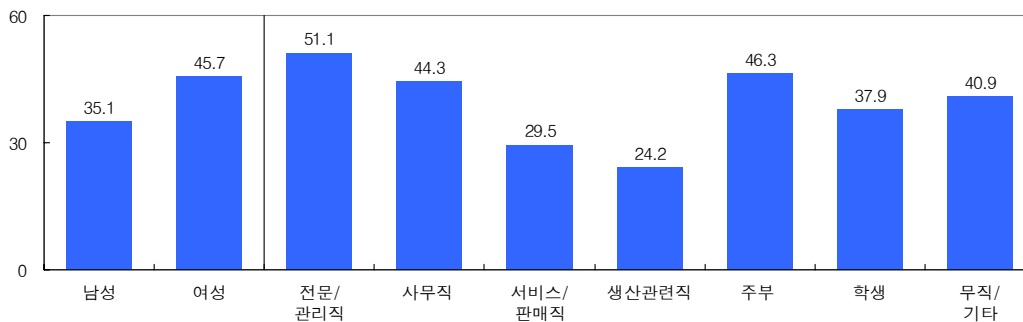
성별로는 여성의 인터넷쇼핑 경험이 45.7%로 남성(35.1%)에 비해 높으며, 직업별로는 전문/관리직이 51.1%로 가장 높고, 다음이 주부(46.3%), 사무직(44.3%)의 순이었다.

<그림6-7> 인터넷쇼핑 경험률



<그림6-8> 성·직업별 인터넷쇼핑 경험률

(단위: %)

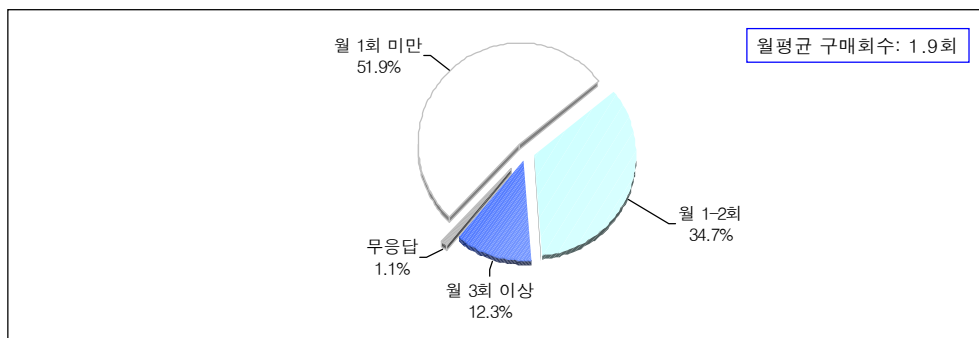


## 2. 인터넷쇼핑 구매회수

인터넷쇼핑 이용자들은 인터넷을 통해 ‘월 1회 미만’ 쇼핑을 하는 경우가 51.9%로 가장 많으며, ‘월 1~2회’는 34.7%, ‘월 3회 이상’의 경우는 12.3%인 것으로 나타났다.

성별로 보면 인터넷쇼핑 경험률은 남성이 여성에 비해 낮지만 월평균 구매회수는 각각 2.0회, 1.8회로 남성이 약간 더 많다. 직업별로는 서비스/판매직이 2.4회로 월평균 인터넷쇼핑 구매회수가 가장 많았다.

<그림6-9> 인터넷쇼핑 구매회수



<표6-4> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매회수

(단위: %, 회)

구분	1회 미만	1~2회	3회 이상	무응답	월평균 (회)
전체	51.9	34.7	12.3	1.1	1.9
성별					
남자	52.1	34.2	12.6	1.1	2.0
여자	51.7	35.1	12.1	1.2	1.8
연령					
6-19세	67.0	23.1	7.3	2.6	1.8
20대	48.1	37.6	13.4	0.9	1.9
30대	50.3	34.9	13.9	0.9	2.0
40대	48.7	39.4	11.1	0.8	1.7
50대	58.5	30.8	10.0	0.7	1.1
60대 이상	48.2	32.6	19.2	0.0	2.2
직업					
전문/관리직	44.5	40.4	13.9	1.2	1.8
사무직	43.8	41.1	14.2	1.0	1.8
서비스/판매직	53.5	32.6	12.7	1.2	2.4
생산관련직	62.4	29.5	8.1	0.0	1.8
학생	59.8	29.5	9.0	1.7	1.9
주부	49.5	35.6	14.1	0.7	1.7
무직/기타	54.3	29.8	15.1	0.7	2.1

### 3. 인터넷쇼핑 구매품목

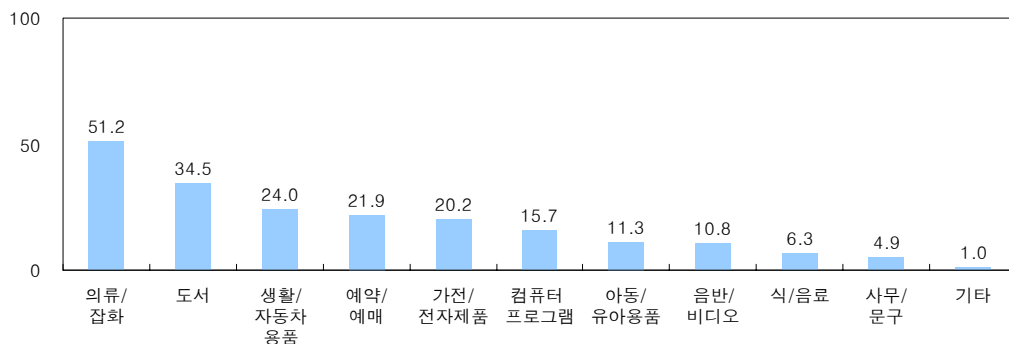
인터넷쇼핑 이용자들은 ‘의류/개인 잡화’를 구입하는 경우가 51.2%로 가장 많고, 다음으로 ‘도서’(34.5%), ‘생활/자동차용품’(24.0%), 그리고 ‘예약/예매’(21.9%)의 순이었다.

남성은 ‘의류/개인잡화’(38.8%) 이외에 ‘도서’(31.7%), ‘컴퓨터 프로그램’(26.7%), ‘생활/자동차용품’(25.0%)과 ‘예약/예매’(23.6%)를 인터넷쇼핑을 통해 구매하며, 여성은 ‘의류/개인잡화’(62.8%), ‘도서’(37.0%), ‘생활/자동차용품’(23.1%), ‘예약/예매’(20.4%)를 인터넷쇼핑을 통해 구매하고 있는 것으로 나타났다.

직업별로 볼 때, 모든 직종에서 ‘의류/개인잡화’가 대표적인 구매품목이며, 주부들은 ‘도서’를 구입하는 경우가 34.3%이었고, 다음으로 ‘아동/유아용품’(30.5%), ‘생활/자동차용품’(30.2%) 등의 순이었다.

<그림6-10> 인터넷쇼핑 구매품목(복수응답)

(단위: %)



<표6-5> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매 품목(복수응답)

(단위: %)

	예약/ 예매	도서	가전/ 전자 제품	컴퓨터 프로 그램	의류/ 개인 잡화	아동/ 유아 용품	음반/ 비디오/ 동영상	식/ 음료	사무/ 문구	생활/ 자동차 용품	기타
<b>전 체</b>	<b>21.9</b>	<b>34.5</b>	<b>20.2</b>	<b>15.7</b>	<b>51.2</b>	<b>11.3</b>	<b>10.8</b>	<b>6.3</b>	<b>4.9</b>	<b>24.0</b>	<b>1.0</b>
성별											
남자	23.6	31.7	23.5	26.7	38.8	7.3	12.2	4.5	5.2	25.0	1.1
여자	20.4	37.0	17.1	5.4	62.8	15.1	9.6	8.1	4.6	23.1	0.8
직업											
전문/관리직	30.1	39.8	22.6	21.0	44.9	9.6	9.2	5.5	8.1	29.8	0.9
사무직	29.3	34.6	22.1	15.0	50.9	12.8	8.4	5.0	5.4	29.9	1.4
서비스/판매직	19.1	24.1	27.9	12.1	49.3	8.5	7.4	6.8	6.9	34.3	0.6
생산관련직	15.2	17.7	23.6	22.9	37.9	5.6	9.0	4.9	4.1	33.2	0.2
학생	19.3	37.7	13.5	18.7	56.1	1.2	18.4	3.1	3.7	9.7	0.9
주부	16.1	34.3	21.9	5.8	52.6	30.5	5.4	13.9	3.5	30.2	1.0
무직/기타	21.4	36.2	21.0	21.9	53.7	3.0	11.9	3.4	5.2	17.1	1.1

#### 4. 인터넷쇼핑 구매금액

인터넷쇼핑 이용자의 월평균 인터넷쇼핑 구매금액은 69,600원으로 나타났으며, 여성(63,400원)보다는 남성(76,200원)의 구매금액이 많았다.

직업별로 볼 경우에는 전문/관리직과 서비스/판매직이 상대적으로 많은 금액을 지출하고 있었고, 주부들의 경우 월평균 78,100원을 구매하는 것으로 나타났다.

<표6-6> 성·직업별 인터넷쇼핑 구매금액

(단위: %, 천원)

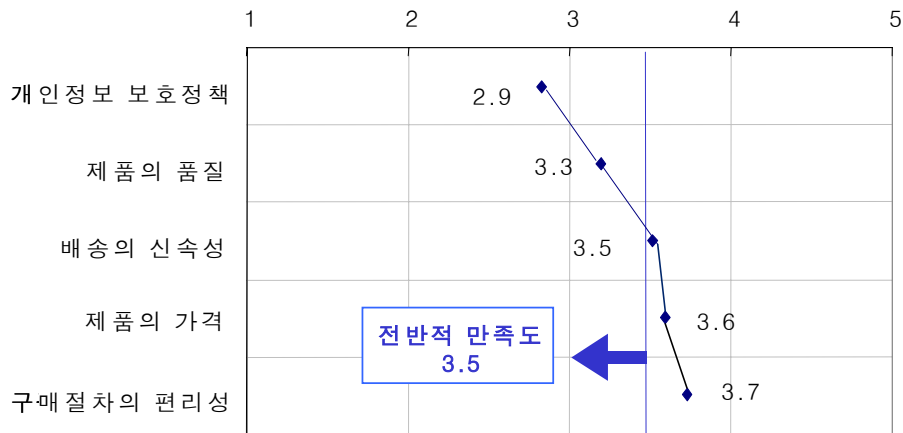
구분	5만원 미만	5-10만원 미만	10-30만원 미만	30-50만원 미만	50만원 이상	무응답	평균 금액 (천원)
<b>전체</b>	<b>51.5</b>	<b>23.2</b>	<b>20.2</b>	<b>2.6</b>	<b>1.8</b>	<b>0.6</b>	<b>69.6</b>
성별							
남자	49.1	22.8	22.3	2.8	2.4	0.7	76.2
여자	53.7	23.7	18.3	2.5	1.3	0.6	63.4
직업							
전문/관리직	44.3	22.9	22.4	5.0	4.3	1.0	100.3
사무직	42.2	28.7	24.7	1.5	2.0	0.9	74.6
서비스/판매직	43.8	23.0	25.8	5.1	1.9	0.5	83.3
생산관련직	48.6	28.8	17.3	3.3	2.0	0.0	69.2
학생	69.8	16.4	11.2	1.3	0.5	0.8	42.8
주부	43.6	25.2	25.9	2.9	1.9	0.5	78.1
무직/기타	51.4	25.7	19.4	2.2	1.2	0.0	63.8

## 5. 인터넷쇼핑 만족도

인터넷쇼핑 이용자들은 인터넷쇼핑에 대해 전반적으로 ‘만족하는 편’(3.5 점)인 것으로 나타났다. ‘구매절차의 편리성’에 대해서 상대적으로 가장 만족(3.7점)하는 것으로 나타났으며, 다음으로는 ‘제품의 가격’(3.6점), ‘배송의 신속성’(3.5점)에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다. 반면 가장 불만족하고 있는 항목은 ‘개인정보 보호정책’(2.9점)이었다.

<그림6-11> 인터넷쇼핑 만족도

(단위: 점)



<표6-7> 성·직업별 인터넷쇼핑 만족도

(단위: 점)

구분	가격	품질	개인정보 보호	신속성	편리성	전체 만족도
<b>전 체</b>	<b>3.6</b>	<b>3.3</b>	<b>2.9</b>	<b>3.5</b>	<b>3.7</b>	<b>3.5</b>
성별						
남자	3.6	3.3	2.9	3.5	3.7	3.5
여자	3.6	3.3	2.9	3.6	3.7	3.5
직업						
전문/관리직	3.6	3.2	2.7	3.5	3.6	3.4
사무직	3.6	3.2	2.8	3.5	3.7	3.4
서비스/판매직	3.6	3.2	2.8	3.6	3.6	3.4
생산관련직	3.6	3.2	2.7	3.6	3.7	3.4
학생	3.7	3.3	3.0	3.5	3.6	3.5
주부	3.6	3.3	2.8	3.7	3.8	3.5
무직/기타	3.5	3.3	3.0	3.5	3.7	3.4

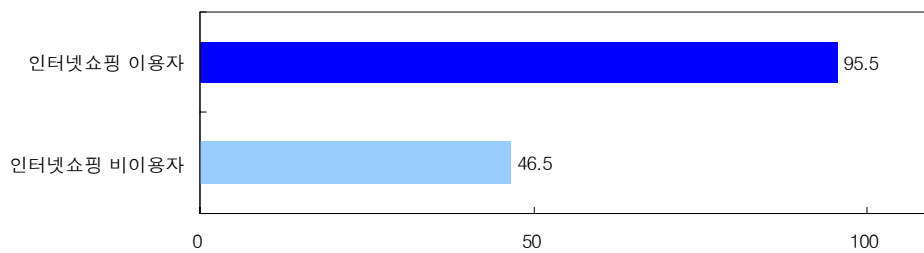


## 6. 향후 인터넷쇼핑 이용의향

만 12세 이상의 인터넷쇼핑 이용자 중 95.5%는 향후 인터넷쇼핑을 다시 이용할 의향이 있는 반면, 인터넷쇼핑 비이용자의 경우에는 46.5%만이 앞으로 인터넷쇼핑을 이용할 의향을 보였다.

<그림6-12> 향후 인터넷쇼핑 이용의향

(단위: %)



인터넷쇼핑 이용자는 성별, 직업별로 향후의 인터넷쇼핑 의향률에 큰 차이가 없었다. 한편, 인터넷쇼핑 비이용자는 성별로는 남자(43.1%)가, 직업별로는 생산관련직(36.5%)의 이용의향률이 상대적으로 낮았다.

<표6-8> 성·직업별 향후 인터넷쇼핑 이용의향

(단위: %)

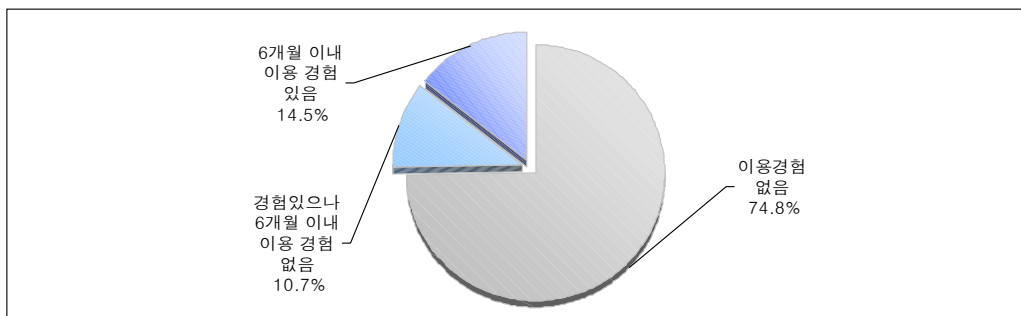
구분	인터넷쇼핑 이용자	인터넷쇼핑 비이용자
전 체	95.5	46.5
성별		
남자	95.1	43.1
여자	95.9	51.4
직업		
전문/관리직	97.3	46.4
사무직	96.0	46.1
서비스/판매직	95.1	42.0
생산관련직	95.2	36.5
학생	94.4	51.7
주부	95.9	49.3
무직/기타	94.6	43.2

## 제4절 유료콘텐츠 이용현황

### 1. 유료콘텐츠 이용경험

인터넷 이용자의 25.2%가 유료콘텐츠를 이용한 경험이 있으며, 14.5%는 최근 6개월 이내 이용한 것으로 나타났다.

<그림6-13> 유료콘텐츠 이용 경험률



성별로는 남성(16.5%)이 여성(12.0%)에 비해 이용률이 높으며, 연령별로 볼 경우 20대가 20.2%로 가장 높고, 60대 이상이 4.6%로 가장 낮았다.

<표6-9> 성·연령별 유료콘텐츠 이용경험

(단위: %)

구분	6개월 이내 이용경험 있음	6개월 이내 이용경험 없음
전체	14.5	85.5
성별	남자	83.5
	여자	88.0
연령	6-19세	85.1
	20대	79.8
	30대	86.7
	40대	91.8
	50대	94.2
	60대 이상	95.4
		4.6

## 2. 주로 이용하는 유료콘텐츠 종류

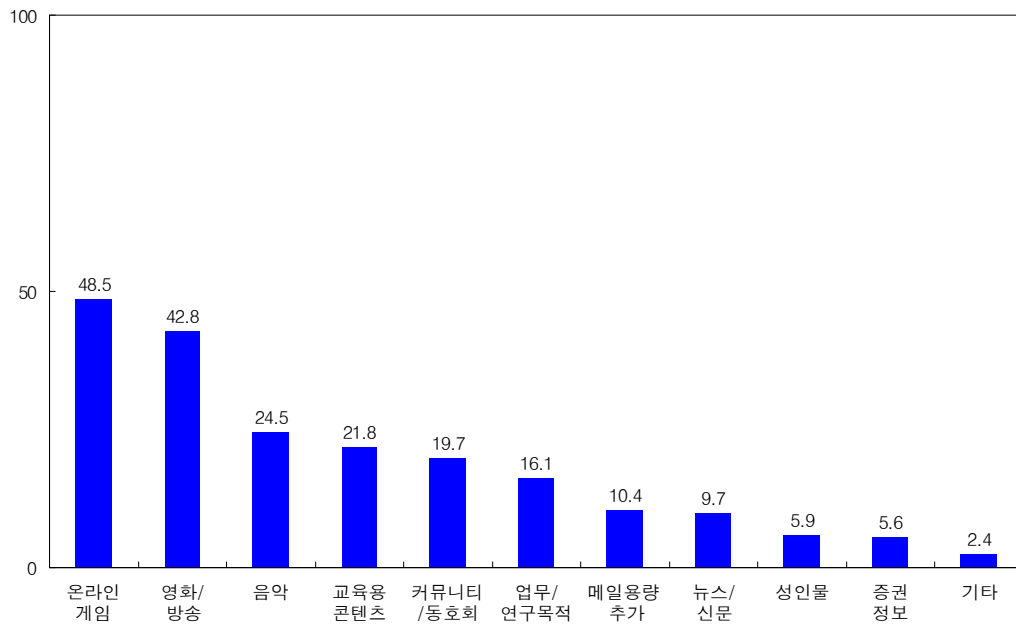
유료콘텐츠 이용자들은 ‘온라인 게임’(48.5%), ‘영화/방송’(42.8%), ‘음악’(24.5%), ‘교육용 콘텐츠’(21.8%) 등을 주로 이용하는 것으로 나타났다.

성별로 보면, 남성은 여성에 비해 ‘온라인 게임’(22.8%p), ‘업무/연구목적 자료’(9.5%p), ‘성인용 콘텐츠’(7.3%p), ‘뉴스/신문’(6.6%p) 등의 비율이 높으며, 여성은 ‘음악’(17.8%p), ‘교육용 콘텐츠’(11.5%p), ‘커뮤니티/동호회’(2.5%p) 등의 이용률이 남성보다 상대적으로 높았다.

연령별로 ‘온라인 게임’은 6~19세의 이용률이 타 연령층에 비해 높으며, ‘성인용 콘텐츠’는 30대(9.3%)와 40대(7.6%) 연령층에서 이용률이 상대적으로 높고, ‘영화/방송’은 20대(51.2%), ‘뉴스/신문’은 40대(23.8%) 연령층에서 이용률이 높았다.

<그림6-14> 주로 이용하는 유료콘텐츠 종류(복수응답)

(단위: %)



<표6-10> 성·연령별 이용 유료콘텐츠 종류(복수응답)

(단위: %)

	온라인 게임	성인물	영화/ 방송	교육용 콘텐츠	뉴스/ 신문	증권 정보	메일 용량 추가/ 사이버 저장공간	업무/ 연구목 적 자료	커뮤 니티/ 동호회	음악	기타
<b>전 체</b>	<b>48.5</b>	<b>5.9</b>	<b>42.8</b>	<b>21.8</b>	<b>9.7</b>	<b>5.6</b>	<b>10.4</b>	<b>16.1</b>	<b>19.7</b>	<b>24.5</b>	<b>2.4</b>
성별											
남자	57.1	8.7	42.5	17.5	12.2	7.3	11.6	19.6	18.7	17.8	2.1
여자	34.3	1.4	43.3	29.0	5.6	2.6	8.3	10.1	21.2	35.6	2.8
연령											
6-19세	60.3	0.7	34.2	22.5	2.6	0.3	11.2	2.1	27.0	29.5	1.7
20대	52.6	6.2	51.2	18.2	8.7	3.5	10.5	14.0	20.9	26.4	0.9
30대	38.3	9.3	40.6	25.4	11.5	7.4	11.0	25.6	14.1	20.8	3.4
40대	33.4	7.6	33.7	24.8	23.8	18.9	8.2	29.0	12.7	17.3	6.9
50대	34.0	0.0	21.9	35.0	16.7	24.3	0.0	23.4	17.3	14.1	7.0
60대 이상	75.3	17.5	36.2	0.0	19.2	0.0	0.0	14.9	36.2	14.9	0.0

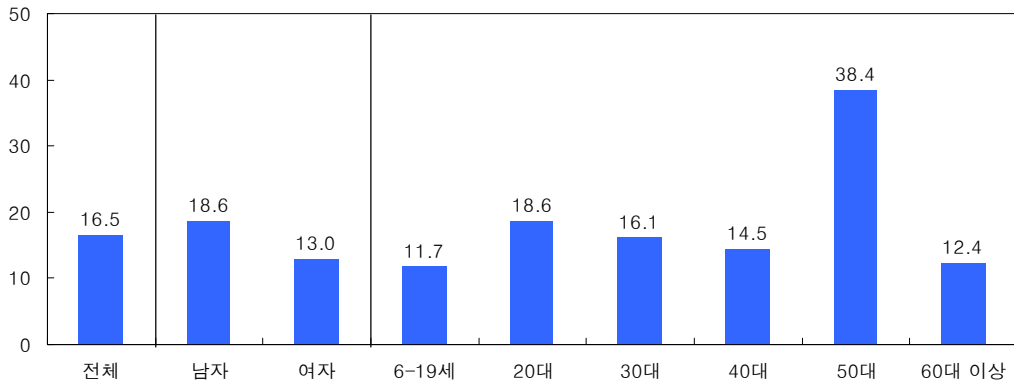
### 3. 유료콘텐츠 이용비용

인터넷 유료콘텐츠를 이용하면서 지출하는 비용은 월평균 16,500원인 것으로 나타났는데, 남성이 여성(월평균 13,000원)에 비해 5,600원 많은 월평균 18,600원을 지출하고 있었다.

연령별로 살펴보면 경제적으로 취약한 6~19세의 이용비용이 11,700원으로 가장 낮은 수준인 것으로 나타났다.

<그림 6-15> 성·연령별 유료콘텐츠 월평균 이용비용

(단위: 천원)



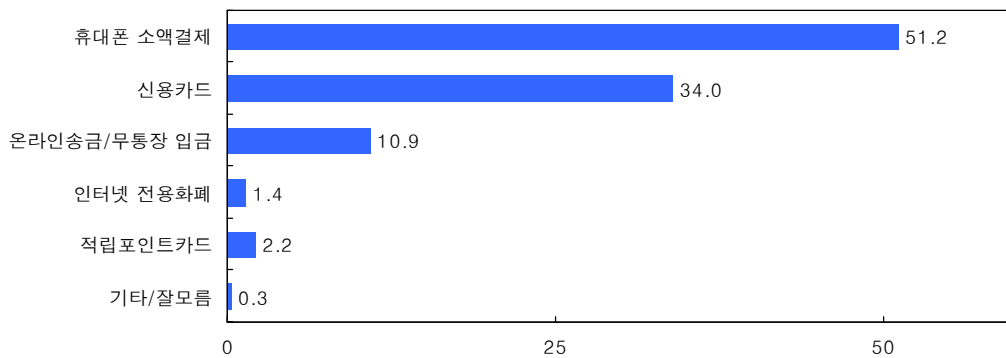
#### 4. 유료콘텐츠 결제방법

유료콘텐츠 이용자의 51.2%가 유료콘텐츠 이용비용 결제방법으로 ‘휴대폰을 이용한 소액결제’ 방법을 선호하고 있으며, 다음으로 ‘신용카드’(34.0%)와 ‘온라인송금/무통장 입금’(10.9%)의 순인 것으로 나타났다.

‘휴대폰 소액결제’의 경우, 타 연령층 대비 20대 이하(6~19세: 61.5%, 20대: 54.4%)의 연령층에서 선호하는 비중이 높았으며, ‘신용카드’는 30대, 40대의 중년층(30대: 47.8%, 40대: 44.3%)에서 선호하고 있었다.

<그림6-16> 유료콘텐츠 선호 결제방법

(단위: %)



<표6-11> 성·연령별 유료콘텐츠 선호 결제방법

(단위: %)

	신용카드 결제	온라인 송금/ 무통장 입금	인터넷 전용 화폐 결제	각종 적립 포인트	전화/휴대폰 소액결제	기타
<b>전 체</b>	<b>34.0</b>	<b>10.9</b>	<b>1.4</b>	<b>2.2</b>	<b>51.2</b>	<b>0.3</b>
성별						
남자	34.0	11.7	1.8	2.0	50.2	0.2
여자	34.1	9.6	0.7	2.4	52.7	0.5
연령						
6-19세	12.9	19.1	3.0	2.9	61.5	0.7
20대	33.2	8.8	0.8	2.5	54.4	0.2
30대	47.8	8.5	1.1	1.5	41.3	0.0
40대	44.3	8.5	1.6	1.8	42.9	0.9
50대	41.0	17.8	0.0	0.0	41.1	0.0
60대 이상	61.2	0.0	0.0	0.0	38.8	0.0

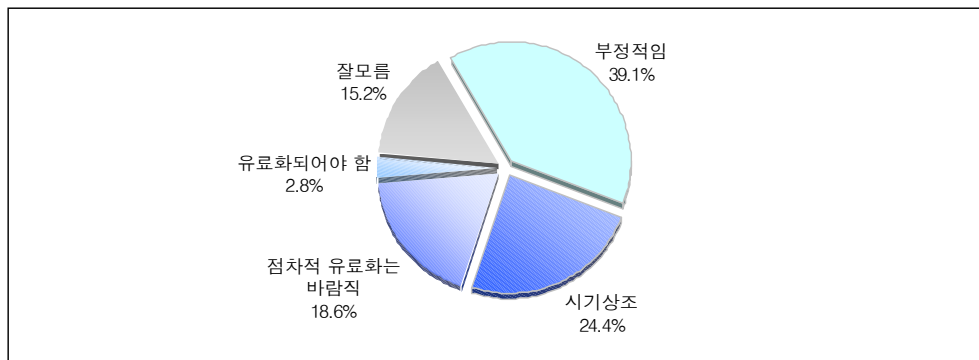


## 5. 콘텐츠 유료화에 대한 의견

인터넷 콘텐츠의 유료화에 대해 인터넷 이용자의 63.5%는 ‘부정적’(39.1%)이거나 ‘시기상조’(24.4%)라는 소극적인 견해를 갖고 있는 것으로 나타났다.

남성이 여성에 비해 상대적으로 유료화에 대해 긍정적이었으며, 연령별로는 20대와 30대가 타 연령층 대비 콘텐츠의 유료화 경향에 대해 비교적 거부감이 적은 것으로 나타났다. 직업별로 볼 경우에는 전문/관리직과 사무직이 유료화에 대해 부정적인 사람의 비율이 적었다.

<그림6-17> 콘텐츠 유료화에 대한 의견



<표6-12> 성·연령·직업별 콘텐츠 유료화에 대한 의견

(단위: %)

	부정적	시기 상조	점차 유료화	당연히 유료화	잘 모름/ 관심없음
<b>전 체</b>	<b>39.1</b>	<b>24.4</b>	<b>18.6</b>	<b>2.8</b>	<b>15.2</b>
성별					
남자	37.4	24.7	20.5	3.4	14.1
여자	41.1	24.0	16.3	2.1	16.5
연령					
6-19세	43.0	20.3	13.3	2.1	21.4
20대	34.3	27.7	24.0	3.4	10.6
30대	38.7	24.5	19.5	3.1	14.2
40대	43.8	23.8	14.8	2.1	15.4
50대	38.9	22.1	15.2	2.2	21.6
60대 이상	39.0	20.4	10.2	2.7	27.7
직업					
전문/관리직	34.4	27.5	23.8	4.2	10.1
사무직	35.0	28.8	22.0	3.2	10.9
서비스/판매직	44.4	22.9	16.0	3.3	13.5
생산관련직	43.5	22.2	14.6	2.4	17.3
학생	40.2	22.3	17.9	2.2	17.4
주부	40.2	23.1	16.1	2.2	18.4
무직/기타	35.3	24.9	20.3	3.0	16.5

## 6. 향후 유료콘텐츠 이용의향

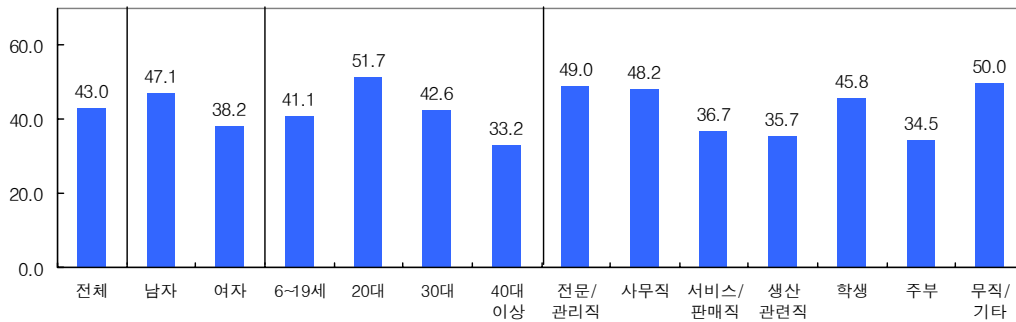
인터넷 이용자의 43.0%는 향후 유료콘텐츠를 이용할 의향이 있는 것으로 나타났다.

성별로는 남성(47.1%)이 여성(38.2%)에 비해 이용 의향률이 높으며, 연령별로는 20대가 51.7%로 타 연령층 대비 가장 높았다.

직업별로는 전문/관리직과 사무직이 각각 49.0%와 48.2%로 상대적으로 이용 의향률이 높았다.

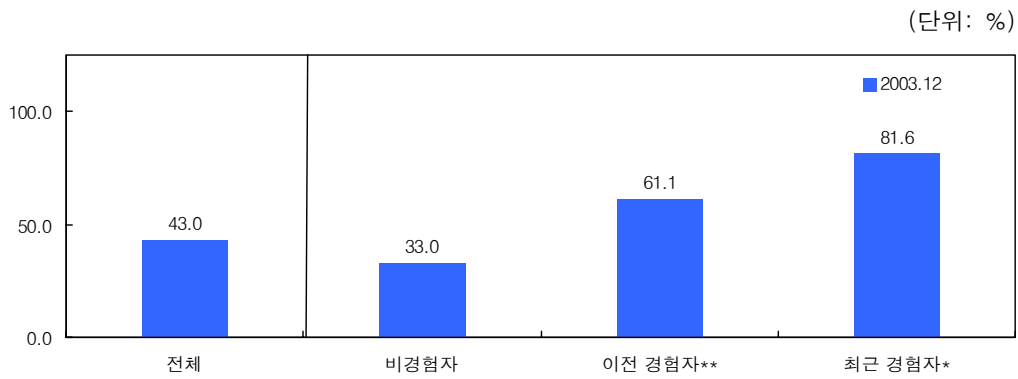
<그림6-18> 성·연령·직업별 향후 유료콘텐츠 이용의향

(단위: %)



유료콘텐츠 이용경험에 따른 향후 이용의향을 살펴보면, 유료콘텐츠 비경험자의 경우에는 33.0%만이 이용의향이 있는 반면, 유료콘텐츠를 최근 6개월 이내 경험한 인터넷 이용자의 유료콘텐츠 이용의향은 81.6%에 이르는 등 최근 이용경험이 있을수록 이용의향률이 높은 것으로 나타났다.

<그림6-19> 유료콘텐츠 이용경험 시기별 향후 유료콘텐츠 이용 의향



\* 최근 경험자: 6개월 이내 유료 콘텐츠를 이용한 경험자

\*\* 이전 경험자: 6개월 이전에 유료 콘텐츠를 이용한 경험자

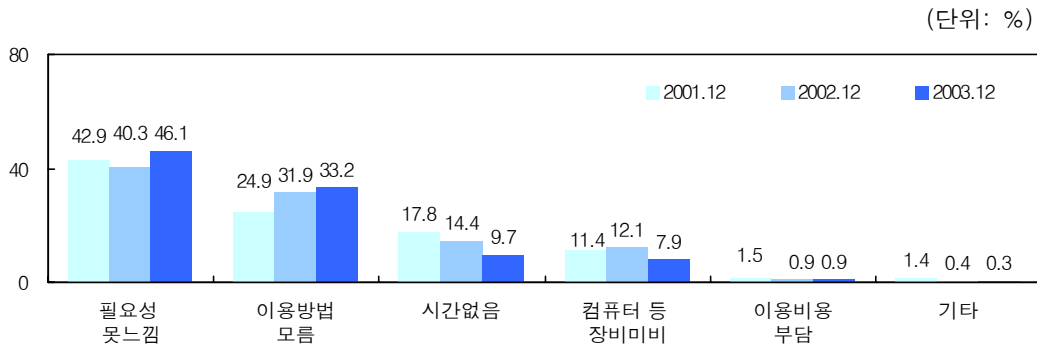
**제 7 장**  
**인터넷 비이용자**

## 제7장 인터넷 비이용자

### 제1절 인터넷 비이용 이유

인터넷 비이용자들이 인터넷을 이용하지 않는 가장 큰 이유는 인터넷을 이용할 ‘필요성을 못 느낌’(46.1%)이며, 다음으로 ‘이용방법 모름’(33.2%), ‘시간 없음’(9.7%), ‘컴퓨터 등 장비미비’(7.9%) 등의 순이었다.

<그림7-1> 인터넷 비이용 이유



연령별로 인터넷을 이용하지 않은 이유는 6~19세 연령층의 경우 ‘인터넷 이용방법 모름’(50.2%)이 가장 많고, 20대는 ‘컴퓨터 등 장비미비’(32.0%)가 가장 많았다. 한편 50대(44.4%)와 60대(66.1%)는 ‘필요성을 못 느낌’을 가장 많이 지적하여 연령별로 비이용 이유가 다르다는 것을 알 수 있다.

<표7-1> 연령·직업별 인터넷 비이용 이유

(단위: %)

	필요성 못느낌	이용 방법 모름	이용 비용 부담	장비 미비	시간 없음	사용 불편	회선 문제	아이들 이용 염려	기타	모름/ 무응답
<b>전 체</b>	<b>46.1</b>	<b>33.2</b>	<b>0.9</b>	<b>7.9</b>	<b>9.7</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>	<b>0.3</b>	<b>0.2</b>
연령										
6-19세	15.3	50.2	2.4	18.1	2.3	0.4	4.1	3.9	2.4	0.9
20대	26.7	11.2	4.4	32.0	18.9	0.0	3.8	1.7	0.0	1.4
30대	27.2	25.7	3.3	19.3	20.3	0.9	0.5	2.0	0.5	0.3
40대	33.9	40.5	0.6	5.0	18.2	0.8	0.3	0.2	0.2	0.3
50대	44.4	41.1	0.2	4.9	8.0	1.0	0.2	0.0	0.1	0.0
60대 이상	66.1	25.5	0.5	5.4	1.5	0.6	0.1	0.0	0.1	0.1

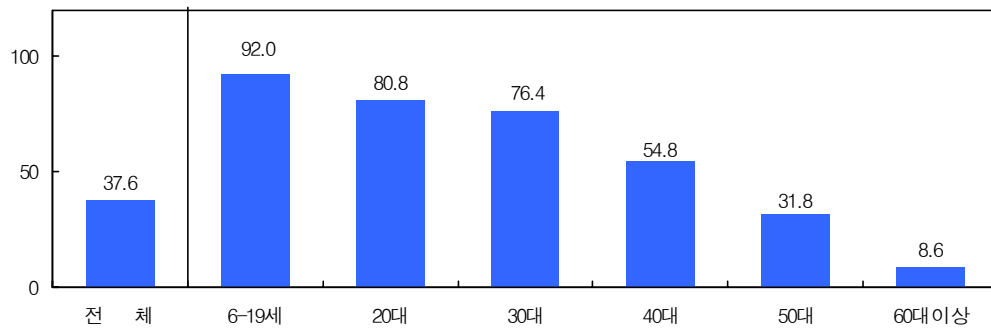
## 제2절 인터넷 이용 전망

### 1. 향후 인터넷 이용의향

인터넷 비이용자 중 37.6%는 향후에 인터넷을 이용할 의향이 있는 것으로 나타났다.

<그림7-2> 향후 인터넷 이용의향

(단위: %)



연령별로 볼 때, 30대 이하의 연령층에서는 향후 이용의향률이 모두 75%를 넘어 높은 비율을 보이지만, 40대는 54.8%, 50대는 31.8%였으며, 60대의 경우 8.6%에 불과한 것으로 나타났다.



## 2. 향후 인터넷 이용 예상시기

인터넷 이용의향이 있는 인터넷 비이용자의 이용 예상시기는 ‘1년 이후’가 43.3%로 가장 많고, ‘1년 이내’ 26.7%, ‘3개월 이내’ 17.6%, ‘6개월 이내’ 11.8% 등의 순이었다.

전체적으로 인터넷을 이용하고 있지 않은 사람들의 대부분은 향후 이용 예상시기를 1년 전후인 것으로 생각하고 있으며, 성별, 직업별로 볼 경우에도 각 계층별 이용 예상시기에 대한 비율은 유사하게 나타나고 있다.

<표7-2> 성·직업별 인터넷 이용 예상시기

(단위: %)

	3개월 이내	6개월 이내	1년 이내	1년 이후	모름/ 무응답
<b>전 체</b>	<b>17.6</b>	<b>11.8</b>	<b>26.7</b>	<b>43.3</b>	<b>0.6</b>
성별					
남자	17.8	11.6	26.3	43.9	0.4
여자	17.5	12.0	27.0	42.8	0.7
직업					
전문/관리직	28.9	16.6	21.9	32.7	0.0
사무직	19.3	11.5	27.6	41.7	0.0
서비스/판매직	15.3	10.6	26.3	47.7	0.1
생산관련직	14.6	10.6	24.4	49.9	0.5
학생	31.6	9.3	32.1	24.4	2.6
주부	17.2	14.2	28.0	39.7	0.8
무직/기타	19.5	10.7	27.7	42.0	0.1

**첨부-1**

**설문지(Questionnaire)**

**첨부-2**  
**통계표**