

Deloitte Newsletter



2014 년 3 월

딜로이트 인사이트

최근 디지털 미디어 사용 추세와 시사점

정성일 전무 / 딜로이트 컨설팅

고려대학교 수학과 학사

Technology, Media & Telecommunication 산업 리더로 딜로이트 컨설팅 코리아 전무 및

(유)DA Solutions 대표이사 겸 Technology 리더를 맡고있다.



글로벌 컨설팅기업인 딜로이트가 한국, 미국, 영국, 일본 등 10 개국 소비자 2 만여명을 대상으로 최근 실시한 디지털 미디어 사용실태 조사에 따르면 우리나라는 젊은 층뿐 아니라 전 세대에 걸쳐 세계 최고수준의 디지털 미디어 사용국으로 나타났다. 고도의 관련 기술을 보유하고 있으며, 다양한 기기를 여러 용도로 사용하는 '기술의 교차사용율' 또한 가장 높은 수준으로 조사됐다. 새로운 기기에 대한 수용도도 높은 것으로 나타났으며, 스마트폰 보유 및 활용도에서 세계 1 위를 차지했다.

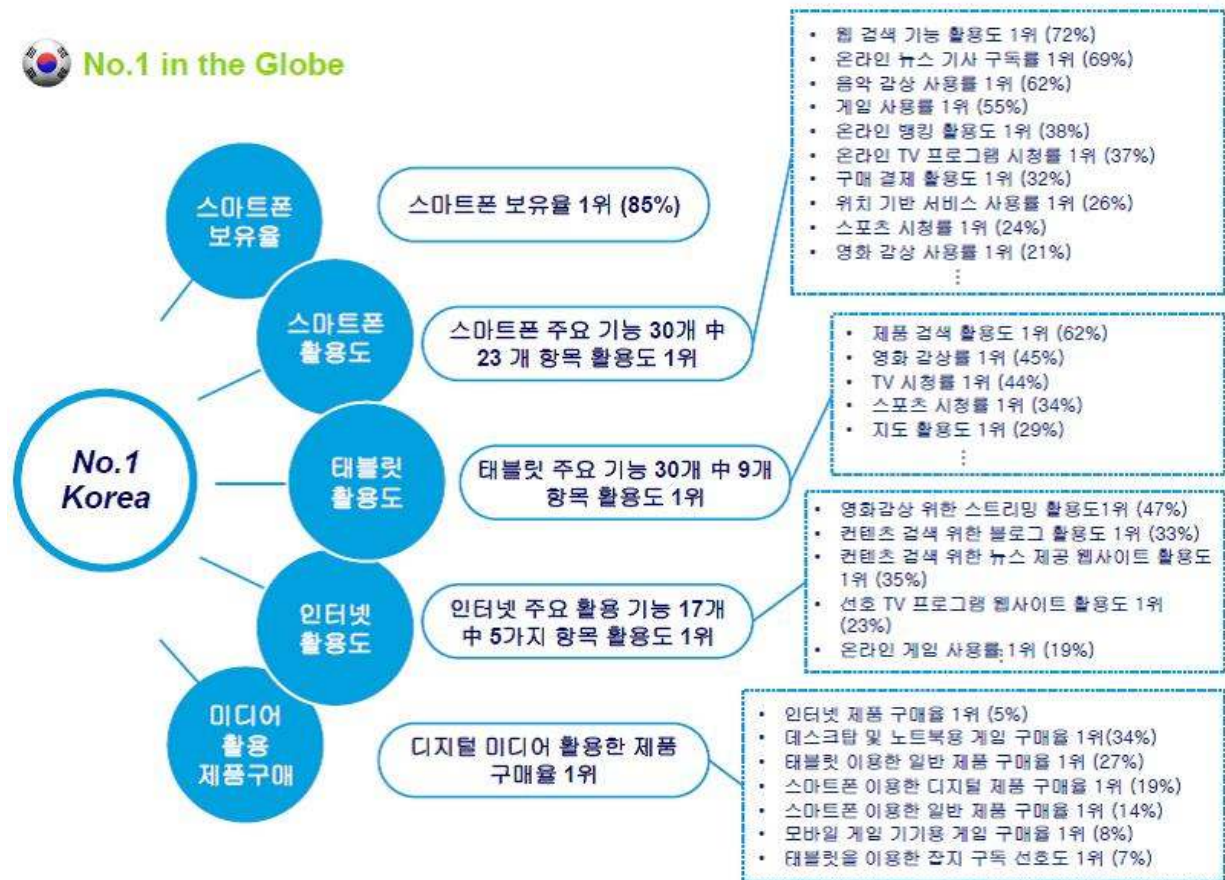
컨텐츠 유통 채널의 다변화에 대응하라

국내소비자가 가장 많이 갖고 있는 디지털 미디어 기기로는 조사대상의 90%가 보유한 평면 TV 가 꼽혔으며, 스마트폰(85%)과 데스크톱 PC(84%), 노트북(68%) 순으로 조사됐다. 스마트폰과 데스크톱 PC 보급율은 조사대상국 중 1 위였고, 각각 다른 국가와 10% 이상의 격차를 보였다. 스마트폰은 66 세 이상 연령대에서도 77%가 가지고 있을

만큼 전 세대에 걸쳐 다른 나라들을 압도했다.

향후 1 년내에 더 많이 사용할 것 같은 기기로는 스마트폰을 필두로 노트북, 평면 TV, 태블릿이 꼽혔다. 디지털 미디어 기기의 용도는 영화관람(52%)이 가장 많았으며, 인터넷을 통한 사교와 취미활동(51%), TV 시청(39%)의 순으로 나타났다. 앞으로 인터넷 속도가 더 빨라진다면 동영상을 더 볼 것(79%)이라는 답변도 조사 대상국 중 가장 높았다.

조사대상의 66%가 인터넷 연결이 가능한 유료 TV 를 시청하고 있는 것으로 나타났다. 가정용 TV(65%)를 통해 방송을 시청하는 비율이 가장 높았으나, 스마트폰 등 모바일 기기나 인터넷을 이용하는 비율 역시 30%에 육박했다. TV 를 제외한 기기의 활용은 앞으로 보다 증가할 것으로 예측되며, 이는 기업의 콘텐츠 유통과 광고 전략에 상당한 변화를 예고하는 대목이다.



소비자들 사이의 소통을 주시하고, 디지털 미디어의 활용을 다변화하라

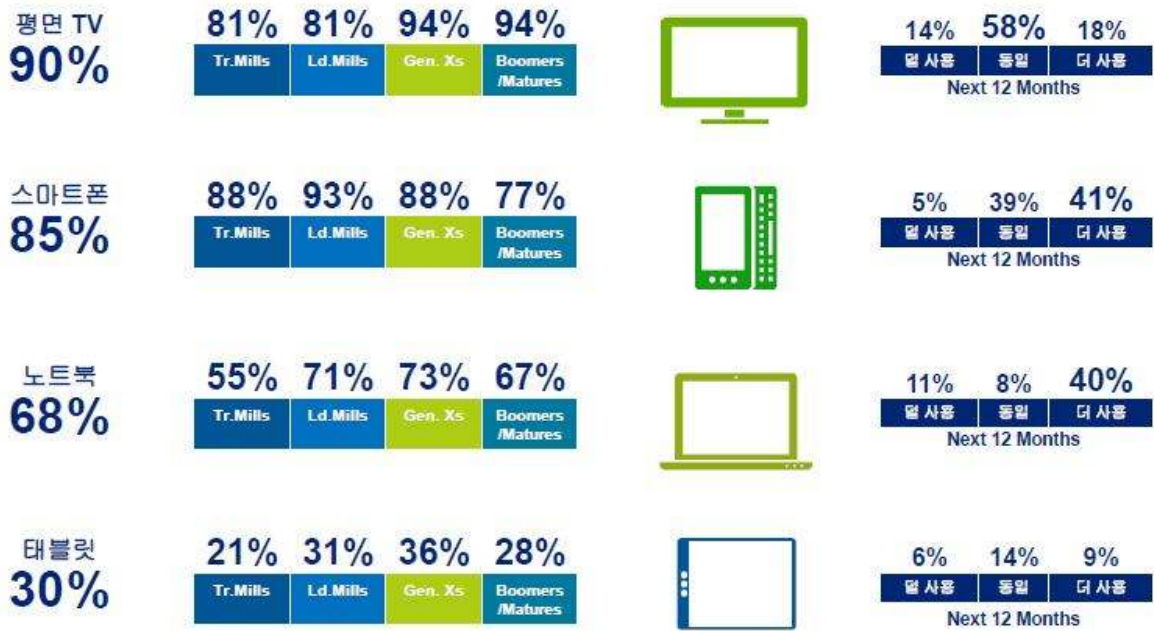
TV 를 보면서 다른 활동을 하는 시청자가 75%에 달했다. 동시에 수행하는 활동으로는 인터넷 서핑과 문자 보내기, 전화통화 및 쇼핑의 비중이 높았다. 이에 따라 다양한 기능이 내장된 스마트 TV 의 구매 및 활용도는 앞으로 더욱 높아질 것으로 예상된다.

소비자들의 구매 결정에 가장 큰 영향을 미치는 것은 가족/친구의 추천이었으나, 블로그와 소셜 미디어, 모바일 애플리케이션, 문자메시지 광고 역시 상당한 효과가 있는 것으로 나타났다. 온라인 구매 후기 및 평점이 구매를

결정하는데 큰 영향력을 행사하는 반면, 이메일 광고는 효과가 미미한 것으로 나타났다. 영화관에서 상영되는 광고 역시 효과가 높은 것으로 조사됐다.

전자기기 사용 빈도

Q. 현재 집에서 보유하고 있는 미디어 또는 홈 엔터테인먼트 기기는 무엇입니까?
 보유한 제품의 사용 빈도는 내년에 어떻게 할 것으로 생각하십니까?



게임을 즐기는 소비자에 주목하라

스마트폰의 보급이 늘면서 게임을 즐기는 세대의 폭이 넓어졌다. '누군가와 함께 같은 가상공간에서 게임을 즐긴다'는 답변이 41%로 다른 국가에 비해 높았고, 이 중 55%가 매주 1 회 이상 게임을 하는 것으로 나타났다.

지난 1 년간 스마트폰 게임을 구매한 적이 있다고 답한 소비자는 전체의 53%에 달했다. 게임 콘텐츠의 유통에 스마트폰이 상당한 역할을 담당하고 있으며, PC 나 콘솔을 통해 게임을 즐기는 기존 방식에 급속한 변화가 일고 있음을 감지할 수 있는 대목이다.

세계 최고의 디지털 미디어 환경에 적응하라

모바일기기 보급 포화상태에 근접한 국가라는 평가에 걸맞게 세계 최고수준의 스마트폰 보급율을 보였다. 아직 갖고 있지 않은 소비자의 45%도 앞으로 구매하겠다는 의사를 표해, 평균 10%대를 기록한 다른 나라들에 비해 월등히 높았다.

휴대전화의 활용가치를 묻는 질문에 대해 국내 소비자들은 데이터 사용(56%)과 통화(34%), 문자(10%) 순으로 답해, 통화 기능에 가장 높은 가치를 부여한 다른 나라 소비자들과 큰 차이를 보였다. 또한 스마트폰에 본래 내장된 기능

외에도 다양한 애플리케이션을 적극 사용하는 것으로 나타났다.

Mobile Technology – 휴대폰 활용도

Q. 휴대폰 (스마트폰 및 기본 핸드폰) 기능 중 가장 자주 사용하는 항목은 무엇입니까?

 : 10개국 중 1위

휴대폰 보유자 중 매주 한 번 이상 사용하는 기능 비중	KOR	AUS	FRA	GER	ITA	JPN	NOR	ESP	GBR	USA
모바일 온라인 검색	74%	37%	36%	30%	43%	19%	36%	49%	37%	39%
웹 검색	72%	46%	42%	42%	52%	38%	53%	63%	47%	49%
뉴스 기사 구독	69%	27%	23%	21%	33%	30%	46%	38%	32%	32%
이메일 수신	65%	48%	47%	43%	53%	55%	53%	62%	51%	51%
사진 촬영	64%	42%	36%	34%	48%	19%	45%	56%	36%	43%
음악 감상	62%	36%	34%	34%	39%	16%	34%	48%	31%	40%
게임	55%	32%	27%	23%	36%	15%	31%	39%	28%	36%
소셜 네트워킹 페이지 최신화	42%	35%	23%	26%	36%	17%	39%	45%	33%	38%
온라인 banking	38%	30%	14%	18%	17%	4%	27%	28%	18%	27%
TV 프로그램 시청	37%	13%	13%	12%	16%	11%	10%	18%	11%	21%
장소 안내 위한 지도 활용	35%	23%	16%	16%	28%	7%	14%	27%	19%	24%
제품 구매 결제	32%	14%	13%	14%	20%	5%	9%	16%	11%	20%
스포츠 시청	24%	9%	11%	10%	15%	5%	9%	20%	6%	16%
영화 관람	21%	11%	12%	11%	15%	3%	9%	18%	7%	19%

이상에서 살펴보았듯 우리나라 소비자들은 세계 최고수준의 디지털 미디어 환경 속에서 살고 있으며 그 혜택을 적극적으로 누리고 있다. 이는 첨단기술과 노하우로 무장한 국내 제조사의 지속적 혁신과 우수한 품질의 통신환경, 뛰어난 디지털 콘텐츠의 합작물이다.

기업 입장에서는 소비자의 디지털기 활용패턴을 만족시키고 이를 통해 자사 제품과 서비스의 판매 확대를 꾀하기 위한 빠른 대응이 요구된다. 고품질의 다양한 콘텐츠 개발과 새로운 유통경로 개척 등을 통해 글로벌 비즈니스 환경을 선도할 기회를 만드는 것도 중요하다. 이는 향후 기업의 성패를 좌우할 수 있는 주요변수다.

서울특별시 영등포구 국제금융로 10 서울국제금융센터 One IFC 빌딩 4 층~12 층

딜로이트 안진회계법인 Tel. 02-6676-1000 Fax. 02-6674-2114 | 딜로이트 컨설팅 Tel. 02-6676-3800 Fax. 02-6674-8700

© 2014. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting Korea.

www.deloitte.com/kr www.facebook.com/DeloitteKorea