

# 아이폰 고객의 아이폰/IT서비스 이용행태 및 시사점

## EXECUTIVE SUMMARY

### 조사 방법

- I. 아이폰 가입자 프로파일
- II. 어플리케이션 이용행태 및 성향
- III. IT서비스 이용행태 및 성향
- IV. 구매이유 및 구매의향자
- V. 기타: 악세사리



# EXECUTIVE SUMMARY

www.digieco.co.kr

58%

매일 앱스토어에  
방문하는 고객비율



구글

아이폰 사용 시 선  
호도 급상승 포털

63분

평균 출퇴근  
(등하교) 시간

게임

유료/무료  
구매/다운의향  
높은 어플

\$5.4

향후 어플  
구매 예산(월간)

보호필름  
케이스

가장 많이  
구매하는 악세사리

83%

가정 내  
AP보유비율

4.1명

가입자 주변  
가입 희망자

## 조사 방법

www.digieco.co.kr

### 목적

아이폰 출시된 지 1개월이 지난 시점에서, 아이폰 가입자의 아이폰/IT서비스 이용행태 및 성향 조사를 통해 아이폰의 파급효과 분석

### 대상

전국의 아이폰 고객 1,400명 (남 87%, 여 13%)

### 기간

2010년 1월 6일~1월 13일, 1주일 간 온라인 설문조사 실시  
경제경영연구소 지식포털 DigiEco 활용

### 내용

아이폰 가입 이후에 통신/인터넷/PC 이용에 변화가 있는지?  
가입 이유는 무엇이고, 선호하는 어플리케이션은 무엇인가?  
어플리케이션 유/무료 구매/다운 의향, 지출규모 및 향후 지출예산은?

## I. 아이폰 가입자 프로파일 : (1) 단말 사용 경험

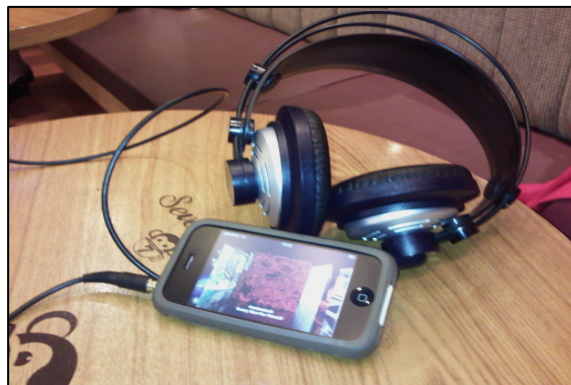
아이폰 가입자의 46%가 터치폰을, 27%는 스마트폰을 사용한 경험을 가지고 있습니다.

아이폰 가입자가 경험한 애플 제품은 아이팟 MP3와 터치가 가장 많았으며, 28%의 고객은 애플의 컴퓨터 제품을 사용했다고 응답했습니다.

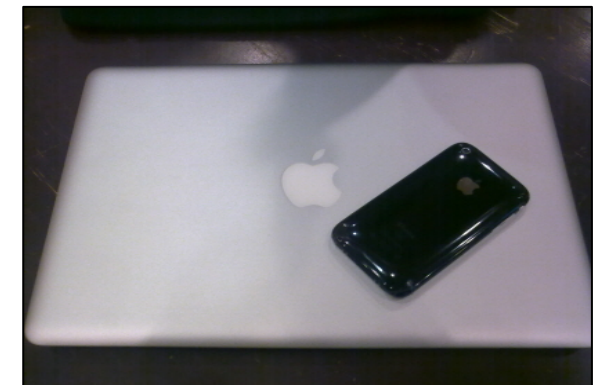
터치폰 경험자	46%
삼성전자	48%
LG전자	31%
기타	21%



애플제품 경험자	59%
아이팟(MP3)	39%
아이팟(터치)	30%
노트북(맥북)	16%
PC(맥)	12%



스마트폰 경험자	27%
20대	39%
30대	51%
40대	7%

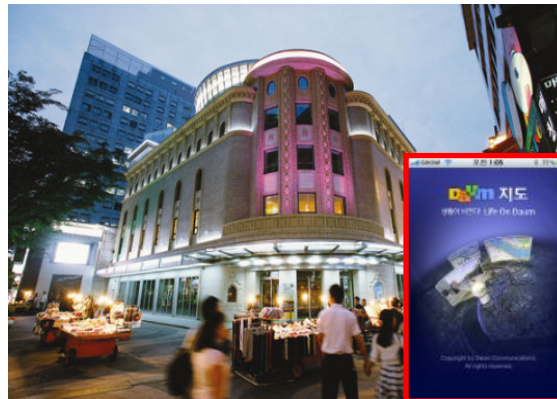


# I. 아이폰 가입자 프로파일 : [2] 교통수단

아이폰 가입자의 출퇴근 시간은 평균 63.2분이었으며, 지하철과 버스를 많이 이용했습니다.

아이폰 시연 시, LBS 어플리케이션을 많이 활용하고 있었으며, 이 중에서도 대중교통이나 길찾기 기능을 주로 시연하고 있었습니다.

출퇴근(통학) 시간		63분
10대	44분	
20대	63분	
30대	65분	
40대	67분	



주로 이용하는 교통수단	
10대	①버스②도보③지하철
20대	①지하철②버스③자가용
30대	①자가용②지하철③버스
40대	①자가용②지하철③버스



## < 주사용 vs 시연용 어플은? >

주로 사용하는 어플

No 1. Game

No 2. 카메라

No 3. LBS

주로 시연하는 어플

No 1. LBS

No 2. Game

No 3. 카메라



\* 아이폰이 가져올 혁신과 변화(2009. 11. 26, 디지예코 연구리포트) 참조

## II. 어플리케이션 이용행태 및 성향 : [1] 구매용도와 주요 활용 어플리케이션

www.digieco.co.kr

구매 전 흥미를 갖는 기능과 실제 사용하는 어플리케이션이 연령대별로 상이하게 나타났습니다.

구매 전에는 크게 고려 않던 게임과 카메라 기능을 많이 사용하고 있으며, 예상 외로 40대 이상도 게임을 즐기는 것으로 나타났습니다.

### < 아이폰 구매 시 주요 용도는?\* >

	인터넷	아이팟	이메일 / SNS	LBS	생산성**	게임
10대	74%	73%	4%	4%	4%	19%
20대	60%	55%	12%	21%	9%	14%
30대	63%	38%	20%	23%	18%	11%
40대	70%	29%	37%	14%	18%	5%

### < 구매 후 주로 사용하는 어플은?\* >

	카메라	연락처	이메일 / SNS	LBS	생산성	게임
10대	29%	0%	23%	22%	10%	55%
20대	31%	9%	26%	25%	16%	44%
30대	26%	14%	19%	25%	23%	47%
40대	25%	18%	10%	22%	23%	37%



구매 전에는,

10~20대는 아이팟,  
30~40대는 이메일  
/SNS에 흥미

구매 후에는,

게임/카메라/LBS 어플  
주로 사용



\* 1순위/2순위 중복응답 집계 데이터임 \*\* 생산성은 메모, 일정관리 등 "정보관리" 관련 카테고리임

olleh kt



## II. 어플리케이션 이용행태 및 성향 : [2] 다운예정인 유/무료 어플리케이션

www.digieco.co.kr

어플리케이션 중 게임, 생산성, LBS에 대해서는 지불의향이 있으며, 특히 10~20대는 게임, 30~40대는 생산성 관련 어플리케이션을 중심으로 지불의향이 높았습니다.

특히 40대 이상의 경우 게임은 무료로, 생산성/LBS는 유료로 다운받는 성향이 보입니다.

< 다운 예정인 무료 어플은?\* >

	게임	카메라	생산성	메일/ SNS	LBS
10대	45%	26%	20%	11%	15%
20대	37%	25%	23%	20%	22%
30대	39%	20%	25%	14%	22%
40대	24%	14%	33%	25%	25%

< 다운 예정인 유료 어플은?\* >

	게임	카메라	생산성	메일/ SNS	LBS
10대	55%	22%	22%	10%	15%
20대	45%	20%	28%	12%	25%
30대	37%	14%	34%	10%	28%
40대	19%	6%	38%	13%	27%



무료로 받는 건?  
게임/카메라/SNS

유료로 사는 건?  
게임/LBS/생산성



\* 1순위/2순위 중복응답 집계 데이터임

olleh kt

## II. 어플리케이션 이용행태 및 성향 : [3] 어플리케이션 활용과 지출 규모

97.6%의 아이폰 가입자가 앱스토어를 방문한 경험이 있으며, 58%의 가입자는 거의 매일 앱스토어에 방문하고 있습니다.

초기 1달 간은 12.8\$ 정도를, 향후에는 5.4\$ 정도의 예산(월)을 책정하고 있습니다.

### < 앱스토어 방문 빈도\* >

주1회 미만 방문	2.4%
주 1회 방문	4.5%
주 2~3회 방문	17.2%
주 4~5회 방문	15.4%
거의 매일 방문	58.1%
주 2회 이상 방문	91%
*방문경험자	97.6%

### 앱스토어를 거의 매일 방문합니다!

10대	65%	10대	60%
20대	54%	20대	46%
30대	64%		
40대	38%		

### < 어플리케이션 구매 예산은? >

초기 1달간 어플리케이션 구매예산 : 12.8\$

10대	9.2\$
20대	11.9\$
30대	13.9\$
40대	17.0\$

증가

향후 어플리케이션 구매예산(월) : 5.4\$

10대	4.2\$
20대	5.3\$
30대	5.7\$
40대	6.5\$

증가

\* 앱스토어 방문을 통해 다운받아 보유한 어플 수는 1인당 평균 100 개(기본 어플 포함) 정도이며, 관련내용은 추가 분석 중



### III. IT서비스 이용행태 및 성향 : (1) 유무선 포털

www.digieco.co.kr

아이폰에 최적화된 포털인 구글의 지배력이 증가하고 있어 포털 시장의 빅뱅이 예상됩니다.

특히, 아이폰에서 Gmail의 편리성을 경험할 경우, 구글에 대한 선호도는 더욱 증가하는 것으로 나타났습니다.

#### PC→아이폰 선호포털 변화

< PC 사용 시 선호 포털 >

	네이버	다음	구글
10대	84%	5%	4%
20대	77%	8%	10%
30대	74%	13%	8%
40대	70%	11%	8%
전체	76%	10%	9%

< 증감 >

네이버 감소	다음 증가	구글 증가
-3%	1%	4%
-7%	2%	5%
-11%	3%	10%
-16%	6%	16%
-9%	3%	7%

< 아이폰 사용 시 선호 포털 >

	네이버	다음	구글
10대	81%	7%	8%
20대	70%	11%	15%
30대	63%	16%	18%
40대	54%	18%	24%
전체	67%	13%	16%

#### Gmail 사용 여부에 따른 선호포털 변화

< PC 사용 시 선호 포털 >

	사용자	차이	비사용자
네이버	73.7%	-6.5%	80.2%
다음	10.0%	-0.4%	10.4%
구글	11.3%	8.5%	2.8%

< 아이폰 사용 시 선호 포털 >

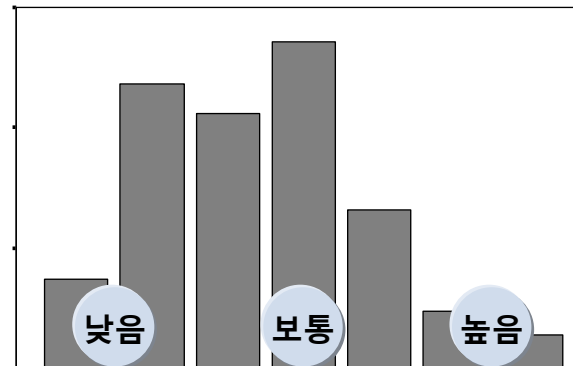
	사용자	차이	비사용자
네이버	63.8%	-10.9%	74.7%
다음	13.1%	0.9%	12.2%
구글	20.4%	13.9%	6.5%

### III. IT서비스 이용행태 및 성향 : (2) AP와 초고속인터넷

대부분 가정과 직장에 Wi-Fi AP를 보유하고 있으나, 그 외에는 AP 접근성이 낮은 것으로 보입니다.  
 맥내 PC활용시간은 줄었으나, 아이폰 활용시간이 증가하고 초고속인터넷의 필요성이 높아졌습니다.

가정 내 AP 보유	83%
직장 내 AP 보유	71%
네스팟 AP 경험	66%

< 가정/직장 외 AP 접근성 >



가정과 직장에서는 AP 접근성이 보장되나,  
 그 외에는 개방된 AP 접근성이 높지 않음

맥내 PC 활용시간	줄었다	그대로	늘었다
	59%	28%	14%
아이폰+PC 활용시간	줄었다	그대로	늘었다
	5%	16%	79%

이동중 아이폰 사용으로  
 맥내 PC 활용시간 감소!  
 Wi-Fi 활용을 위한 초고속  
 인터넷 중요성 증가!

아이폰 가입 후 초고속인터넷  
 필요성은 어떤가?

불필요	보통	필요
3%	49%	48%

#### IV. 아이폰 구매 이유 및 주변 구매 의향자

아이폰 구매에 있어 10대는 아이팟터치, 20대는 지인추천, 30대는 블로그의 영향력이 크며, 아이폰의 기존 가입자로 인해 지인과 직장동료 등이 4.1명 정도 구매의향을 보이고 있습니다.

	구매이유				아이폰에 관심을 갖는 사람		
	본인의 필요	아이팟 터치	블로그	지인추천	지인(친구)	직장동료	가족
10대	74%	39%	14%	8%	80.3%	18.3%	0%
20대	74%	27%	17%	10%	53.5%	41.8%	4.1%
30대	72%	25%	21%	6%	37.6%	49.6%	12.4%
40대	75%	14%	16%	8%	33.3%	49.5%	17.3%
계	73%	26%	18%	8%	46.9%	44.6%	8.0%

본인으로 인한 아이폰 가입 의향자 : 4.1명

10대	2.7명
20대	4.1명
30대	4.3명
40대	3.7명



## V. 기타 : 액세서리 구매

아이폰 가입 시 상당수의 사용자가 액정 보호필름과 케이스를 구매했습니다.

아이폰 가입 후에는 스피커에 대한 구매의향이 높아, 아이폰의 용도를 개인용 휴대기기로 국한하지 않고 맥내 멀티미디어 센터로 확장할 가능성이 높은 것을 알 수 있습니다.

### < 구매한 액세서리 >

	액정 보호필름	케이스	파우치	거치대	외장 배터리	스피커	케이블	기타
10대	39.7%	32.7%	1.9%	3.8%	10.9%	1.3%	7.1%	2.6%
20대	36.0%	32.2%	3.2%	3.7%	10.1%	3.4%	9.7%	1.6%
30대	32.3%	28.5%	2.6%	6.1%	10.2%	2.9%	15.8%	1.6%
40대	32.3%	29.9%	4.8%	3.6%	10.2%	3.6%	12.6%	3.0%

### < 향후 구매할 액세서리 >

	액정 보호필름	케이스	파우치	거치대	외장 배터리	스피커	케이블	기타
10대	5.1%	14.0%	4.5%	12.7%	28.7%	26.1%	6.4%	2.5%
20대	2.8%	11.3%	4.9%	15.2%	30.7%	26.2%	7.4%	1.5%
30대	3.2%	10.0%	5.6%	16.0%	30.4%	26.9%	6.1%	1.9%
40대	1.9%	5.8%	5.8%	15.5%	36.9%	25.2%	5.8%	2.9%