



10대

• 평소 인기 활동

1위 음악감상
2위 인터넷 동영상 게임

• 게임 대비 유망 10대

PC 게임 이용률 71.6%
모바일 게임 이용률 80.0%

인테리어
(entertainment + interior + er)

인터넷으로 보는 세대
: PC 인터넷 게임 이용률이 가장 높고, 인스타그램에서 인테리어를 많이 추구

• 주 이용 SNS

1위 페이스북
2위 V LIVE 유료 이용률

23.3%
전체 평균 7.0%

• 인스타그램에서 생중계 시청 경험

61.2%
전체 평균 40.5%

20대

• 평소 인기 활동

1위 음악감상
2위 영화 공연 전시 관람

• 자주 이용하는 앱은 '소셜미디어'

62.0% 20대
51.8% 전체 평균

프로취향러
(pro + interest + er)

취향을 기반으로 소비하는 세대
: 본인의 취향이나 관심사를 기반으로 콘텐츠를 선택해 이용하는 세대

• 주 이용 SNS

1위 인스타그램
2위 인스타그램 통한 동영상 시청

38.5%
전체 평균 25.5%

• 넷플릭스 유료 이용률

47.9%
전체 평균 34.9%

30대

• 인터넷 유튜브 이용 목적은 '오락형 소량'

73.7%
전체 평균 65.1%

• PC 인터넷 주 이용 항목

쇼핑

• 높은 '네이버' 의존도

쇼핑몰 1위 네이버쇼핑
간편결제 1위 네이버페이

핑거쇼핑
(finger + shopping + er)

온라인 쇼핑에 가장 적극적인 세대
: 인터넷 유튜브 및 인스타그램을 통한 쇼핑을 즐기는 30대 소비자

• 주 이용 SNS

1위 인스타그램
2위 인스타그램 통한 제품/서비스 구매 경험

21.1% 30대
15.4% 전체 평균

40대

• 온라인 정보 검색 채널

1위 네이버

• 생동적 동영상 시청 채널

1위 네이버TV-네이버

• 학습수 (skool) 유료 이용률

43.8%
전체 평균 31.8%

로열티만렙
(loyalty + all in + level)

1등 서비스 위주로 이용하는 세대
: 포털을 넘어 SNS, 웹서비스, 쇼핑에 인터넷을 통한 서비스 선호

• 주 이용 SNS

1위 페이스북
2위 모바일 SNS

61.1%
2위 11.7%

50대

• 평소 인기 활동

1위 영화 공연 전시 관람
2위 TV 시청

• 제품 구매 시 '정보확보'가 정보 산화

52.2% 50대
39.0% 전체 평균

오피셜인포슈머
(official + information + consumer)

신뢰도 있는 정보를 소비하는 세대
: 뉴스나 공식 홈페이지 등 신뢰도 있는 콘텐츠 및 서비스를 선호

• 주 이용 SNS

1위 밴드
2위 '다들(Daum)'을 통한 정보 검색

60.3%
전체 평균 37.8%

• '뉴스 기사 공유 대량' 온라인 플랫폼 시청 경험

50.2%
전체 평균 28.1%