

# DIGITAL LIFESTYLE REPORT

## ② 소비·쇼핑

MEDIA MARKET CONSUMER

MEDIA

MARKET

CONSUMER

들어가기에  
앞서,

### 소비자들은 온라인에서 어떠한 소비패턴을 보일까요?

비대면 서비스에 대한 수요 증가와 디지털 전환의 가속화로, 온라인 채널 위주의 소비패턴은 더욱 명확해졌습니다. 이제 일반 제품부터 신선 식품까지 온라인에서 쇼핑을 하고, 간단한 용무는 앱으로 해결하는 라이프스타일이 형성된 것입니다. 온라인에서 소비자의 구매 활동이 활발해짐에 따라, 성공적인 마케팅을 위해서는 이들과의 접점 형성이 더욱 중요해지고 있습니다.

이번 보고서에서는 소비자의 **온라인 쇼핑 빈도/금액, KBFs, 주 이용 서비스앱, 리뷰 영향력** 등 온라인 상의 소비·쇼핑 관련 데이터를 통해, **성별·연령별 소비자 인사이트**를 제공하고자 합니다.

# 01 조사 개요

01. 조사 개요

02. 온라인 쇼핑

03. 앱 서비스

04. 구매 행위

조사 설계



조사 목적

1559 남녀 미디어 이용 행태 조사

조사 방법

온라인 설문

조사 지역

서울/경기, 5대 광역시

조사 대상

만 15 ~ 59세 남녀

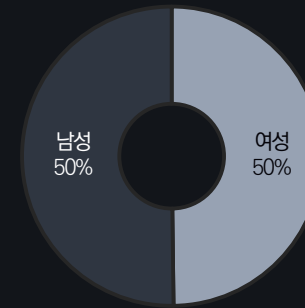
조사 규모

총 1,000명

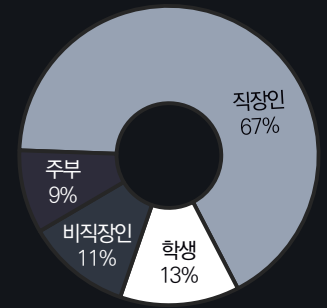
조사 기간

2023.07.14 ~ 2023.07.19

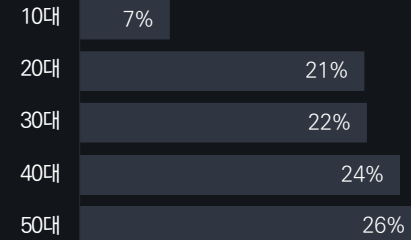
성별



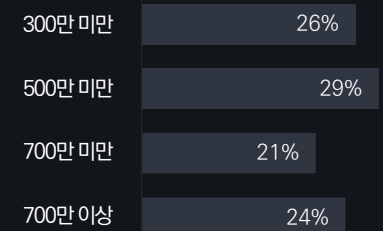
직업 분포



연령대



월 가구 소득



## 02 온라인 쇼핑

- 온라인 쇼핑 빈도
- 월평균 쇼핑 지출 금액
- 온라인 쇼핑 시 이용 디바이스
- 주 이용 온라인 쇼핑몰
- 주 구매 품목
- 일반 제품 / 신선 식품 KBFs

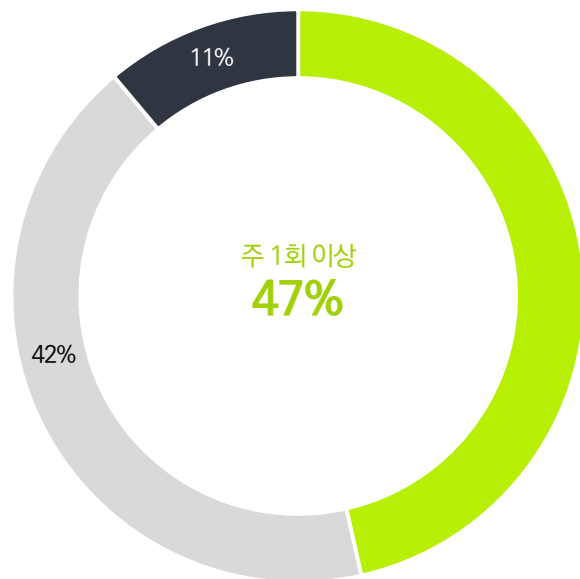
## 2명 중 1명은 매주 온라인에서 제품 구매



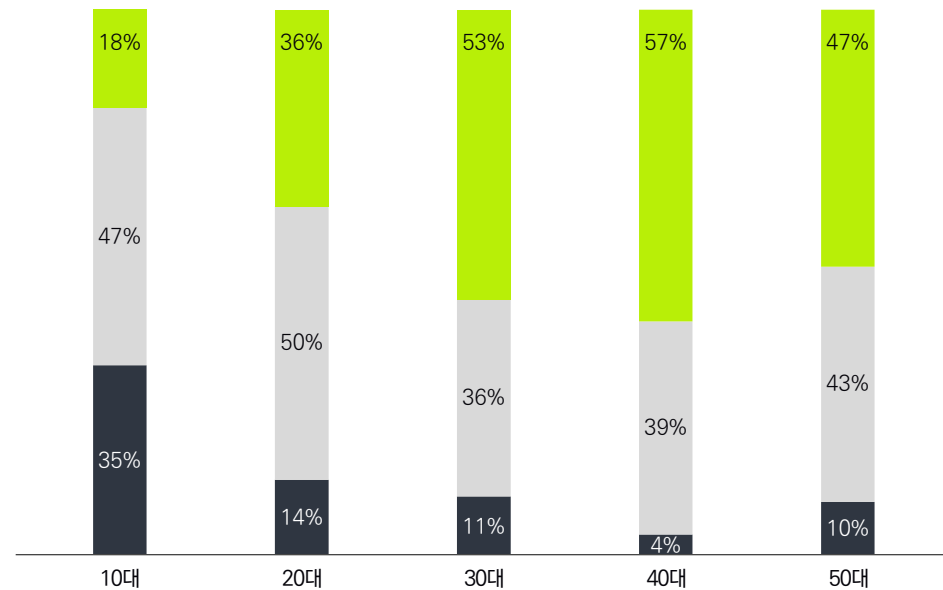
응답자 중 절반 가량은 주 1회 이상 온라인에서 제품을 구매한다고 응답했습니다.  
이러한 모습은 경제력이 있는 30대 이상에서 더 눈에 띄게 보이며, 10대에서 가장 낮은 수치를 보였습니다.

### 온라인 쇼핑 빈도

- 주 1회 이상
- 월 1회 이상
- 월 1회 미만



### 연령대별 쇼핑 빈도

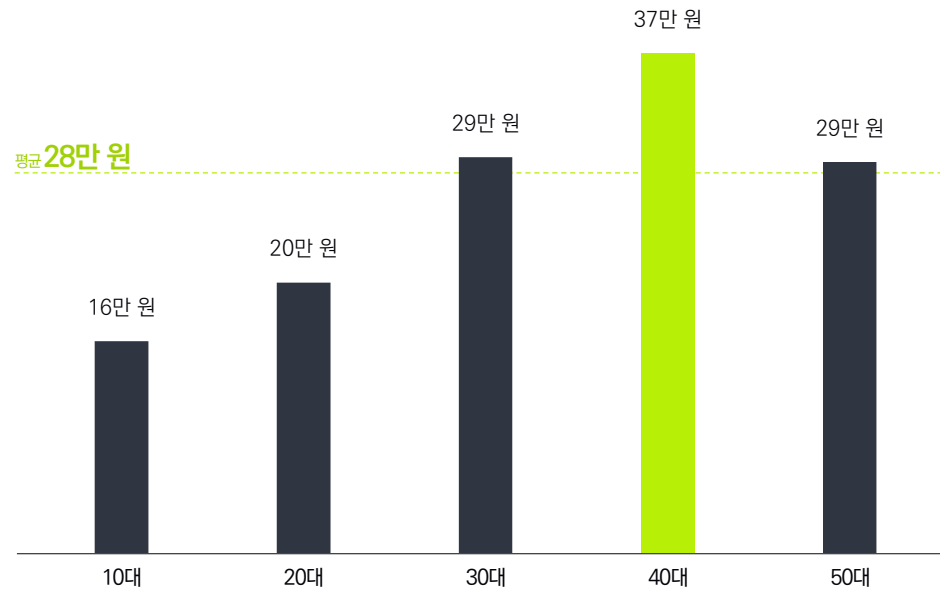


월평균 쇼핑 지출 금액은 28만 원, 40대의 지출이 가장 활발

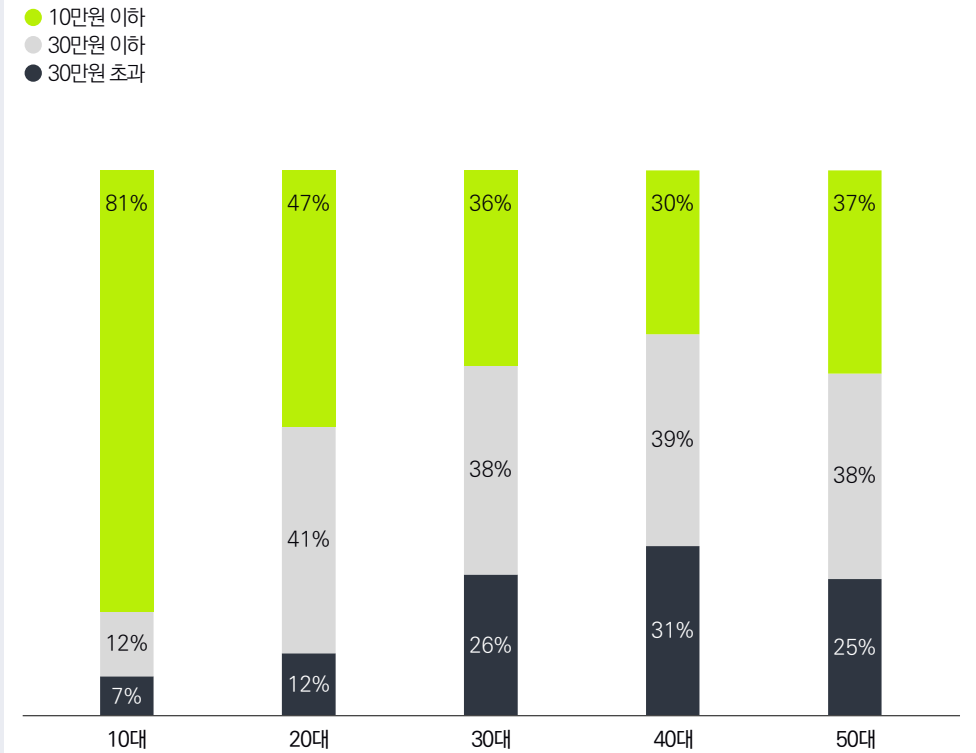


전 연령대의 월평균 쇼핑 지출 금액은 28만 원이며, 40대가 가장 높은 지출을 보입니다. 10대의 경우 대부분 월 10만원 이하로 쇼핑하고 있으며, 월 30만원을 초과하는 비율은 30대 이상에서 높았습니다.

월평균 쇼핑 지출 금액



연령대별 지출 금액 비율

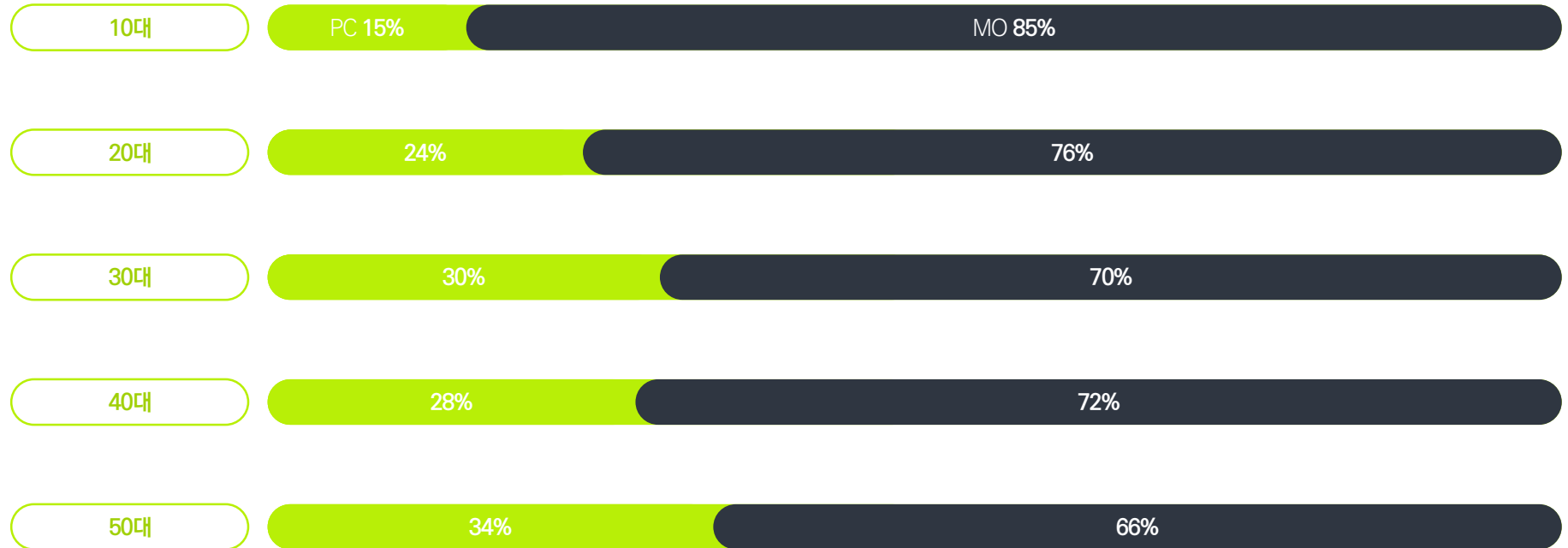


## 온라인 쇼핑 시 주로 이용하는 디바이스는 '모바일'



온라인 쇼핑 시 이용하는 디바이스를 확인해보면, 모바일을 가장 많이 활용합니다. 언제 어디서나 상품을 확인할 수 있으며, 결제 시스템이 빠르고 간편해졌기 때문입니다.

온라인 쇼핑 시 이용 디바이스





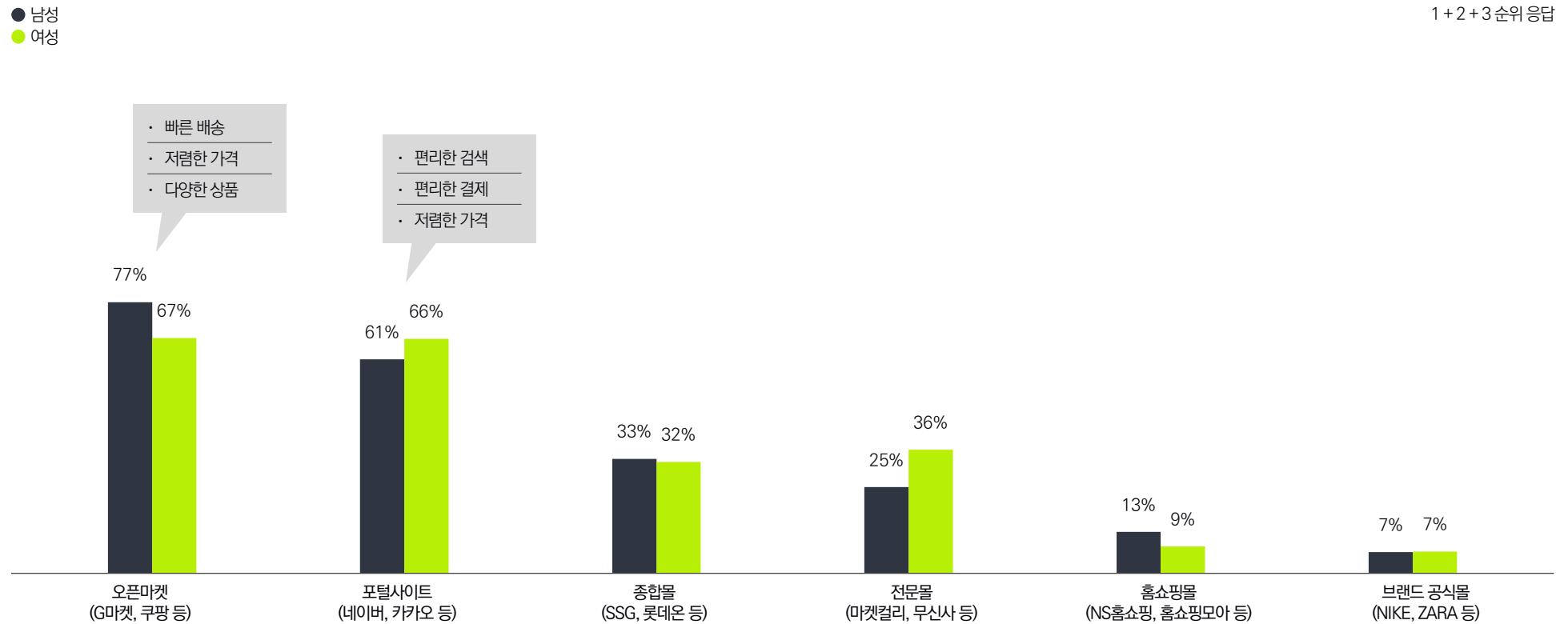
가장 많이 이용하는 쇼핑몰은 '오픈마켓', 빠른 배송이 장점



소비자가 가장 많이 이용하는 쇼핑몰은 오픈마켓입니다. 빠른 배송뿐만 아니라 제품의 가격도 저렴하기 때문입니다. 포털사이트에서도 물건을 자주 구입하는데, 이는 편리한 검색 환경과 결제 시스템 때문이라고 응답했습니다.

주 이용 온라인 쇼핑몰

1+2+3 순위 응답



## 온라인에서 가장 많이 구매하는 품목은 '생필품'과 '패션·잡화'

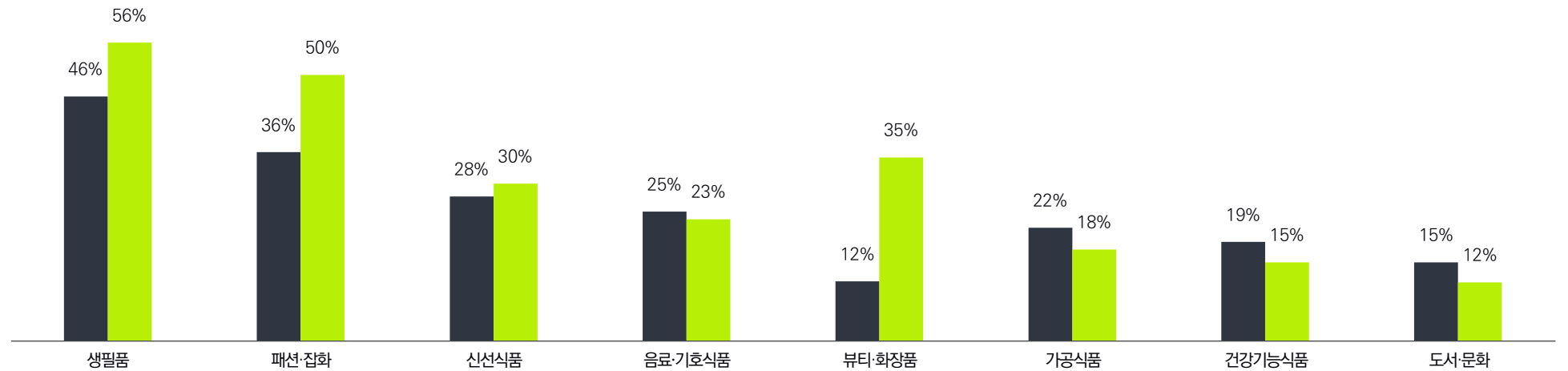


남녀 모두 온라인에서 가장 많이 구매하는 품목은 생필품과 패션·잡화입니다.  
여성은 남성보다 뷰티·화장품, 남성은 여성보다 가공식품, 건강기능식품의 구매가 많았습니다.

온라인 쇼핑 주 구매 품목

● 남성  
● 여성

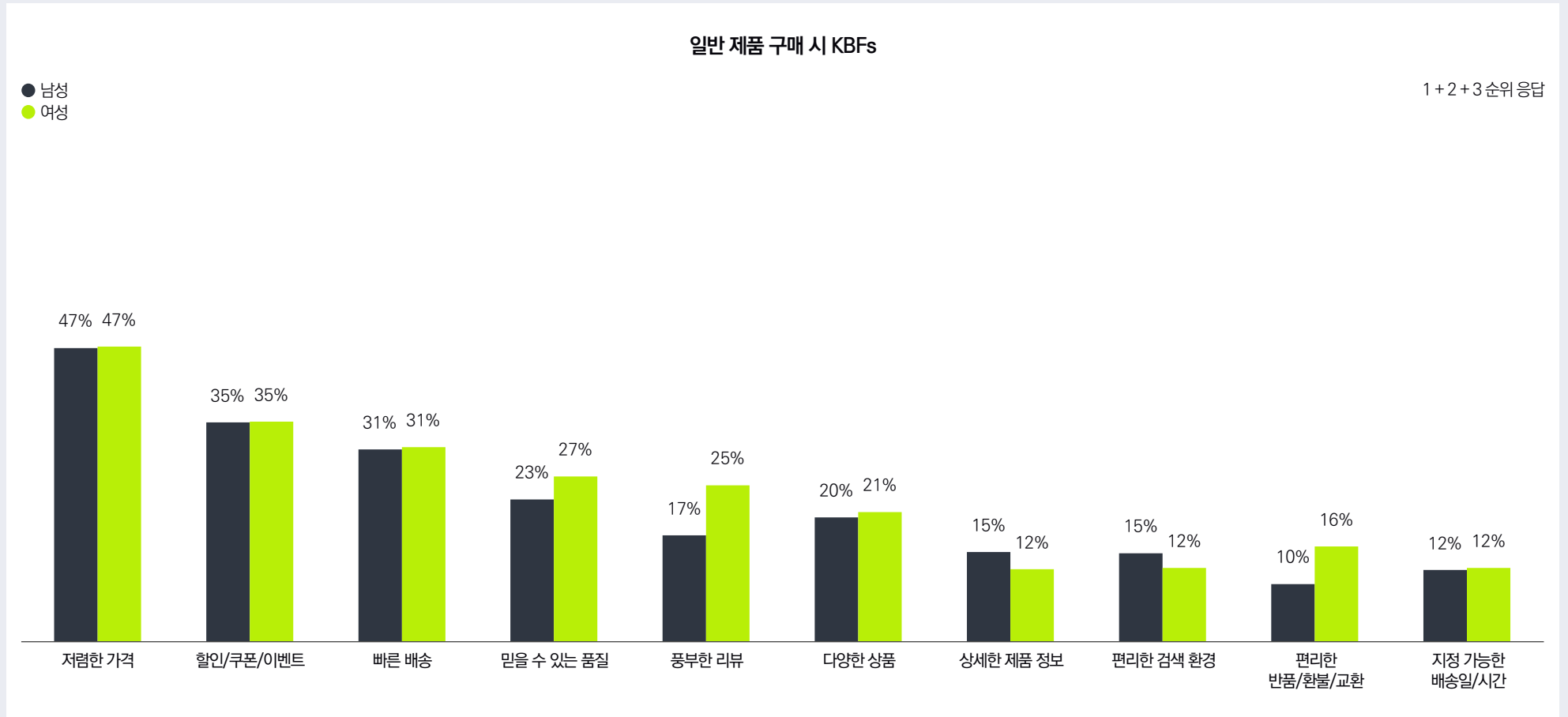
1+2+3 순위 응답



## 일반 제품 구매 시 가장 중요시하는 요소는 '저렴한 가격'



1050대 남녀 모두 일반 제품을 구입할 때 저렴한 가격이 가장 중요하다고 응답했습니다. 또한 여성은 리뷰, 반품·환불·교환 등 커머스에서 제공하는 서비스도 꼼꼼히 따져보는 모습입니다.



### 신선 식품 구매 시 가장 중요시하는 요소는 '빠른 배송'과 '품질'

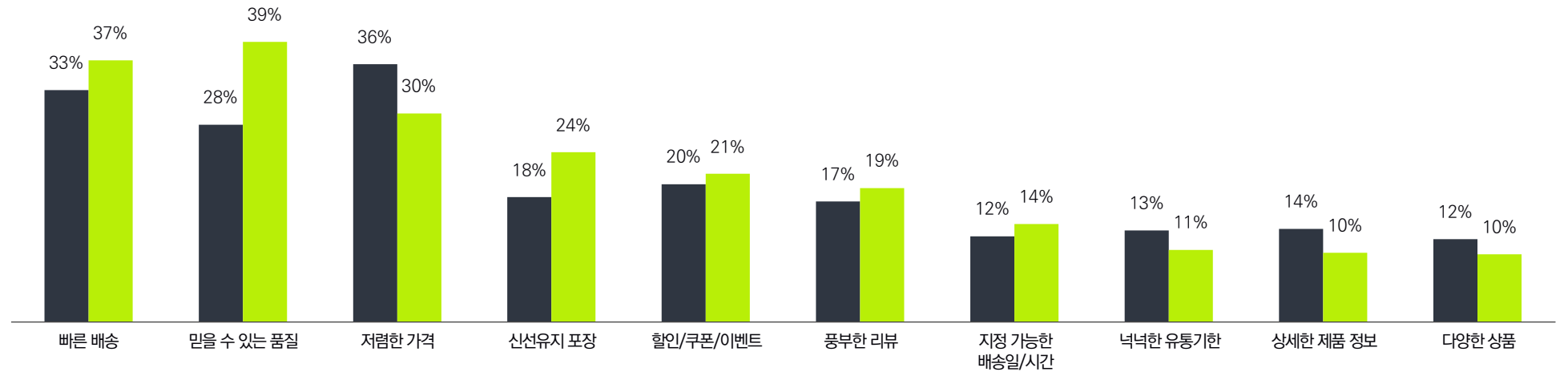


여성이 신선 식품을 구매할 때, 가장 중요하게 고려하는 요인은 빠른 배송과 믿을 수 있는 품질입니다. 남성의 경우 저렴한 가격과 유통기한과 같은 실용적인 측면을 더 중시한다고 응답했습니다.

신선 식품 구매 시 KBFs

● 남성  
● 여성

1+2+3 순위 응답



## 03 앱 서비스

- 이용 경험이 있는 앱 서비스
- 앱 서비스별 만족도
- 이용 경험이 있는 배달앱
- 배달앱 지출 금액 및 주문 빈도

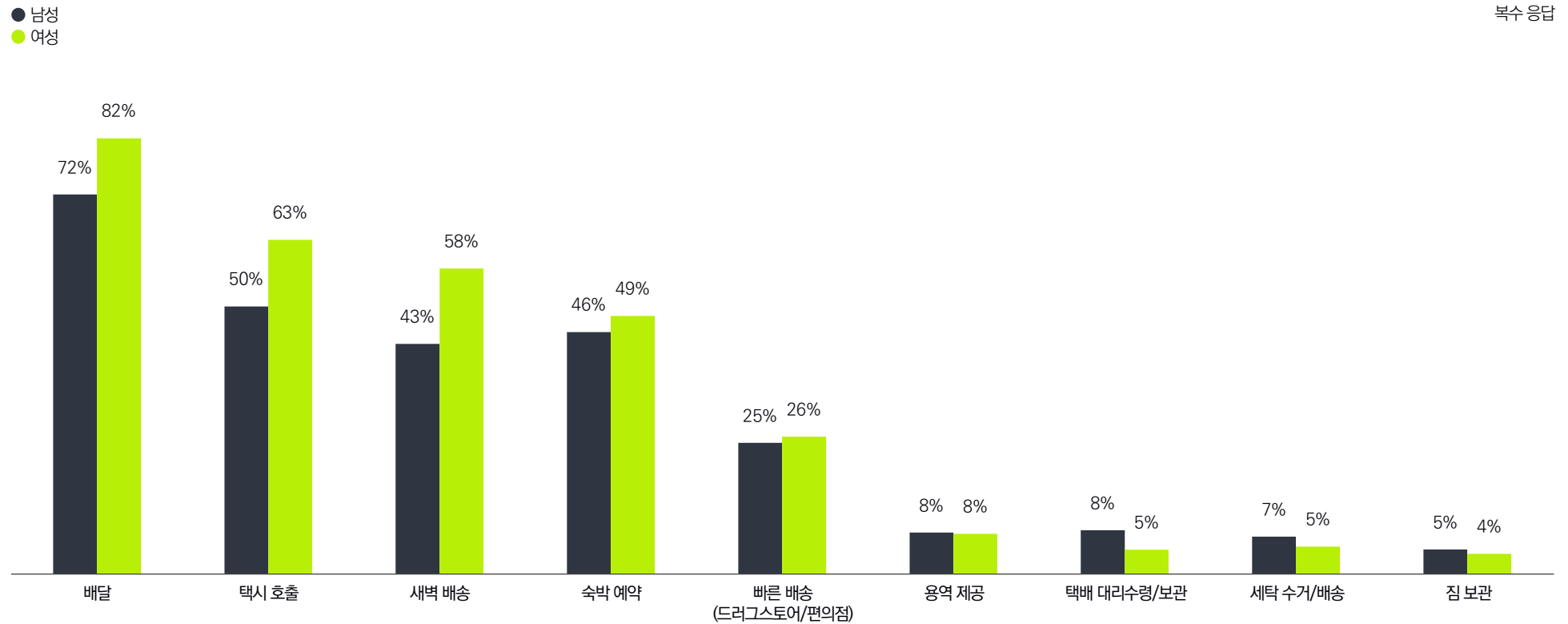
## 가장 많이 이용해 본 앱 서비스는 '배달'과 '택시 호출'



응답자들이 가장 많이 이용해 본 앱 서비스는 배달과 택시 호출입니다.  
여성은 남성보다 새벽 배송, 숙박 예약 등의 서비스를 더 많이 이용합니다.

### 이용 경험이 있는 앱 서비스

복수 응답

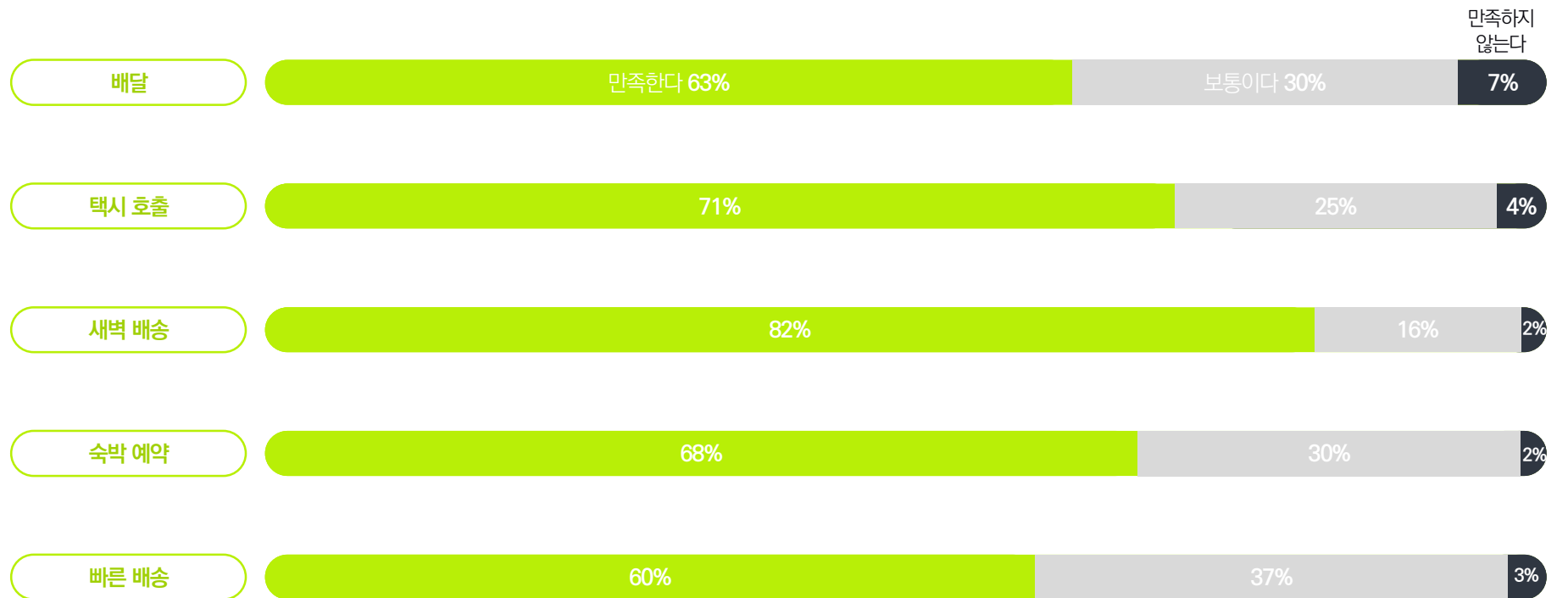


## 가장 만족도가 높은 앱은 '새벽 배송', 낮은 앱은 '배달'



만족도가 가장 높은 서비스는 신선·반조리 식품 등을 배송해주는 '새벽 배송'이었습니다. '배달'의 만족도가 가장 낮은 이유로는 높은 배달 요금(63%)과 메뉴 가격(11%) 때문이라고 응답했습니다.

### 앱 서비스별 만족도 (TOP5)



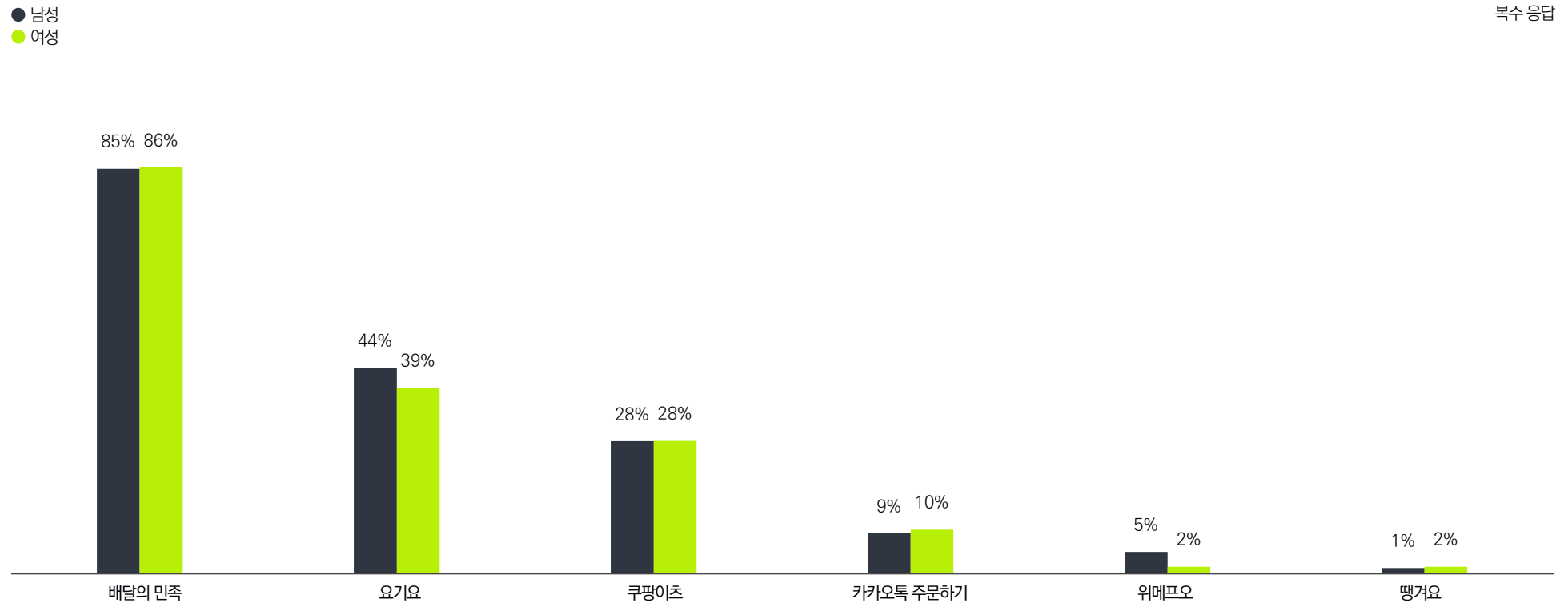
## 10명 중 8명이 이용하는 국민 배달앱 '배달의 민족'



가장 높은 이용률을 보이는 배달앱은 '배달의 민족'입니다.  
오랜 시간 동안 쌓아온 소비자와의 친밀감, 높은 충성도가 그 원인으로 보입니다.

### 이용 경험이 있는 배달앱

복수 응답





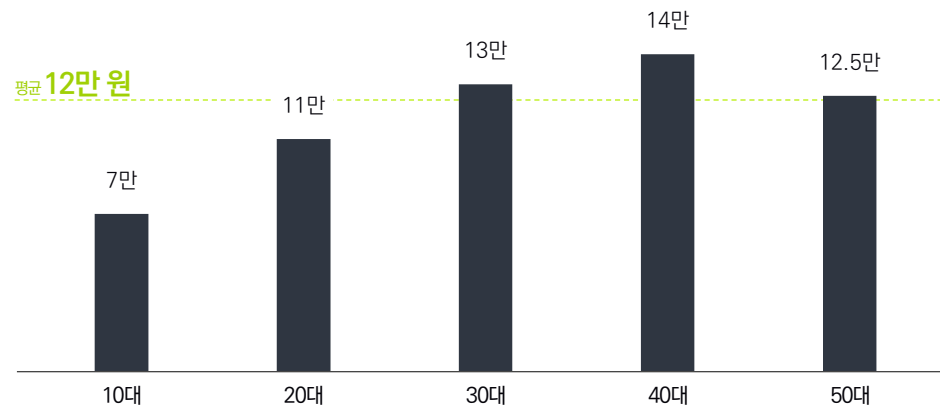
## 배달앱을 가장 자주 이용하는 연령대는 2040



소비자들은 배달앱에서 월평균 약 12만원을 지출하고 있습니다.  
특히 2040세대는 다른 연령대에 비해 배달앱을 활용한 주문이 활발합니다.

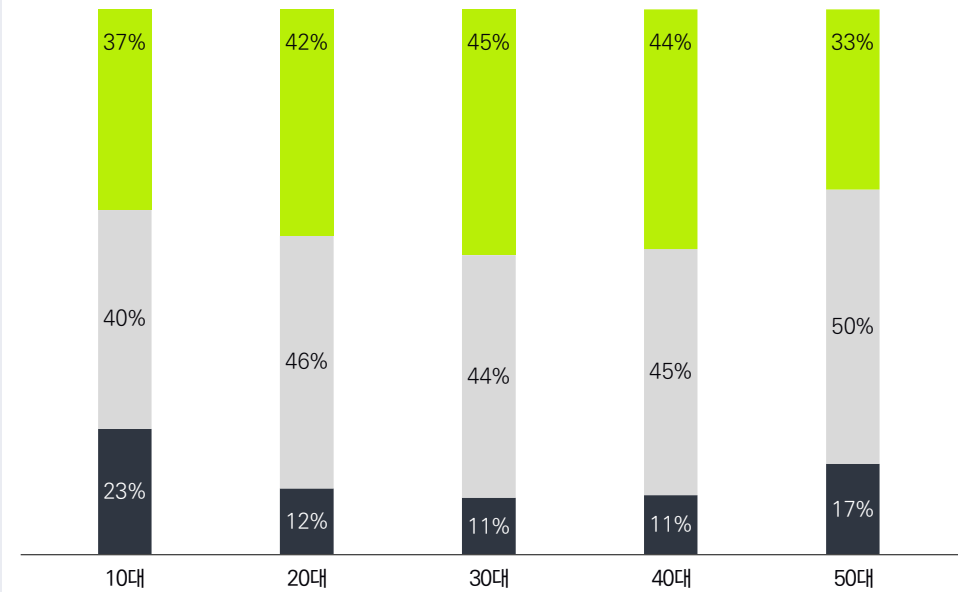
### 월평균 배달앱 서비스 지출 금액

단위: 원



### 배달앱을 통한 주문 빈도

● 주 1회 이상  
● 월 1회 이상  
● 월 1회 미만



## 04 구매·후기

- 온라인 쇼핑 시 주 결제 수단
- 결제 수단 지원 여부의 영향
- 온라인 쇼핑 시 리뷰 참고 정도
- 온라인 제품 구매 전 확인 정보

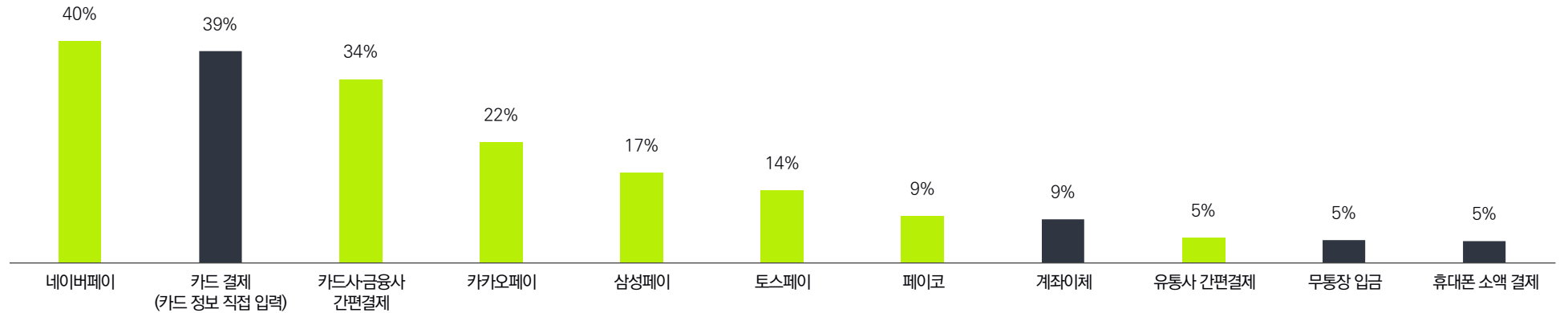
## 온라인 쇼핑 시 '간편결제'를 가장 선호



카드, 계좌 등의 결제 정보를 한 번 입력해 놓으면 이후부터 간단하게 결제할 수 있는 간편결제가 인기입니다. 네이버페이, 카카오페이, 각종 카드·금융사의 간편결제 시스템이 온라인 쇼핑 시 주로 사용되는 결제 수단입니다.

온라인 쇼핑 시 주 결제 수단

1+2+3 순위 응답



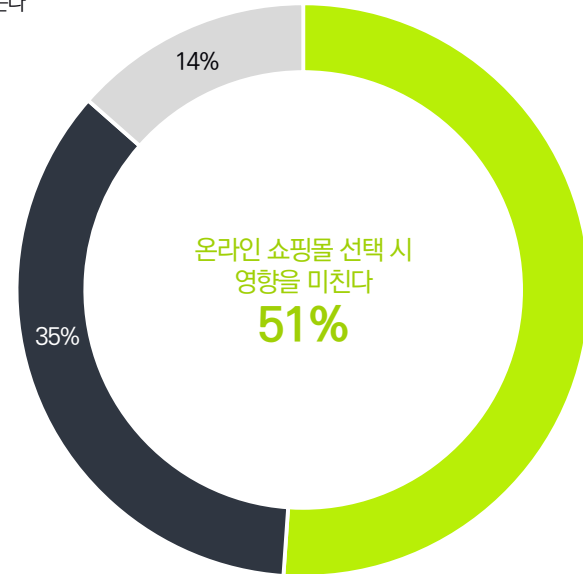
원하는 결제 수단을 지원해주는 온라인 쇼핑몰 선호



온라인 쇼핑 과정에서 선호하는 결제 수단의 지원 여부가 쇼핑몰 선택에 영향을 미치고 있습니다.  
연령이 낮을수록 간편결제인 '페이'를 사용하며, 연령이 높아질수록 '카드 정보를 직접 입력'하는 것을 선호합니다.

결제 수단 지원 여부의 영향

- 영향을 미친다
- 보통이다
- 영향을 미치지 않는다



연령별 주 사용 결제 수단

1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	토스페이 34%	네이버페이 48%	네이버페이 59%	카드 정보 직접 입력 43%	카드 정보 직접 입력 46%
2	카카오페이 29%	카드 정보 직접 입력 31%	카드 정보 직접 입력 36%	카드사금융사 간편결제 37%	카드사금융사 간편결제 41%
3	카드 정보 직접 입력 27%	카카오페이 30%	카드사금융사 간편결제 36%	네이버페이 36%	네이버페이 28%
4	네이버페이 22%	카드사금융사 간편결제 24%	카카오페이 22%	카카오페이 22%	삼성페이 18%
5	계좌 이체 22%	토스페이 21%	삼성페이 22%	삼성페이 18%	카카오페이 14%

01. 조사 개요

02. 온라인 쇼핑

03. 앱 서비스

04. 구매·후기

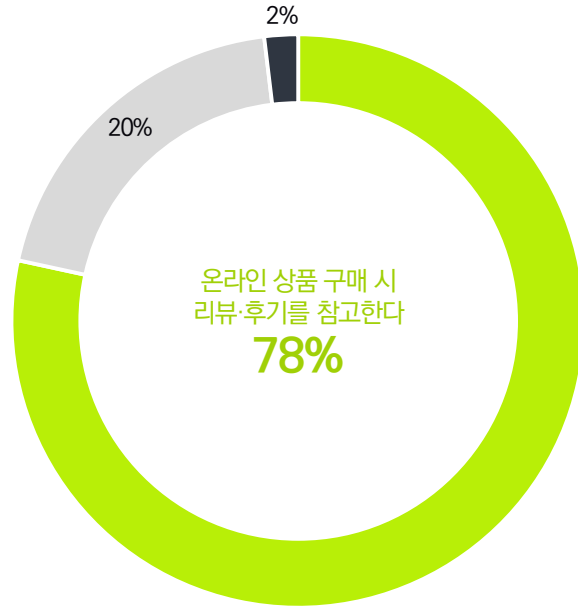
## 온라인에서 제품 구매 시 78%가 후기를 참고



이미 구매한 사람들이 남겨 놓은 구매 후기는 소비자가 제품을 구매할 때 많은 영향을 미칩니다. 리뷰를 통해 주로 확인하는 정보는 제품의 주요 기능이나 디테일 이미지, 스펙, 시착 사진 등입니다.

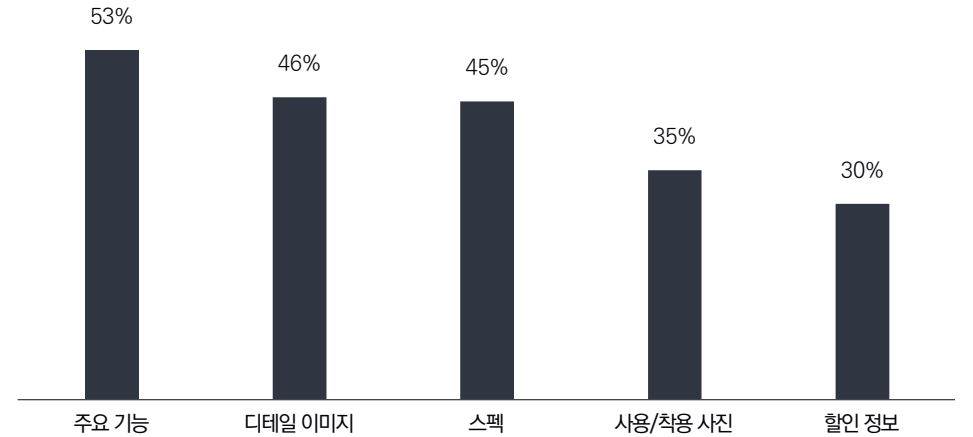
### 온라인 쇼핑 시 리뷰 참고 정도

- 참고한다
- 보통이다
- 참고하지 않는다



### 온라인 제품 구매 전 확인 정보

1+2+3순위



메조미디어 2023 디지털 라이프스타일 리포트



DIGITAL  
LIFESTYLE  
REPORT

① 여가·취미 디지털 라이프스타일 리포트



DIGITAL  
LIFESTYLE  
REPORT

② 소비·쇼핑 디지털 라이프스타일 리포트



DIGITAL  
LIFESTYLE  
REPORT

③ 광고 수용 디지털 라이프스타일 리포트



2023  
TARGET  
REPORT

세대별 미디어 이용 행태 분석



# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#)



[뉴스레터 구독신청](#)



[INSIGHT M 자료실](#)

