대한상공회의소 報道資料	모바일·인터넷쇼핑 소비자 동향조사
弘報室 : (02) 6050-3602~5	이 자료는 8/23(金)자 朝刊부터 보도해 주시기 바랍니다. - 통신, 인터넷 등은 8/22(木) 11:00부터

문의 : 유통산업정책실 정상익 실장(02-6050-1510), 정수경 과장(02-6050-1513)

모바일 쇼핑족 月1500만명 넘어서 … 작년 하반기比 44% ↑

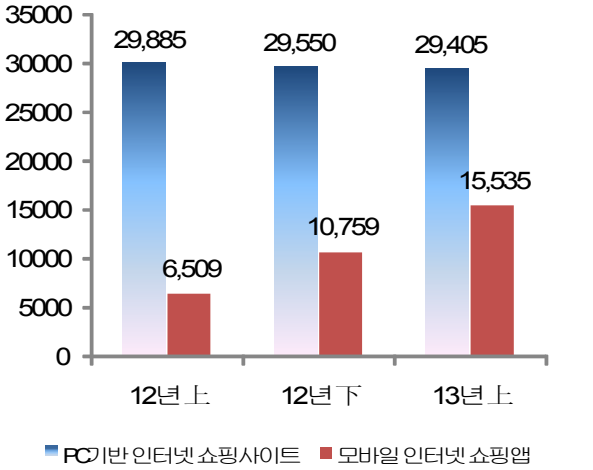
- 대한상의 조사 … PC 쓰는 인터넷 쇼핑객수 '11년 하반기 이후 하락세
- PC활용 인터넷 쇼핑몰은 '오픈마켓'(2,148만명), 모바일 쇼핑앱은 '소셜커머스'(660만명) 이용자 가장 많아
- 인터넷쇼핑몰 이용객 '가구·인테리어'(12%), '식품·건강'(7%) 늘고 '도서·음반'(-10%), '명품'(-5%) 줄어

스마트폰, 태블릿PC 등을 이용해 상품을 구매하는 모바일쇼핑객 수가 올해 상반기 월평균 1천 5백만명을 넘어섰다.

대한상공회의소가 최근 랭키닷컴과 공동으로 2만1천여개 온라인쇼핑몰·쇼핑앱 방문 동향을 분석해 내놓은 '모바일·인터넷쇼핑 소비자 동향 조사'에 따르면, 올 상반기 월평균 모바일 쇼핑앱 이용자수가 작년 상반기 대비 138.7%, 하반기 대비 44.4% 증가한 1,553만명으로 집계됐다.

<그림1> PC vs 모바일 쇼핑 월평균 이용자수 추이

(단위:천명)



반면, PC활용 인터넷 쇼핑몰 이용자수는 월평균 2,940만명으로 '11년 하반기 3,085만명을 기록한 이후 하락추세를 보였다.

대한상의는 "아직까지는 모바일쇼핑몰 이용자수가 PC활용 인터넷 쇼핑몰 이용자수의 절반가량에 불과하지만 시간과 공간의 제약이 없는 모바일쇼핑의 성장은 계속될 것으로 보인다"며

"특히 규격상품, 반복 구매상품 등 짧은 시간 내에 구매를 결정할 수 있는 저관여 상품위주로 모바일쇼핑이 성장할 것"으로 전망했다.

쇼핑업태별 월평균 이용자수를 살펴보면 PC활용 인터넷 쇼핑몰에서는 '오픈마켓'이 2,148만명으로 가장 많았고, 이어 '종합쇼핑몰'(1,287만명), '소셜커머스'(1,237만명), '대형마트쇼핑몰'(562만명) 순으로 조사됐다.

모바일쇼핑앱에서는 '소셜커머스'가 지난해 하반기 대비 250만명 늘어난 660만명을 기록하며 수위를 차지했고, '오픈마켓'(548만명), '종합쇼핑몰'(153만명), '대형마트쇼핑몰'(105만명) 등이 뒤를 이었다.

<표1> 주요 업태별 월평균 이용자수 추이 (단위:명)

분야명		12년 상반기	12년 하반기	13년 상반기	전년하반기 대비 증감율	전년상반기 대비 증감율
PC기반 인터넷 쇼핑몰	**오픈마켓**	21,493,041	21,515,334	**21,480,334**	-0.16%	-0.06%
	종합쇼핑몰	13,363,371	13,282,201	12,872,306	**-3.09%**	-3.67%
	소셜커머스	11,266,361	11,158,847	12,377,912	10.92%	9.87%
	대형마트쇼핑몰	5,340,033	5,427,284	5,620,822	3.57%	5.26%
모바일 쇼핑앱	**소셜커머스**	2,568,402	4,057,741	**6,604,037**	62.75%	157.13%
	오픈마켓	2,421,361	3,675,009	5,480,734	49.14%	126.35%
	종합쇼핑몰	579,914	868,703	1,530,195	**76.15%**	163.87%
	대형마트쇼핑몰	438,870	679,951	1,055,532	55.24%	140.51%

PC기반 인터넷 쇼핑사이트의 주요분야 전문몰 이용자수를 살펴보면 '의류몰'(1,445만명)의 이용자가 가장 많은 가운데, '가구·인테리어'(12.3%)와 '식품·건강'(6.9%), '화장품·미용'(6.7%)만이 지난해 하반기보다 이용자수가 늘었다. 반면 '도서·음반·악기'(-10.1%)는 스마트폰, 태블릿PC를 이용한 전자책, 모바일 음원시장 활성화에 따른 영향으로 이용자수가 감소한 것으로 나타났다.

<표2> 주요 상품분야별 전문몰 월평균 이용자 수(단위:명)

주요 분야 전문몰	12년 하반기	13년 상반기	증감률
의류	15,015,734	14,459,849	-3.7%
취미·스포츠	6,943,106	6,867,648	-1.1%
패션잡화	6,354,650	6,280,589	-1.2%
도서·음반·악기	6,533,028	5,873,196	-10.1%
생활용품	4,981,586	4,831,028	-3.0%
화장품·미용	4,381,391	4,674,093	6.7%
식품·건강	3,835,232	4,101,332	6.9%
자동차	3,158,454	3,155,247	-0.1%
가구·인테리어	2,358,763	2,649,837	12.3%
명품	1,919,258	1,821,824	-5.1%

* 주요 분야 : 이용객 수 상위 10개 분야

한편, 모바일앱 분야중 이용자수가 가장 많은 분야는 카카오톡, 틱톡, 라인 등의 '메신저'로 월평균 3,251만명이 이용하고 있었고, 다음으로는 '앱·컨텐츠 스토어'(3,167만명), 카카오스토리, 페이스북 등의 '커뮤니케이션'(3,039만명), '검색·포탈'(2,993만명), '지역·교통'(2,798만명) 등의 순으로 조사됐다. '쇼핑앱(1,553만명)'은 전체 47개 분야 중 17번째로 이용자가 많았다.

김경종 대한상의 유통물류진흥원장은 "스마트폰, 태블릿 PC 등의 모바일 기기 이용 확산은 유통업계의 변화를 촉구하고 있다"면서 "인지도가 낮고 고객과의 접점이 상대적으로 부족한 중소유통업체들은 모바일 시장을 홍보, 판로개척 등에 적극 활용하여 경쟁력 강화의 기회로 삼아야 할 것"이라고 말했다.

< 조사 개요 >

□ 분석대상기간 : 2010년 1월 ~ 2013년 6월(모바일은 2012년 4월 ~ 2013년 6월)

□ 표본집단
- PC : 랭키닷컴 온라인 패널 6만명(국내 인터넷 이용자 중 성별·연령별·지역별 비례할당)
- 모바일 : 안드로이드 OS 기반 스마트폰 이용자 패널 6만명

□ 조사대상
- PC : 업태별 5대 쇼핑몰 및 전문몰 사이트 20,514개
- 모바일 : 쇼핑 App 40개, 종합쇼핑 Web 71개, 전문쇼핑 Web 430개

※ 본 조사의 통계는 표본집단 조사를 통해 환산한 추정치로, 각 쇼핑몰의 회원 수 및 매출액과는 관계가 없음