

2016. 4. 5.(화) 석간용

이 보도자료는 2016년 4월 5일 오전 06:00부터 보도할 수 있습니다.



## 보도자료

담당부서 : 경제진흥본부 민생경제과

서울시전자상거래센터

사진없음  사진있음  쪽수 : 6쪽

민생경제과장	장영민	2133-5360
민생정책팀장	김성철	2133-5362
담당자	최은희	2133-5372
센터장	정지연	2133-4897
부장	임주경	2133-4894
관련 홈페이지	<a href="http://ecc.seoul.go.kr">http://ecc.seoul.go.kr</a>	

### 온라인 쇼핑 시 PC보다 모바일 선호

In Seoul, phones are widely used shopping online than PCs

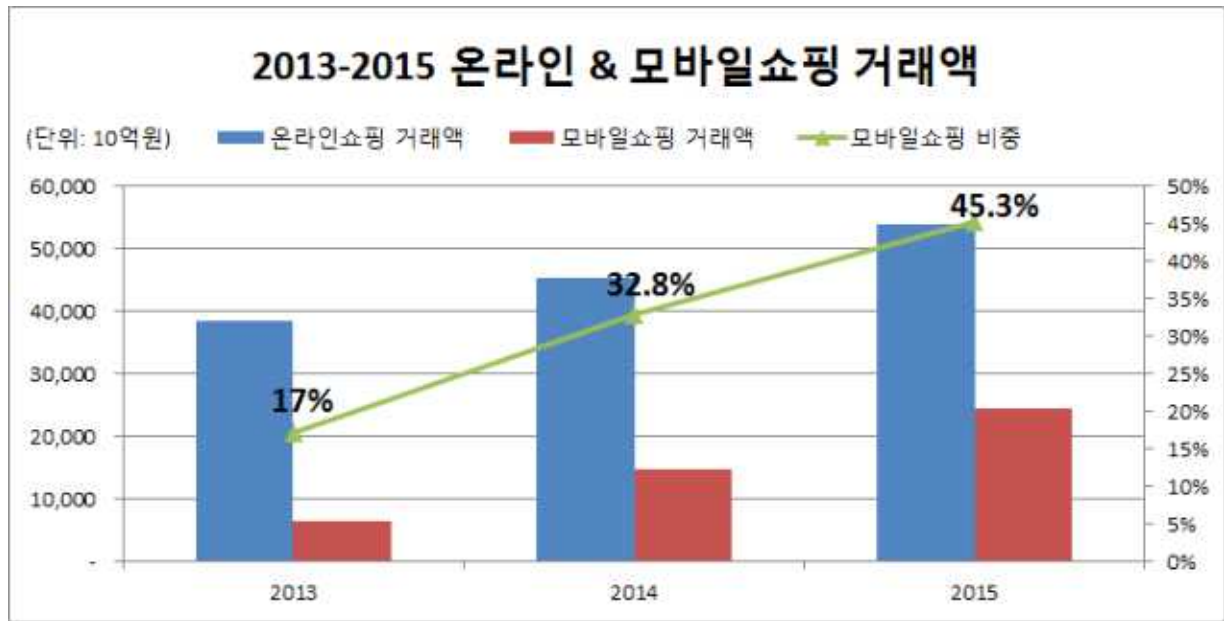
- 서울시, 4000명을 대상으로 조사한 「2015년 모바일 쇼핑 이용실태 조사결과」 발표
- 온라인 쇼핑 시 모바일 기기 이용비율 50.3%로 PC(49.7%) 이용 추월
- 언제 어디서나 상품정보 확인 및 구입가능하다는 점이 모바일 쇼핑 주요 동기
- 모바일 쇼핑 소비자피해상담 비율 증가 : '15년 1월 18.5% → 12월 37.2%
- 시, “관련법을 위반한 사업자에 대해서는 과태료 부과, 형사고발 등 엄격한 법 집행”

서울시는 4000명을 대상으로 조사한 모바일 쇼핑 이용실태 조사결과를 5일(화) 발표했다. 2015년 인터넷 쇼핑 시 모바일 기기 이용비율은 50.3%, PC 이용비율은 49.7%로 모바일 기기 이용 비중이 PC 이용을 추월한 것으로 나타났다.

※ 2014년 조사결과 : PC 이용 57.7%, 모바일 기기 이용 42.3%

통계청 조사에서도 모바일쇼핑 거래액은 2013년 6조 5,600억원에서 2014년 14조 8,700억원, 2015년 24조 4,270억원으로 빠르게

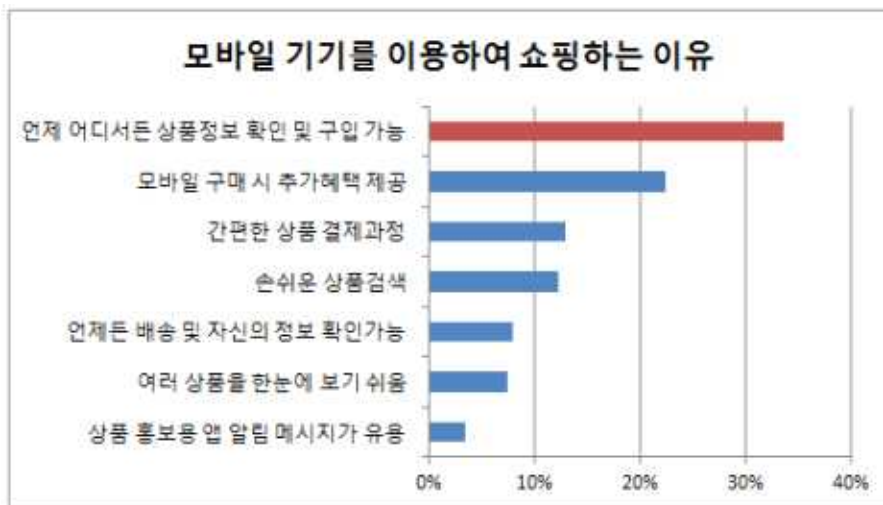
증가하여 2015년 기준 온라인쇼핑 전체 거래액의 45.3%를 차지하여 모바일 쇼핑이 소비자들의 일상생활에 크게 자리 잡은 것으로 나타났다.



〈출처: 통계청〉

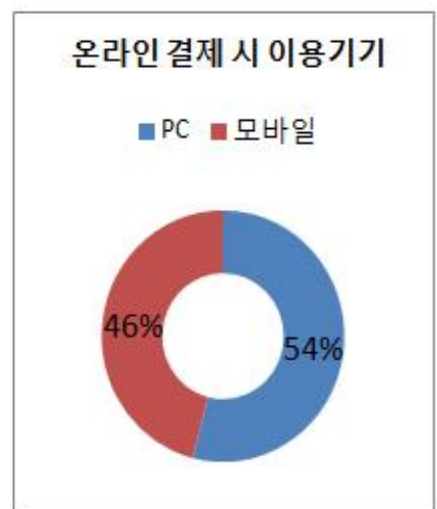
### 〈언제 어디서나 상품정보 확인 및 구입 가능한 점이 모바일 쇼핑 주요 동기〉

□ 모바일 기기를 이용하여 쇼핑을 하는 이유로는 ‘언제 어디서든 상품정보 확인 및 구입 가능(33.6%)’, ‘모바일 구매 시 추가혜택 제공(22.4%)’, ‘간편한 상품 결제과정(13.0%)’ 순으로 나타났다. 그 외에 ‘손쉬운 상품검색(12.3%)’, ‘언제든 배송 및 자신의 정보 확인가능(7.9%)’ 등이 이유로 꼽혔다.



- 이는 이동 중인 자동차나 지하철 안에서도 온라인 쇼핑을 하며 손쉽게 정보를 확인하여 상품을 구매할 수 있고, 유통업체들이 모바일 쇼핑 시 이용 가능한 할인쿠폰 등의 혜택을 제공하고 있는 점 등이 소비자들을 모바일 쇼핑 환경으로 끌어들이는 것으로 보인다.
- 온라인 쇼핑 최종 결제 시 이용기기는 PC가 54%, 모바일 기기가 46%인 것으로 나타났으며 여성(48.6%)이 남성(41.8%)보다, 연령대가 낮을수록 모바일 기기에서의 결제 비율이 더 높게 나타났다.

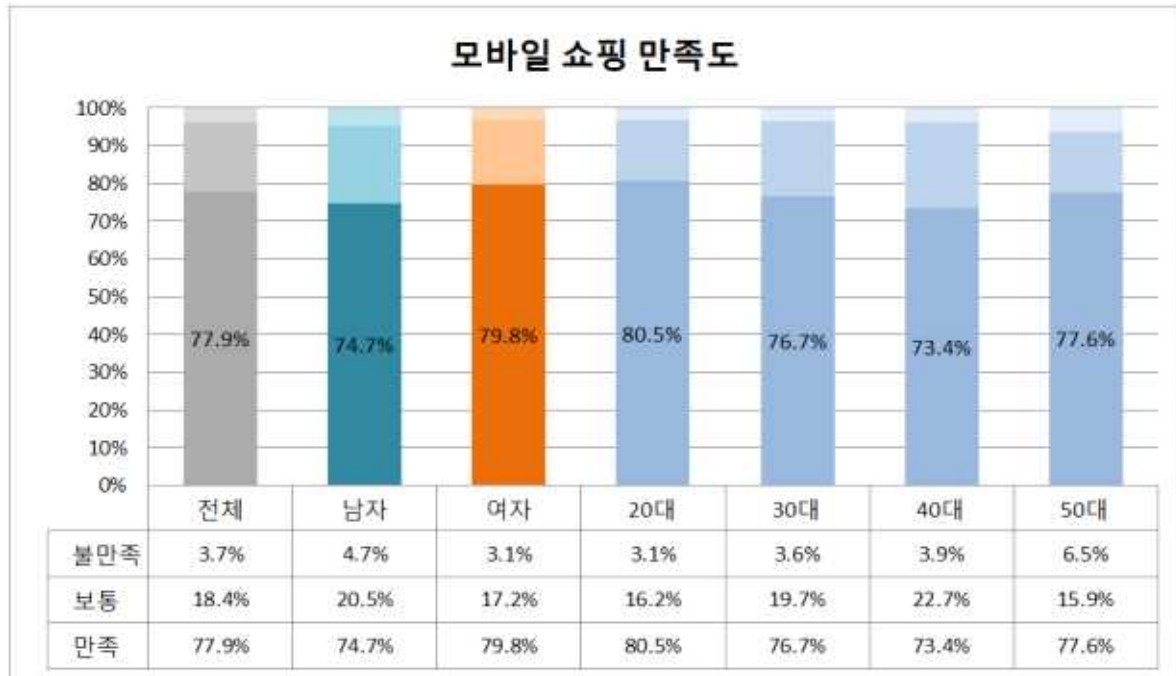
	성별		연령별			
	남자 (n=1488)	여자 (n=2512)	20대 (n=1715)	30대 (n=1340)	40대 (n=657)	50대 (n=288)
PC	58.2%	51.4%	49.3%	53.6%	61.3%	67.2%
모바일	41.8%	48.6%	50.7%	46.4%	38.7%	32.8%



- 서울시전자상거래센터 관계자는 모바일 쇼핑이 활성화 된 이유로 전 연령층에 걸친 스마트폰 이용 보편화와 스마트폰 대형화로 모바일 쇼핑에 적합한 환경이 갖추어졌기 때문이라고 밝혔다. 또한 은행권의 앱카드, 네이버페이, 페이코, SSG페이 등 국내 기업들이 모바일 인터넷 환경에서 손쉽게 이용가능한 모바일 결제 시스템을 2015년부터 경쟁적으로 도입한 것도 소비자들의 모바일 쇼핑에 영향을 미쳤다고 덧붙였다.

**<모바일 쇼핑 경험자의 77.7%가 만족, 여성과 20대 만족도 상대적으로 높아>**

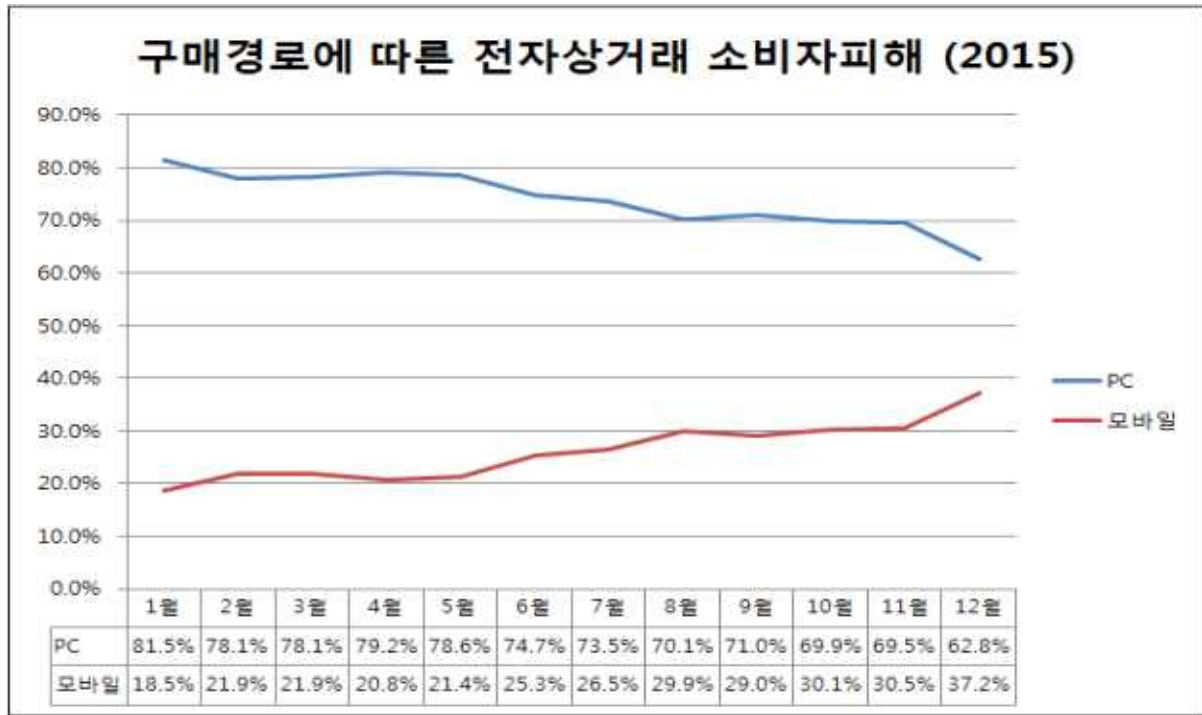
- 모바일 쇼핑 시 전반적인 만족도는 7점 만점에 평균 5.24점으로 응답자의 77.9%가 만족한다고 답해 71.5%가 만족한다고 한 온라인 쇼핑보다 만족도가 높았다. 성별로는 여성(79.8%)이 남성(74.7%)보다 만족도가 더 높았으며, 연령대별로는 20대(80.5%), 50대(77.6%), 30대(76.7%), 40대(73.4%) 순으로 높게 나타났다.



- 한편 모바일 쇼핑을 통한 상품 구매 의향에 대해 전체 응답자의 59.1%가 ‘현재 수준 유지’, 38.6%가 ‘이용을 더 늘릴 계획’이라고 답하였다. 또한 연령대가 높아질수록 모바일 쇼핑을 통한 상품 구매를 늘리겠다고 답한 비율이 높아, 모바일 쇼핑 활동이 이미 활발한 20·30대 보다는 40·50대 사이에서 모바일 쇼핑이 향후 증가할 것으로 예상된다.

### 〈모바일 쇼핑 소비자피해상담 증가추세〉

- 서울시전자상거래센터에 접수된 소비자 피해상담에도, 온라인 쇼핑시 PC 이용 비율은 점차 감소하는 반면, 모바일 기기 이용 비율은 꾸준히 증가하여 ‘15년 1월 18.5%에서 12월 37.2%로 2배 증가했다.



□ 접수된 모바일상담 피해유형에 있어서는 계약취소 관련(47.6%), 배송지연 (27.0%), 연락불가(7.7%) 순으로 PC 이용과 유사하게 나타났다.

#### 〈구매경로별 소비자피해 상담유형〉

(단위:건,%)

피해유형	구매경로		합계
	모바일 이용	PC 이용	
계약취소 · 반품 · 환불거절	1,968(47.6%)	5,918(47.1%)	7,886(47.2%)
배송지연	1,115(27.0%)	3,788(30.1%)	4,903(29.3%)
운영중단 등 연락불가	318( 7.7%)	909( 7.2%)	1,227( 7.3%)
제품불량 · 하자	301( 7.3%)	881( 7.0%)	1,182( 7.1%)
계약변경 · 불이행	175( 4.2%)	414( 3.3%)	589( 3.5%)
사기 · 편취	36( 0.9%)	137( 1.1%)	173( 1.0%)
서비스불만	73( 1.8%)	153( 1.2%)	226( 1.4%)
정보 · 확인요청	31( 0.7%)	132( 1.0%)	163( 1.0%)
상품정보오기	32( 0.8%)	84( 0.7%)	116( 0.7%)
허위 · 과장광고	18( 0.4%)	37( 0.3%)	55( 0.3%)
기타	70( 1.7%)	119( 0.9%)	189( 1.1%)
<b>합 계</b>	<b>4,137(100.0%)</b>	<b>12,572(100.0%)</b>	<b>16,709(100.0%)</b>

#### 〈모바일 쇼핑환경에 적합한 소비자 정보제공 필요〉

□ 모바일 쇼핑 소비자피해상담 증가추세에 따라 서울시는 전자상거래 업체들에 대한 모니터링을 지속적으로 실시해 관련법을 위반한 사업자에 대해서는 시정권고, 과태료 부과, 형사고발 등 엄격한 법 집행 계획이다.

□ 장영민 서울시 민생경제과장은 “모바일 쇼핑의 경우 PC에 비해 화면과 글자가 작아 거래조건 등을 꼼꼼하게 확인하지 않고 그냥 지나쳐 소비자 불만 및 분쟁 사례가 증가하고 있다. 모바일 쇼핑시 다소 불편하더라도 상품화면에 공지된 ‘교환·반품 규정’을 반드시 확인해야 한다.”며, “또한 서울시에서는 모바일 쇼핑환경에 적합한 정보제공이 적절이 이루어져 소비자 불만이나 피해가 최소화 될 수 있도록 정부 당국과 개선방안을 논의해 나갈 예정이다.”고 하였다.