

컨슈머인사이트 소비자 조사(Survey) 데이터

2023 데이터바우처 지원사업 소개

: 반기 통신서비스 가입/이용 행태 및 서비스 품질평가 데이터



Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

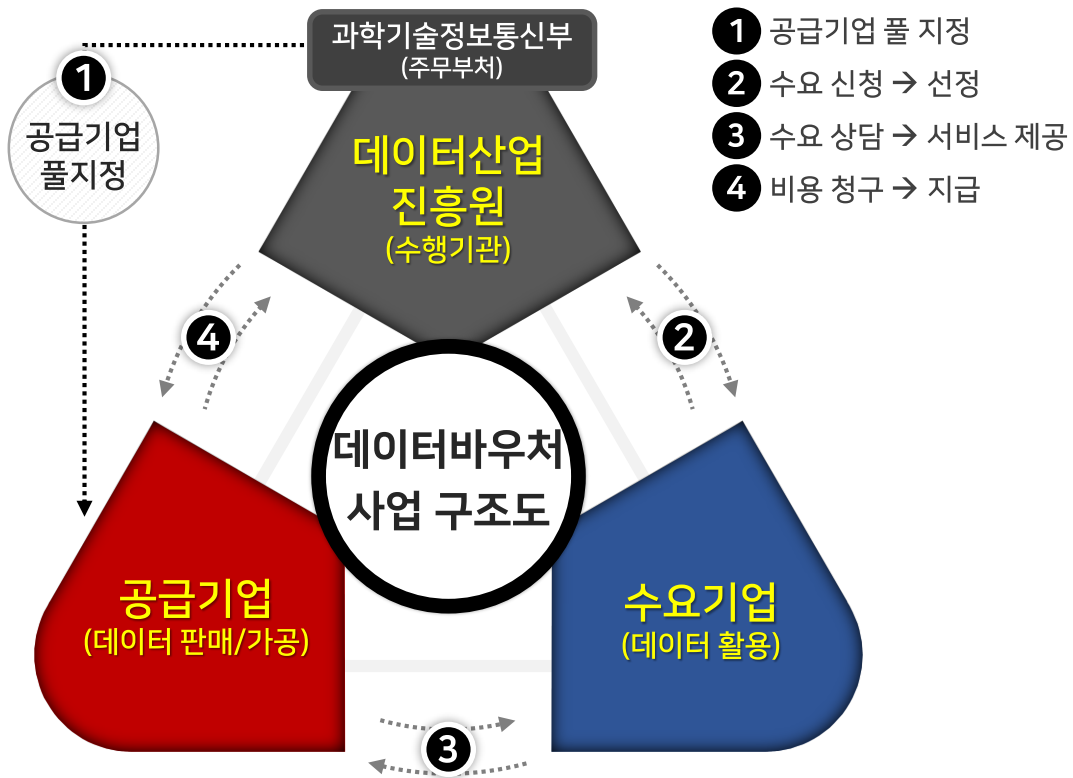
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 데이터바우처 지원사업이란?

데이터를 직접 창출/가공하기 어려운 중소기업이
데이터 보유/가공기업으로부터 서비스를 제공받을 수 있도록 지원하는 제도입니다.

◆ 지원사업 구도



◆ 참여자의 역할 및 조건

주무부처

- 과학기술정보통신부
- 지원사업 총괄, 기본계획 수립

수행기관

- 공급기업과 수요기업의 공모-모집-지정-매칭-관리

공급기업

- 데이터를 판매하거나 가공서비스를 공급
(조건) 데이터스토어에 공급기업으로 등록

수요기업

- 데이터를 제공받아 데이터기반 혁신 서비스를 창출하는 기업
(조건) 국내 초기 중견·중소기업, 소상공인, 1인 창조기업, 예비 창업자, 행정기관 및 지방자치단체

'컨슈머인사이트'는...

데이터 및 가공서비스를 제공하는 **공급기업으로 등록**
자동차, 이동통신, 여행/관광, 쇼핑/유통, 체감경제, 여가/문화/체육, 자동차 등록자료,
금융, 신차 출시 전/후 반응 소비자 데이터, 아웃도어/프로스포츠 등 10종 데이터 판매

02. 지원사업 목적

본 사업을 통해 소비자데이터를 분석-활용하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하고,
기존 서비스를 업그레이드할 수 있습니다.

◆ 수요기업은 데이터를 활용해...

신규 서비스/상품 개발 및 고도화

- 데이터를 활용해 신규 서비스를 개발하거나 기존 서비스를 고도화
 - B2B, B2C 서비스 개발
 - App./Web 개발 및 고도화
 - 정보/미디어 콘텐츠 활용

생산성 및 수익성 증대

- 데이터를 활용해 기존 사업모델로 부가수익을 창출
 - 내부 프로세스 간소화
 - 시장 수요 예측
 - 생산/효율성 증대

비즈니스 마케팅 지원

- 양질의 데이터로 신시장 발굴 및 사업 기초자료로 활용
 - 업계 동향파악
 - 매출 예측
 - 시장 분석
 - 홍보/마케팅 전략

데이터 구매/가공비용의 75%를 정부가 지원하며,
수요기업의 자부담금도 인건비의 지출 증빙으로 처리해 실부담이 적습니다.

◆ 지원사업 규모

데이터 구매

- 수요기업이 서비스를 고도화 하거나, 신규서비스를 개발하는데 필요한 **데이터 구매비용** 지원
ex) 자동차부품사가 OO부품을 개선/개발하기 위해 데이터 구매

수요기업
760개 선정
(예정)

도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
최대 1,350만원	최대 1,000만원	최대 350만원

데이터 가공

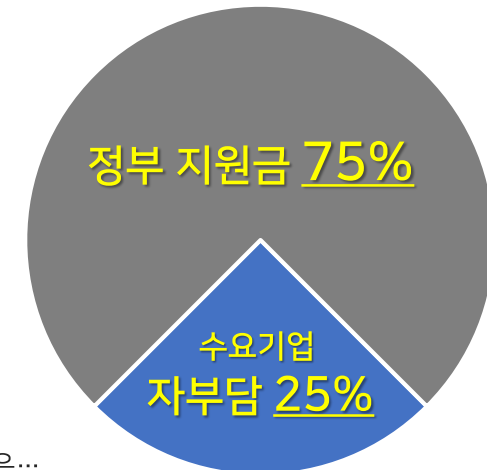
- 수요기업이 AI기반 서비스·제품개발, 빅데이터분석, 사회현안 해결 등에 필요한 데이터를 활용하기 위해 **데이터 가공(분석)에 소요되는 비용**을 바우처로 지원
ex) Raw data를 수집했지만 분석기술이 없는 개발사가 가공서비스 신청

수요기업
1,250개 선정
(예정)

	도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
일반가공	최대 5,350만원	최대 4,000만원	최대 1,350만원
AI가공	최대 8,000만원	최대 6,000만원	최대 2,000만원

◆ 지원 방안

데이터 '구매' 또는 '가공' 서비스에 소요되는 비용은 **정부 지원금 75%**와 **수요기업 자부담 25%**로 데이터산업진흥원을 통해 공급기업에 지급함



- 자부담 금액은...
 - 직원 인건비의 증빙자료 100% 처리
 - 전체 25% 중 최대 22.5%는 현물(인건비) 매칭
 - 소상공인 및 1인기업은 전체를 현물(인건비) 부담 가능
 - 단, 초기 중견기업의 경우 100% 현금 지출

04. 추진 절차 및 서류

추진 일정



수요 기업

공급 기업 (컨슈머인사이트)

신청서 제출 역할

- 수요기업 소개
- 수행계획서 작성
- 데이터(서비스)가 필요한 사업 소개



- 수행계획서 작성 지원

제출 서류

(발급 소요기간
사전확인 필수)

- 중소기업 확인서
- 재무불이행 확인가능 서류
- 국세 및 지방세 완납 증명서
- 데이터바우처 신청서
- 사업수행계획서/ 발표 영상
- 데이터구매 사전 협의서



- 견적서 및 과제협의를 (수요기업과 협의) _ 선정 후 진행
- 매칭심사 (공급기업은 매칭 심사 별도 진행) _ 선정 후 진행

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 컨슈머인사이트 소개

컨슈머인사이트는 독립성과 중립성을 핵심을 가치로 삼고,
기획조사(syndicated research) 중심으로 특정산업 군에 전문가 집단으로 성장해 왔습니다.

* 기획조사란? 조사 기관이 어떠한 단체/기관/기업에 영향을 받지 않고 독립적으로 개발-투자-운영하는 조사



자동차 품질 및 고객만족 조사 (연 1회 조사, 총 20차)

→ 2001~, 매회 100,000명



이동통신 기획조사 (연 2회 조사, 총 32차)

→ 2005~, 매회 40,000명 (연 80,000명)



여행/관광 (총 4개 기획조사 운영 중-주 1회 중/연 1회 3종)

→ 2015~, 매주 500/연 26,000명 등 다수



쇼핑/유통 (주 1회 조사)

→ 2017~, 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명



체감경제 (주 1회 조사)

→ 2019~ 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명



여가/문화/체육 (주 1회 조사)

→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외



금융 (주 1회 조사)

→ 2022~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외



신차 출신 전/후 반응 (주 1회 조사)

→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외



자동차 등록자료 (월1회 업데이트)

→ 2022~, 국토부 등록차량 전수(매년 약 180만대)



아웃도어/프로스포츠 (분기 1회 조사)

→ 2023~, 분기 1,000 명/ 연 4,000 명 내외

02. 컨슈머인사이트 기획조사 특징점 (통신)

기획조사 데이터는 대표·독립성이 보장되어 시장 전반에 대한 이해부터 세분단위*별 분석까지 가능합니다.

*세분단위: 성, 연령, 지역, 가구상황 등 특성에 따라 구분된 그룹

1 독립적/객관적 조사

조사회사가 자체 기획, 투자, 수행한 조사로서 객관적인 조사 자료를 제공함

2 시장 포괄적 - 시장 전체를 조감할 수 있는 규모

대표성 있는 표본구성 및 대규모 표본크기를 가지고 있어 경쟁사 대비 비교가 가능하도록 분석이 이루어짐

3 초세분 단위 분석

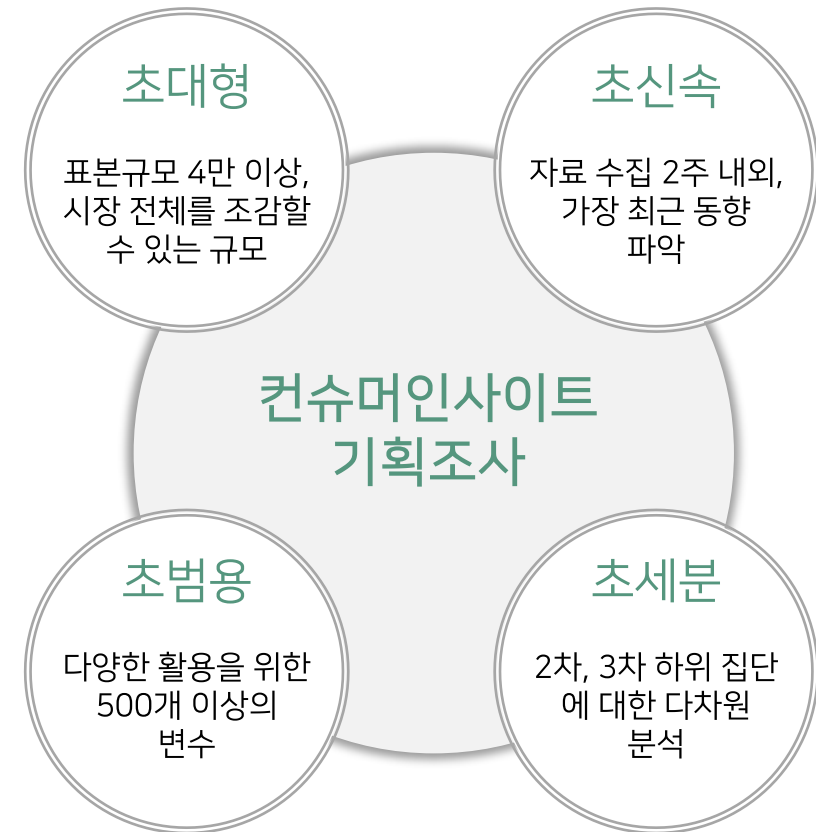
실무 활용 가능한 하위 Level(초세분 집단)까지 의미있는 수준의 표본 크기로 분석이 가능함

4 다각적 분석

산업 전반에 대한 포괄적이고도 심층적인 조사내용을 다루고 있어 다각적인 분석이 가능함

5 Trend 파악/예측

지속적인 자료 축적을 통해 2005년도 이후(약 15년간) 통신산업의 흐름과 소비자 트렌드의 추이를 파악할 수 있음



03. 통신 기획조사 활용분야

통신 데이터를 통해 통신 서비스 시장 전반에 대한 이해 및 시장 트렌드 파악이 가능하며,

① 통신(유/무선) ② 모바일콘텐츠 ③ 디바이스 관련 분야에서 활용할 수 있습니다.

통신 관련(유/무선)

- 통신기업 브랜드 인지도는?
- 통신 관련 서비스 인지도는? (5G, AI 등)
- 요금제 이용 현황은?
- 알뜰폰 및 자급제 단말 이용현황은?
- 통화/메시지/데이터 이용 현황은?
- 통신기업 만족도 및 선호도는?
- 통신기업 브랜드 이미지는?
- 유선상품 이용 현황은?

모바일 앱 사용행동

- 최근 즐겨보는 동영상 및 시청 방법은?
- 영상통화 이용앱은?
- 음악 감상 방법 및 이용 앱은?
- 클라우드 게임 이용 현황은?
- 내비게이션 이용률 및 만족도는?
- 모바일 쇼핑 행태는?
(SNS, O2O서비스 등)
- 유튜브 이용 현황은?



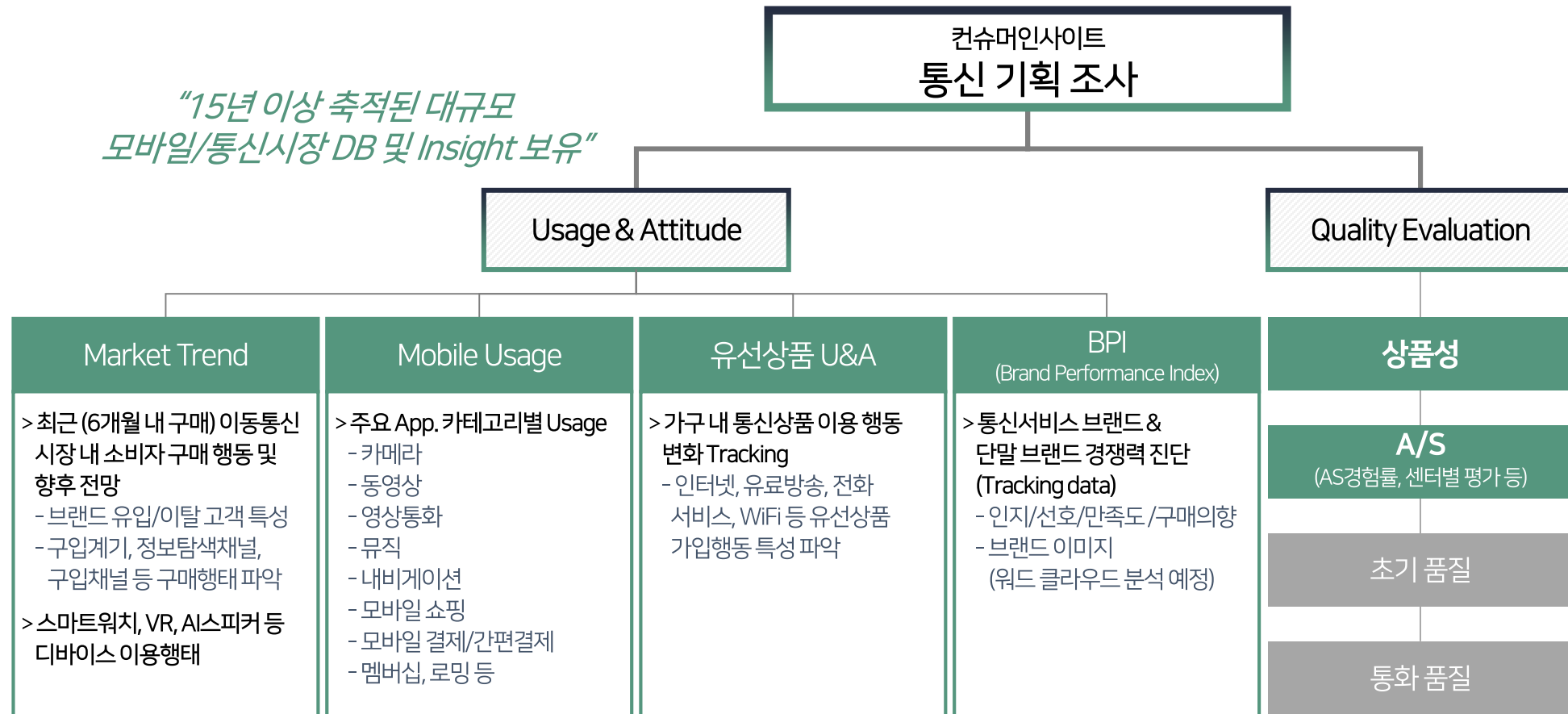
디바이스 관련

- 휴대폰 보유 현황은?
- 최근 단말기 구매 행동은?
(구입계기, 구입시기, 정보탐색 채널, 구입채널, 비교브랜드, 구입/비구입 이유 등)
- 향후 단말기 교체 의향 및 계획은?
- AI 서비스 이용 행태는?
- 세컨 디바이스/VR 이용 행태는?
(패드, 스마트워치 등)
- IoT 인지도 및 이용 행태는?

04. 통신 기획조사 소개 ① 구성

15년 이상의 메가 트렌드 정보 뿐 아니라 시의성 높은 다양한 주제에 대해
2005년부터 매회 4만명 규모로 연 2회 운영하고 있습니다.

*"15년 이상 축적된 대규모
모바일/통신시장 DB 및 Insight 보유"*



04. 통신 기획조사 소개 ② 수집 데이터

Section 명		세부 내용
기본 현황	휴대폰 보유 현황	▪ 보유대수, 모델명, 가입 통신사, 새폰/중고폰, 자급제폰 보유 여부 등
	요금제 이용현황	▪ 월 평균 통신요금, 요금제 가격대, 데이터 제공량 등
Market Trend	최근(6개월 내) 단말 구매 행동	▪ 구입/교체 계기, 구입시기, 정보탐색 채널, 채널 영향력, 구입채널, 비교 브랜드, 구입/비구입 이유 등
	향후(6개월 내) 단말 교체 행동	▪ 단말 교체의향 시기, 교체 의향 모델, 5G 휴대폰 기대요소, 최대 지불의향 가격, 통신사 전환의향 등
	단말기 구입 관련 성향	▪ 스마트폰 구입 시 정보 탐색 성향, 우선 고려 사항(통신사 or 모델, 번호이동 or 기기변경) 등
Mobile Usage	App. 사용 및 5G 기능 이용	▪ 어플리케이션 이용 행태, 데이터 및 디지털 디바이스 이용행태 ▪ 5G 기능, 특화앱 사용행태, 의향 등
	AI 스피커	▪ 이용 모델, 이용 기간 및 빈도, 이용 콘텐츠, 구입 방법, 설치 장소, 만족도, 불만족 이유, 구매의향 등
	게임	▪ 게임플레이 빈도/시간, 클라우드 게임 인지도/이용경험/이용의향 등
	카메라	▪ 카메라 촬영 대상, 전면 카메라 사용빈도, 카메라 KBF, 만족도, 우수/미흡 항목 등
	영상통화	▪ 영상통화 이용기기/이용 앱/이용 대상, 평균 영상통화 시간, 앱 만족도, 불만족이유 등
	동영상	▪ 월 평균 시청시간, 즐겨보는 영상 유형/장르, 시청 방법, 이용 OTT(유/무료), OTT별 이용빈도 및 만족도
	음악	▪ 일 평균 감상시간, 감상 방법(다운/스트리밍 등), 이용 앱(유/무료), 이용 기간, 지불 가치, 만족도 등
	내비게이션	▪ 내비(앱/차량) 이용률, 내비 앱 이용빈도, 이용 내비 앱, 만족도 및 만족/불만족 이유 등
	모바일 쇼핑/O2O	▪ M쇼핑 이용 앱, 만족도, SNS 쇼핑행태(이용 플랫폼, 구입 품목, 만족도 등), 이용 O2O서비스 등
	모바일 결제/간편결제	▪ M결제 빈도/방식, 간편결제 서비스 인지도, 이용경험(온라인/오프라인), 서비스 품질 평가, 송금 서비스 등
	로밍 서비스	▪ 해외 방문 목적 및 체류기간, 데이터 이용 방식, 이용 활동, 로밍 이용/비이용 이유, 만족도, 향후 이용의향 등
브랜드 평가	브랜드 인지도 및 이미지	▪ 통신사, 5G 서비스, IPTV, 휴대폰, AI서비스 등 카테고리별 브랜드 TOM, 통신 브랜드 이미지(자유연상)
	통신사 만족도 및 브랜드 선호도	▪ 차원별(광고, 이미지, 요금 등)/전반 만족도, 추천의향, 최선호/가입고려 브랜드(인터넷, IPTV, 휴대폰) 등
	단말 만족도 및 브랜드 선호도	▪ 차원별(크기, 모양, UI, 성능, 기술 등)/전반 만족도, 추천의향, 구입 고려/비고려 브랜드 등
품질	5G 통화품질	▪ 송수신 상태, 통화음질 및 연결 안정성, 무선인터넷 접속 상태 등 문제 경험
A/S	휴대폰 A/S 경험 및 만족도	▪ A/S경험 여부 및 횟수, 방문 서비스 센터 유형(공식/사설 등), 방문 센터 평가, A/S 내용 및 유형, 비용 등
홈 U&A	유선 상품 U&A	▪ 홈상품(인터넷, 전화, TV 등) 가입 현황, 구매행동, 만족도, 교체의향 등
Demo.	라이프스타일	▪ 휴대폰 및 통신 관련, 일반 소비 라이프 스타일
	라이프스테이지 Seg.	▪ 라이프스테이지 Seg. 가구원 이용 통신사, 가구 통신비 총 요금 등

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 제공 형태 설명

자료는 ① Raw data ② 통계 테이블 ③ 보고서 ④ 전자 보고서 4가지 형태로 제공하며, 통신분야 조사를 전문으로 하는 연구팀이 운영합니다.

Raw data

- 엑셀 양식으로 응답자 별 변수값이 입력된 데이터
- 별도의 가공서비스는 제공하지 않으며, 구매자가 직접 데이터 분석을 수행함

통계 테이블

- Raw data를 변수(문항)별로 분석해 엑셀 형태로 제공
- 기간/인구특성/타 변수값 등의 조건별 비교 가능
 - 기간(주, 월, 분기, 반기, 연 등)
 - 인구특성(성, 연령, 가구상황 등)

보고서

- 통신 조사 전문 연구팀이 시장 동향 및 세부시장을 분석하여 제공 (PPT)
- 구매자 특성에 맞는 분석 및 인사이트 제공 가능

전자 보고서

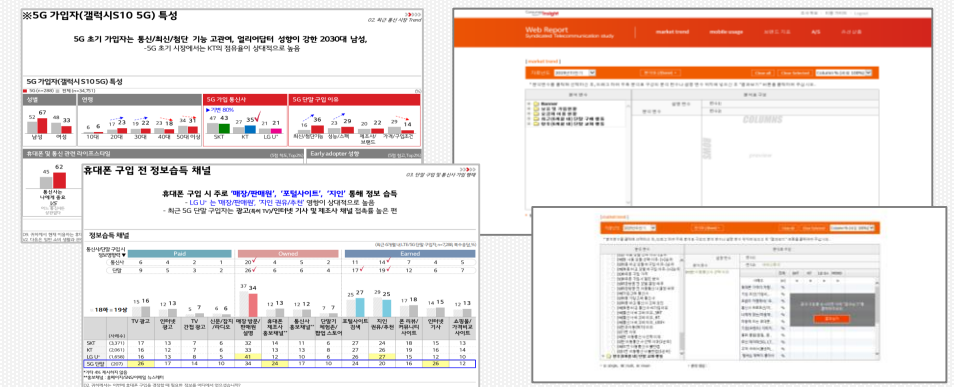
- 웹사이트로 데이터를 다운로드 받을 수 있는 서비스
- 엑셀 데이터로 다운받을 수 있으며, 기간/인구특성/타 변수값과 교차분석 가능

내용

예시

idx	A01_1	A02_1	A0301M01	A05	A0501M01	A050203	B0101M01	B1501_1	B1602	B1702	B10_1
14853	11	43685	2	1	3	2	2	2	2	10	5
12329	16	43618	2	11	1		9	2	2	97	2
26822	9	43653	2	3	3	6	19	2	5		3
3521	15	43698	2	97	97		29	2	2	7	2
6897	13	43674	2	7	8	2	1	2	2	97	4

연령		성별		소득		교육		직업		주택		가구		타	
연령	성별	소득	교육	직업	주택	가구	타	연령	성별	소득	교육	직업	주택	가구	타
20대	남성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타	20대	여성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타
30대	남성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타	30대	여성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타
40대	남성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타	40대	여성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타
50대 이상	남성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타	50대 이상	여성	10000	초등학교	농림어업	주택	가구	타



ConsumerInsight

◆ Web 통계 패키지

분석 결과 예시

분석 대상(Base)	분석 변수				설명 변수	
	D15M01-현 이동통신사 선택 이유				DEMO06-서비스회사	
Q. 이번에 휴대폰 구입 시, 통신사를 선택한 이유를 모두 선택해 주십시오.						
	전제(%)	SKT	KT	LG U+	MVNO	
사례수	8,007	3,893	2,077	1,796	240	
인터넷 및 가족 휴대폰 결합 할인 혜택이 좋아서	33.0	33.6	36.1	32.5	1.3	
장기 가입(가입기간에 따른) 혜택이 좋아서	18.9	23.3	15.9	15.3	2.5	
멤버십 혜택(극장, 패스트푸드, 패밀리 레스토랑 할인 등)이 좋아서	16.3	17.7	16.2	15.5	1.7	
우수 고객(VIP) 혜택이 좋아서	14.7	15.6	11.9	17.8	1.3	
요금제가 마음에 들어서(나에게 맞는 요금제)	13.5	11.0	13.9	14.3	46.3	
휴대폰 가격이 저렴해서	12.7	9.7	11.8	17.4	32.9	
음성통화 품질(통화 음질, 끊김, 서비스 지역 등)이 좋아서	12.3	18.6	6.6	6.2	6.3	
무선 데이터(LTE/3G, Wi-Fi) 품질이 좋아서 (커버리지, 속도 등)	11.4	13.3	11.8	7.7	3.8	
기업(브랜드) 이미지가 좋아서	10.7	15.1	7.3	5.9	2.9	
매월 납부 요금이 저렴해서/ 요금 할인 프로그램이 좋아서	10.7	7.3	10.1	13.7	47.5	
통신사 부가서비스가 좋아서 (데이터 옵션(선택/이월/리필 등), 전용 컨텐츠 등)	9.6	12.0	8.6	6.5	2.9	
통신사에서 제공하는 프로모션/이벤트가 좋아서	9.5	8.7	9.6	11.0	12.1	
고객 서비스(콜센터, 대리점 등)가 좋아서	9.0	11.2	7.2	7.1	2.5	
가입 조건(가입비, 의무 사용기간 등)이 좋아서	8.7	6.7	9.2	10.4	23.8	
기기변경 혜택이 좋아서	5.7	4.6	7.1	6.8	2.9	
마음에 드는 휴대폰 종류가 많아서/내가 원하는 단말을 제공해서	5.7	6.4	4.1	5.0	11.7	
지인의 가입 권유 및 법인폰 가입 등으로 어쩔 수 없이	2.9	2.3	3.2	3.9	2.5	
기타	2.9	2.4	3.8	3.2	0.8	
특별한 이유 없다	16.2	16.3	18.1	15.4	4.6	

[참고] 컨슈머인사이트 발표 보도자료 (자동차/이동통신/여행/쇼핑/체감경제/금융)

자동차, 이동통신, 쇼핑, 체감경제, 여행, 여가/문화, 금융에 대한 보도자료도 꾸준히 배포하며 전문성을 알리고 공익에 기여하고 있습니다.

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 자동차	
자동차-22-13	중고차 플랫폼, 살 때는 '엔카' 팔 땐 '헤이딜러' 만족률은 'K카' 1위
자동차-22-12	소비자가 꼽은 최고의 전기차 제조국은? 미국도 중국도 아닌 '한국'
자동차-22-11	순정 내비는 장식용? 수입차 절반 이상 '스마트폰 보며 운전'
자동차-22-10	"전기트럭 구입 고려" 절반 넘지만...가격보다 큰 걸림돌은?
자동차-22-09	가장 우수한 전기차는? 테슬라 이용자 8할은 "테슬라" 외 다수
■ 이동통신	
이동통신-22-12	알뜰폰 만족도, 3년 연속 통신3사 앞서...1위는 '리브모바일'
이동통신-22-11	넷플릭스, 광고 보는 대신 5500원? "시간도 요금도 불만족"
이동통신-22-10	스마트폰으로 매일 하는 일? `영상시청` 뜨고 `게임` 꺾여
이동통신-22-09	OTT 성장률 한풀 꺾이고 고객만족도 하락...이유는? 외 다수
■ 여행	
여행-22-17	대한항공, 선호도 6년 연속 1위...`나홀로 고공비행` 비결은?
여행-22-16	제주도, 여름휴가지 만족도 7년 연속 1위...안심할 수 없는 이유는?
여행-22-15	여름휴가 국내여행 6년만에 최고...제주도 점유율은 뚝
여행-22-14	`여행갈 마음`은 굴뚝 같지만 `실행`은 못 따라가 외 다수

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 여가/문화/체육	
여가/문화/체육-22-5	여가활동 톱20 뜯어보니...`오락·휴식`에 쏠렸고 `남녀차이` 컸다
여가/문화/체육-22-4	거리두기 풀리자 핫해진 여가활동? `문화예술 관람`과 `여행`
여가/문화/체육-22-3	포스트 코로나 여가활동 `관광·여행`이 압도적 1위 외 다수
■ 체감경제	
체감경제-22-05	40, 50대 삶의 질 전망, 60대보다 낮아져
체감경제-22-04	예적금 투자심리, 주식·부동산보다 3배 세졌다
체감경제-22-03	소비지출 절벽, 코로나 초기보다 더하다 외 다수
■ 쇼핑	
쇼핑-21-03	정기구독 상품, 50대는 `식음료`...2030세대는?
쇼핑-21-02	식품 온라인 구입, 만두·피자가 라면·과자 앞섰다
쇼핑-21-01	쇼핑지출 `먹고 마시는 것`만 늘었다 외 다수
■ 금융	
금융-23-11	카카오뱅크, 토스,뱅크샐러드 1점차 안팎 대경합
금융-22-10	`22년 11월 금융 앱 확보고객 순위
금융-22-09	위기의 가상화폐 투자자, 얼마나 되나? 외 다수

* 더 많은 내용은 다음 페이지에서 확인하실 수 있습니다 :

[컨슈머인사이트] www.consumerinsight.co.kr

[자동차] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_photo.aspx

[이동통신] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_ict.aspx

[여행] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[여가/문화/체육] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[체감경제] https://www.consumerinsight.co.kr/cpes/report_list

[금융] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_fin.aspx

Thank You

본 내용에 관한 문의는 아래로 연락 바랍니다.

박경희 이사

02-6004-7619 / parkkh@consumerinsight.kr

