

진화하는 스마트폰 카메라, 내몰리는 디지털 카메라

- 사진 찍기, 스마트폰 77% vs 디지털 카메라 23%
- 20대 여성의 80%, 주로 찍는 것은 자기 얼굴

필름 카메라를 밀어낸 디지털 카메라가 이제는 스마트폰 카메라에 밀려날 처지가 되었다. 스마트폰 카메라의 성능과 기능이 크게 향상되면서 사용 빈도와 사용량에서 디지털 카메라를 앞지르고 있다. 특히 여성이 남성보다 스마트폰 카메라를 더 적극적으로 이용하며, 가장 즐겨 찍는 대상 중 하나는 자기자신이라는 점이 독특하다.

[표1] 스마트폰 카메라 이용 행태

		성별 (%)		
		전체	남	여
(사례수)		(38,173)	(19,896)	(18,277)
사진 촬영 빈도	거의 매일	20	16	24
	주 3회 이상	47	42	53
(사례수)		(3,638)	(1,967)	(1,670)
1회 촬영량	11장 이상	13	11	16
	6장 이상	38	33	44
촬영 대상 (복수응답)	자연/풍경	59	61	56
	음식/사물	47	45	51
	가족	43	40	47
	본인(셀카)	39	29	52
	친구/연인	37	35	39
촬영 후 편집/보정 여부	이용한다	51	41	62
(사례수)		(2,885)	(1,524)	(1,361)
디카 보유자의 카메라 이용 비중 <i>디카 보유율 79%</i>	디지털 카메라	23	27	19
	스마트폰 카메라	77	73	81

Q. 귀하께서는 현재 이용 중이신 스마트폰에서 사진 촬영을 얼마나 자주 하십니까?

Q. 휴대폰으로 한 번 사진을 찍을 때 보통 몇 장 정도 찍으십니까?

Q. 휴대폰으로 사진을 찍을 때 주로 어떤 대상을 찍으십니까? 주로 찍는 대상을 모두 선택하여 주십시오

Q. 귀하께서는 휴대폰으로 사진을 찍은 뒤, 편집이나 보정 등을 하십니까?

Q. 귀하께서는 디지털 카메라를 갖고 계십니까? □

Q. 평소 사진을 찍을 때 휴대폰과 디지털 카메라의 이용 비중을 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

휴대폰전문 리서치회사 마케팅인사이트(대표 김진국)의 최근 조사(2013년 3~4월)에 따르면 스마트폰 보유자의 1/2(47%)은 주 3회 이상 스마트폰 카메라를 사용해 사진을 촬영한다고 했으며, 2/5(38%)는 한 번 촬영할 때 6컷 이상을 찍는다고 응답했다. 특히 여성은 주 3회 이상 촬영이 53%, 한 번에 6컷 이상 촬영이 44%로 남성보다 10%p 이상 높았다(남성은 각각 42%, 33%) [표1].

주로 촬영하는 대상은 자연/풍경이 59%로 가장 많았고, 다음으로 음식/사물 47%, 가족 43%, 본인(셀카) 39% 등의 순이었다. 성별로 차이가 가장 두드러지는 것은 자기 자신을 찍는 셀카로, 여성은 52%로 과반이었던 것에 비해 남성은 29%에 그쳤다. 연령대별로도 남녀 간 차이는 있었다. 남성은 모든 연령대에서 자연/풍경이 1위였으나, 여성의 경우 10~20대는 셀카(75%, 80%), 30~40대는 가족(60%, 63%), 50대 이상은 자연/풍경(78%)으로 뚜렷한 차이를 보였다[첨부 표2].

스마트폰 카메라 이용자는 사진 촬영 후 편집, 보정에도 적극적이었다. 과반수(51%)의 이용자가 촬영 후 사진을 편집하거나 보정한다고 응답했으며, 특히 여성의 편집 및 보정 기능 이용률은 62%에 달했다. 여성들이 본인을 많이 찍고 편집 및 보정을 적극 활용한다는 것은 스마트폰 카메라가 여성의 나르시즘적 욕구를 충족시키는 도구임을 반영한다.

스마트폰 카메라는 상시 휴대하는 기기일 뿐 아니라 좋은 화질, 탁월한 저장-교환-전파 기능을 갖고 있기 때문에 빠른 속도로 디지털 카메라를 대체해 가는 것으로 보인다. 대다수(79%)가 디지털 카메라를 가지고 있지만, 두 가지 카메라 모두 갖고 있는 사람의 이용 비중은 각각 23%와 77%로 스마트폰 카메라가 3배 이상 높았다

일명 똑딱이라 불리는 보급형 디지털 카메라는 모두 스마트폰의 한 기능으로 통폐합될 가능성이 있으며, 이런 변화를 주도하는 것은 젊은 여성이다. 실제로 '네이버 카메라', '싸이메라', '포토 원더(Photo Wonder)' 등은 스마트폰으로 사진 찍기를 즐기는 여성들을 위해 성형, 꾸미기, 특수 효과 등 다양한 편집 및 보정 기능을 제공하고 있다. 스마트폰 카메라는 단순히 사진을 찍는 도구가 아니라 자신이 아름다운 존재임을 스스로 확인하고, 이를 쉽게 알리는 소중한 수단이 되고 있다. 스마트폰이 진화할수록 디지털 카메라의 입지는 줄어들 수 밖에 없을 것으로 보인다.

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[첨부]=====

[표2] 스마트폰 카메라 촬영 대상

(%)

		(사례수)	본인 (셀카)	가족	친구, 연인	음식, 사물	자연, 풍경	동물	연예인/ 유명인 (공연 등)	기타
전체		(3638)	39	43	37	47	59 ✓	15	6	6
성별	남성	(1967)	29	40	35	45	61	13	5	6
	여성	(1670)	52 ✓	47	39	51	56	16	7	5
남성	10대	(140)	38	31	59	67	70	23	17	3
	20대	(471)	53	23	53	51	63	18	9	3
	30대	(500)	26	45	36	47	48	10	4	7
	40대	(434)	16	56	21	38	56	9	2	8
	50대 이상	(421)	18	41	20	34	77	12	2	6
여성	10대	(226)	75 ✓	28	65	64	48	15	26	4
	20대	(348)	80 ✓	30	64	66	56	18	9	2
	30대	(382)	48	60	30	48	40	17	2	3
	40대	(410)	34	63	23	40	59	14	3	6
	50대 이상	(304)	30	41	24	41	78	17	1	11

Q. 휴대폰으로 사진을 찍을 때 주로 어떤 대상을 찍으십니까? 주로 찍는 대상을 모두 선택하여 주십시오

✓ : 주목할 결과

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[제 17차 이동통신 기획조사 개요]

- 조사명: 2013 상반기 이동통신 기획조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 14 ~ 64세 휴대폰 보유자
- 조사내용: - 이동통신 서비스 및 단말기 구매/사용행동, 만족도, 브랜드 선호도 등
 - 통화/제품 품질 평가 (경험품질)
- 조사기간: 2013년 3월 22일 ~ 4월 11일
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 44,168명

위 조사 결과는 품질평가 전문 리서치 회사인 (주)마케팅인사이트(대표: 김진국)에서 2013년 3월~4월 실시한 '17차 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다. 이 조사는 매년 2회 상/하반기로 나누어 4월과 9월에 실시되며, 매회 4만여명(2012년 하반기까지는 8만명 이상)의 이동통신 소비자가 참여하는 국내 유일의 이동통신 전문 기획조사입니다.

위 조사 결과는 사전 서면 허가 없이 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved.

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr