

보도시점 2025. 3. 31.(화) 12:00
(2025. 4. 1.(수) 조간)

배포 2025. 3. 31.(화) 09:00

“국민 44.5% 생성형 AI 경험, 전년 대비 11.2%p 증가” 과기정통부, 「2025 인터넷이용실태조사」 결과 발표

- 인터넷 이용률, 전년보다 0.5%p 증가한 95.0%, 주 평균 21.6시간 이용
- 일상에서 AI 서비스를 경험한 비율은 67.0%로 '21년 대비 2배 이상 증가
- 국민 3명 중 2명, AI 서비스가 사회 전반에 긍정적인 영향을 준다고 응답

과학기술정보통신부(부총리 겸 과기정통부 장관 배경훈, 이하 ‘과기정통부’)는 국내 가구와 개인의 ▲인터넷 이용 환경(컴퓨터, 모바일) 및 이용률, ▲이용 행태(시간, 목적), ▲주요 서비스 활용(AI, SNS, 클라우드 등)을 조사한 「2025 인터넷이용실태조사(이하 ‘실태조사’)」 결과를 발표하였다.

2025년은 생성형 AI 서비스의 일상화와 기능 확대로 인해 생성형 AI 서비스가 다양한 분야에서 본격적으로 활용되기 시작한 해로, 이번 실태 조사에서는 이러한 환경 변화를 반영하여 기존 조사항목과 함께 생성형 AI의 이용 목적, 만족도, 구체적인 사용 서비스와 유료 구독 여부 등을 추가로 조사하였다.

먼저, 전체 가구의 인터넷 접속률*은 전년보다 0.01%p 증가한 99.98%로, 만 3세 이상 가구원의 인터넷 이용률**은 전년보다 0.5%p 증가한 95.0%로 나타났다. 인터넷 이용자의 95.2%는 하루에 1회 이상, 주 평균 21.6시간을 이용하고, 인터넷 이용률이 가장 높은 지역은 광주(97.8%), 가장 낮은 지역은 전남(91.1%)으로 나타났다.

* 전체 조사 대상 가구 중 인터넷 접속이 가능한 가구의 비율

** 만 3세 이상 국민 중 최근 1개월 이내 인터넷 이용자의 비율

세부적으로, 인터넷 이용자의 98.0%가 인스턴트 메신저를 이용하며, 가장 많이 이용하는 메신저는 카카오톡(98.0%), 인스타그램 다이렉트 메시지(28.8%), 페이스북 메신저(10.1%) 순으로 나타났다. 또한, 인터넷 이용자의 96.3%가 동영상 서비스를 이용하며, 주 평균 7.9시간을 이용하는 것으로 나타났다.

다음으로 AI 서비스와 관련하여, 주거 편의, 교통, 교육 등 분야에서 AI 서비스를 경험해 봤다고 답한 응답자는 2021년 32.4%에서 매년 꾸준히 상승하여 2025년에는 67.0%로 나타났다*. 가장 많이 경험하는 AI 서비스는 가사 지원 로봇, IoT 가전 등 주거 편의(35.9%) 분야였으며, 다음으로는 교통 분야(25.6%), 커뮤니케이션·친교 분야(20.9%), 교육·학습(19.1%) 분야 순으로 나타났다.

* (AI 서비스 경험률) '21년 32.4%, '22년 42.4%, '23년 50.8%, '24년 60.3%

특히, 생성형 AI 서비스를 경험해 봤다는 응답은 2024년 33.3%에서 2025년 44.5%로 11.2%p 증가했으며, 이용 서비스는 챗지피티(ChatGPT)(41.8%), 제미니(Gemini)(9.8%), 코파일럿(Copilot)(2.2%), 클로바 X(CLOVA X)(2.0%) 순이었다(복수응답). 또한, 유료로 생성형 AI를 구독하는 비율은 7.9%로 조사되었으며, 비중은 챗지피티(7.3%)가 가장 높았다.

구체적으로, 직업별 생성형 AI 서비스 경험은 사무직에서 가장 많았으나(71.9%), 유료 구독률은 전문/관리직이 가장 높은 것(20.6%)으로 나타났으며, 지역별 경험률과 유료 구독률의 경우, 경험률은 세종(53.2%), 대전(53.1%), 서울(52.8%) 순으로 높았으나, 유료 구독률은 서울(11.4%), 경기(9.9%), 강원(9.1%) 순으로 나타났다.

생성형 AI 서비스를 이용하지 않는 미이용자(55.5%) 중 49.5%는 '관심 또는 필요가 없어서' 이용하지 않는다고 응답하였으며, 연령별로는 12~19세(68.2%)와 20대(56.0%)는 '관심 또는 필요성 부재'를 가장 많이 꼽은 반면, 60대(25.3%)와 70대 이상(26.1%)은 '이용 방법을 몰라서'라는 응답이 상대적으로 높았다.

AI의 영향에 대해서는 모든 문항에 긍정적인 답변이 과반수로 나타났다. 특히, 정부/기업의 AI 서비스가 사회 전반에 긍정적인 영향을 주는지에 대해서는 3명 중 2명(66.8%, 12.2%p↑)이 그렇다고 답변하여 AI 서비스가 우리 사회에 기여하고 있음을 보여주었다. 또한, AI 서비스가 모두에게 공정하고 차별이 없는지에 대해서는 57%가, AI 서비스가 제공하는 정보나 결과물을 신뢰하는지에 대해서는 54.7%가 그렇다고 답변하였다.

휴대형 정보통신기기와 관련해서는 스마트폰(1.5%p↑), 태블릿 PC(8.9%p↑), 노트북 컴퓨터(6.3%p↑), 게임기(2.9%p↑), 웨어러블(0.4%p↑), 스마트 워치(0.2%p↑) 등 대부분 휴대형 정보통신기기 보유율은 상승한 가운데, 스마트폰이 아닌 일반 이동전화 보유율(1.7%↓)은 전년 대비 감소한 것으로 나타났다.

과기정통부 홍성완 정보통신정책관은 “생성형 AI의 급격한 확산으로 AI가 단순한 기술적 도구를 넘어 국민의 일상과 일터를 실질적으로 혁신하는 핵심 동력이 되고 있음을 이번 실태조사를 통해 확인할 수 있었다.”라고 강조하며, “AI 서비스가 국민 생활 전반에 보다 안전하고 유용하게 안착할 수 있도록, 개인의 AI 활용 역량 제고는 물론 신뢰할 수 있는 AI 이용 환경 조성 등 관련 정책을 지속적으로 추진해 나갈 것”이라고 밝혔다.

2025년 인터넷이용실태조사는 전국 22,671가구 및 만 3세 이상 가구원 50,750명을 대상으로 진행되었으며, 조사 결과는 과학기술정보통신부(www.msit.go.kr)와 한국지능정보사회진흥원(www.nia.or.kr) 누리집에서 확인할 수 있다.

- 붙임 1. 2025 인터넷이용실태조사 주요 결과표(3개년)
2. 2025 인터넷이용실태조사 인포그래픽(별첨)

담당 부서	정보통신정책관실 디지털신산업제도과	책임자	과 장	남영준 (044-202-6140)
		담당자	사무관	남승진 (044-202-6141)
관련 기관	한국지능정보사회진흥원 디지털포용기획팀	담당자	주무관	김영상 (044-202-6145)
			팀 장	정기호 (053-230-1351)
		담당자	책 임	최형인 (053-230-1347)

(단위 : %, 시간)

분야	주요 내역		'23년	'24년	'25년	증감 %p (전년대비)
인터넷 이용	인터넷 이용률		94.0	94.5	95.0	+0.5
	접속 방법	유선 인터넷	70.8	68.1	66.3	-1.8
		무선 인터넷	99.8	99.8	99.9	+0.1
	주 평균 인터넷 이용 시간		20.8	20.5	21.6	+1.1
	모바일 인터넷 이용률		93.5	93.8	94.1	+0.3
이용 환경	스마트폰 보유율		96.1	97.3	98.8	+1.5
	태블릿PC 보유율		27.2	28.0	36.9	+8.9
인터넷 활동	온라인 교육 이용률		35.1	32.7	34.4	+1.7
	온라인 구직활동 및 입사지원		8.0	18.3	18.2	-0.1
	인터넷쇼핑 이용률		75.0	78.6	78.6	-
	상품이나 서비스 판매(중고포함)		34.5	47.6	47.2	-0.4
신기술	클라우드서비스 이용률		39.3	43.9	46.9	+3.0
	동영상 서비스 이용률		93.7	95.4	96.3	+0.9
	AI 서비스 경험률		50.6	60.3	67.0	+6.7
	5G 스마트폰 무선인터넷 이용률		61.4	68.2	76.3	+8.1
	웨어러블 기기 보유율		14.9	15.2	15.6	+0.4
	가구 스마트가전 보유율		14.7	16.8	18.1	+1.3
	가구 IoT 서비스 이용률		24.2	26.7	28.5	+1.8
생성형 AI	생성형 AI 기반 서비스 경험률		17.6	33.3	44.5	+11.2
	생성형 AI 기반 서비스 유료 구독률		-	-	7.9	-
	경험 서비스*	챗지피티(Chat GPT)	-	-	41.8	-
		제미나이(Gemini)	-	-	9.8	-
		코파일럿(Copilot)	-	-	2.2	-
		클로바X(CLOVA X)	-	-	2.0	-
	유료 구독율*	챗지피티(Chat GPT)	-	-	7.3	-
		제미나이(Gemini)	-	-	0.9	-
		코파일럿(Copilot)	-	-	0.2	-
		클로바X(CLOVA X)	-	-	0.2	-
	미이용 이유	관심 또는 필요가 없어서	-	-	49.5	-
		이용 방법을 몰라서	-	-	18.5	-
		그런 서비스가 존재하는지를 몰라서	-	-	16.1	-
		사생활 침해가 우려되어서	-	-	10.0	-
		보안 문제가 우려되어서	-	-	6.0	-

* 복수응답