

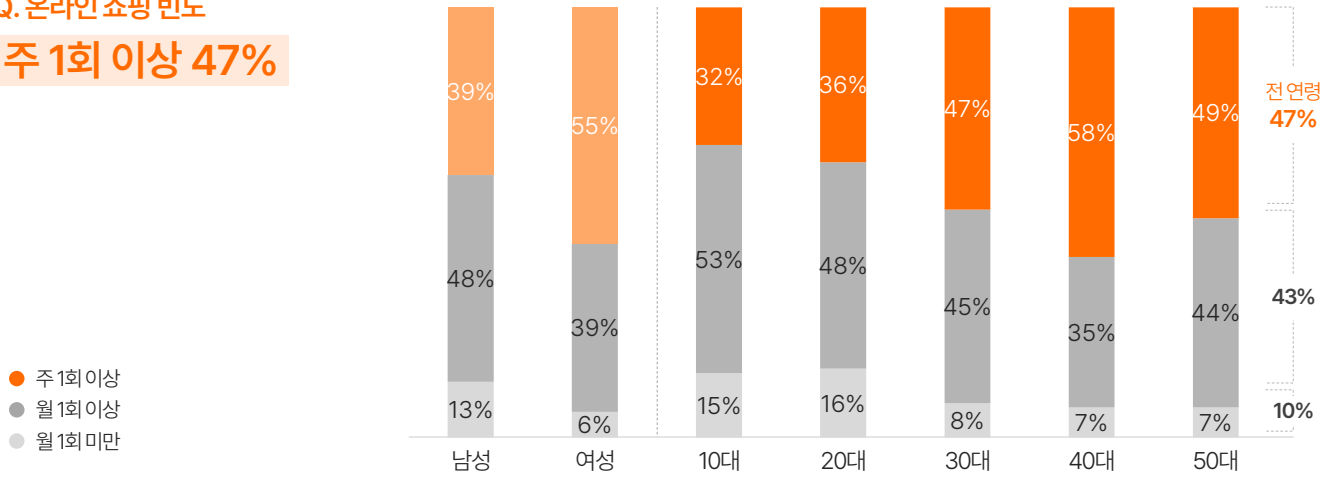
# 온라인 쇼핑 소비자 이용 행태

CJ메조미디어 조사 결과, 절반에 가까운 소비자들이 일주일에 한 번 이상 온라인 쇼핑을 즐기며, 특히 모바일을 이용해 언제 어디서나 편리하게 제품을 구매한다고 응답했습니다. '구매'라는 마케팅 퍼널의 최종 단계에서 타겟을 사로잡기 위해서는 소비자의 온라인 쇼핑 행태를 파악하는 것이 중요합니다. 본 리포트를 통해 소비자의 주요 구매 물품과 고려 요소, AI 기능 만족도 등을 확인해보세요.

## 1. 온라인 쇼핑

### Q. 온라인 쇼핑 빈도

주 1회 이상 47%



### Q. 월 평균 쇼핑 지출 금액

34만 원



### Q. 온라인 쇼핑 시 주 이용 디바이스

모바일

연령	MO (%)	vs. PC (%)
10대	MO (82%)	vs. PC (18%)
20대	MO (79%)	vs. PC (21%)
30대	MO (80%)	vs. PC (20%)
40대	MO (80%)	vs. PC (20%)
50대	MO (73%)	vs. PC (27%)











### Q. 주로 이용하는 온라인 쇼핑몰 (1+2+3순위 응답)

1위. 오픈마켓

순위	유형	전체	10대	20대	30대	40대	50대
1	오픈마켓 (쿠팡/마켓등)	57%	44%	49%	55%	63%	64%
2	포털 사이트 (네이버/카카오등)	56%	40%	45%	63%	62%	57%
3	전문몰 (올리브영/무신사/마켓컬리등)	35%	41%	48%	37%	31%	22%
4	종합몰 (SSG닷컴/롯데ON등)	22%	13%	17%	19%	25%	28%
5	해외직구몰 (알리익스프레스/테무등)	13%	16%	14%	11%	13%	14%
6	브랜드 공식몰 (NIKE/ZARA등)	12%	21%	22%	8%	8%	9%
7	SNS몰 (유튜브/인스타그램 쇼핑등)	10%	13%	13%	8%	8%	11%
8	홈쇼핑몰 (NS홈쇼핑/홈쇼핑모아등)	9%	7%	6%	9%	8%	14%

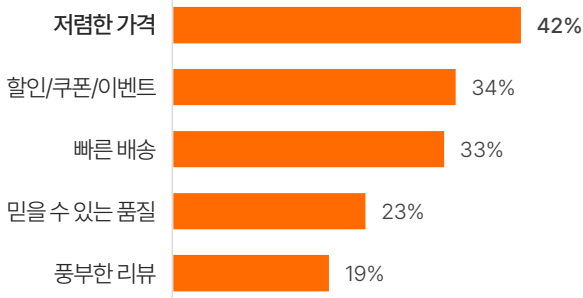
Q. 온라인 쇼핑 시 주로 구매하는 제품의 카테고리 (1+2+3순위 응답)

1위. 생필품

순위	10대 남자	20대 남자	30대 남자	40대 남자	50대 남자
					
1	패션/잡화 (35%)	생필품 (41%)	생필품 (47%)	생필품 (45%)	생필품 (45%)
2	생필품 (18%)	패션/잡화 (29%)	식품/신선식품 (31%)	식품/신선식품 (43%)	식품/신선식품 (34%)
3	도서/문화 (18%)	식품/신선식품 (27%)	가공식품 (29%)	음료/기호식품 (26%)	패션/잡화 (29%)
순위	10대 여자	20대 여자	30대 여자	40대 여자	50대 여자
					
1	뷰티/화장품 (68%)	패션/잡화 (60%)	생필품 (61%)	생필품 (64%)	생필품 (55%)
2	패션/잡화 (59%)	뷰티/화장품 (51%)	패션/잡화 (41%)	식품/신선식품 (39%)	식품/신선식품 (46%)
3	도서/문화 (27%)	생필품 (37%)	식품/신선식품 (37%)	패션/잡화 (35%)	뷰티/화장품 (28%)

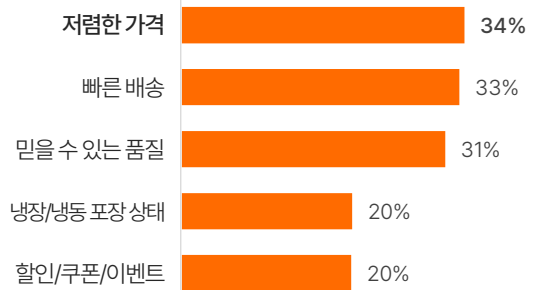
Q. 일반 제품 구매 시 주요 고려 사항 (1+2+3순위 응답)

1위. 저렴한 가격



Q. 신선 제품 구매 시 주요 고려 사항 (1+2+3순위 응답)

1위. 저렴한 가격



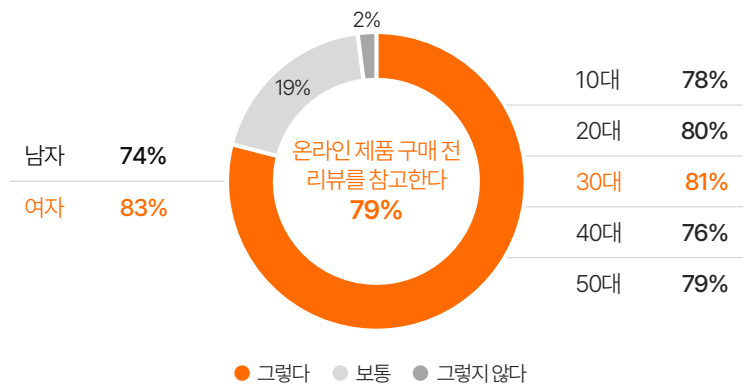
Q. 온라인 쇼핑 시 주로 이용하는 결제 수단 (1+2+3순위 응답)

1위. 네이버페이

순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	토스페이 (59%)	네이버페이 (46%)	네이버페이 (46%)	카드/금융사 간편결제 (40%)	신용카드 정보 직접 입력 (39%)
2	네이버페이 (32%)	토스페이 (35%)	카드/금융사 간편결제 (31%)	네이버페이 (36%)	네이버페이 (37%)
3	카카오페이 (24%)	카카오페이 (30%)	신용카드 정보 직접 입력 (30%)	신용카드 정보 직접 입력 (31%)	카드/금융사 간편결제 (29%)

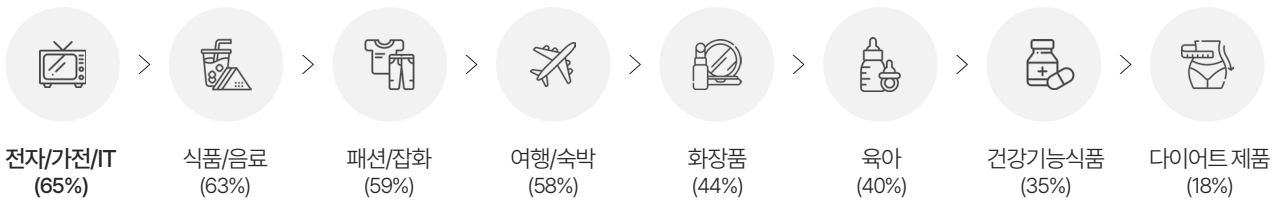
## Q. 온라인 쇼핑 시 리뷰 참고 여부

참고한다 79%



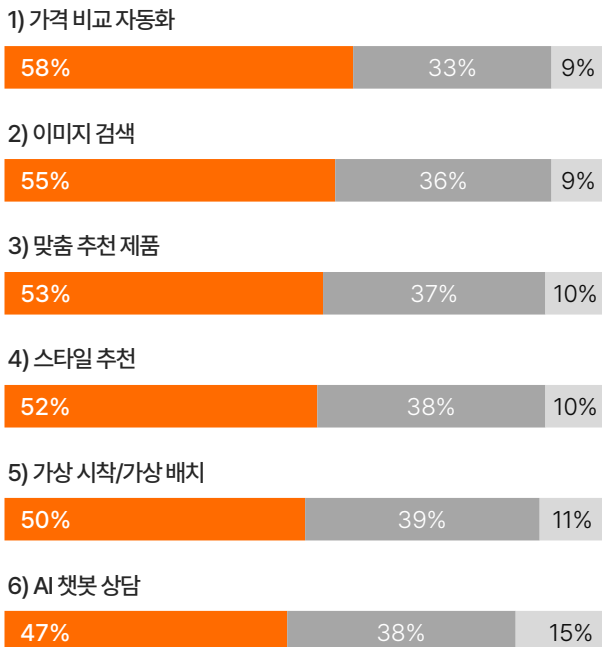
## Q. 제품 카테고리별 리뷰 신뢰 정도

1위. 전자/가전/IT

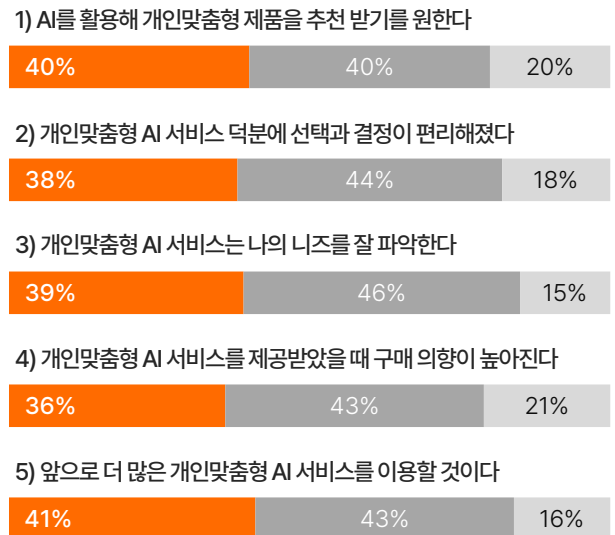


## 2. AI 쇼핑

### Q. AI 기반 쇼핑의 기능별 만족도



### Q. 개인맞춤형 AI 쇼핑에 관한 인식



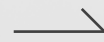
**Vol.1**

**GENERATIVE AI**



**Vol.2**

**OTT**



**Vol.3**

**SHORT-FORM**



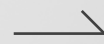
**Vol.4**

**DIGITAL AD**



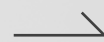
**Vol.5**

**ONLINE SHOPPING**



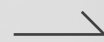
**Vol.6**

**WEB CONTENTS**



**Vol.7**

**INVESTMENT**



**2026  
DIGITAL  
LIFESTYLE  
REPORT**

- 조사 대상 : 서울/경기 및 5개 광역시 거주 만 15~59세 남녀 (n=1,000)
- 조사 방법 : 온라인 설문
- 조사 기간 : 26.03.17 ~ 26.03.27

# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락·문의](#)



[뉴스레터 구독신청](#)



[INSIGHT M 자료실](#)

