

1. SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석

김윤화(부연구위원, ICT통계센터)
신 선(연구위원, ICT통계센터)

● 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국 미디어 패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2013년에는 4,381 가구 및 10,464명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서는 2012년~2013년 한국 미디어 패널조사 결과에서 2012년 대비 2013년 SNS 이용률을 중심으로 미디어 이용 추이를 분석함
- SNS(Social Network Service, 소셜네트워크서비스)는 친구, 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스¹⁾로 한국 미디어패널 조사에서는 트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피, 미투데이, 다음 요즘, 포스퀘어, 구글플러스, 잇글링, 카카오토리, 링크드인 등을 포함하여 조사함

● SNS 이용률 추이

- 2013년 전체 10,464명 중에서 3,270명이 SNS를 이용하고 있다고 응답하여 이용률은 31.3%로 2012년의 23.5% 대비 7.8%p 증가함
- 동기간 이메일 이용률은 2%p, 클라우드 서비스 이용률은 2.6%p 등 소폭 증가에 그친 것과 비교하면 SNS의 이용률 증가폭은 매우 큰 편임

〈표 1〉 2012~2013 미디어 이용률 추이

	2013년	2012년	증감
이메일 이용률	59.7%	57.7%	2.0%p
클라우드서비스 이용률	7.6%	5.0%	2.6%p
SNS 이용률	31.3%	23.5%	7.8%p

1) 한국인터넷진흥원(2012), KISDI STAT Report 13-04-02에서 재인용

- 남성과 여성간 SNS 이용률의 차이는 2012년 0.2%p로 거의 없었으나, 2013년 남성의 SNS 이용률 증가폭이 상대적으로 커지며 이용률 격차가 1.5%p로 소폭 벌어짐
- 전체 20대 응답자 중 SNS를 이용한다는 응답자가 69.3%로 2012년에 이어 20대의 이용이 여전히 가장 활발한 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 10대가 48.7%, 30대가 46.9%, 40대가 28.8%의 순으로 나타남
- 2012년 대비 연령대별 이용률의 증감률을 살펴보면, 10대의 SNS 이용률이 35.3%에서 48.7%로 가장 큰 폭으로 증가하면서 30대를 크게 제치고 SNS 이용률이 두 번째로 높은 연령대로 부상함

〈표 2〉 2012~2013 SNS 이용률 추이

		2013년 SNS 이용률	2012년 SNS 이용률	증감
전체		31.3%	23.5%	+7.8%p
성별	남성	32.0%	23.4%	+8.6%p
	여성	30.5%	23.6%	+6.9%p
연령대별	10대 미만	5.1%	1.3%	+3.8%p
	10대	48.7%	35.3%	+13.4%p
	20대	69.3%	61.0%	+8.3%p
	30대	46.9%	35.5%	+11.4%p
	40대	28.8%	16.9%	+11.9%p
	50대 이상	12.1%	2.6%	+9.5%p

● SNS 서비스사별 이용률 추이

- 서비스사별 이용률 순위는 2012년, 2013년 모두 동일하게 나타나나, 카카오톡이 2012년 대비 23.9%p 증가하고 다른 서비스는 모두 이용률이 감소하여 서비스사별 이용률 격차가 커짐
- SNS 서비스가 1위사로 이용률이 집중된 것으로 보아 사용자들이 몰릴수록 사용자가 계속 늘어나는 이른바 네트워크 효과(Network Effect)가 나타나고 있는 것으로 보임

<표 3> 2012~2013 SNS 서비스사별 이용률 추이(1순위 응답 기준)

순위	SNS 서비스사	2013년 (N=3,270)	2012년 (N=2,057)	증감률
1	카카오토리	55.4%	31.5%	+23.9%p
2	페이스북	23.4%	28.0%	-4.6%p
3	트위터	13.1%	19.4%	-6.3%p
4	싸이월드 미니홈피	5.5%	17.0%	-11.5%p
5	기타	1.3%	4.0%	-2.7%p

- 연령대별 SNS 서비스사 이용점유율을 보면 2012년도는 연령대별로 순위가 다르게 나타난 것에 비해 2013년도는 전 연령대에서 동일한 순위가 나타나고 있는 것이 특징임
- 20대는 SNS 서비스사 이용점유율이 다른 연령대에 비해 비교적 고르게 나타나는 편이나, 10대, 30대, 40대는 1위 서비스사 이용점유율이 50%를 넘어 서비스별 격차가 매우 큼
- 특히, 40대는 1위 서비스사 이용률이 전년도에 비해 1.7배 높아져 70%에 육박하여 1위 서비스에 대한 이용쏠림 현상이 매우 큰 것으로 나타남

<표 4> 2012~2013 연령대별 SNS 서비스사 이용점유율(1순위 응답 기준)

(단위: %)

순위	서비스사	10대		20대		30대		40대	
		2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
1	카카오토리	60.7	33.0	38.8	20.8	59.7	41.4	69.7	39.6
2	페이스북	21.6	23.9	34.5	38.9	20.4	18.8	13.6	23.2
3	트위터	8.4	13.8	18.3	22.0	11.8	18.2	10.3	22.7
4	싸이월드 미니홈피	7.5	23.0	5.9	15.2	5.3	19.1	3.6	9.4
5	기타	1.8	6.4	2.5	3.1	2.7	2.6	2.7	5.1

주: 10대 미만과 50대 이상의 연령대는 SNS를 이용하는 수가 적어 제외함

● SNS 이용량 변화 추이

- SNS 이용량 분석은 미디어 다이어리 응답일 3일 중 1번이라도 SNS를 이용했다고 응답한 응답자에 한해 가중치를 적용해 분석했으며, SNS 하루 평균 이용자는 2013년 603명으로 2012년 472명에 비해 늘어남

- SNS 이용자의 하루 평균 이용량을 보면 2013년은 72.8분으로 2012년 73.7분과 거의 유사하나 SNS를 이용하는 이용자의 수는 증가함
- 남성과 여성 간 SNS 이용량의 차이는 2012년 2.2분으로 성별에 따른 이용량의 차이가 거의 없었으나, 2013년 남성의 SNS 이용량은 증가하고 여성은 감소해 이용량 격차가 17.5분으로 커지며 남성(82.7분)이 여성(65.2분)보다 높은 이용량을 보임
- 2012년에 이어 여전히 20대의 SNS 이용량이 85.1분으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 10대(79.5분), 40대(61.3분), 30대(61.1분) 순으로 나타남
- 2012년 대비 연령대별 이용량의 증감량을 보면, 20대의 SNS 이용량이 78.4분에서 85.1분으로 가장 큰 폭으로 증가해 전 연령대에서 가장 높으며, 40대는 64.8분에서 61.3분으로 3.5분 감소해 전 연령대에서 유일하게 이용자당 하루 평균 이용량이 감소한 것으로 나타남

〈표 5〉 2012~2013 SNS 이용자의 하루 평균 이용량 추이

		2013년 SNS 이용량 (N=603)	2012년 SNS 이용량 (N=472)	증감량
전체		72.8분	73.7분	-0.9분
성별	남성	82.7분	72.5분	+10.2분
	여성	65.2분	74.7분	-9.5분
연령대별	10대	79.5분	77.3분	+2.2분
	20대	85.1분	78.4분	+6.7분
	30대	61.1분	60.9분	+0.2분
	40대	61.3분	64.8분	-3.5분

주: 1) SNS 이용자수(N)는 다이어리 기록 3일 동안 한번이라도 이용한 응답자 수의 하루 평균임
 2) 10대 미만과 50대 이상의 연령대는 SNS를 이용하는 수가 적어 제외함

- SNS 이용에 사용한 기기별 이용량을 보면, 2012년과 2013년 모두 스마트폰을 통한 이용량이 가장 높으며 뒤이어 데스크탑 PC, 일반 노트북 PC, 태블릿 PC 순으로 나타남
- 2012년에 이어 2013년에도 스마트폰을 통한 SNS 이용량이 가장 높게 나타났으며, SNS 이용자당 하루 평균 이용량은 2012년 38.4분에서 2013년 52.7분으로 14.3분 늘어나 다른 미디어 기기에 비해 압도적으로 높은 이용량을 보임
- 휴대가 편리한 스마트폰, 태블릿 PC, 일반 노트북 PC는 이용량이 늘어난 반면, 휴대가 불가능한 데스크탑 PC는 이용량이 2012년에 비해 절반 이상 급감하여 12.5분을 기록함

〈표 6〉 2012-2013 미디어 기기별 SNS 이용량 추이

순위	미디어 기기	2013	2012	증감량
1	스마트폰	52.7분	38.4분	+14.3분
2	데스크탑 PC	12.5분	27분	-14.5분
3	일반 노트북 PC	5.3분	5.2분	+0.1분
4	태블릿 PC	1.5분	1분	+0.5분
5	기타	0.8분	2.1분	-1.3분
	합계	72.8분	73.7분	-0.9분

주: 기타에는 넷북, 네비게이션, 일반 휴대폰 등이 포함됨

● 결과 요약 및 시사점

- 2013년 SNS 이용률은 2012년 대비 7.8%p 증가한 31.3%로 큰 폭의 증가추세를 보임
- 2012년 대비 2013년 SNS 이용의 특징은 남성의 하루 평균 이용량이 전년 대비 10분 이상 증가하고 여성은 감소하여 남녀간 SNS 이용률 격차가 커졌다는 점과, 10대의 전년대비 이용률 증가폭이 13.4%p로 가장 크게 증가하면서 20대에 이어 SNS 이용률이 높은 세대로 부상한 점이 특징적임
- SNS 서비스사별 이용률을 살펴본 결과, 카카오톡이 2012년 31.5%에서 55.4%로 이용률이 급증하였고, 전체 연령대에서도 1위 서비스사로 압도적인 이용점유율을 나타내고 있음
- 카카오톡은 2013년 10월 출시 1년 6개월만에 가입자 5,000만 명을 돌파한 것으로 보도된 바, 가입자가 급속히 증가하면서 가입자가 가입자를 부르는 네트워크 효과(Network Effect)가 나타나고 있는 것으로 보임
- 특히, 20대는 카카오톡 점유율이 38.8%로 SNS 서비스사 선택이 비교적 고르게 분포되는 것과는 대조적으로 40대는 70%에 달하는 이용자가 카카오톡에 집중하여 소비하는 것으로 나타나 이용쏠림 현상이 40대에서 더욱 극심한 것으로 보임

● 참고문헌

- 헤럴드경제(2013-11-6) “‘카카오톡’ 가입자 5000만 돌파”
- KISDI STAT Report(2013-4-25) “SNS(소셜네트워크서비스) 이용현황”