

KISDI STAT

REPORT

2018. 6. 15 / Vol. 18-11


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석

김윤화
부연구위원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

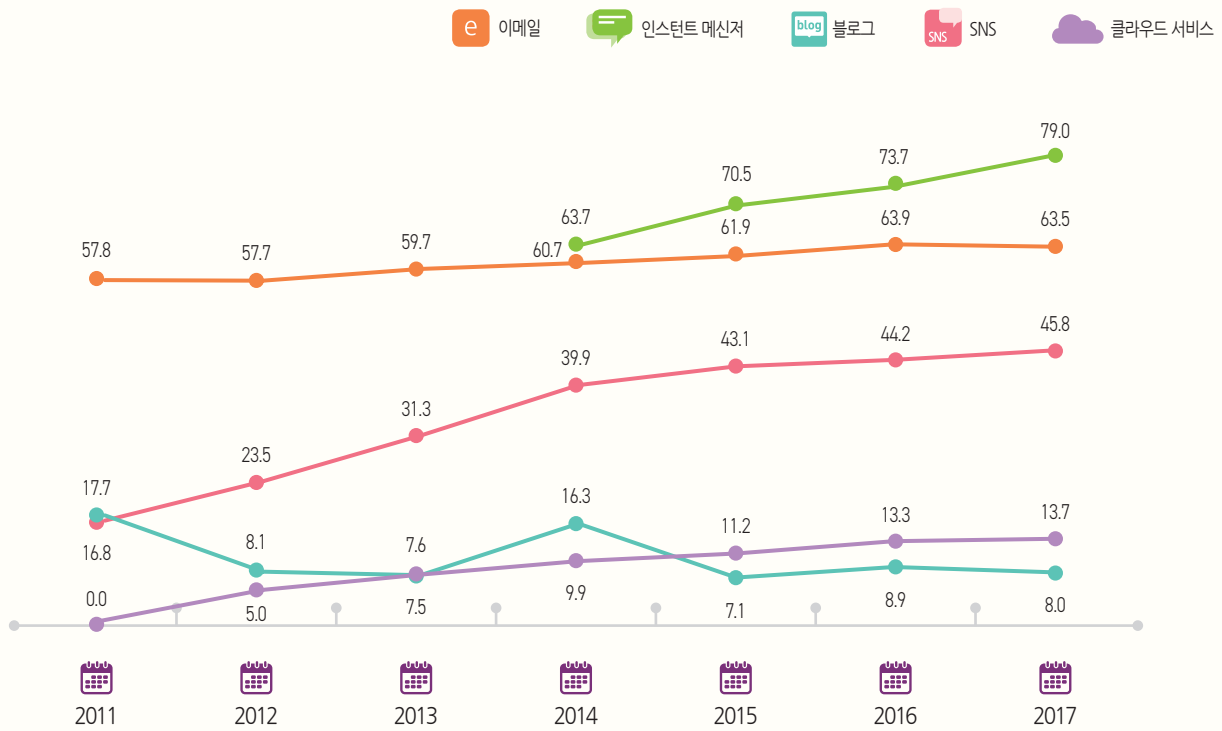
- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2017년에는 4,203가구 및 9,425명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서는 한국미디어패널조사의 SNS(소셜네트워크서비스) 이용률, 이용량, 이용서비스 등을 중심으로 이용 추이를 분석함
- 2017년 한국미디어패널조사에서는 SNS 이용률 조사시 트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피, 카카오토리, 인스타그램, 네이버 밴드, 카카오톡, 빙글, 비트윈, 웨이보, 핀터레스트 등을 포함하여 조사함

III SNS 이용률 추이

- 2017년 전체 응답자 9,425명 중에서 4,321명이 SNS를 이용하고 있다고 응답하여 이용률은 45.8%로 소폭 증가에 그침(2015년 43.1%, 2016년 44.2%)
- 전국 단위 패널조사가 시작된 2011년부터 2017년까지 미디어 서비스 이용률 추이를 살펴보면, 이메일, 클라우드 이용률은 연간 1%~3% 내외로 성장률이 완만하고, 블로그는 2011년과 2014년을 정점으로 이용률이 정체를 보이고 있으며, 인스턴트 메신저 이용률은 조사가 시작된 2014년부터 꾸준한 성장세를 보이며 이메일 서비스보다 이용률이 더 높은 미디어 서비스로 자리매김함
- SNS 이용률은 2014년까지 30%대의 급속한 성장세를 보이다 2014년 이후 성장이 둔화되는 양상을 보임

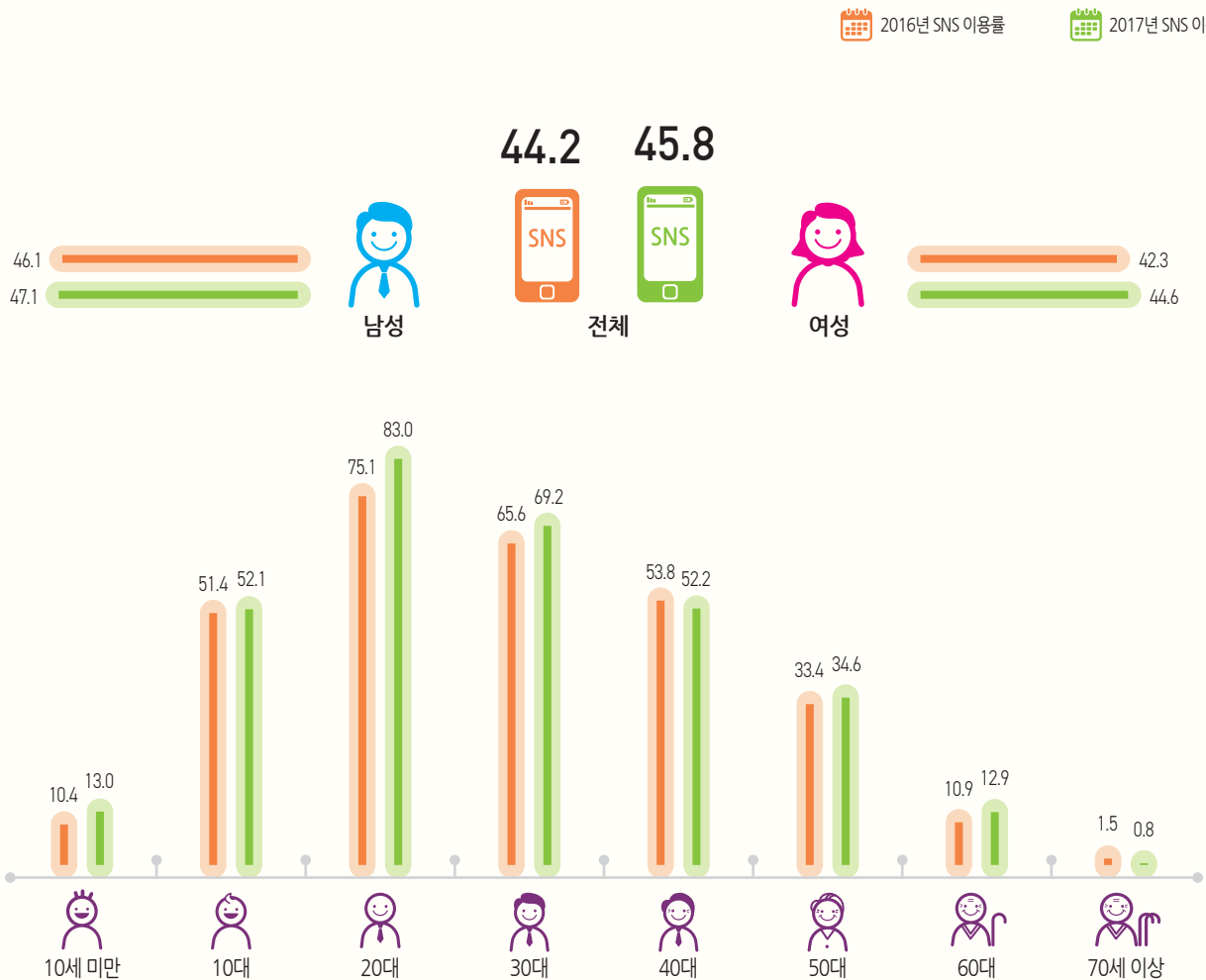
[그림 1] 2011-2017 미디어 서비스 이용률 추이

(단위:%)



- SNS 이용에 있어 남성이 여성에 비해 조금 더 적극적인 면이 있는 것으로 보이나, 그 차이가 크지 않고, 이용률 격차 또한 감소(3.8%p→2.5%p)하는 경향을 보임
- 연령대별로는 20대의 SNS 이용률이 83.0%로 가장 높고, 그 다음으로 30대(69.2%)의 이용률이 높게 나타났으며, 10대와 40대는 거의 비슷한 이용률(각각 52.1%, 52.2%)을 보임
- 2014년부터 2016년까지 30, 40, 50대 중장년층을 중심으로 SNS 이용률이 큰폭의 증가를 보여왔다면¹⁾, 2017년에는 다시 20대를 중심으로 SNS 이용이 활발해지는 양상을 보임

[그림 2] 2016-2017 SNS 이용률 추이 (단위:%)



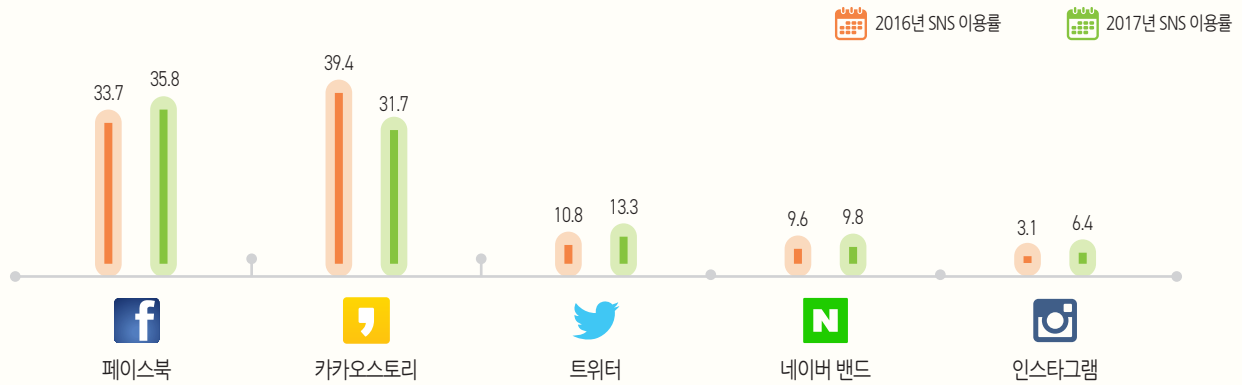
주) SNS 이용률은 SNS 이용 여부 질문에 SNS를 이용한다고 응답한 응답자 비율임

1) 김윤화(2015, 2016), 2014년부터 30, 40, 50대 중장년층의 SNS 이용률이 가장 큰 폭으로 증가해 왔고, 하루 평균 이용시간 또한 20대 다음으로 50대의 이용 시간이 큰 폭으로 증가해 옴

III SNS 서비스사별 이용률 추이

- 서비스사별 이용률 순위는 페이스북(35.8%)-카카오톡(31.7%)-트위터(13.3%)-네이버 밴드(9.8%)-인스타그램(6.4%)의 순으로 나타났으며, 카카오톡 이용률이 가장 큰 폭으로 감소하고, 인스타그램 이용률이 가장 크게 증가함

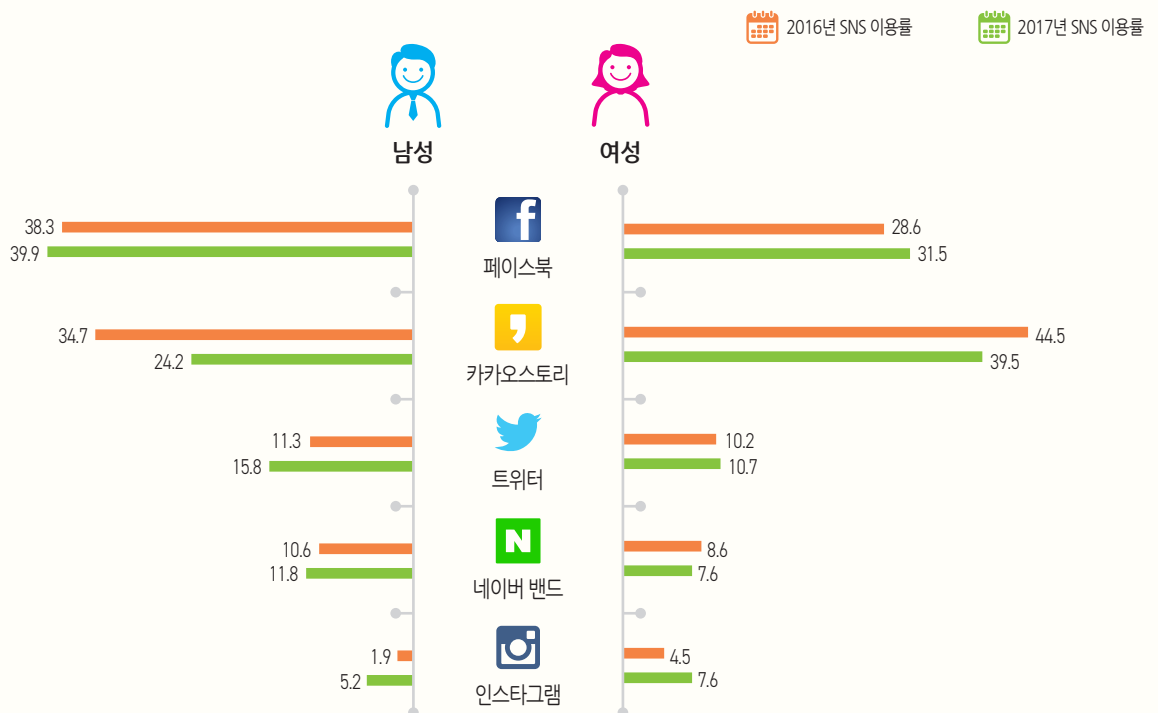
[그림 3] 2016-2017 SNS 서비스사별 이용률 추이 (1순위 응답 기준) (단위:%)



주) 2017년 한국미디어패널조사는 2017년 5월~7월 사이 진행됨

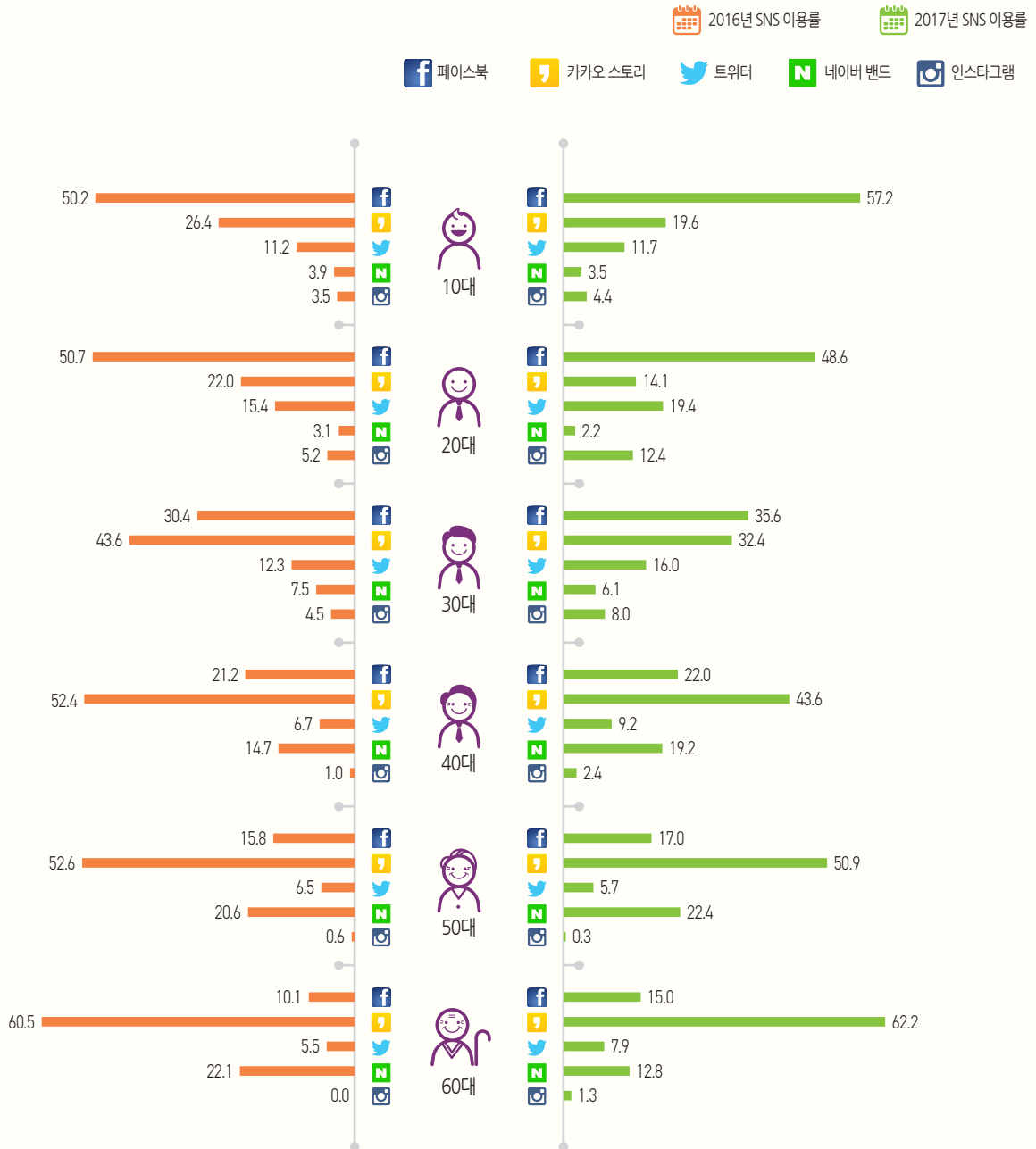
- 성별 선호하는 SNS를 살펴보면, 남성은 카카오톡 이용률이 10%p 이상 하락하면서 페이스북, 트위터 선호도가 공고해지는 반면, 여성은 카카오톡 이용에 집중되던 양상에서 카카오톡, 페이스북, 인스타그램 등 서비스 콘텐츠 이용이 다양해지는 경향을 보임

[그림 4] 2016-2017 성별 SNS 서비스사 이용률 추이 (1순위 응답 기준) (단위:%)



- SNS 주 이용세대인 20대의 페이스북 이용률이 여전히 높고, 인스타그램 이용률이 12.4%로 전년 대비 크게 상승하면서 20대가 인스타그램 이용 확산을 주도하고 있는 것으로 보임
- 연령대가 높을수록 카카오토크, 네이버밴드의 이용률이 높고, 연령대가 낮을수록 페이스북의 이용이 높은 경향은 지속적으로 나타남

[그림 5] 2016-2017 연령대별 SNS 서비스사 이용점유율 (1순위 응답 기준) (단위:%)

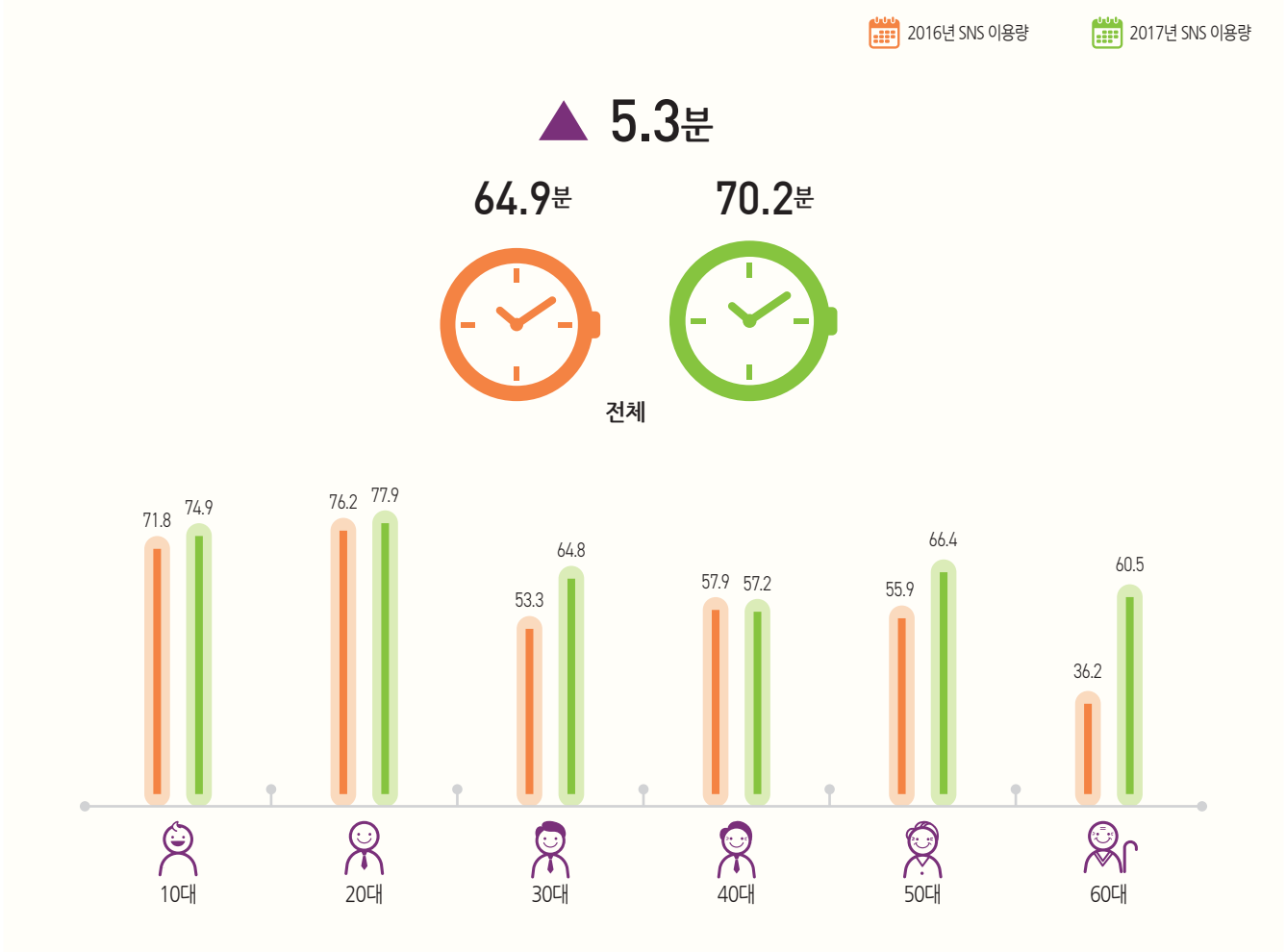


주) 10세 미만(35명), 70세 이상(8명) 연령대는 이용자 수가 적어 분석에서 제외함

III SNS 이용량 변화 추이

- SNS 이용량은 미디어 다이어리 3일의 기록에서 SNS를 한 번이라도 이용한 적이 있는 응답자 기준 SNS 하루 평균 이용시간을 의미함
- SNS 이용자의 하루 평균 SNS 이용시간은 1시간 10분으로 전년도(1시간 5분)에 비해 5분 가량 증가한 것으로 나타남
- 최대 SNS 이용세대는 20대로 하루 평균 1시간 18분 정도 이용하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 10대(1시간 15분), 50대(1시간 6분), 30대(1시간 5분), 60대(1시간 1분), 40대(57분)의 순으로 나타남
- 10, 20대의 이용시간은 소폭 증가에 그친 반면, 30대, 50대, 60대의 이용시간이 큰폭으로 증가했으며, 40대의 이용시간이 유일하게 소폭 감소하면서 50~60대보다 SNS 이용량이 적은 세대가 됨

[그림 6] 2016-2017 SNS 이용자의 하루 평균 이용량 추이 (단위:분)

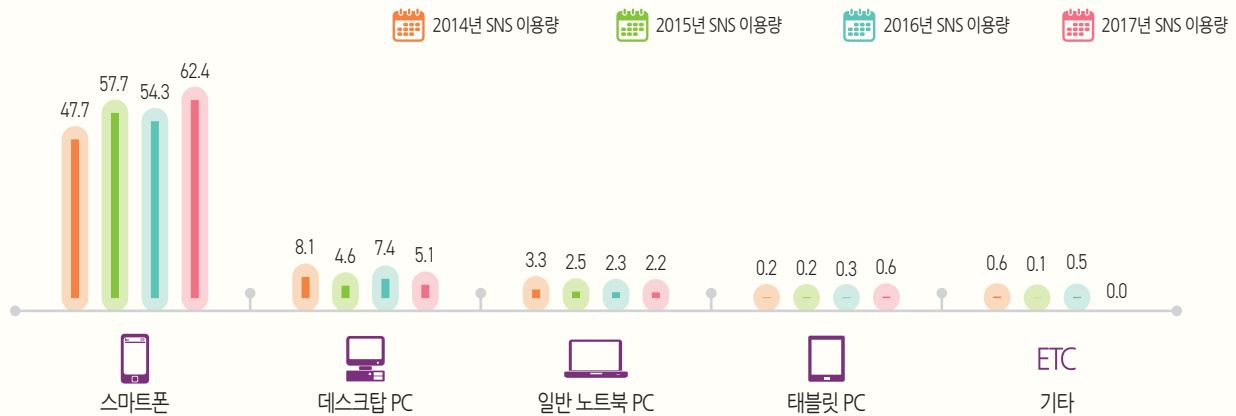


주) 10세 미만(35명), 70세 이상(8명) 연령대는 이용자 수가 적어 분석에서 제외함

III 기기별 SNS 이용량 추이

- 스마트폰을 통한 SNS 이용량은 지속적으로 증가하여 하루 평균 1시간을 넘어섰고, 데스크탑 PC(5분), 일반 노트북 PC(2분) 등 스마트폰 이외의 기기 이용은 점차 줄어드는 양상을 보임

[그림 7] 2014-2017 미디어 기기별 SNS 이용량 추이 (단위:분)



주) 기타에는 TV, 넷북, 네비게이션, 일반 휴대폰, 인터넷 전화기, PDA폰 등이 포함됨

III 결과 요약 및 시사점

- SNS 이용률은 2014년까지 30%대의 급속한 성장세를 보이다 2015년 이용률이 40%를 넘어선 후 2016년부터 1%대의 성장 정체를 보임(2016년 1.1%p, 2017년 1.6%p 증가)
- SNS 서비스 이용이 성숙기에 접어든 2014년부터 30, 40, 50대 중장년층을 중심으로 SNS 이용률이 큰폭의 증가를 보여왔으나, 2017년에는 20대가 인스타그램을 중심으로 SNS를 다시 활발하게 이용하면서 SNS 이용을 주도하는 양상을 보임
- 서비스사별 이용률은 페이스북-카카오스토리-트위터-네이버밴드-인스타그램의 순으로 나타났으며, 지속적으로 이용률이 증가(13년 23.4%, 14년 28.4%, 15년 30.0%, 16년 33.7%, 17년 35.8%)하고 있는 페이스북과 20대와 여성의 이용이 현저히 증가하고 있는 인스타그램의 향후 성장에 주목할 필요가 있음

III 참고문헌

- 김윤화(2015), “SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석”, KISDI STAT Report 15-03-02, 2015. 3. 25.
- 김윤화(2016), “SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석”, KISDI STAT Report 16-07, 2016. 4. 15.
- 미디어통계포털(KISDI STAT) 홈페이지, http://stat.kisdi.re.kr/MediaPanel/MediaPanel_Diary_Etc.aspx?tablename=TBS_B_DIARY_C

KISDI STAT

REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAT 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
18-10호	스마트폰 이용 제한 가구와 그렇지 않은 가구의 스마트폰 이용행태 비교	오윤석	2018-05-30
18-09호	블록체인과 4차 산업혁명: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-05-15
18-08호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2018-04-30
18-07호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2018-04-15
18-06호	유료방송 서비스 가입 추세 분석	신지형	2018-03-31
18-05호	중고휴대폰(공기계) 보유 현황	김윤화	2018-03-15
18-04호	방송프로그램 국내판매·구매 추이 분석	노희윤	2018-02-28
18-03호	2017년 방송매체 이용행태조사 주요 결과	정용찬, 김윤화	2018-02-15
18-02호	가족구성에 따른 고령자들의 미디어 이용 및 활용능력 비교	오윤석	2018-01-30
18-01호	방송사의 드라마 프로그램 제작과 유통 현황 분석	이선희	2018-01-15
17-24호	2017년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2017-12-30
17-23호	2017년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2017-12-15
17-22호	데이터기반 통화 (VOIP) 사용자의 특성 및 통신 이용패턴	남충현	2017-11-30
17-21호	액티브시니어의 미디어 이용	신지형	2017-11-15
17-20호	OECD 회원국의 인터넷 이용 현황 비교	최지혜	2017-10-30
17-19호	온라인 관여가 디지털 유료 콘텐츠 이용에 미치는 영향	양정애	2017-10-15
17-18호	군집분석을 통한 성별, 연령별 미디어 이용 행태 파악 : 미디어 다이어리 자료를 중심으로	김현아, 노태영	2017-09-30
17-17호	미디어 활용능력(Media Literacy) 추이 분석	김윤화	2017-09-15
17-16호	1인 가구의 유료방송 이용 실태	김상우	2017-08-31
17-15호	유료방송사업자 방송사업매출 및 유료VOD수신료매출 추이 분석	노희윤	2017-08-15
17-14호	통계로 보는 흡수평방송 환경의 변화	이선희	2017-07-31
17-13호	스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성	오윤석	2017-07-15
17-12호	능동적 인터넷 이용자의 미디어·콘텐츠 이용 행태 분석	남충현	2017-06-30
17-11호	온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석	최지혜	2017-06-15
17-10호	1인가구의 매체 보유와 이용 특성	정용찬	2017-05-31
17-09호	디지털, 아날로그 케이블TV의 가입자 특성 비교	김상우	2017-05-15
17-08호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2017-04-30
17-07호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용자 특성 분석	이선희	2017-04-15
17-06호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용	김윤화	2017-03-31
17-05호	라디오 보유와 이용행태 변화	박선영	2017-03-15
17-04호	가정 내 미디어 이용제한과 아동·청소년의 이용시간	신지형	2017-02-28

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

17-03호	20대의 자아존중감과 SNS 활동 특성	최지혜	2017-02-15
17-02호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2017-01-31
17-01호	스마트폰, TV 경쟁 매체의 가능성	정용찬	2017-01-15
16-24호	2016년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2016-12-30
16-23호	오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태	오윤석	2016-12-15
16-22호	방송프로그램 VOD시청과 SVOD의 이용	신지형	2016-11-30
16-21호	2016년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2016-11-15
16-20호	종합유선방송사업자 규모별 매출 추이 분석	노희윤	2016-10-30
16-19호	온라인상의 개인정보침해 우려 정도와 미디어 활용	김윤화	2016-10-15
16-18호	TV 보유 여부에 따른 미디어 이용행태 분석	오윤석	2016-09-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-09-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-08-30
16-15호	TV 시청시 스마트폰 동시 이용행태 분석	이선희	2016-08-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-07-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-07-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-06-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-06-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-05-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-05-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-04-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-04-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-03-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-02-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-02-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-01-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-01-15
15-19호	한국 ICT산업 동향 및 추세 분석	주재욱	2015-12-30
15-18호	어린이, 청소년 휴대폰보유 및 이용행태 분석	김윤화	2015-12-15
15-17호	2015년 미디어보유와 이용행태 변화	한국미디어패널조사 연구팀	2015-11-30
15-16호	독신가구의 미디어 이용행태	김욱준	2015-11-15
15-15호	복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2015-10-30
15-14호	대학생의 미디어 이용 행태	하형석	2015-10-15
15-13호	EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교	주재욱	2015-09-30
15-12호	방송 사업자 유형별 매출 추이 분석	유선실	2015-09-15
15-11호	주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교	정부연	2015-08-30
15-10호	유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성	정용찬	2015-08-15
15-09호	휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석	김윤화	2015-07-30
15-08호	라디오 이용 행태 추이 분석	박선영	2015-07-15
15-07호	한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교	주재욱	2015-06-30
15-06호	연령대별 수면 전후의 미디어 이용	하형석	2015-06-30
15-05호	은퇴연령계층의 미디어 이용	신지형	2015-06-15
15-04호	10대 이용자들의 미디어 이용행태 분석	주재욱	2015-05-30

KISDI ICT통계정보연구실 ☆☆☆

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개 ☆☆☆

■ 미디어통계포털(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

■ 미디어 통계수첩(2018년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동