

# KISDI STAT

## REPORT

2016. 4. 15 / Vol. 16-07


**정보통신정책연구원**  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

## SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석

김윤화  
부연구위원, ICT통계정보연구실

### III 분석 데이터 및 분석 목적

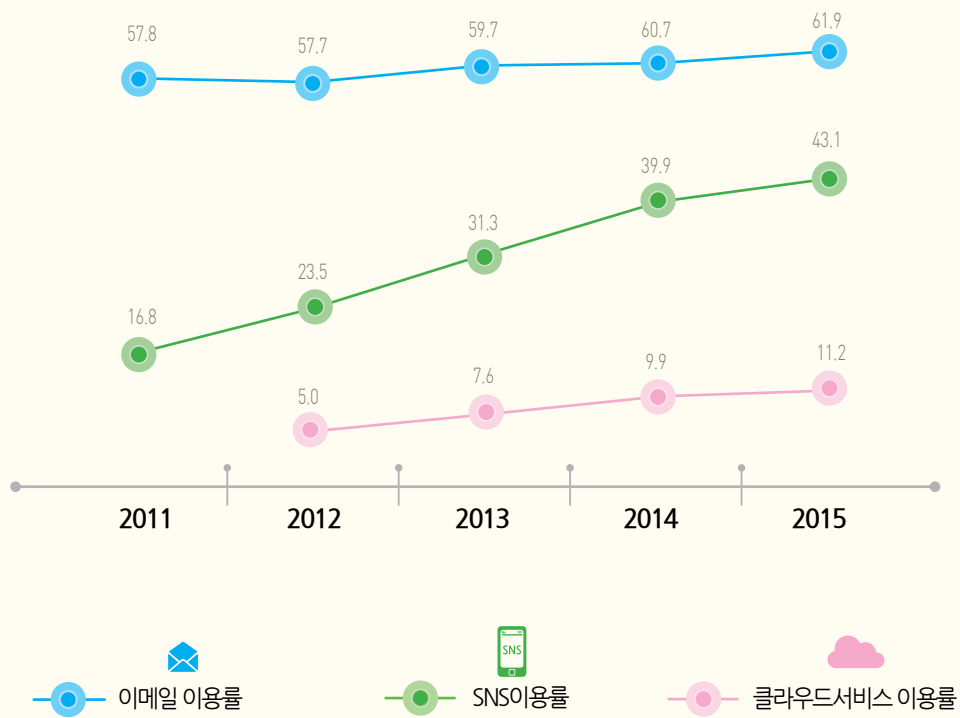
- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2015년에는 4,305가구 및 9,873명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서는 2014년, 2015년 한국미디어패널조사 결과에서 2014년 대비 2015년 SNS(소셜네트워크서비스) 이용률을 중심으로 미디어 이용 추이를 분석함
- 2015년 한국미디어패널조사에서는 SNS 이용률 조사시 트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피, 카카오톡, 인스타그램, 포스퀘어, 링크드인, 네이버 밴드, 카카오톡, 다음 쏘, 구글 플러스 등을 포함하여 조사함

### III SNS 이용률 추이

- 2015년 전체 응답자 9,873명 중에서 4,250명이 SNS를 이용하고 있다고 응답하여 이용률은 43.1%로 전년도 39.9% 대비 3.2%p 소폭 증가함. 같은 기간 동안 이메일 이용률은 1.2%p, 클라우드 서비스 이용률은 1.3%p 증가 등 이용률에 크게 변화가 없는 것으로 나타남
- 2011년부터 2015년까지 미디어 서비스 이용률 추이를 볼 때, 이메일, 클라우드 서비스 등 여타 다른 미디어 서비스 이용률 증가추세는 완만한 반면, SNS 이용률은 2배 가까운 성장세를 보임

[그림 1] 2011-2015 미디어 서비스 이용률 추이

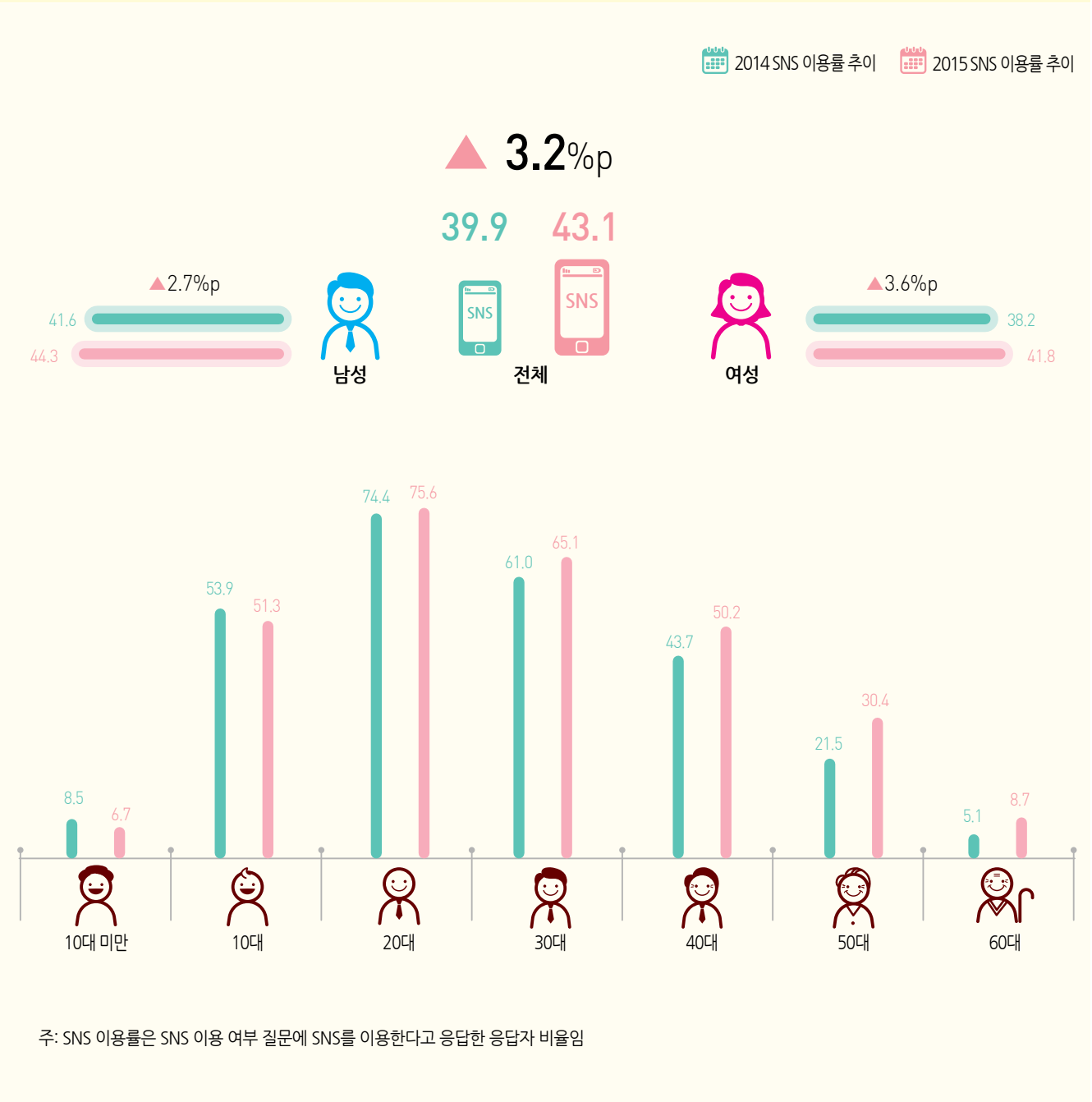
(단위: %)



- 2015년 남성과 여성의 SNS 이용률의 차이는 2.5%p로 전년도(3.4%p)보다 격차가 줄어 성별 SNS 이용률 격차는 감소되는 경향을 보임
- 연령별로는 20대의 SNS 이용률이 75.6%로 가장 높고, 30대(65.1%), 10대(51.3%), 40대(50.2%), 50대(30.4%)의 순으로 나타남
- 2014년에 이어 2015년에도 30, 40, 50대의 SNS 이용률이 상대적으로 큰폭의 증가세를 보이고 있으며, 특히 연령대가 높아질수록 증가율이 커지고 있어 중장년층의 SNS 이용추이를 주시할 필요가 있음

[그림 2] 2014-2015 SNS 이용률 추이

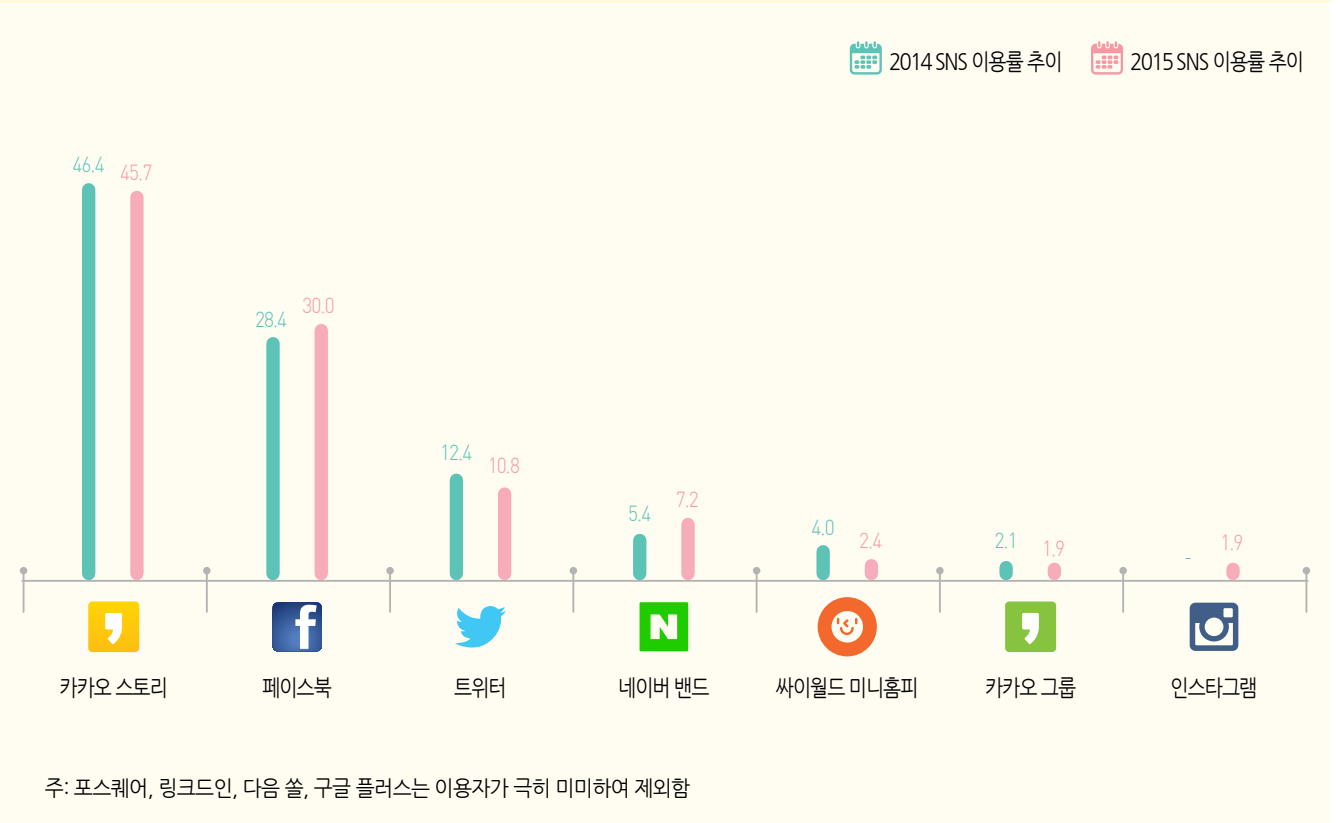
(단위: %)



### III SNS 서비스사별 이용률 추이

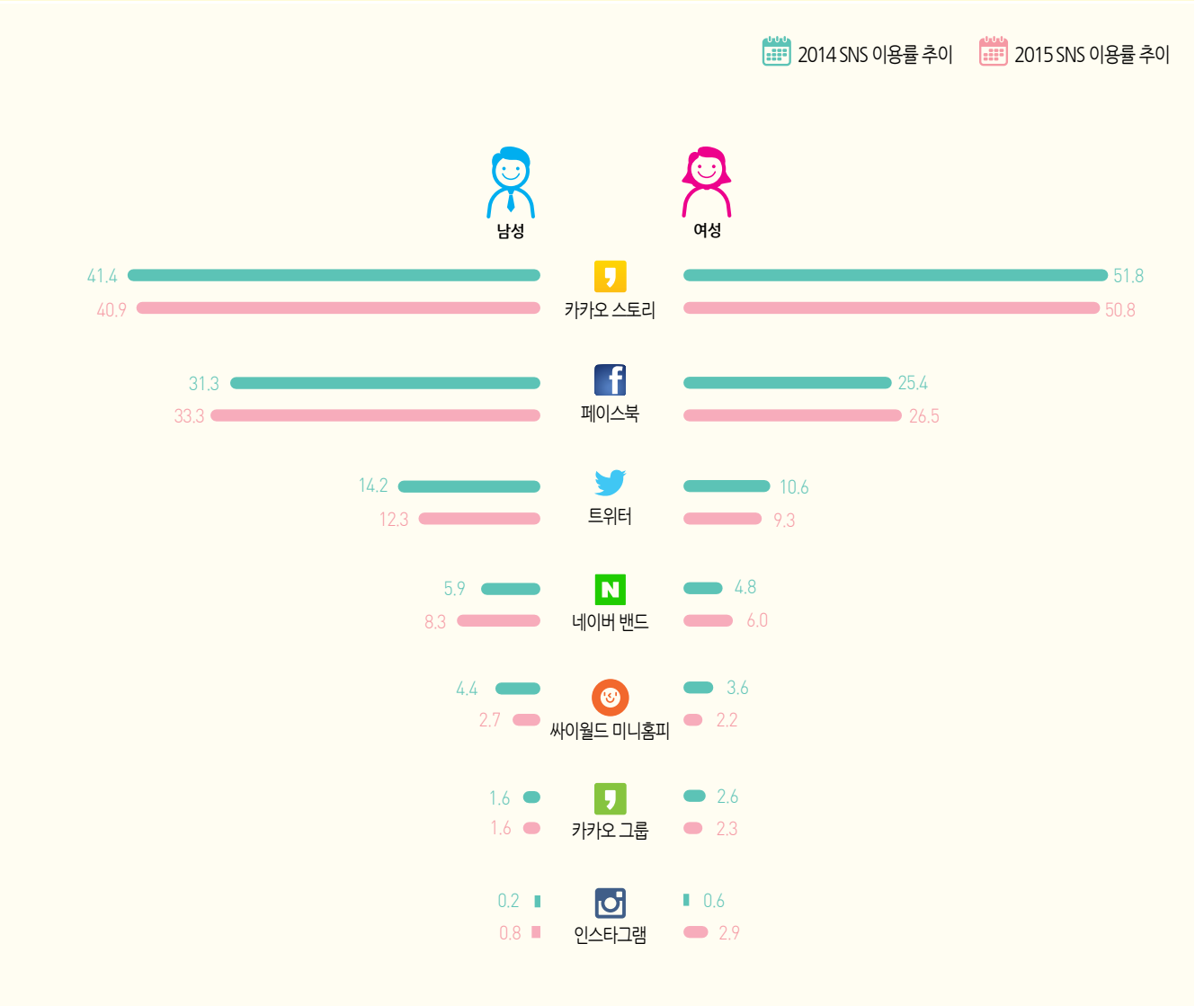
- 서비스사별 이용률 순위는 카카오톡(46.4%)>페이스북(30.0%)>트위터(10.8%)>네이버 밴드(7.2%)의 순으로 전년과 순위는 동일하나, 페이스북, 네이버 밴드의 이용률이 상대적으로 증가하면서 1-2위간, 3-4위간 격차가 줄어드는 양상을 보임

[그림 3] 2014-2015 SNS 서비스사별 이용률 추이(1순위 응답 기준) (단위: %)



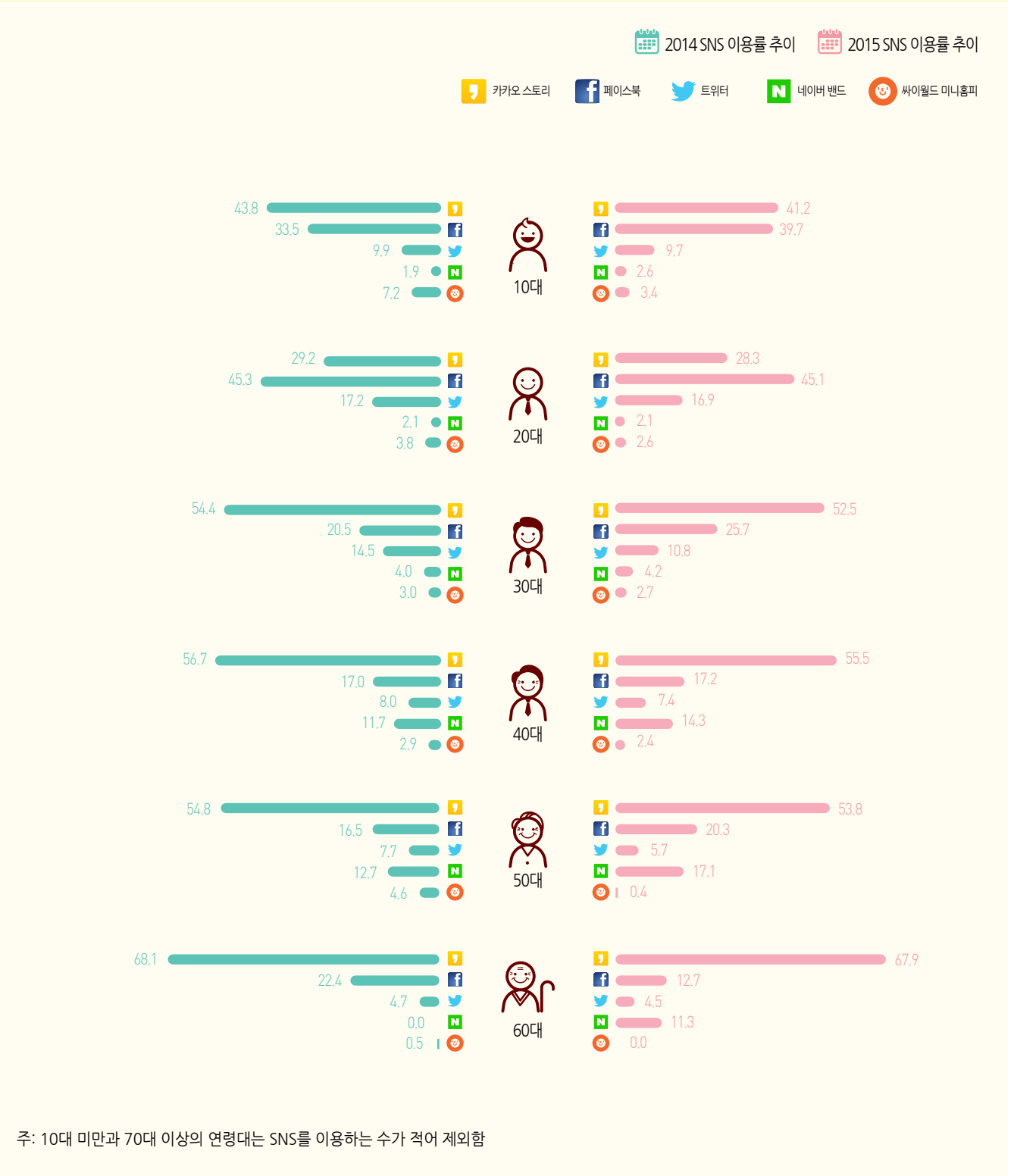
- 남성은 페이스북, 트위터 등 개방형 SNS를 선호하는 반면, 여성은 카카오톡, 인스타그램 등 폐쇄형, 시각형 SNS를 상대적으로 선호하는 것으로 나타남

[그림 4] 2014-2015 성별 SNS 서비스사 이용률 추이(1순위 응답 기준) (단위: %)



- SNS 주 이용세대인 20대는 페이스북-카카오톡-트위터의 순으로 개방형과 폐쇄형 SNS를 고루 이용하고 있는 것으로 나타났고, 20대를 제외한 전연령대에서는 폐쇄형 SNS인 카카오톡 이용률이 가장 높게 나타남
- 연령대가 낮을수록 페이스북, 트위터 등 플랫폼 기반 개방형 서비스를, 연령대가 높을수록 카카오톡, 네이버 밴드 등 국내 기반 폐쇄형 서비스를 선호하는 특징을 보임

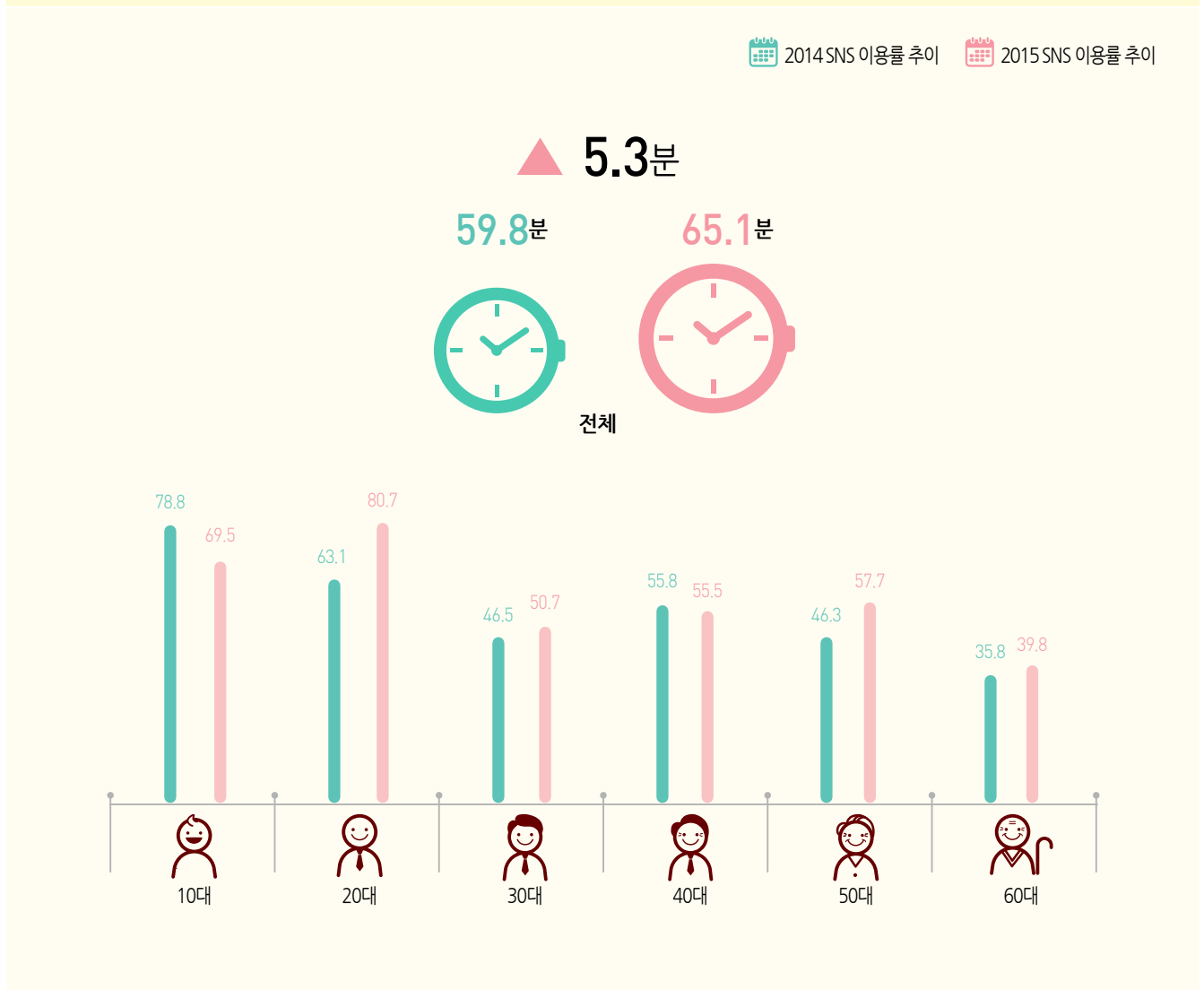
[그림 5] 2014-2015 연령대별 SNS 서비스사 이용점유율(1순위 응답 기준) (단위: %)



### III SNS 이용량 변화 추이

- SNS 이용량 분석은 미디어 다이어리 응답일 3일 중 1번이라도 SNS를 이용했다고 기입한 응답자에 한해 가중치를 적용해 분석함
- SNS 이용자의 하루 평균 서비스 이용시간은 1시간 5분으로 전년 1시간에 비해 5분여 증가한 것으로 나타남
- 최대 SNS 이용세대는 20대로 하루 평균 1시간 20분 정도 이용하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 10대(1시간 10분), 50대(58분), 40대(56분), 30대(51분)의 순으로 나타남
- 특히 50대의 경우 전년도 평균 이용시간 46분에서 올해 58분으로 12분여 증가하면서 30, 40대를 제치고 높은 이용량을 기록

[그림 6] 2014-2015 SNS 이용자의 하루 평균 이용량 추이 (단위: 분)

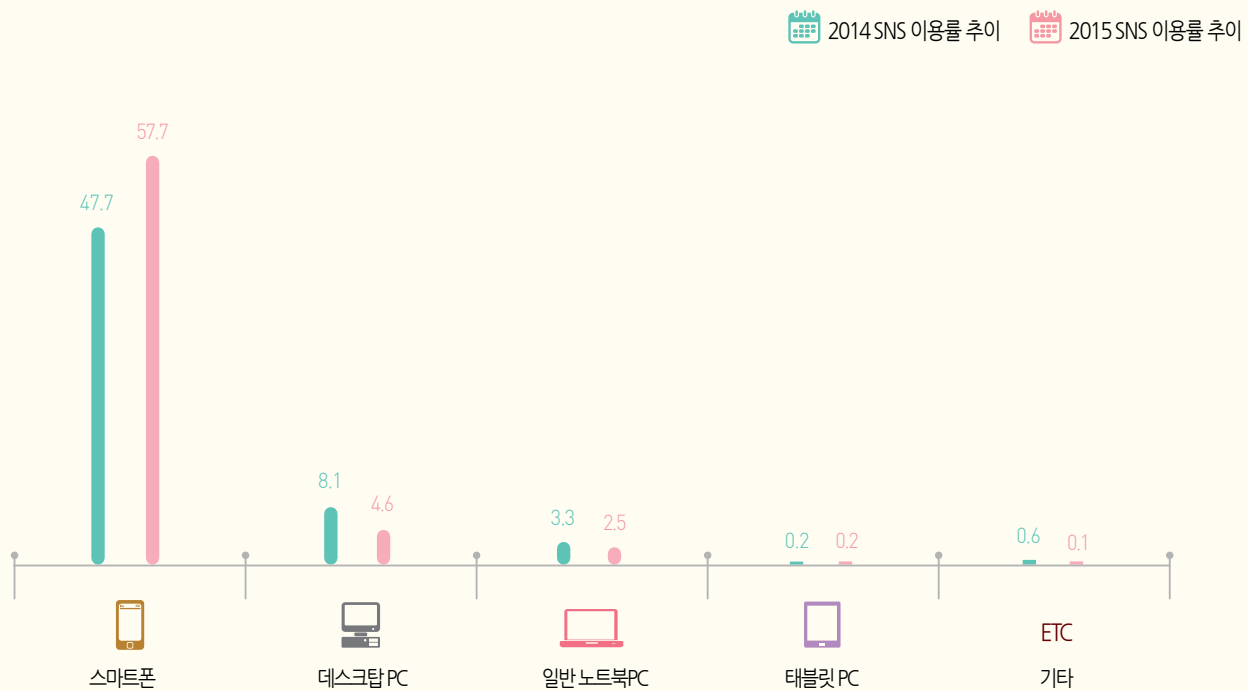


### III 기기별 SNS 이용량 추이

- 스마트폰을 통한 SNS 이용량이 하루 평균 58분 정도로 단연 높으며, 그 다음으로 데스크탑 PC(5분), 일반 노트북 PC(3분) 순으로 나타남
- 스마트폰을 통한 SNS 이용은 전년 대비 10분 증가한 반면, PC 등 기타 기기 활용률은 모두 감소하여 SNS 이용시 스마트폰의 활용이 더욱 커지는 추세임

[그림 7] 2014-2015 미디어 기기별 SNS 이용량 추이

(2015년 7,553명/2012년 6,441명, 단위: 분)



주: 기타에는 TV, 넷북, 네비게이션, 일반 휴대폰 등이 포함됨



### III 결과 요약 및 시사점

- 2015년 SNS 이용률은 43.1%로, 2011년 16.8% 대비 5년만에 2배 가까운 성장세를 보임
- 20대의 10명 중 7명 이상 SNS를 이용하고 있을 정도로 20대의 SNS 이용률은 매우 높게 나타나고 있으며, 이용하는 서비스도 페이스북, 카카오톡, 트위터 등 개방형과 폐쇄형 SNS를 고루 활용하고 있음
- 중장년층(30대~50대)의 SNS 이용이 지속적으로 확대되고 있으며, 특히 50대의 하루 평균 SNS 이용 시간이 20대 다음으로 큰 폭의 증가를 보이고 있어 향후 SNS 서비스의 중요한 타겟층으로 주목됨
- 여성의 SNS 이용률이 상대적으로 크게 증가하면서 성별 SNS 이용률 격차는 줄어드는 양상을 보이고 있으며, 남성은 페이스북, 트위터 등 개방형 SNS를 선호하는 반면 여성은 카카오톡, 인스타그램 등 폐쇄형, 시각형 SNS를 상대적으로 선호하는 것으로 나타남
- 서비스사별 이용률 순위는 카카오톡-페이스북-트위터-네이버 밴드의 순으로 전년과 순위는 동일(김윤화, 2015)하나, 페이스북의 경우 10대와 30대, 50대 등 거의 모든 세대에 걸쳐 이용이 확대되고 있으며, 여타 서비스사와 달리 지속적으로 이용률이 증가(2013년 23.4%, 2014년 28.4%, 2015년 30.0%)하는 양상을 보이고 있어 페이스북의 서비스 차별화 전략에 주목할 필요가 있음
- 국내 SNS 서비스는 2015년 한국미디어패널조사 결과, 이용률 40%대를 넘어가며 성장률이 완만해지는 성숙 단계에 진입하고 있는 것으로 보임. 주 이용자층인 20대의 이용률 및 서비스 이용행태는 크게 변화하지 않으면서 전반적인 이용행태를 선도하고 있으며, 중장년층의 이용률 증가와 스마트폰의 압도적인 활용행태 등이 향후 서비스 전략에 주요한 요소가 될 것으로 전망됨(DATANET, 2015)

### III 참고문헌

- 김윤화(2015), “SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석”, KISDI STAT Report 15-03-02, 2015. 3. 25.
- DATANET(2015-11-22) “모바일 인터넷 성숙기 진입...50대 이상 이용 크게 증가”

# KISDI STAT

## REPORT 목록

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

발간번호	제목	저자	발간일
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-3-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-3-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-2-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-2-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-1-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-1-15
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
15-03호	종합유선방송 매출 추이 분석	유선실	2015-05-15
15-02호	가구의 결합상품 이용추이 분석 : 2012 ~ 2014	김욱준	2015-04-30
15-01호	스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화	정용찬	2015-04-15

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

15-03-02호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2015-03-25
15-03-01호	VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2015-03-25
15-02-02호	ICT 발전지수로 본 주요국 ICT 경쟁력 비교	주재욱	2015-02-25

15-02-01호	방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석	이선희	2015-02-25
15-01-02호	멀티미디어 시대의 N스크린 이용	하형석	2015-01-26
15-01-01호	유료방송 디지털 전환 추이 분석	박선영	2015-01-26
14-12-02호	한국 정보통신산업의 장기 추세 분석	정 혁	2014-12-23
14-12-01호	2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화	신지형,하형석	2014-12-23
14-11-02호	가구 내 미디어 이용 지침 유무가 어린이 및 청소년의 미디어 이용행태에 미치는 영향 분석	김윤화,차보선	2014-11-25
14-11-01호	스마트 시대의 실시간 라디오 청취	신지형	2014-11-25
14-10-02호	안드로이드와 IOS 이용자 비교	하형석	2014-10-25
14-10-01호	ICT 산업 생산지수를 통해 본 한국 ICT 산업 추이	정혁	2014-10-25
14-09-02호	데스크톱 PC와 노트북 PC 이용자 특성	차보선	2014-09-25
14-09-01호	유료방송 가입과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2014-09-25
14-08-02호	노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교	김윤화,하형석	2014-08-25
14-08-01호	방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성	정용찬	2014-08-25
14-07-02호	방송채널사용사업자(PP)의 광고 매출 추이 분석	유선실	2014-07-25
14-07-01호	동영상 콘텐츠 소비와 디바이스	신지형	2014-07-25
14-06-02호	스마트세대 20대의 직업별 매체 이용 행태	정용찬	2014-06-25
14-06-01호	스마트폰 이용여부에 따른 삶의 만족도	김나영	2014-06-25
14-05-02호	전업주부 미디어 이용행태	김윤화	2014-05-25
14-05-01호	유무선전화서비스 이용 현황	신지형	2014-05-25
14-04-02호	TV 시청 중 매체 동시 이용 행태	정용찬	2014-04-25
14-04-01호	게임이용현황 분석	신선	2014-04-25
14-03-02호	미디어 활용 능력 현황 분석	김나영	2014-03-25
14-03-01호	대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황	신지형	2014-03-25
14-02-02호	N스크린 이용행태 및 추이	김윤화	2014-02-25
14-02-01호	유선전화 없는 가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2014-02-25
14-01-02호	클라우드 서비스 이용현황	김민철	2014-01-25
14-01-1호	결합상품 이용현황 분석	신선	2014-01-25
13-12호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석	김윤화, 신선	2013-12-26
13-11-3호	스마트폰 보유 및 이용행태 변화 - 2012년과 2013년의 비교	김민철	2013-11-25
13-11-2호	인터넷 동영상 서비스 이용 현황	신지형	2013-11-29
13-11-1호	유료방송 비가입가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2013-11-25
13-10호	종이책과 전자책의 독서 현황 분석	신선	2013-10-25
13-09-2호	스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용 능력 분석	하태립	2013-09-25
13-09-1호	온라인 상거래 이용자의 미디어 이용행태	신지형	2013-09-25
13-08-2호	개인의 온-오프라인 유료콘텐츠 지출성향 분석	김윤화	2013-08-26
13-08-1호	IPTV 이용 행태 분석	정용찬	2013-08-26
13-07-2호	종이신문과 인터넷신문의 열독 현황과 패턴분석	신선	2013-07-25
13-07-1호	가구내 TV보유현황 및 가구원의 TV시청시간 비교	김민철	2013-07-25
13-06-2호	온라인 커뮤니티 활동과 사회·정치적 참여 활동 현황	하태립	2013-06-25
13-06-1호	1인가구의 유료방송서비스 가입 및 이용행태	신지형	2013-06-25
13-05-2호	지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석 : 실시간 시청과 VOD 시청행태 비교	김윤화	2013-05-25
13-05-1호	스마트세대 20대의 미디어 이용 행태	정용찬	2013-05-25
13-04-2호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용현황	신선	2013-04-25

## 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 면접 조사
- ◆ 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: 미래창조과학부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

### 방송매체 이용행태 조사

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

## KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개 ☆☆☆

### ■ 방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

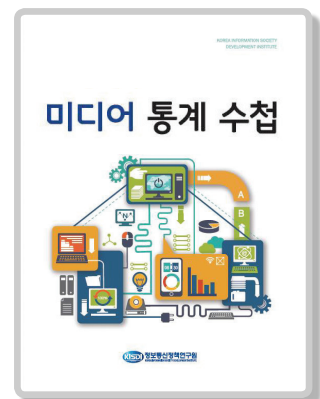
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

### ■ 미디어 통계수첩 소개

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동