

국내·외 인터넷 통계

1. 미국 SNS 서비스 이용 현황 - 「Pewinternet」

o 조사 개요

조사기관	Pew Internet & American Life Project
조사대상 및 기간	미국 18세 이상, 2,251명, 2008. 4. 8 ~ 5. 11
출 처	www.pewinternet.org, 2009. 1. 14

o 주요 결과

- 소셜 네트워킹 사이트에서 프로필을 공유하고 있는 성인 인터넷 이용자는 2005년 2월 8%에서 4배 가량 증가한 35%로, 대다수의 성인들도 10대처럼 그들이 이미 알고 있는 사람들과의 친분 유지를 위해(89% 응답) 사이트를 이용하는 것으로 조사됨
- 또한, MySpace가 성인들이 가장 즐기는 소셜 네트워크 사이트로 선정되었고, 18-24세 연령층이 75%로 가장 많이 소셜 네트워크 사이트를 이용하는 것으로 나타났으며 65세 이상은 7%에 그쳐 여전히 소셜 네트워크는 젊은 층에서 많이 활용되는 현상으로 확인됨

<소셜 네트워크 사이트 이용 목적 비교(%)>

	Adults	Teens
Stay in touch with friends*	89%	91%
Make plans with friends	57	72
Make new friends	49	49
Organize with others for an event, issue or cause	43	n/a
Make new business or professional contacts	28	n/a
Promote yourself or your work	28	n/a
Flirt	20	17

2. 전세계 인터넷 이용자 현황 - 『Comscore』

o 조사 개요

조사기관	Comscore
조사대상	전세계 15세 이상, 가정과 직장 인터넷 이용자
출 처	www.comscore.com, 2009. 1. 23

o 주요 결과

- 지난해 12월 한 달간 전세계 인터넷 이용자 수는 10억명이 넘었으며 이 중 아태 지역의 인터넷 이용자가 전체의 41.3%를 차지하며 가장 높았고, 이어서 유럽(28%), 북미(18.4%), 남미(7.4%), 중동 및 아프리카(4.8%) 순으로 조사됨
- 국가별 조사에서는 중국이 1억 7,970만 명으로 미국 1억 6,330만 명을 제치고 1위를 차지하였으며 일본 5,990만 명, 독일 3,690만 명으로 그 뒤를 이어갔고 한국은 2,720만 명으로 10위에 머무름
- 사이트별 순위에서는 구글이 7억 7,590만 명으로 전체 이용자의 77%를 나타내며 단연 1위로 조사되었고 MS(6억 4,690만 명), Yahoo(5억 6,250만 명) 등이 그 뒤를 이어감

<2008년 12월 대륙별 인터넷 이용 현황>

Total Worldwide Internet Audience: Regional Breakdown Ranked by Total Unique Visitors (000)* December 2008 Age 15+, Home & Work Locations Source: comScore World Metrix		
Region	Total Unique Visitors (000)	Share of Total Worldwide Internet Audience (%)
Worldwide	1,007,730	100.0%
Asia Pacific	416,281	41.3%
Europe	282,651	28.0%
North America	185,109	18.4%
Latin America	74,906	7.4%
Middle East & Africa	48,783	4.8%

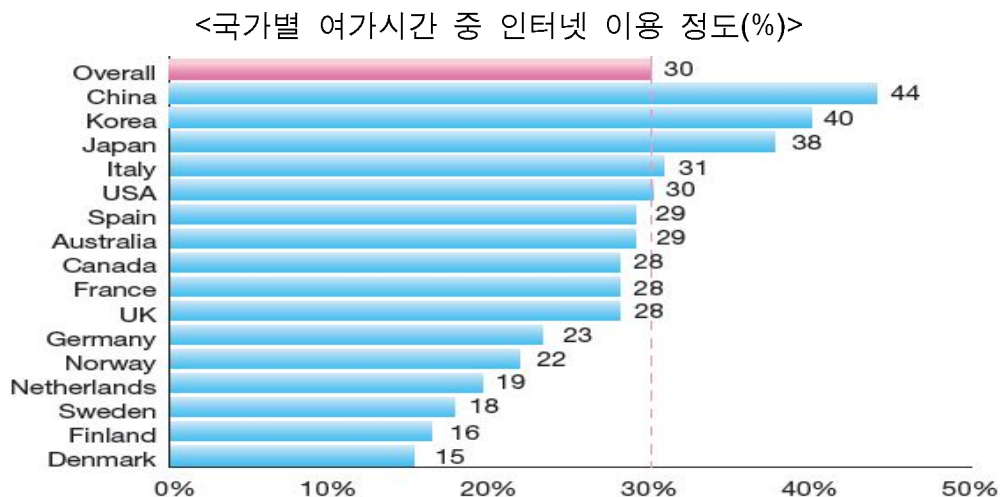
3. 디지털 세계와 삶에 관한 보고서 - 『TNS Global』

o 조사 개요

조사기관	TNS Global
조사대상	세계 16개국 18-55세, 27,522명
출 처	www.tnsglobal.com, 2008. 12. 31

o 주요 결과

- 조사 대상자들은 평균 2개 정도 SNS사이트에 가입해있었고 3명 중 1명은 여가 시간에 온라인을 이용하며, 인터넷을 가장 많이 이용하는 국가는 중국으로 여가시간의 44%를 인터넷에 할애하는 것으로 나타남
- 또한 일상 생활에서 인터넷의 중요성에 대한 질의에 대해 중국이 74%로 가장 높은 응답률을 보였고, 근소한 차이로 일본이 72%로 2위를 차지하였으며, 한국은 64%로 3위를 기록함
- 지난 한 달 동안의 인터넷 활동에 관한 조사에서는 81%로 포털 사이트의 정보 검색이 가장 높았고, 뉴스 확인(76%), 온라인 बैं킹 이용(74%), 날씨 검색(65%)순으로 조사되며 거의 상당수가 자료 검색을 위해 인터넷을 사용하는 것으로 확인됨



4. 중국 인터넷 발전 현황 보고서 - 『CNNIC』

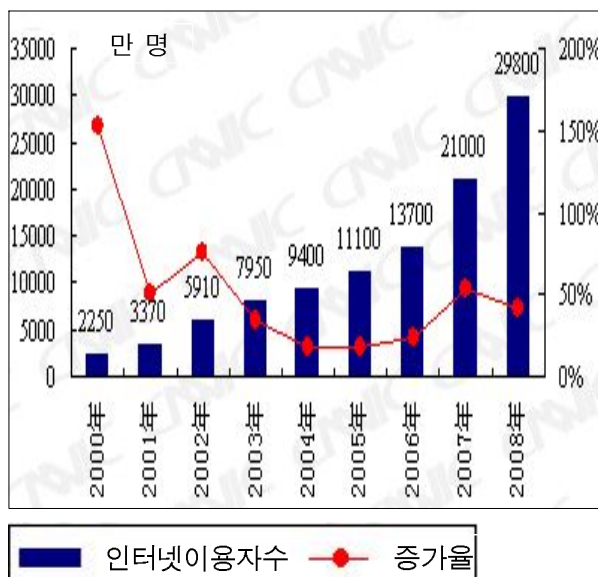
o 조사 개요

조사기관	CNNIC(중국인터넷정보센터)
출 처	www.cnnic.cn, 2009. 1. 12

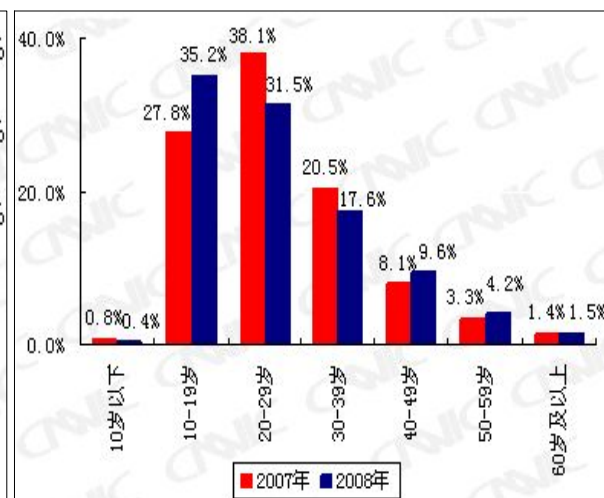
o 주요 결과

- 지난 6월 세계 최대 인터넷 이용 인구 보유국인 미국을 제치고 세계 1위를 차지한 중국의 2008년 말 기준, 인터넷 이용자 수는 2억 9,800만 명으로 이는 지난해 대비 41.9% 증가한 수치임
- 인터넷 보급률은 22.6%로 조사되었고 주로 인터넷을 이용하는 장소는 가정이 78.4%로 가장 높았으며 인터넷 카페(42.4%), 직장(20.7%), 학교(11.3%), 공공장소(2.7%) 순으로 나타남
- 연령대별로는 10대의 인터넷 이용률이 35.2%로 지난해에 비해 급증하며 가장 높은 이용 연령대로 확인되었고, 이어서 20-29세가 31.5%, 30-39세는 17.6%를, 40대층은 작년 8.1%에서 9.6%로 조사됨

<중국 인터넷 이용자수 및 증가율(>



<연령별 인터넷 이용률(>



5. 1인가구 인터넷 이용 실태 - 『NIDA』

o 조사 개요

조사기관	NIDA(한국인터넷진흥원)
출 처	http://isis.nida.or.kr, 2008. 12. 31

o 주요 결과

- 다인가구¹⁾와 비교하여 1인가구의 정보통신기기비율은 데스크탑 컴퓨터(55.2%), 디지털카메라(26.2%)를 제외한 대부분의 정보통신기기 보유율이 20% 미만으로 낮은 비율을 보임
- 1인가구의 인터넷 이용률은 54.2%로 다인가구 73.7%보다 19.5%p 낮았지만, 세부적으로 남성(각각 77.9%, 79.4%)과 20-30대(각각 99.2%, 98.0%)의 경우 이용률면에서 차이가 거의 미미한 것으로 나타남
- 또한, 인터넷 이용시간에서 1인가구는 주평균 18.3시간, 다인가구 14.9시간보다 높았고 전반적으로 1인가구 인터넷 이용자가 다인가구에 비해 인터넷을 통한 다양한 활동을 하는 것으로 나타남

<다인가구 및 1인가구의 성별/연령별 미디어 이용현황(%) - 복수응답>

구분		TV	인터넷	신문	영화	잡지/서적	라디오
다인가구	남성	99.8	77.9	72.2	55.7	53.4	55.6
	여성	99.7	69.4	49.2	52.7	53.6	43.0
	20-30대	99.6	99.2	67.3	81.6	70.8	56.5
	40-50대	99.8	69.3	64.3	44.0	49.7	50.4
	60세+	99.8	21.6	37.0	11.6	20.3	29.8
1인가구	남성	97.8	79.4	64.1	66.2	56.2	47.7
	여성	99.2	37.6	31.0	37.9	36.5	33.5
	20-30대	97.0	98.0	62.3	88.7	72.6	51.0
	40-50대	99.9	49.2	56.0	44.3	48.2	48.5
	60세+	99.8	7.4	15.6	7.0	9.5	19.5

1) 가구 : 1인 또는 2인 이상이 모여 생계를 같이 하는 생활단위로, 혈연관계가 아닌 실질적으로 함께 살고 있는 사람