

# 소셜미디어 이용시간 23.7% 증가, 영향력 높아져

## 이용자의 87.5%, 협찬광고도 본다

세계적인 마케팅 컨설팅기업인 We Are Social과 소셜미디어 관리 플랫폼 호츠uite(Hootsuite)가 공동으로 발표한 'Digital in 2019' 2분기 보고서에 따르면 소셜미디어 이용자는 전세계 인구의 45%를 차지하는 34억 9,900만명으로 추정되며 이런 증가세에 힘입어 전세계 소셜미디어 광고시장 규모는 4,700만 달러(약 550억원)에 달할 것이라고 예측되고 있다. DMC미디어가 발표한 '2019 소셜미디어 이용행태 및 광고 접촉 태도 분석 보고서'에 따르면 우리나라도 소셜미디어 플랫폼의 모바일 앱 이용 시간은 총 146억분에 달하며, 이는 전년동기대비(118억분) 23.7% 성장한 규모다. 또한 우리 국민 10명 중 6명은 소셜미디어에 가입되어 있으며, 일 평균 1시간을 이용하고 있는 것으로 조사됐다. 또한 소셜미디어를 이용하는 이유에 대해서 소소하게 불만한 콘텐츠

를 즐기기 위해서(64.0%)가 가장 많았으며, 다른사람과 소통 및 교류하기 위해서(62.3%), 필요한 정보를 검색하기 위해서(59.1%)순으로 조사됐다. 주요 소셜미디어 플랫폼 중에서는 페이스북이 86.8%로 전년에 이어 이용자가 가장 많았으며, 다음으로는 인스타그램(74.5%), 유튜브(71.1%), 카카오토리(66.6%), 밴드(59.3%), 트위터(47.5%) 등의 순으로 나타났다. 한편 협찬광고에 대한 이용자의 인식을 조사한 결과, 어떠한 경우에서라도 협찬광고는 보지 않는다는 응답자는 12.5%에 불과했으며, 전체 이용자의 87.5%는 어떤 수준으로든 소셜 미디어 협찬광고에 접촉하고 있는 것으로 조사됐다. 이번 조사는 2019년 5월부터 6월까지 한달동안 SNS 이용경험이 있는 20대부터 50대 남녀 1,000명을 대상으로 진행됐다. **KAA** 이순임 lee.soonim@gmail.com

