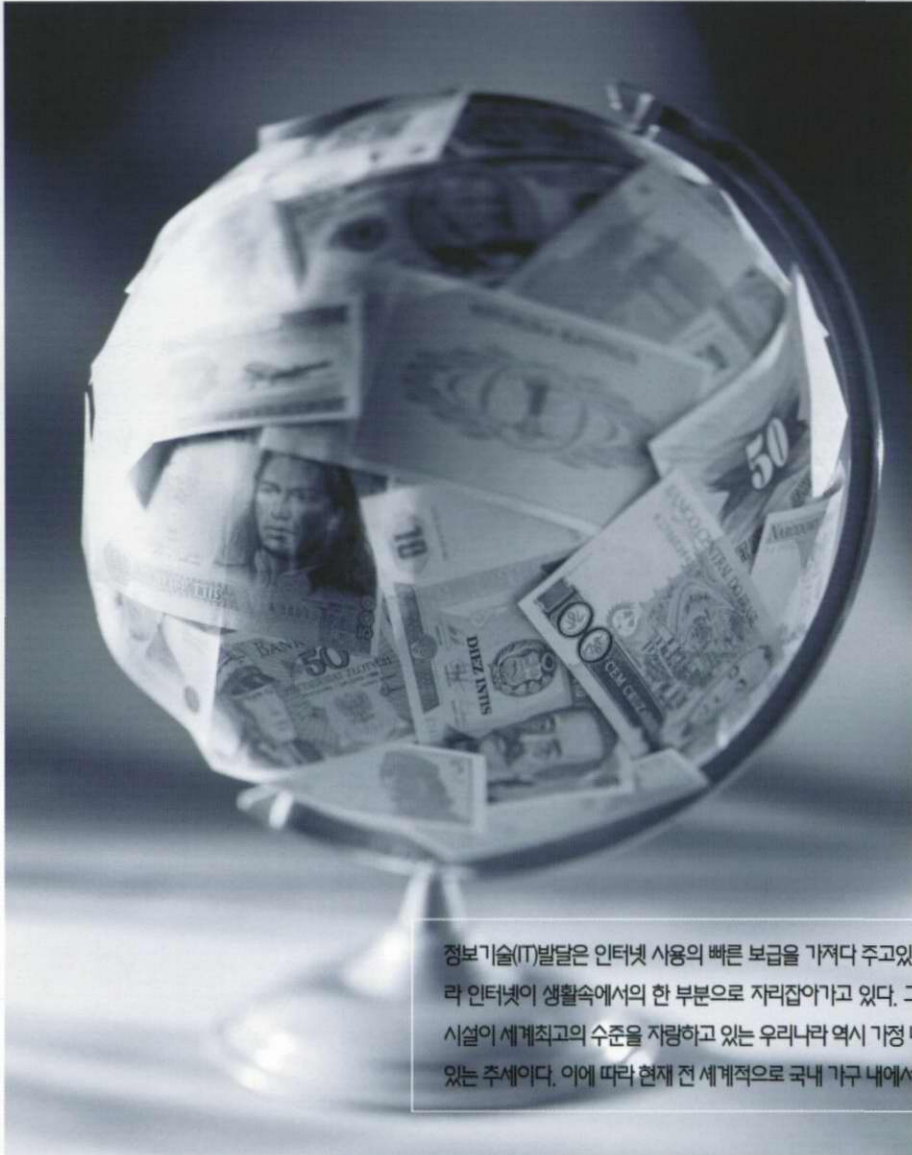




# “전자상거래 사이트 방문률 한국이 최고”

표, 75%상회 가구내 인터넷 이용성장률 증가, 서구는 감소 추세

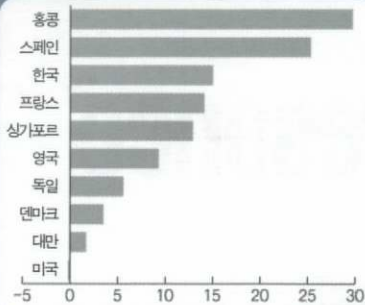


정보기술(IT) 발달은 인터넷 사용의 빠른 보급을 가져다 주고있다. 이제는 업무상의 인터넷 사용만이 아니라 인터넷이 생활속에서의 한 부분으로 자리잡아가고 있다. 그런 변화속에서 초고속통신망등 IT 인프라 시설이 세계최고의 수준을 자랑하고 있는 우리나라 역시 가정 내에서의 인터넷 활용이 급속하게 증가하고 있는 추세이다. 이에 따라 현재 전 세계적으로 국내 가구 내에서의 인터넷 활용도를 알아보려고 한다.

지난 2001년 1월 이후 세계 인터넷 접속 가구수가 지속적으로 증가하고 있으며, 특히 아시아권 국가들의 성장률이 강세를 띄고 있는 것으로 나타났다. 세계적 인터넷 인텔리전스인 넷벨류의 2001년 상반기 세계 인터넷 이용자 현황 보고서에 따르면 2001년 상반기 동안의 가구 내 인터넷 이용 성장률은 홍콩이

27.9%의 가장 높은 성장률을 보이고 있으며, 유럽 조사 지역에서는 스페인이 가구 내 인터넷 이용 성장률 25.3%로 가장 빠르게 성장하고 있는 가운데 한국은 15%로 3위를 차지하였으며, 미국은 1월 이후 그다지 큰 변화 없는 안정적인 모습을 보이는 가운데 0.2% 감소한 모습을 나타내고 있는 것으로 조사되고 있

〈표-1〉 국가별 가구 내 인터넷 이용 성장률



자료제공 : NetValue

다고 보고했다(표-1 참조).

### 미국, 인터넷 이용자수 세계 최고

또한 6월 한달동안 온라인 이용자수는 미국이 약 8천3백만명으로 다른 조사 국가 인터넷 이용자 수를 모두 합한 것보다 많은 것으로 나타났다. 그 뒤를 이어 독일이 약 1천4백만명의 인터넷 이용자로 2위를 차지했으며, 한국은 약 1천3백만명의 인터넷 이용자수로 세계 4위를 기록했다.

이는 아시아국가중 가장 높은 기록이다. 그러나 인터넷 접속 체류 시간 측면에서 보면, 싱가포르 네티즌이 평균 24분으로 세계에서 가장 많은 시간을 인터넷에 접속하고 있는 국가로 조사됐다(표-2 참조).

〈표-2〉 국가별 인터넷 이용자 수와 인터넷 접속 시간

	유니크 방문자 수(천명)	세션 당 체류 시간(분)
미국	83,492	23.6
독일	14,628	17.5
영국	13,913	19.7
<b>한국</b>	<b>13,576</b>	<b>19.5</b>
프랑스	9,673	18.1
대만	5,418	22.0
스페인	3,640	20.9
덴마크	2,262	16.6
홍콩	1,376	22.1
싱가포르	950	24.0

자료제공 : NetValue

장 많은 것으로 조사된 반면, 전자 상거래 사이트 방문률은 한국이 세계 최대 방문률을 보이고 있는 것으로 조사됐다. 6월 한달 동안 전자 상거래 사이트를 방문한 한국 인터넷 이용자는 전체 이용자 4명중 3명으로 75.7%를 기록하는 것으로 나타났다. 또한 25.7%가 보안 접속(온라인 상에서 교환되는 정보의 보안을 위해 사용되는 것으로써 크레디트 카드 정보를 입력하고 송신할 때 온라인 은행 계좌에 접속할 때 발생하는 것을 보안접속이라 함)을 통해 구매 활동을 하고 있는 것으로 조사됐다. 전자 상거래 사이트를 방문하는 영국 네티즌들의 44.1%가 보안 접속을 통해 구매 활동을 하는 것으로 영국이 세계 최고의 전자상거래 활동을 보여 주고 있으며, 그 뒤를 싱가포르와 홍콩이 각각 40.9%, 39.4%로 그 뒤를 잇고 있다(표-3 참조).

### 한국, 인터넷 남녀비율 격차 최소화

인터넷 이용자의 남녀 비율 현황을 보면 아직까지는 조사 국가별 남자 네티즌 비율이 높은 것으로 조사되고 있다. 하지만 네티즌들의 남녀 비율 차이는 점차 감소하고 있는 것으로 사이버상의 남녀 평등이 나타나고 있다.

이중 가장 놀라운 사실은 한국 네티즌이 남녀 격차가 가장 적은 것으로 조사됐다. 한국 인터넷 사용자의 남녀 비율은 남자가 52.5%, 여자가 47.5%로 나타났으며, 홍콩, 싱가포르, 대만 여자 네티즌 모두

〈표-4〉 국가별 인터넷 이용 남녀 비율

	남자	여자
한국	52.5%	47.5%
미국	54.6%	45.4%
덴마크	55.5%	44.5%
홍콩	56.2%	43.8%
싱가포르	56.2%	43.8%
대만	56.3%	43.7%
미국	57.8%	42.2%
프랑스	59.5%	40.5%
독일	62.3%	37.7%
스페인	67.3%	32.7%

자료제공 : NetValue

43% 이상을 차지하여 아시아 국가들의 여자 네티즌 파워가 점점 커지게 나타나고 있는 것으로 보인다(표-4 참조)

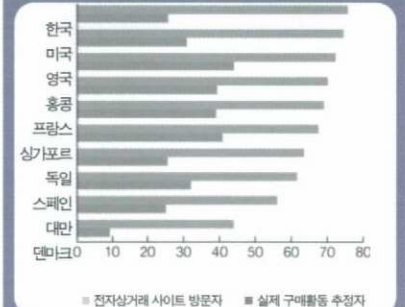
### 2001년 상반기 인터넷 이용 현황 조사 방법론

전세계 네티벌류의 패널은 시장조사회사인 테일러 넬슨 소프레스(Taylor Nelson Sofres)가 모집하고 있다. 이용자 패널들은 개별 시장간의 비교가 가능하도록 동일한 절차를 거쳐 모집·관리되며, 먼저 ES(Establishment Survey)를 통해 인터넷 관련 자료(예를들면 인터넷 침투 정도, 주요 사용 ISP, 가구 인터넷 접속 시간 등) 및 인구학적/사회경제학적 자료들을 수집하여 각 나라 인터넷 이용자를 정량화하고 개괄한다. 인터넷 사용 인구에 대한 최신 특징들은 매월 실시되는 무작위 전화 인터뷰를 통해 측정된다. 모집된 패널들은 네티벌류의 독점기술인 넷미터 a(NetMetera)를 집에 있는 자신들의 컴퓨터에 다운로드 받는다. 네티벌류는 이를 이용하여 웹 이용, 이메일, 채팅, 파일 전송, 오디오·비디오 다운로드, 인스턴트 메시징 등 모든 인터넷 활동을 포착할 수 있다.

### 한국, 6월에 4명중 3명이 전자상거래 방문

세계 전자상거래 이용 현황을 보면 인터넷 이용자 수에서 미국이 가

〈표-3〉 국가별 전자상거래 이용 현황



자료제공 : NetValue