

## 일본의 스마트폰 보급 확대와 경제적 효과

- 일본의 스마트폰 출하대수는 2011년 2,417만대로 휴대전화 전체의 57%에 그쳤으나 2015년에는 3,355만대로 82%를 차지할 전망
  - 이와 같은 스마트폰 보급의 급속히 확대됨에 따라 연간 7.2조엔의 직간접적인 경제적 효과가 발생할 것으로 시산
  - 그러나 일본은 단말기, 인프라 부문 등에서 상대적으로 취약하여, 화면표시나 정보배신 등 기술의 표준화, 신규시장 육성을 위한 규제완화 등이 과제로 지적되고 있음
- 일본 총무성은 7월 17일 발표한 2012년판 정보통신백서에서 스마트폰 보급으로 연간 7.2조엔의 경제적 효과가 있다고 시산
    - 단말기뿐만 아니라 소매업, 서비스업 등 광범위한 분야에서 수요가 창출되어 통신사업자나 인터넷통신판매업자 등은 혜택을 향유할 것이나 단말기메이커 등은 고전하여 시장에서 명암이 엇갈리고 있음
    - 스마트폰을 이용한 전자상거래의 2012년 시장규모는 1조 31억엔. 10조엔을 상회하는 일본 전자상거래 시장의 10%를 차지
  - 야후는 인터넷 판매나 옥션 거래량 전체의 약 20%를 스마트폰이 차지하고 있음. 금년 1~6월의 거래는 전년 동기대비 약 3배로 늘어나 PC에서 스마트폰으로 이행하고 있음
    - 라쿠텐 가상 상점가인 「라쿠텐시장」의 취급량 약 10%는 스마트폰을 활용한 것임
  - MM종합연구소(MMRI)에 의하면, 2012년도 스마트폰용 어플리케이션

션(응용소프트)시장은 전년대비 2.9배가 증가한 2,200억엔에 달할 전망

- 스마트폰의 출하대수는 2011년 2,417만대로 휴대전화 전체의 57%에 그쳤으나, 2015년에는 3,355만대로 82%를 차지할 전망

## □ 이용요금도 증가

- 종래형의 휴대전화에서 데이터통신을 많이 사용하는 스마트폰으로 대체한 이용자들은 평균 1,700엔 정도의 월 이용요금이 증가
- NTT도코모, KDDI, 소프트뱅크는 주된 수익원이었던 음성수입의 감소분을 데이터 통신 수입증가로 보전하고 있음
- 이들 3개사는 2012년도에 영업이익이 증가하여 2013년에도 소프트뱅크를 제외하고 수익이 증가할 것으로 예상되고 있음
- 시장이 확대되는 한편, 일본의 스마트폰 메이커들은 고전을 계속하고 있음
- 2011년 시장점유율 1위인 애플을 포함하여 수입제품이 40%를 차지하고 있으며, 일본산 스마트폰의 시장점유율은 10% 전후임
- 미국 애플사의 브랜드력에 일본기업들은 존재감을 보여주지 못하고 있는데 미국 구글의 스마트용 기본소프트(OS)인 「안드로이드」의 등장으로 고전하고 있음
- 생산대수가 많은 외국기업들은 6개월에 한번 교체되는 안드로이드에 대응한 단말기를 개발하더라도 투자자금의 회수가 가능하나, 규모면에서 열세인 일본기업들은 경영자원의 투입이 여의치 않음

- 인프라 면에서도 외국기업의 존재감이 높아지고 있으나 일본기업의 휴대용기지국 점유율은 3년전 70%에서 60%로 저하
- 고속휴대전화서비스인 LTE의 규격이 국제표준화됨으로써 외국기업의 진입여지가 확대됨
- \* LTE(Long Term Evolution) : HSDPA(고속하향패킷접속)보다 12배 이상 빠른 고속 무선데이터 패킷통신 규격)
- 일본경제신문 기사에 따르면 “LTE 보급은 일본에서 점유율을 높일 수 있는 호기” 라고 핀란드 노키아시멘스네트웍스의 CEO가 말함
- 또한 일본의 한 증권사 애널리스트에 의하면 “인프라 측면에서도 코스트경쟁력이 있는 외국산 스마트폰의 비율이 높아질 가능성이 있다” 는 것

## □ 휴대전화 판매점의 대형화

- 일본내 휴대전화 판매점 수는 2009년 3월말에 약 25,000개이었으나, 2012년 3월말에는 10%정도 감소한 23,000개 정도
- 스마트폰은 종래형의 휴대전화에 비하여 설명시간이 1.5~2배가량 길어져, 인재육성이나 점포운영의 비용부담이 큼
- 많은 종류의 단말기를 소규모 공간에서 판매하는 「판매점」은 체력 면에서 열세로 존속하기 어려움
- 스마트폰 보급이 확대되더라도 판매점이 늘지 않아, 노하우를 가진 대형점포로 집약화되는 트렌드가 가속화되고 있음

## □ 휴대전화 시장의 급속한 확대와 성공 비결

- 스마트폰 시장이 급속히 확대되고 이에 따른 직간접적인 경제적

인 효과를 극대화하기 위해서는 다음과 같은 일본의 과제를 참고할 필요가 있음

- 첫째는 화면표시나 정보배신 등 기술의 표준화 노력로 스마트폰은 일본의 휴대전화에서 힌트를 얻은 기능이 많은 것으로 알려져 있으나, 일본이 기술보급 노력을 게을리 하는 사이에 고립된 면이 있다는 지적임
- 둘째는, 통신회사가 상품규격이나 판매를 주도하는 종적인 산업구조에도 문제가 있음. 메이커들이 일본시장을 최우선으로 한 나머지, 세계시장을 겨냥한 상품개발이나 판매전략에서 뒤지기 쉽다는 것으로 향후 해외통신회사 등과의 연대가 더욱 중요하다는 지적임
- 시장의 수입구조에도 원인이 있는데 백서에 의하면 단말기, 통신, 콘텐츠 중 일본은 통신부분이 과반을 점하고 있어 외국과 비교하여 2배 가까이 많음
  - 값비싼 통신료가 콘텐츠 지출을 억제, 새로운 사업을 저해할 수도 있어 통신요금의 인하가 요구되고 있는 실정임
- 한편, 신형 휴대전화단말기는 전자사전이나 영상 배신 등 다양한 용도를 기대할 수 있으나, 무료로 통화할 수 있는 휴대전화소프트는 안전성이나 저작권 보호 등의 과제도 지적되고 있음
- 신규시장을 육성하기 위해서는 안전대책과 규제완화를 병행시킬 필요가 있음

#### < 참고자료 >

일본경제신문<2012.7.17>