



### AT&T, 「iPhone」 효과로 연매출 20 억 달러 증가<sup>주)</sup>

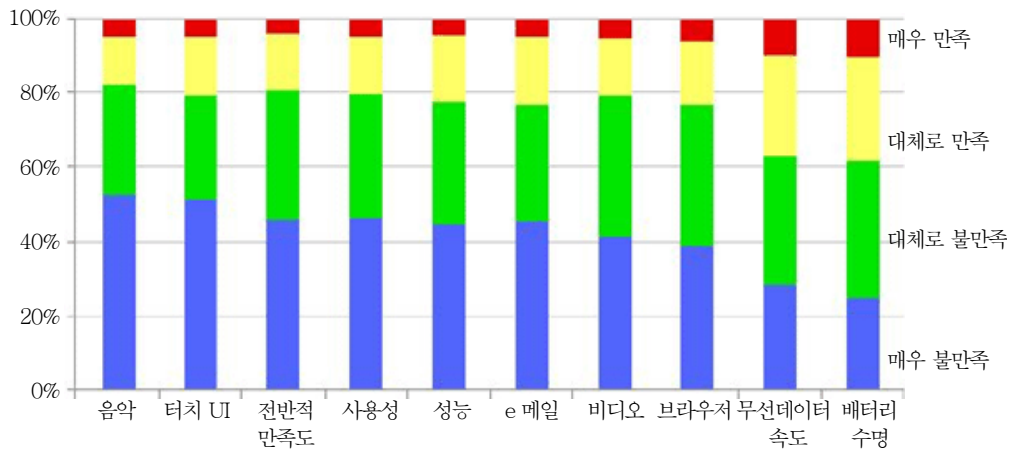
○ 하이테크 기업 전문 컨설팅업체인 Rubicon Consulting 이 4월 1일 발표한 「Apple 휴대 전화 'iPhone'이 미국 휴대전화 시장에 미친 영향과 iPhone의 이용 상황에 대해 조사」 결과에 따르면, iPhone 이용자는 매월 휴대전화 요금이 약 24% 높아졌음에도 대체적으로 만족하는 것으로 나타남

○ 조사 결과 추계에 따르면, 미국 내 iPhone의 독점 통신사업자인 AT&T는 iPhone과 관

<표 1> AT&T의 iPhone 관련 추가 매출 추정

구분	매출
2008년 3월 말까지 판매된 iPhone의 수	3,000,000 대
타 통신사업자로부터 전환 대수(47%)	1,410,000 대
전환 사용자로부터 발생하는 연간 매출(\$97/month)	16억 4천만 달러
현재 AT&T 가입자들 중 업그레이드 대수(53%)	1,590,000 대
업그레이드 사용자들로부터 발생하는 연간 매출(19\$/month)	3억 6천만 달러
전체 연간 매출 상승	20억 달러

<자료>: Rubicon Consulting, 2008년 4월



<자료>: Rubicon Consulting, 2008년 4월

(그림 1) iPhone 이용 고객들의 만족도에 대한 조사

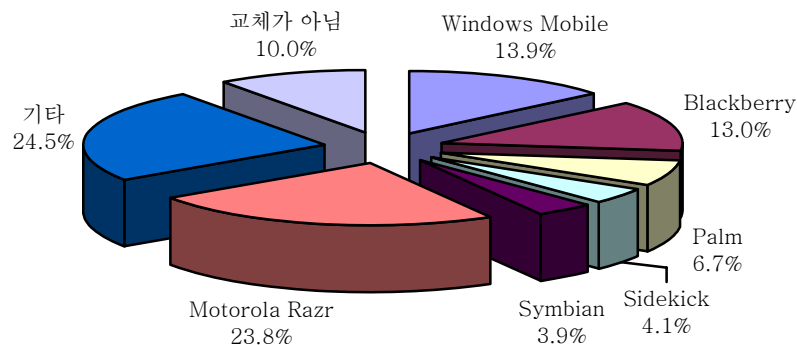
<sup>주)</sup> [http://www.businesswire.com/portal/site/home/news/sections/?ndmViewId=news\\_view&newsLang=en&newsId=20080401006188](http://www.businesswire.com/portal/site/home/news/sections/?ndmViewId=news_view&newsLang=en&newsId=20080401006188)

\* 본 내용과 관련된 사항은 정보인프라팀(☎ 042-710-1380)으로 문의하시기 바랍니다.

\*\* 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITA의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.

런해 추가로 발생하는 매출이 연간 약 20억 달러에 이를 것으로 추정

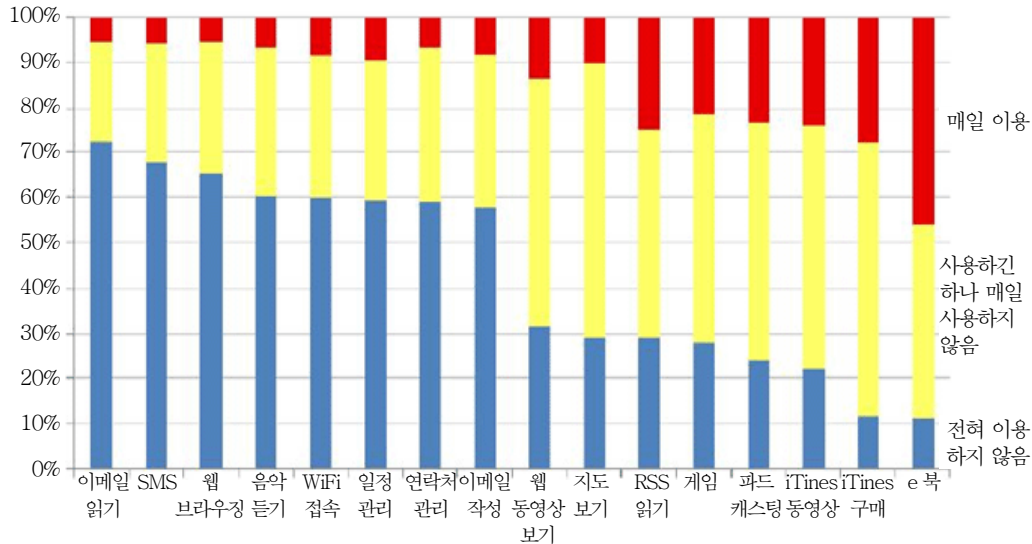
- iPhone 이용자의 약 절반은 iPhone 구입을 계기로 타 통신사업자로부터 AT&T로 전환
- 다른 스마트 폰으로부터 iPhone으로 갈아 탄 이용자는 40% 정도이지만 휴대전화로부터 갈아 탄 이용자는 약 50%로 iPhone은 스마트폰 시장의 확대에 기여



<자료>: Rubicon Consulting, 2008년 4월

(그림 2) iPhone이 대체하고 있는 단말기에 대한 조사

- 노트북 대신 가끔 iPhone을 휴대한다는 응답자의 비율은 약 25%로 나타남
  - Rubicon Consulting은 과거 PDA가 노트북을 대체하리라는 예상은 크게 빗나갔지만, iPhone이 노트북을 대체할 가능성에 대해서는 좀 더 지켜볼 필요가 있다고 평가
- iPhone 이용자의 대부분은 젊은 세대의 Apple 제품 애호자로 약 50%의 이용자가 30세 이하였으며, 75%는 「iPod」나 「Macintosh」의 사용자로 나타남
- 기술적 친숙도를 기준으로 낮은 수준을 1, 전문가 수준을 8로 보았을 때, iPhone 사용자들 중 6~7의 수준이 약 60%에 이르는 것으로 나타나, 기술에 대한 이해도가 높을수록 iPhone 이용 비율이 높은 것으로 나타남
- iPhone의 데이터 기능 중 가장 많이 이용되고 있는 것은 전자메일로 약 70%의 이용자가 1일 1회 이상 실행하고 있음
- 그 다음이 「텍스트·메시지의 보내기 및 받기」와 「웹페이지 보기」로서 모두 60%가 넘는 이용자가 사용하고 있음
- iPhone이 관심을 불러일으킬 수 있었던 요인 중 하나는 서드파티 애플리케이션을 설치할 수 있다는 점이었으며, iPhone이 시판된 직후 개발자들은 iPhone용 소프트웨어 개발에 착수



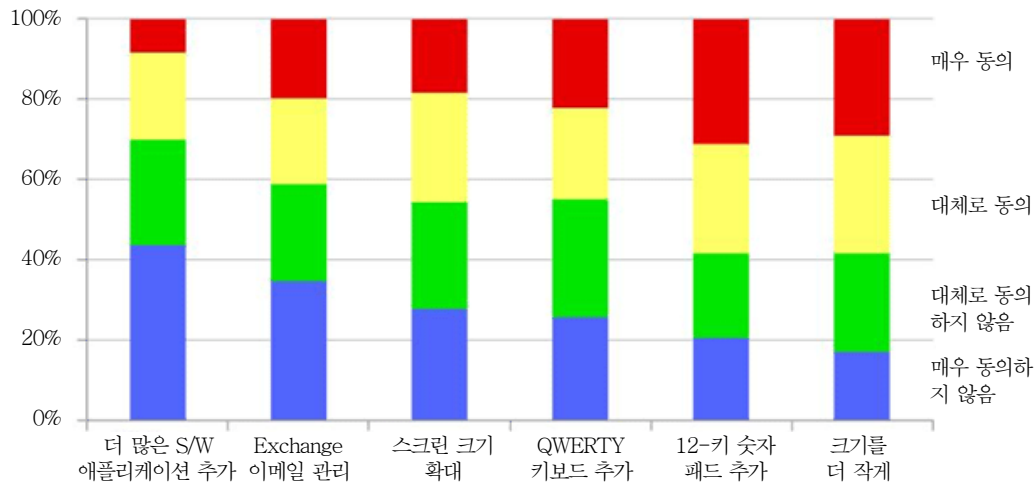
<자료>: Rubicon Consulting, 2008년 4월

(그림 3) iPhone 애플리케이션별 이용 빈도

- 실제로 매우 많은 서드파티 애플리케이션들이 공개되었지만, Apple 측은 보안상의 이유를 들어 이들 중 대부분을 iPhone 소프트웨어 업데이트를 통해 사용할 수 없도록 함
- 3 개 이상의 서드파티 애플리케이션을 설치해 이용하고 있는 사용자의 비율은 25%를 넘고 있으며, 6 개 이상은 10%, 10 개 이상을 설치한 사용자도 5%에 이릅니다
- iPhone 에 대한 휴대폰 산업의 관심은 iPhone 이 모바일 데이터에 더 많은 지불을 할 수 있도록 만들 것인가, 또는 모바일 데이터 헤비 유저들이 iPhone 으로 옮겨갈 것인가였음
  - iPhone 이용자들은 iPhone 구매 이전에 월평균 78 달러를 지출했으나 iPhone 구매후 월평균 97 달러를 지출하는 것으로 나타남
  - iPhone 구매로 인해 이용자당 약 24%, 연간 228 달러의 매출이 증가한 것으로 나타남
- 약 40%의 이용자가 보고 싶은 웹사이트 중 디스플레이할 수 없는 것이 있다고 응답했으며 불구하고, iPhone 을 이용하기 시작하고 나서 모바일·인터넷 사용시간이 증가했다고 답한 이용자 수가 75%를 넘어섬
  - 표시할 수 없는 웹사이트가 있는 것은 iPhone 이 현재 Adobe Flash 를 지원하고 있지 않기 때문임
- iPhone 에 대해 바라는 점은 ‘타사 소프트웨어를 더 설치하고 싶다’, ‘Microsoft Exchange 로 전자메일을 관리하고 싶다’, ‘스크린을 크기 해주었으면 한다’, ‘키보드를 장착하고 싶

다 등으로 나타남

- Rubicon Consulting 은 iPhone 의 등장에 의해서 미국의 스마트폰 시장에서 통신사업자나 모바일 소프트웨어 개발업체를 대신해 Apple 등 하드웨어·제조업체가 힘을 가지게 된 것으로 평가
- 그러나 Apple 이 장기적인 성공을 거두려면, Apple 제품의 기존 사용자 및 새로운 기술에 대한 우호층 외에도 어필할 수 있도록 웹페이지 열람 등 기능 보강을 실시할 필요가 있다고 평가



<자료>: Rubicon Consulting, 2008 년 4 월

(그림 4) iPhone 의 기능 개선에 대한 사용자들의 의견

- Microsoft 에게 iPhone 은 막강한 경쟁자임. Microsoft 의 Windows Mobile 은 Google 과 Apple 이라는 두 거대 경쟁자 사이에서 샌드위치 신세가 되고 있음
- Microsoft 는 독점적인 단말기를 만들고 동시에 운영시스템을 판매함으로써 양측에 모두 경쟁할 수는 있지만 이는 매우 어려운 일임
  - \* Palm 이 그와 같은 전략을 추진하다 결국 두 개의 회사로 분리된 전례가 있음
- Microsoft 가 단말기쪽으로 경쟁의 방향을 잡는다면 Zune 과 통합되는 뮤직 플레이어 를 만든 것처럼 독자적인 폰을 만들 필요가 있고, 운영체제쪽으로 경쟁의 방향을 잡는다면 Windows Mobile 을 무료화해야 할 필요가 있음
  - \* 양쪽 다 위험성이 높고 Microsoft 의 핵심경쟁력을 벗어난 사업모델을 요구함. Microsoft 는 최근 TMobile Sidekick 을 디자인한 Danger 를 인수했는데, 이는 MS 가 단말기

쪽으로 방향을 잡고 있음을 시사함

○ Apple 과 RIM 은 매우 다른 관점에서 스마트폰 시장에 접근하고 있기 때문에 Apple 과 RIM 은 부분적으로만 경쟁할 전망

- Apple 의 단말기는 엔터테인먼트 중심이며, 젊은층에 어필함. RIM 의 단말기는 커뮤니케이션 중심 단말기이며 전통적으로 중년층 이상의 비즈니스맨들에게 판매
- 양자는 상대의 영역으로 확장하고자 함. RIM 은 자사 제품 라인에 엔터테인먼트 기능과 이용자 친화적 디자인을 추가했으며, Apple 은 iPhone 에 Microsoft Exchange 호환기능 탑재를 약속하고 있음
- 그러나 Apple 이 정말로 RIM 을 타깃으로 한다면, iPhone 은 Steve Jobs 가 과거 말한 것과는 반대로 iPhone 을 개조해야 하며, RIM 은 Apple 을 상대로 엔터테인먼트 시장에 뛰어들 만큼 역량이 있지는 못함

\* RIM 은 화상회의, 화이트보드, 비즈니스 여행 기능 등 다양한 유형의 비즈니스 커뮤니케이션을 추가함으로써 기업 시장을 성장시킨다는 전략을 택할 가능성이 큼

○ Apple 과 Nokia 는 그 명성에도 불구하고 현재 상호 경쟁의 영역에 있지 않음. iPhone 은 미국에서 강세지만 유럽에서의 판매는 상대적으로 덜 폭발적임. Nokia 는 전세계 대부분 지역에서 최고의 단말기 제조업체이지만 미국 시장에서는 보통 그런 업체 중 하나임

- 양자가 상대의 영역으로 확장하는 것을 갈망하더라도 아직 중대한 걸림돌이 있음
  - \* iPhone 은 유럽과 여타 지역에서 3G 네트워크를 활용하지 못하며 미국 이외의 지역에는 소매 유통조직을 갖고 있지 못함
  - \* 노키아의 비즈니스 컨셉은 일년에 수억 대의 핸드폰을 낮은 가격에 생산하는 것이며, Apple 이 하고 있는 하드웨어와 소프트웨어의 통합과 같은 수공 작업은 노키아 시스템에 없음. 그러나 이것을 갖추지 않으면 노키아는 iPhone 이 제공하는 이용자 경험에 견주에 상당한 압박을 받을 것임