

아이폰이 이동통신사 실적에 미치는 영향

이 선 영*

1. 개요

애플사는 출시 전부터 전 세계인들의 관심을 받았던 아이폰 2G에 이어 2008년 7월 아이폰 3G를 출시하였다. 일반 휴대폰보다 높은 가격과 수익모델에 대한 애플과 이동통신사 간의 마찰 등으로 아이폰 2G의 판매량이 당초의 기대에 못 미치는 실적을 거둔 바 있으나 새롭게 출시된 아이폰 3G는 가격인하와 구글과의 협력 등으로 인한 다양한 애플리케이션 그리고 보다 많은 시장으로의 보급 확대 등으로 아이폰 2G에서 나타난 문제점들을 보완했다고 볼 수 있다.

본고에서는 미국의 AT&T, 캐나다의 Rogers Wireless, 일본의 Softbank 등 아이폰을 출시한 주요국의 이동통신사 실적에 아이폰이 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

2. 세계 시장에서 아이폰의 위치

아이폰은 미국의 애플사에서 만든 인터넷 접속이 가능한 터치스크린 방식의 스마트폰으로 카메라, 뮤직 플레이어, 인터넷 접속 등의 다양한 기능이 내장되어 있다. 세계에서 가장 먼저 아이폰이 출시된 국가는 미국으로 2007년 6월을 시작으로 시판되기

* 정보통신정책연구원 방송통신정책연구실 연구원, (02)570-4036, sylee@kisd.re.kr

시작하였다. 미국의 타임지에서는 아이폰을 가리켜 ‘2007년 올해의 발명품’으로 소개했을 정도로 출시되기 전후로 전 세계적으로 큰 관심을 모았다. 2008년 7월에는 빠른 데이터 전송 속도와 GPS를 지원하는 아이폰 3G가 출시되어서 다시 한 번 전 세계의 주목을 받았다.

아이폰은 출시 후 각종 통계 수치에서 그 영향력을 보여주고 있다. 먼저, 판매량에 있어서 2009년 1분기 약 394만대의 판매량으로 전년 동기 173만대의 판매와 비교해서 두 배 이상의 판매를 달성하면서 10.8%의 시장 점유율로 세계스마트폰 시장 점유율 3위를 기록했다. 이는 작년 동기대비 5.5%가 상승한 수치로 아이폰이 단일모델로 시장점유율이 10%가 넘는다는 점에도 주목할 필요가 있다.

<표 1> 세계 스마트폰 판매량 및 시장 점유율

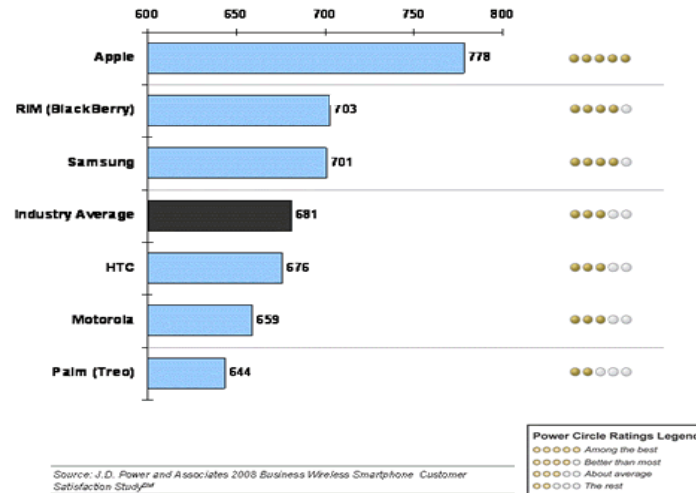
(단위: 천대)

제조업자	2009년 1분기		2008년 1분기		시장점유율의 변화율
	판매량	시장점유율	판매량	시장점유율	
Nokia	14,991.2	41.2%	14,588.6	45.1%	-3.9%
Research in Motion	7,233.6	19.9%	4,311.8	13.3%	6.6%
Apple	3,938.8	10.8%	1,725.3	5.3%	5.5%
HTC	1,957.3	5.4%	1,276.9	4.0%	1.4%
Fujitsu	1,387.0	3.8%	1,317.5	4.1%	-0.3%
Others	6,896.4	18.8%	9,094.8	28.1%	-9.3%
Total	36,404.4	100%	32,314.9	100%	

자료: Gartner(2009)

고객만족도에 있어서도 아이폰은 우위에 있다. J.D Power and Associates 2008 Business Wireless Smartphone Customer Satisfaction Study에 의하면 아이폰은 비즈니스 무선 스마트폰 사용자들을 대상으로 한 고객만족도 조사에서 1,000점 만점에 778점으로 1위로 선정되었다고 한다. 그 뒤를 BlackBerry 제조사인 RIM(703), Samsung(701)이 뒤 따르고 있다. 고객들이 아이폰에 특히 후한점수를 주는 부분으로는 쉬운 작동법과 디자인의 우수성 등이 꼽혔다.

[그림 1] 스마트폰 인덱스 랭킹



자료: J.D Power and Associates Reports(2008)

뛰어난 디자인과 극대화된 다양한 콘텐츠 등으로 아이폰이 그동안 전 세계인들의 이목을 끌어난 것은 사실이지만 상대적으로 높은 가격과 제한적인 모델 등으로 아이폰이 지금과 같은 인기몰이에 한계가 있을 것이라는 시각도 여전히 존재한다. 2G의 경우 일반 휴대폰보다 높은 가격과 수익모델에 대한 애플측과 통신 사업자들 간의 다툼 등으로 원래 기대치에 못 미치는 판매량을 기록한 바 있었다.

그러나 현재 3G 아이폰은 기존의 2G에 비해 가격은 낮추고 구글과의 협력 등으로 애플리케이션의 다양화에 있어 노력하고 있으며 판매 지역 또한 아이폰 2G에 비해 대폭 확장해서 현재 미국, 영국, 캐나다, 일본 등 약 80개국에서 출시되고 있다.

3. 아이폰을 출시한 주요국의 이동통신사 현황

(1) 미국 AT&T

미국의 통신회사 AT&T의 2009년 1분기 매출과 순익은 각각 전년 동기대비 1%,

9%씩 하락한 305억 7,000만달러와 31억달러로 집계되었다. 하지만 여기에서 주목해야 할 점은 유선 사업부, 전화번호부 사업부 등의 저조한 실적과는 달리 이동통신 사업부는 현재 AT&T에서 미국 내 독점판매중인 아이폰의 판매호조에 힘입어 비교적 안정적인 성장세를 보이고 있다는 점이다.

AT&T는 2007년 6월 처음 애플사와 계약을 맺고 미국 시장에 독점적으로 아이폰을 공급하기 시작했으며 2008년 7월에는 아이폰 3G의 공급에 들어갔다. 아이폰의 독점적인 공급이 AT&T의 영업실적에 크게 도움이 되었는지의 여부는 AT&T의 영업실적을 보면 알 수 있다.

AT&T의 유선 사업부, 전화번호부 사업부 등 다른 분야에서 매출이 감소한 반면 AT&T 이동통신 사업부는 2007년 6월 아이폰을 선보인 이후 계속되는 성장세를 보이고 있다. 2009년 1분기에는 116억 4,000만 달러의 매출을 기록하며 전년 동기대비 9.8%의 성장세를 기록하였다.

〈표 2〉 AT&T 영업실적

(단위: 백만달러)

	2007				2008				2009
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
이동통신 (Wireless)	9,070	9,513	9,834	10,151	10,605	10,894	11,227	11,523	11,646
유선(voice)	10,455	10,378	10,164	9,801	9,693	9,519	9,313	8,796	8,506
인터넷(Data)	5,655	5,746	5,880	5,925	5,927	6,054	6,144	6,203	6,250
전화번호부 (Directory)	1,022	1,155	1,240	1,389	1,398	1,383	1,333	1,302	1,249
기타(Other)	2,767	2,686	3,014	3,083	3,076	3,016	3,325	3,252	2,920
총 매출액	28,969	29,478	30,132	30,349	30,744	30,866	31,342	31,076	30,571
순익	2,848	2,904	3,063	3,136	3,461	3,772	3,230	2,404	3,126

자료: AT&T 홈페이지, 재구성

AT&T Wireless의 가입자 수 역시 계속해서 증가추세이며 시장점유율 또한 매년 증가하는 추세이다. AT&T의 이러한 가입자 수 증가세는 아이폰의 영향이 큰 것으로 풀이되고 있는데 이러한 추세는 당분간 지속될 것으로 보인다. 또한 AT&T측에서 아이폰 가입자 중 약 40%가 다른 이동통신사로부터 이동한 고객이며 이들은 다른 통신사로 이동하는 비율이 현격히 낮다고 밝힌 바 있듯이 아이폰 가입자들의 아이폰에 대한 높은 충성도를 가지고 있다고 알려져 있다.¹⁾

〈표 3〉 AT&T Wireless 가입자수

(단위: 천명)

	2007				2008				2009
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
가입자 수	62,217	63,673	65,666	70,052	71,367	72,882	74,871	77,009	78,232

자료: AT&T IR자료

아이폰 효과로 주목할 만한 또 한 가지 부문이 데이터 수익이다. 애플은 특정 통신사에 독점적 판매 권리를 주는 대신 수익 배분을 요구하는 정책을 펴고 있는 것으로 알려져 통신사의 수익성에 대한 우려도 제기된 바 있으나 실제로는 아이폰 사용자의 데이터 사용량이 많아 애플과의 수익 배분을 상쇄하고도 남는다고 AT&T측에서 전한 바 있다.²⁾ 이는 AT&T의 ARPU 추이를 살펴보면 확실히 알 수 있다. 2009년 1분기 데이터 ARPU는 13.64 달러로 전년 동기 10.80달러와 비교해 큰 폭으로 상승했으며 해마다 증가하는 추세이다. 이러한 AT&T의 데이터 ARPU의 증가는 아이폰의 영향이 지대한 것으로 평가된다. 또한 데이터 ARPU가 전체 ARPU에서 차지하는 비중이 날이 갈수록 커지고 있다는 사실도 큰 의미가 있다.³⁾

1) 전자신문(2009. 1. 30)

2) 전자신문(2009. 1. 30)

3) 인터넷 접속 트래픽 점유율에서도 아이폰의 영향력을 볼 수 있다. 2009년 2월 애드몹(Admob)이 발표한 'Admob Mobile Metrics Report'에 의하면 아이폰의 스마트폰 모델별 트래픽 점유율은 세계 시장기준으로 33%에 이른다. 이는 미국 시장으로만 본다면 49.5%에 이르는 수치이다.

〈표 4〉 AT&T 이동통신 사업부(Wireless) ARPU 추이 및 Data ARPU 비중

(단위: 달러)

	2007				2007	2008				2008	2009
	1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기
Total ARPU	49.21	50.63	50.82	50.28	50.24	50.18	50.60	50.80	50.82	50.60	50.11
Data ARPU	7.88	8.77	9.34	10.01	9.00	10.80	11.59	12.30	13.50	12.05	13.64
% of Total ARPU	16.0%	17.3%	18.4%	19.9%	17.9%	21.5%	22.9%	24.2%	25.7%	23.8%	27.22%

자료: AT&T IR자료

(2) 캐나다 Rogers Wireless⁴⁾

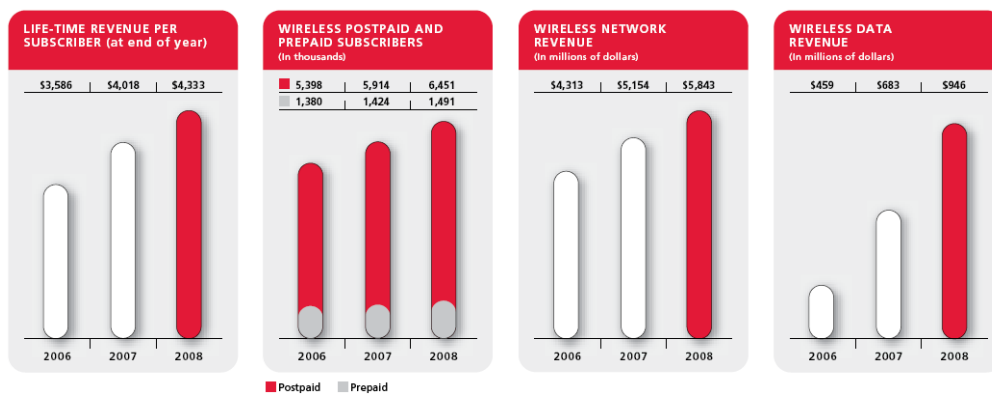
캐나다의 Rogers Communications는 이동통신(wireless), 집 전화 서비스(home phone service), 케이블 TV, 인터넷 등의 서비스를 제공하는 캐나다 제 1위의 통신회사이다. 캐나다의 Rogers Wireless는 2008년 전년 대비 13%가 증가한 58억 4,000만 캐나다달러의 네트워크 수익을 기록했다. postpaid와 prepaid에서 각각 537,000명과 67,000명의 순 가입자를 확보하면서 가입자 수도 꾸준히 증가했다. Postpaid ARPU 역시 무선 데이터의 큰 성장이 더해져서 2007년에 비해 4% 증가해 75.27 캐나다 달러를 기록했고, 무선 데이터 수익 역시 2007년 6억 8천 캐나다 달러였던 것이 2008년에는 9억 4천 캐나다 달러를 기록해 약 39%의 성장세를 보였다. 데이터 수익의 비중은 날이 갈수록 점점 더 커지고 있다. 2007년 데이터 수익이 네트워크 수익에서 차지하는 비중이 13%였던 것에 비해 2008년에는 16%로 증가하였다.

Rogers Wireless의 화려한 2008년 영업 실적은 아이폰의 수혜를 톡톡히 본 결과라고 볼 수 있다. Rogers Wireless는 2008년 7월 애플사의 아이폰 3G를 출시했다. 아이폰 3G의 출시 이후 2008년 하반기 동안 약 385,000대의 아이폰 단말기 가입자를 확보했는데 이중 35%가 신규 가입자이고 65%가 기존 가입자들이 아이폰으로 기기변경을 한 경우이다.

4) Rogers Communications IR자료

아이폰 가입자들의 대부분이 음성과 월 데이터 패키지에 높은 가입료를 보이고 있는 이유로 아이폰 가입자들은 전체 무선 가입자 수를 기반으로 한 평균 ARPU에 상회하는 월별 ARPU를 기록하고 있다. 아이폰이 Rogers Wireless의 2008년 영업실적에 크게 기여했다고 볼 수 있는 이유도 바로 여기에 있다. 앞에서 이미 언급했듯이 데이터 수익이 전체 네트워크 수익에서 차지하는 비중이 날로 커지는 만큼 Rogers Wireless의 아이폰의 성공적인 런칭이 2008년 그들의 영업 실적에 크게 기여하였음은 물론 앞으로의 수익에도 크게 기여할 가능성이 있다고 보인다.

[그림 2] Rogers Wireless 영업실적



자료: Rogers Wireless IR자료

실제로 2009년 Rogers Wireless의 1분기 영업실적에서 스마트 폰⁵⁾이 가지는 영향력은 컸다. 2009년 1분기 Rogers Wireless의 영업실적은 음성 전용 단말기 저조한 판매에 의한 실적 부진을 스마트폰과 무선 랩탑 가입자들의 증가로 인한 가입자 수의 증가가 상쇄해 주는 구조를 보이고 있다.

2009년 1분기 무선(wireless) 네트워크 수익의 증가는 무선 postpaid 가입자 수의 증가와 무선 데이터 부문의 매출 증가에 의한 것으로 나타나고 있는데 특히 무선 데

5) iPhone이 이외에도 다른 스마트 폰들도 포함하고 있음

이더 수익의 급속한 증가는 스마트폰의 이용증가를 반영하고 있다고 볼 수 있다.

2009년 1분기 Rogers Wireless의 무선 데이터 수익은 전년 동기 대비 43%가 증가한 2억 9천 캐나다달러에 이르고 있는데 이는 2008년 1분기 데이터 수익이 전체 네트워크 수익에서 차지하는 비중이 약 15%였던 데 반해 2009년 1분기 데이터 수익이 전체 네트워크 수익의 약 20%를 차지한다는 점에서 더욱 더 중요한 의미를 가진다.

기기(equipment) 판매수익 증가 역시도 스마트폰 판매의 증가가 반영된 것이라고 볼 수 있다. 2009년 1분기 무선 사업부는 360,000대의 스마트폰 단말기 가입자를 확보했다. 이중 40%는 신규 가입자이고 60%는 기기변경을 한 기존고객들로 나타났으며 이들의 대부분이 음성과 데이터 결합 패키지에 가입되어 있어서 평균 ARPU를 크게 상회하는 ARPU를 기록하고 있다.

<표 5> Rogers Wireless 영업실적

(단위: 백만 캐나다 달러)

	2009	2008			
	1분기	1분기	2분기	3분기	4분기
매출액 (operating revenue)	\$1,544	\$1,431	\$1,522	\$1,727	\$1,655
운영 수익 (operating profit)	710	705	769	693	639

자료: Rogers Communications IR자료

(3) 호주 Optus

싱가포르에 기반하고 호주, 방글라데시 등 총 7개국의 시장에 진출해 있는 SingTel Telecommunications Limited(SingTel)의 호주 자회사인 Optus는 2009년 1분기 아이폰 3G가 창출한 수요 덕분에 2009년 1분기 좋은 영업실적을 보였다.

Optus의 모바일 사업부는 2009년 1분기 17%의 매출 증가를 기록했고 156,000명의 신규 가입자를 확보했다. 이는 전년 동기 대비 652,000명이 증가한 수치이다. 전년 대비 postpaid 고객은 총 424,000명 증가했다. 아이폰, “Timeless”[®] 그리고 무선 브로

드밴드 같은 새로운 상품과 플랜에 대한 강한 수요가 가입자 증가라는 성과를 이루어 냈다고 볼 수 있다.

기기(Equipment) 수익 역시 고성능 단말기 특히 아이폰 3G의 판매량의 증가로 39%의 성장을 보였다.

우량고객의 확보로 Blended ARPU도 작년 대비 4.1%가 성장했는데 SMS와 기타 데이터 수익이 ARPU의 35%를 차지했으며 Non-SMS 데이터 수익이 ARPU의 10%를 차지하고 있다.

〈표 6〉 Optus 영업 실적

(단위: 백만 AUD, %)

구 분	2009년 1분기	2008년 1분기	연간변화율(%)
발신 서비스 수익	866	754	14.9
수신 서비스 수익	201	189	6.7
서비스 수익	1,068	942	13.3
기기수익	202	146	38.5
총 모바일 수익(매출)	12,269	1,088	16.7

구 분	2009년 1분기	2008년 4분기	2008년 1분기
가입자 수(천명)	7,789	7,633	7,137
ARPU per month(AUD)			
- Prepaid	27	28	26
- Postpaid	68	69	67
- Blended	46	47	44
서비스 수익에서 데이터 수익이 차지하는 비중(%)			
- 총 데이터	35%	34%	29%
- non-SMS 데이터	10%	8.7%	6.0%

자료: SingTel IR자료

6) "Timeless" plan: 매달 99 오스트레일리아 달러의 요금으로 오스트레일리아 내에서는 통화량의 제한 없이 무제한으로 통화할 수 있는 플랜

(4) 일본 Softbank Corp.⁷⁾

일본에서는 일본 제 3위의 이동통신사인 Softbank가 애플과의 독점적 계약을 통해 2008년 7월 일본 시장에 아이폰 3G를 출시했다. 그러나 출시 전 많은 기대를 불러 모았던 아이폰은 당초의 예상과는 달리 일본 시장에서는 그다지 성공적이지 못한 결과를 내고 있다. 심지어 최근 Softbank는 2009년 5월말까지 2년 약정 시 8GB 아이폰을 공짜로 주는 행사를 펼치기도 했다.

이렇게 아이폰이 일본에서 인기가 없는 이유에 대해 일본 토종 단말기를 선호하는 일본 휴대폰 시장 특징이 일본 시장에서의 아이폰의 실적저조의 원인이 되었을 것이라는 의견이 있다. 연간 5,000만대의 판매가 형성되는 세계 최대의 휴대폰 수요지 중 하나인 일본에는 10개 이상의 일본 토종 단말기 생산 업체가 있다. 특징적인 것은 이러한 토종기업들에서 만들어진 일본 토종 단말기에 대한 수요가 매우 높다는 점이다. 세계 1위의 노키아가 일본 시장 점유율이 1% 미만인 데 반해 일본 기업인 샤프의 점유율은 25%에 달하고 있다는 점이 이를 잘 뒷받침 해주고 있다.

또한 3G 아이폰의 경우 일본인들에게 어필할 만한 기능을 갖추지 못했다는 것과 일본에서 적절한 마케팅 포인트를 찾지 못한 것이 실패의 원인이라는 분석도 있다. 3G 아이폰 역시 많은 기능을 내장하고 있기는 하지만 이미 대부분의 일본에서 생산되는 휴대폰 단말기들에는 고해상도 디스플레이, 디지털 TV, 위성 내비게이션 서비스, 뮤직 플레이어, 디지털 카메라의 기능이 포함되어 있으며 심지어 데빗(debt)카드나 기차표로 휴대폰을 사용할 수 있도록 하는 칩을 포함하고 있는 모델들도 이미 많이 나와 있는 실정이다. 이러한 일본 시장에서 3G 아이폰의 기능은 이미 고성능 단말기들을 많이 접해 온 일본인들에게는 크게 주목을 끌만한 것이 아니었을 것이다. 마케팅 역시 마찬가지이다. 애플사의 3G 아이폰에 대한 마케팅은 '사용자들에게 좀 더 빠른 인터넷 접속을 제공하는 3G 무선 네트워크의 기능'에 초점을 두고 있다. 그러나 이러한 3G 접속 서비스는 일본 휴대폰 시장에서는 이미 수 년 동안 이용가능했던 평

7) Wall Street Journal(2009. 9. 15)

범한 서비스여서 일본 시장에 크게 어필할 수 없었던 것으로 보인다.

(5) 인도⁸⁾

인도에서 아이폰이 공급되기 시작한 것은 2008년 8월 Vodafone과 Bharti Airtel의 두 통신사에 의해서이다. 일본과 마찬가지로 인도시장에서 아이폰은 그다지 성공적이지 못한 실적을 보이고 있다.

애플이 국가별 판매량을 제공하지는 않지만 Bharti Airtel의 한 증역이 언급한 바에 따르면, 공식적인 아이폰의 판매량이 2만대에 못 미치는 것으로 나타났다. 이는 지난해 아이폰 판매개시 이후, 인도의 휴대폰 가입자가 거의 2천만 명이 늘어난 것과 비교한다면 아이폰의 인도 시장에서의 실패를 결론지어도 크게 무리는 아니다.

그동안 인도 시장 내에서의 꾸준한 인기를 끌고 있는 노키아의 인도 시장에서의 위치와 8GB가 31000루피(\$649.61), 16GB가 36100루피(\$756.48)에 달하는 비싼 가격⁹⁾ 그리고 아이폰을 데이터 기기가 아닌 주로 음성통화를 하거나 문자메시지를 주고 받는 정도의 휴대폰으로 인식하는 인도인들의 IT문화가 그 실패의 원인으로 꼽히고 있다.

4. 결 어

지금까지 다양한 자료들과 데이터를 통해 아이폰이 기존의 이동통신사들에게 미치는 영향에 대한 현황을 분석해 보았다. 출시 전후로 전 세계의 큰 관심을 받아 온 아이폰은 그 관심만큼이나 이동통신사나 이동통신 시장에 미치는 영향력을 무시 할 수 없는 것은 사실이다. 특히 이동통신 산업에서 가장 성장하고 있는 부문인 데이터 매출에서 아이폰은 그 진가를 톡톡히 보여주고 있다.

8) BusinessWeek(2009. 4. 1)

9) 애플과 Bharti Airtel에서 공급하는 아이폰 가격 기준임

그러나 본문에서 살펴본 것처럼 모든 시장에서 ‘아이폰 효과’가 나타나는 것은 아니다. 미국의 AT&T나 캐나다의 Rogers Wireless의 경우처럼 출시 후 크게 성공한 경우도 있는 반면 일본의 Softbank나 인도 Vodafone과 Bharti Airtel 같이 아이폰에 대한 세계적인 관심과 그 명성에도 불구하고 시장에서 실패를 하는 경우도 있다. 이러한 아이폰 영향력의 유무나 그 정도는 각 나라별 통신 시장의 특성에 의해 크게 영향을 받는 것으로 보인다.

참고자료

- 《전자신문》, (2009. 1. 30), “AT&T 썬큐, 아이폰”
 Admob(2009), “AdMob Mobile Metrics Report”, 2009. 2
 AT&T IR(www.att.com)
 Gartner(2009), “Dataquest Insight: Market Share for Mobile Devices”, 1Q09, 2009. 5.
 J.D. Power and Associates Reports(2008), “iPhone Manufacturer Apple Ranks Highest in Business Wireless Smartphone Customer Satisfaction”, 2008. 11
 Rogers Communications IR(www.rogers.com)
 SinTel IR(www.singtel.com)
 《BusinessWeek》, (2009. 4. 1), “Apple’s iPhone, an Indian Flop, Prepares for China”
 《Wall Street Journal》, (2009. 9. 15), “Apple’s Latest iPhone Sees Slow Japan Sales”