

해외 모바일 콘텐츠 시장 현황 및 전망

■ 전 수 연*

1. 개요

세계적인 경기 침체 가운데 지난해 미국의 통신시장은 유선서비스 부문의 급격한 매출하락에도 불구하고 무선서비스는 성장세를 유지한 것으로 나타났다. 이와 같은 무선서비스의 성장은 데이터 서비스의 이용확대 때문인 것으로 분석되고 있다.

전세계적으로 연간 100억 달러 이상의 모바일 데이터 매출 실적을 보이고 있는 상위 5개 사업자¹⁾ 가운데 4개사가 미국과 일본의 통신사로 일본의 경우 일찍부터 모바일 콘텐츠 시장이 활성화되어 있었으며, 미국은 최근 급격한 데이터 매출 성장을 이루고 있는 국가 중 하나이다.

본 고에서는 세계 모바일 콘텐츠 시장의 현황과 전망을 살펴보고, 미국과 일본의 모바일 콘텐츠 시장을 세부적으로 점검해 보고자 한다.

* 정보통신정책연구원 방송통신정책연구실 연구원, (02)570-4262, syjun@kisdi.re.kr

1) NTT DoCoMo, China Mobile, AT&T Mobility, Verizon Wireless, KDDI

2. 시장 현황 및 전망

(1) 세계 모바일 콘텐츠 시장

Ovum은 모바일 콘텐츠 시장을 음악, 게임, 개인화, TV·동영상, 기타, 프리미엄 콘텐츠로 분류하고 '12년까지의 항목별, 지역별 세계 시장규모를 예측하였다.²⁾

개인화 서비스는 벨소리, 컬러링, 바탕화면 혹은 대기화면 등의 서비스를 지칭하며, TV·동영상은 DVB-H, T-DMB, MediaFLO을 통한 실시간 서비스 또는 VOD 서비스를 의미한다. 프리미엄 서비스는 건당 유료로 제공되는 정보제공형 서비스이다.

자료에 따르면 세계 모바일 콘텐츠 시장은 '09년부터 '12년까지 연평균 약 9.7%의 성장률을 보이며 총 740억 달러의 규모로 성장할 것으로 전망된다.

항목별로는 모바일 음악과 TV·동영상의 성장률이 각각 42.9%, 41.5%로 가장 크고, 이어 게임과 정보제공형 프리미엄 콘텐츠가 25%, 11.5%의 성장이 예상된다. 반면, 현재까지는 큰 시장을 이루고 있는 개인화 서비스의 시장은 점차 축소될 것으로 전망되었다.

〈표 1〉 전세계 모바일 콘텐츠 시장 전망(2007~2012)

(단위: \$ million)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	'09~'12 CAGR
음악	1,476	2,625	4,203	6,021	7,605	8,791	42.9%
게임	2,237	3,671	4,822	5,846	6,509	6,835	25.0%
개인화	5,889	6,519	6,713	6,555	6,237	5,859	-0.1%
TV, 동영상	1,827	3,130	4,795	6,875	8,828	10,371	41.5%
기타	9,013	10,291	11,118	11,600	11,929	12,289	6.4%
프리미엄콘텐츠	17,332	21,136	24,532	27,222	28,941	29,936	11.5%
전체	37,774	47,372	56,183	64,119	70,049	74,081	9.7%

자료: Ovum(2008)

2) Ovum(2008)

지역별로도 북미, 남미, 중국·인도, 아시아·태평양, 서유럽, 동유럽, 중동으로 구분하여 전망하였는데, 공통적인 사항은 벨소리 혹은 대기화면 등의 서비스로 대표되는 개인화 서비스는 현재까지는 높은 시장규모이나 향후 점차 축소되는 반면, TV·동영상, 음악, 게임 시장은 크게 성장할 것으로 예측되었다는 점이다.

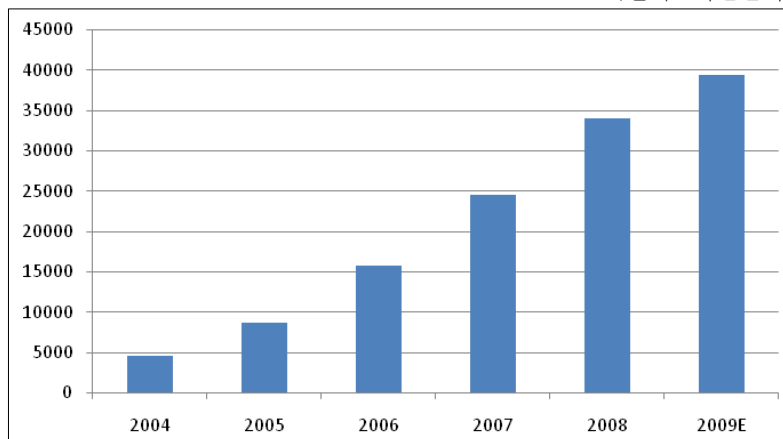
특히 남미와 동유럽 지역은 타지역에 비해 현재 개인화 서비스 규모가 월등히 크며, '12년까지 개인화 서비스의 규모는 점차 축소되지만 타서비스와 비슷한 수준으로 수렴하는 양상을 보여준다. 한편, 아시아 태평양과 북미지역의 경우는 타지역에 비해 TV·동영상, 음악, 게임 등의 서비스가 개인화 서비스의 규모를 크게 초월할 것으로 전망되었다. 이는 지역별 네트워크의 고도화 정도와 이용자의 선호서비스의 편차 정도가 반영된 것으로 해석된다.

(2) 미국 모바일 콘텐츠 시장

경기 침체가 본격적으로 촉발된 '08년 4분기의 미국 이동통신 사업자들의 데이터 매출은 전 분기 대비 7.3%, 전년 동기 대비 38.7% 증가한 94억 달러를 기록한 것으로

[그림 1] 미국 이동통신시장의 데이터 매출(2004~2009)

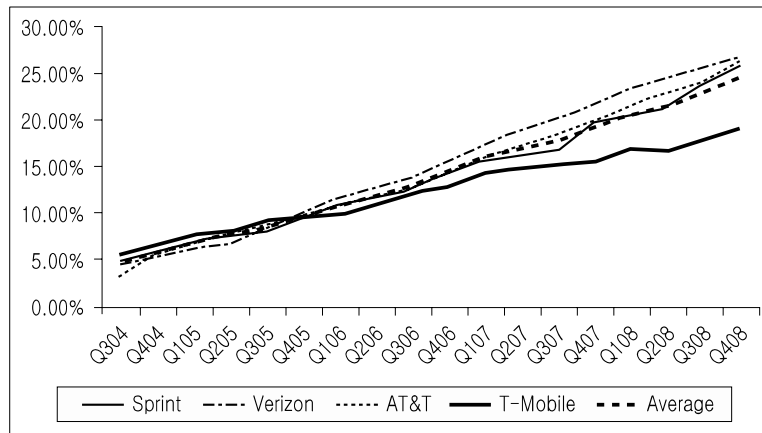
(단위: 백만달러)



자료: Chetan Sharma Consulting(2009)

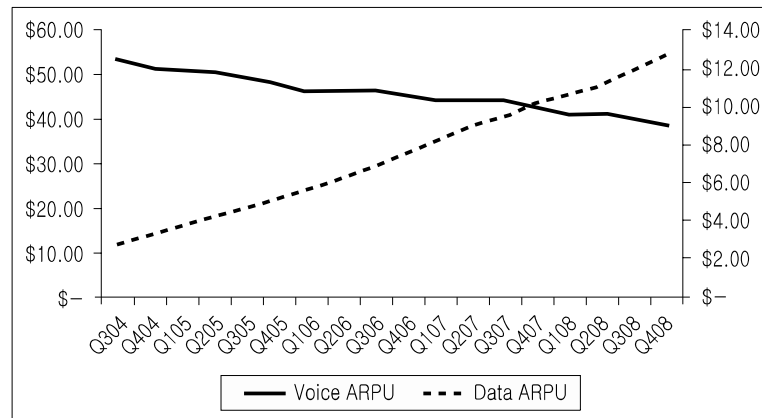
나타났다. 매 분기마다 전분기 대비 7~9%의 증가세를 거듭하여 작년 한 해 데이터 매출은 340억 달러로 역대 최고치를 기록하였고, 데이터 매출 비중은 25%로 전년대비 7%p 확대되었다. 이미 '07년 4분기를 기점으로 데이터 ARPU가 음성 ARPU를 넘어섰다.³⁾

[그림 2] 미국 이동통신시장의 데이터 ARPU 비중(2004. 3Q~2008)



자료: Chetan Sharma Consulting(2009)

[그림 3] 미국 이동통신시장의 음성 · 데이터 ARPU 추이(2004. 3Q~2008)



자료: Chetan Sharma Consulting(2009)

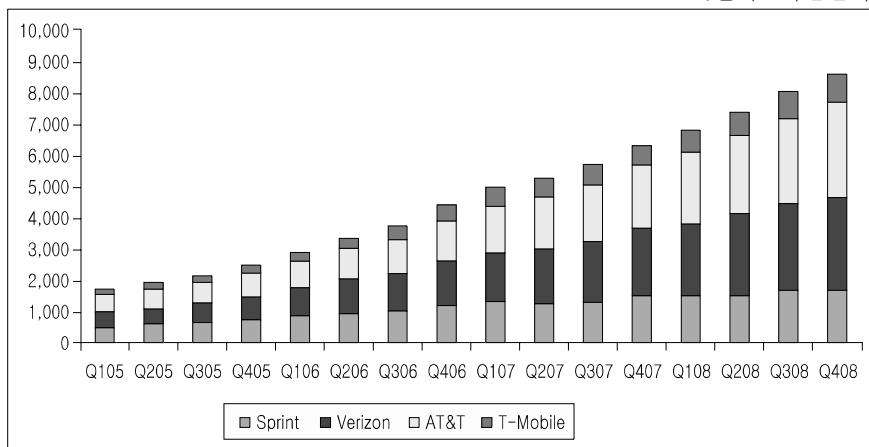
3) Chetan Sharma Consulting(2009)

대표적인 사업자인 AT&T Mobility와 Verizon Wireless는 각각 전년 대비 52%, 42%의 데이터 매출 성장을 나타내며 데이터 매출 100억 달러를 각각 돌파하였다. 이는 작년 미국 전체 데이터 매출의 62.5%에 해당하는 규모이다.⁴⁾

실적 상승의 근본 요인으로 데이터 요금제 가입을 요하는 고가의 스마트폰 이용자가 증가하였다는 점을 들 수 있다. Verizon의 경우 4분기 신규단말기의 37%가 스마트폰이었으며, AT&T는 3G iPhone의 영향으로 데이터 ARPU가 전년대비 35%가 증가한 것으로 알려지고 있다.⁵⁾

[그림 4] 미국 상위 4개 무선사업자의 데이터 매출(2005~2008)

(단위: 백만달러)



자료: Chetan Sharma Consulting(2009)

Pyramid Research는 '09년 미국 통신서비스 시장 매출액을 전년대비 1% 성장한 1조 4,000억 달러로 예측하였다. 음성서비스의 매출은 3% 감소하여 최저치를 기록하는 반면, 모바일 애플리케이션 및 브로드밴드 접속 서비스는 전년보다 둔화되더라도 지속적으로 성장할 것이라고 분석하였다.⁶⁾

4) Strabase(2009)

5) CNET(2009)

6) Pyramid Research, 2008. 12. 31

ABI Research가 '08년에 미국내 거주자를 대상으로 수행한 조사⁷⁾에 따르면, 응답자 중의 70%가 정보 검색을 위해 휴대폰으로 인터넷 검색엔진을 이용하였다고 답변하였다. 동 조사에 따르면, 휴대폰을 통한 콘텐츠 이용은 점차 대중화되고 있으며, 뉴스, 게임, 음악 특히 비디오 다운로드가 많이 이용되고 있다. 벨소리의 경우 '07년에 비해 매우 줄어들었으나 지역정보, SNS, 스포츠에 대한 관심은 비슷한 수준으로 나타났다.

이처럼 통신시장 성장률은 경기침체의 영향으로 성장률의 하락이 예상되나, 무선 서비스는 데이터 서비스의 이용이 확대됨에 따라 성장세를 이어갈 것으로 전망되고 있다.

(3) 일본 모바일 콘텐츠 시장

'08년에 미국의 AT&T Mobility와 Verizon Wireless가 전년 대비 40%대 이상의 데이터 매출 성장을 기록하며 역대 최초로 연 100억 달러를 돌파하였으나, 이미 100억 달러 이상의 데이터 매출 규모로 성장 중인 NTT DoCoMo와 약 100억 달러에 이르는 KDDI를 비롯하여, 일본은 일찍부터 모바일 콘텐츠 시장이 활성화된 대표적인 국가이다.

일본 전기 통신 사업자 협회에 따르면 일본의 휴대전화 가입자수는 '08년 6월말 1억 365만 명이며, 그 중 콘텐츠 이용이 가능한 인터넷 휴대 사용자는 8,928만 명에 달하며 3G 가입자도 9,083만 명으로 전체의 90% 정도를 차지하고 있다.

이처럼 현재 일본 이동통신시장은 포화상태에 도달하여 이동통신 가입자수의 증가도 한계점에 도달한 것으로 평가되고 있으나, 모바일 콘텐츠와 모바일 커머스의 성장이 관련 산업이 시장 전체에 미치는 파급효과는 적지 않을 것으로 관측되고 있다. 일본 정보통신종합연구소가 '07년 발표한 자료⁸⁾에 따르면 모바일 콘텐츠의 경제적 파급효과는 '10년에 2.4조 엔 정도로 전망되었다.

또한 모바일 콘텐츠 시장의 확대는 모바일 광고의 수요로 이어져 모바일 광고시장도

7) 미국 내 14~59세 사이의 거주자 1,000명을 대상으로 2007년 11월과 2008년 12월에 진행

8) 정보통신종합연구소(2007)

큰 영향을 줄 것으로 보인다. 일본 시장조사기관인 Seedplanning의 보고서⁹⁾에 따르면 '09년 일본 인터넷 광고시장 규모는 전년대비 11.2% 성장한 5,950억 엔, '13년 8,510억 엔, '17년에는 1조 엔 규모에 달할 것으로 전망되었다. 이 가운데 모바일 광고시장 규모는 전체 매출의 23%를 차지하는 1,370억 엔으로 전망되었다.

총무성은 '08년 7월에 '07년 일본 모바일 비즈니스 시장 규모에 대한 자료를 발표하였다.¹⁰⁾ 본 조사는 모바일 비즈니스 시장을 벨소리, 게임과 같은 디지털 콘텐츠를 유료로 제공하는 모바일 콘텐츠 시장과 물건판매, 서비스판매, 트랜잭션으로 구성되는 모바일 커머스로 분류하여 각 세부항목별 매출액을 집계하였다.

'07년 모바일 비즈니스 시장은 1조 1,464억 엔이며, 모바일 콘텐츠 시장은 4,233억 엔, 모바일 커머스 시장은 7,231억 엔의 규모이다. 모바일 비즈니스 시장은 '05년을 기점으로 성장률이 하락세이며, 모바일 커머스 부문의 성장률 하락이 주요인으로 분석된다. 모바일 콘텐츠 부문도 '06년 이후 성장률이 둔화되었으나, 두 부문 모두 여전히 15%가 넘는 성장률을 보이며 규모를 확대해가고 있다.

〈표 2〉 일본 모바일 비즈니스 규모(2003~2007)

(단위: 억엔)

	2003	2004	2005	2006	2007
모바일콘텐츠	2,133	2,603	3,150	3,661	4,233
성장률	19.0%	22.0%	21.0%	16.2%	15.6%
모바일커머스	1,709	2,593	4,074	5,624	7,231
성장률	43.3%	51.7%	57.1%	38.0%	28.6%
전체	3,842	5,196	7,224	9,285	11,464
성장률	28.7%	35.2%	39.0%	28.5%	23.5%

자료: MCF(2008)

9) Seedplanning(2009)

10) MCF(2008), 이 조사는 모바일 콘텐츠 포럼(MCF)이 수행, '07년(1월~12월)의 모바일 콘텐츠 시장에 대한 시장 규모 발표

〈표 3〉 일본 모바일 콘텐츠 시장(2004~2007)

(단위: 억엔)

	2004	2005	2006	2007	비중
착신 멜로디	1,167	1,048	843	559	13.2%
착신 노래	201	562	759	1,074	25.4%
모바일 게임	412	589	748	848	20.0%
장식메일*	2	14	55	116	2.7%
전자도서	3	16	69	221	5.2%
컬러링	6	13	29	87	2.1%
운세	103	123	158	182	4.3%
바탕화면	225	236	248	227	5.4%
폰꾸미기**	-	-	3	23	0.5%
기타	484	549	749	896	21.2%
합계	2,603	3,150	3,661	4,233	100.0%

* 장식 메일: HTML로 전송되는 메일을 꾸미는 기능

** 폰꾸미기: 휴대폰 바탕화면에 추가, 메뉴, 배터리 잔량 등의 아이콘 문자 글꼴 등의 설정을 사용자 지정할 수 있는 서비스

자료: MCF(2008)

항목별로 살펴보면 착신멜로디와 착신노래 시장 즉, 벨소리 서비스가 전체 시장의 39%로 모바일 콘텐츠 시장에서 가장 큰 규모를 차지한다. 만화책을 중심으로한 전자도서 시장은 지난해의 약 3배인 221억 엔으로 급성장을 지속하고 있다.

컬러링은 서비스가 시작된 '03년부터 순조로운 성장을 보이며 '07년 87억 엔으로 성장하였다. '06년에 시작된 폰꾸미기 서비스는 메뉴 화면의 아이콘을 사용자가 직접 지정할 수 있는 서비스로 '07년 시장 규모는 23억 엔이다. 향후 폰꾸미기 지원 단말기의 보급이 확대되면서 동반 성장이 예상된다.

현재까지 모바일 콘텐츠 시장이 벨소리, 컬러링, 장식메일, 바탕화면, 폰꾸미기 등 개인화 서비스에 치중된 양상을 볼 수 있으나 점차 콘텐츠의 다양화가 진전될 것으로 전망된다.

〈표 4〉 일본 모바일 커머스 시장(2004~2007)

(단위: 억엔)

	2004	2005	2006	2007
물건판매	969	1,542	2,583	3,292
서비스판매	1,183	1,646	1,928	2,708
트랜잭션	441	886	1,113	1,231
합계	2,593	4,074	5,624	7,231

자료: MCF(2008)

모바일 커머스 분야는 물건판매, 서비스판매(영화티켓, 여행티켓, 항공권, 철도 티켓), 트랜잭션(증권 거래 수수료, 경매 수수료, 경기 수수료)의 3개 분야로 분류되며, 규모는 전년 대비 10%p 하락한 7,231억 엔으로 집계되었다.

모바일 물건판매 서비스의 증가 요인은 그동안 구입자의 주류를 이루던 10대 후반에서 20대 초반의 여성뿐 아니라 젊은 남성과 중년층까지 구매층이 확산되고 있다는 점, 취급 비즈니스 종류와 수가 증가하고 있는 점을 들 수 있다.

서비스 판매의 경우도 교통 기관 관련 이용이 증가하고 있으며, 지난해와 동일한 증가율을 유지하고 있다. 트랜잭션 서비스는 시장 전체의 성장률은 감소했지만 시장 규모는 여전히 증가 추세에 있다.

3. 결 어

모바일 콘텐츠의 전망에서 주지할 것은 현재까지 벨소리, 컬러링, 바탕화면 꾸미기 등 사용자 단말기 꾸미기 중심의 콘텐츠에서 TV 및 동영상, 게임, 음악, 애플리케이션 등 네트워크의 고도화 및 고성능 단말기를 요하는 대용량 콘텐츠로 이동하고 있는 점이다. 고기능 콘텐츠를 지원하는 스마트폰의 확산이 빠르게 이루어지면서 관련 콘텐츠 산업도 연평균 10% 가량의 증장기 전망이 나오고 있다.

지역별로 휴대폰 이용패턴의 차이는 있겠으나, 휴대폰으로 인터넷을 검색하는 인구의 수가 점차 늘고 있고, 유선과 비슷한 개방형 휴대인터넷 환경이 마련되어감에 따라

모바일 광고와 같은 연관산업에 미치는 경제적 파급효과도 클 것으로 예측되고 있다.

참고자료

- 정보통신종합연구소(2007), “급성장하는 모바일 비즈니스의 현상”, 2007. 8. 6
- Chetan Sharma Consulting(2009), “US Wireless Data Market”, 2009. 3. 2
- CNET(2009), “Wireless saving phone companies during recession”, 2009. 1. 29
- Ovum(2008), “Wireless content forecasts and methodology”, 2008. 5
- MCF(2008), “모바일 콘텐츠의 산업구조 실태에 관한 조사 결과”, 2008. 7. 18
- Seedplanning(2009), “2008~2009 일본 인터넷광고 시장 동향 조사 보고서”, 2009. 1. 27
- Strabase(2009), “News Brief, 2008년 미 이통사 데이터 매출 340억 달러 돌파”, 2009. 3. 5