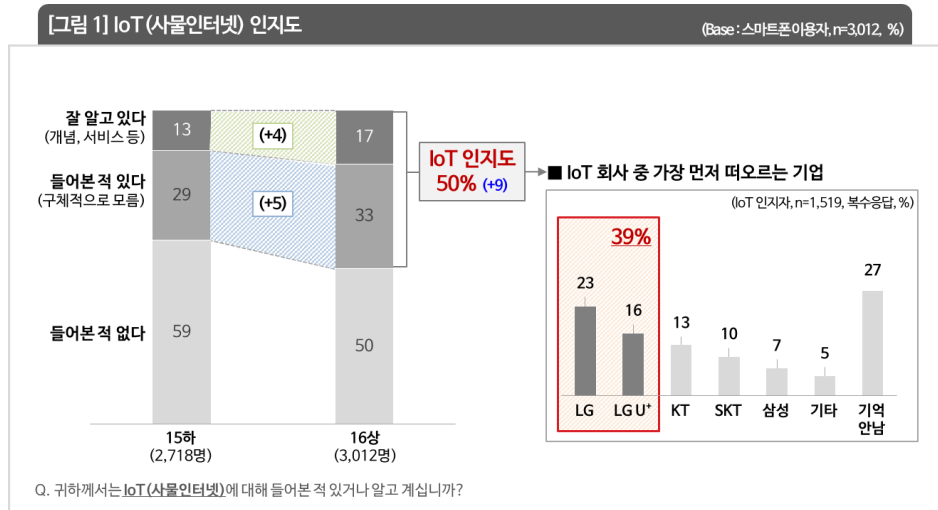


갈 길 먼 홈 IoT, 잘 모르고 비쌀 것 같아서...

- IoT(사물인터넷), 1/2은 '아직 들어본 적 없다'
- 홈 IoT 이용해 볼 생각 있지만 유료라면 '글썸'
- 시작은 LG·LG U+, 실속은 SKT와 삼성아?

국내 홈 IoT(스마트 홈, 이하 '홈 IoT') 기술은 SKT·KT·LG U+ 등 이동통신 3사와 LG·삼성 등 전자 업체를 중심으로 이미 상당 부분 상용화 되었다. 실시간 안전감시 및 보안 기능뿐 아니라 사람의 조작 없이 알아서 작동한다는 편리함 덕분에 '홈 IoT' 수요가 빠르게 늘어날 것으로 예상되었으나, 아직까지 소비자의 반응은 미지근하다. 가장 큰 장애는 아직 잘 모르고 있다는 점과 비용에 대한 거부감 때문으로 보인다.

이동통신 전문 리서치기관인 컨슈머인사이트(前 마케팅인사이트, 대표 김진국)는 2005년 이래 연 2회 실시해 온 이동통신 기획조사의 제 23차 조사(2016년 4월 실시)에서 스마트폰 이용자 3,012명에게 'IoT(사물인터넷)'에 대해 어느 정도 알고 있는지 물었다. 6명 중 1명(17%)만이 '잘 안다'고 했고, 3명 중 1명(33%)은 '들어 본 적이 있다'고 했다. 나머지 절반(50%)은 '들어본 적 없다'고 답해 아직까지는 소수의 소비자만이 알고 있다고 할 수 있다. IoT를 안다는 답은 6개월 전에 비해 9%p 올랐지만 기대만한 증가세라 보기 어렵다[그림1].



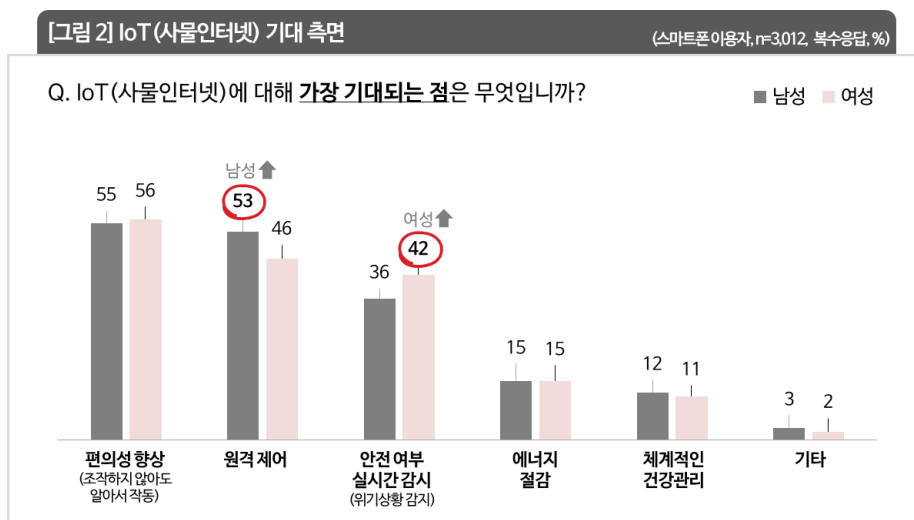
For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

IoT에 대해 들어본 적 있다는 소비자들에게 'IoT하면 가장 먼저 떠오르는 회사'를 물었다. LG가 23%, LG U+가 16%로 1, 2위에 올랐는데 이는 LG U+가 지난해 7월 국내 최초로 홈 IoT 서비스를 상용화한 이래 가입자가 30만명을 돌파하는 등 현재까지 업계를 선도하고 있기 때문인 것으로 보인다. KT와 SKT가 그 뒤를 따르는 것(각각 13%, 10%)으로 미뤄 홈 IoT 시장이 통신사 중심으로 전개 되고 있음을 알 수 있다.

IoT 서비스에 가장 기대되는 측면(효익)에 대해서는 사람이 직접 조작하지 않아도 알아서 작동하는 '편의성'이라고 답했다. 다만 남성은 '원격 제어', 여성은 보안/감시 기능을 통한 '안전'에 대한 기대가 상대적으로 높았다[그림2].



한편 홈 IoT 서비스에 대해서는 61%가 이용의향이 있고, 39%는 없거나 유보적인 것으로 나타났다. 다른 서비스와 마찬가지로 이용의향에 가장 큰 영향을 주는 것은 '이용 요금'이다. 이용 의향자의 38%는 무료, 22%는 5천원 이하만을 생각하고 있다. 또한, 홈 IoT 이용에 대해 부정적이거나 유보적인 사람들 역시 가장 큰 이유로 '이용 요금이 비쌀 것 같아서(49%)'를 들었다[그림3]. 현재로는 5천원 이상의 요금으로는 진입이 어려울 것임을 보여준다.

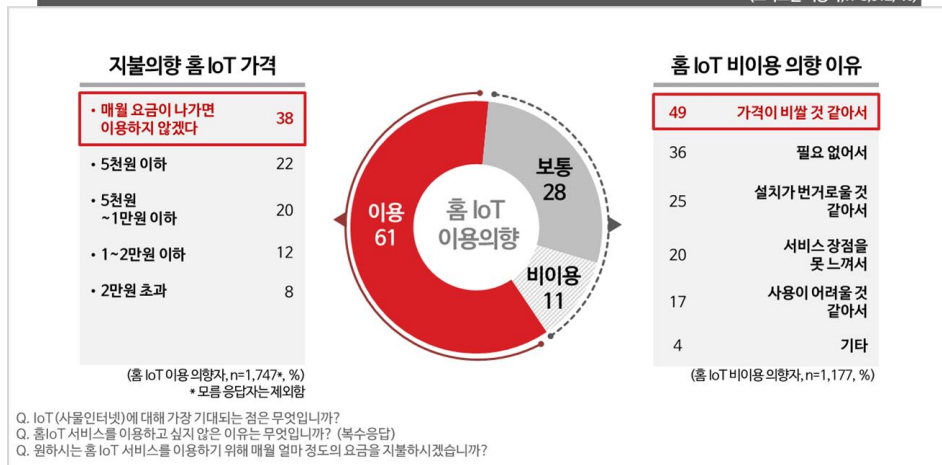
For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[그림 3] 홈 IoT 서비스 이용의향

(스마트폰 이용자, n=3,012, %)

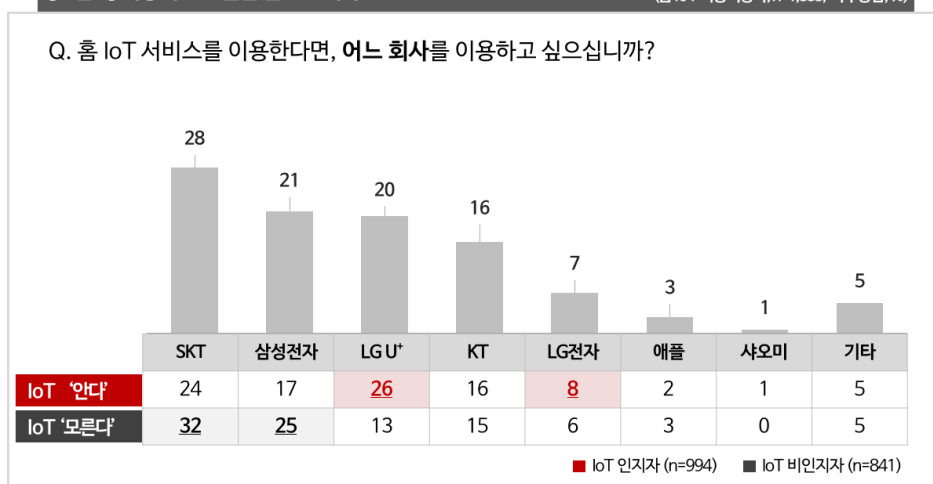


홈 IoT 서비스를 이용해 보고 싶은 회사로는 SKT(28%)와 삼성전자(21%)가 상위를 차지했다. 인식 상에서 IoT하면 가장 먼저 떠올랐던 기업이 LG·LG U+라는 점과 대조적이다. 이러한 차이는 IoT에 대해 잘 몰랐던 경우에 더 두드러졌는데 가장 이용자가 많은 1위 기업에 대한 선호가 반영된 것으로 보인다(그림 4).

IoT를 알고 있던 경우에는 LG U+를 가장 많이 떠올렸지만 압도적인 수준은 아니었다. LG U+가 IoT 기업으로는 인지도가 가장 높음에도 실제 가입까지의 연결은 쉽지 않아 보이는 이유이다. LG U+가 1위 기업의 추격을 뿌리치고, 선점 효과를 계속 누리려면 IoT가 이동 통신 서비스의 한 부분이라는 인식의 틀을 깰 필요가 있어 보인다.

[그림 4] 이용해보고 싶은 홈 IoT 회사

(홈 IoT 이용의향자, n=1,835, 복수응답, %)



For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

홈 IoT 서비스의 광범위한 보급은 필연이지만 아직 갈 길이 멀다. 환경도 관련 기기도 라이프스타일도 함께 변해야 한다. 현재 약간 앞서있다고 안심할 수 없고, 뒤처져 있다고 못 따라갈 것도 아니다. 다가올 변화를 잘 예측하고, 적절한 시점에 소비자가 원하는 서비스를 제공하는 기업에 미래가 있을 것이다.

=====

컨슈머인사이트는 2005년 상반기 이후 11년간 연2회 대규모 기획조사를 실시해 왔습니다.

위 결과는 '16년 상반기(23차) 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다.

응답대상자	전국 14세~64세 휴대폰 사용자	[누적 표본구성 현황] 총 1,738,207명			
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP (Invitation Based Panel)	차수	사례수	차수	사례수
표본추출방법	성/연령 고려 할당 추출	23차	39,355	11차	88,876
자료수집방법	이메일 조사	22차	40,172	10차	85,935
표본 수	회당 4만명 (16차부터) * 15차까지 회당 8만명 이상	21차	40,461	9차	74,893
주요 정보	이동통신 이해 및 시장 Trend 파악 이동통신 서비스 및 단말기 품질경쟁력 파악	20차	41,874	8차	76,469
조사 주기	년 2회 (Bi-annual) 수행 상반기 3~4월, 하반기 : 9~10월 자료수집	19차	41,390	7차	92,210
		18차	42,195	6차	100,615
		17차	44,168	5차	100,752
		16차	73,365	4차	100,901
		15차	88,967	3차	100,000
		14차	81,344	2차	110,455
		13차	85,605	1차	100,779
		12차	87,426		

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984

e-mail: parkkh@consumerinsight.kr, homepage: www.consumerinsight.co.kr

For more Information

문의: 박경희 수석부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr