

스마트워치 '갖고 있다' 1%, '사겠다'는?

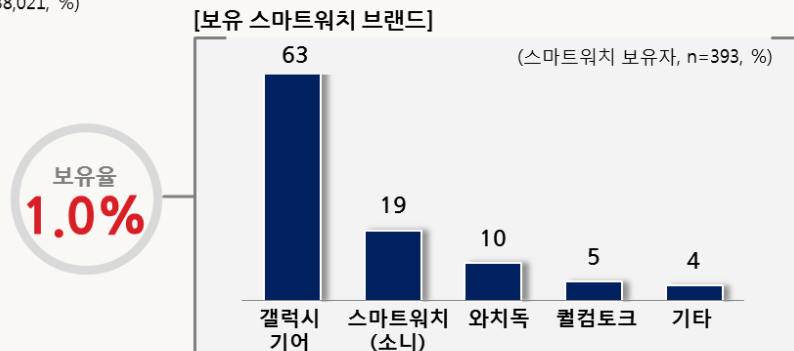
- 향후 '스마트워치 사고 싶다' 25%에 불과
- 아직은 필요성 못느껴

스마트폰 시장이 성숙기에 진입하면서 단말 제조사들은 스마트워치를 새로운 동력으로 시장 성장의 기회를 모색하고 있다. 2012년 4월 소니의 스마트워치를 시작으로 삼성의 갤럭시 기어 시리즈(갤럭시 기어, 기어2, 기어2 네오, 기어 핏)등 차세대 스마트워치가 계속해서 출시 되고 있다. 그러나 스마트워치의 국내 시장 침투율은 아직 1%에 지나지 않으며, 앞으로 사겠다는 의향 역시 25%에 불과했다.

이동통신 전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표 김진국)가 스마트폰 이용자 38,021명에게 스마트워치 보유 현황에 대해 물었다. 전체 응답자의 1%만이 스마트워치를 갖고 있었으며 보유 스마트워치 브랜드는 삼성의 '갤럭시 기어'가 63%로 가장 높았다. '갤럭시 기어'는 소니의 '스마트워치'(19%)보다 3배 이상의 점유율을 보여 시장 내 선도 브랜드로서의 지위를 확인할 수 있었다[표1].

[표1] 스마트워치 보유 현황

(14~64세 스마트폰 이용자,
n=38,021, %)



Q. 귀하께서 현재 스마트폰에서 이용 중인 주변기기/악세서리를 모두 선택해 주십시오.
Q. 귀하께서 이용 중인 스마트워치 브랜드는 무엇입니까?

For more Information

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

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

현재 스마트워치를 가지고 있지 않은 스마트폰 사용자를 대상으로 이용 의향을 묻은 결과, 응답자의 1/4만이 스마트워치를 이용하고 싶다고 응답했다. 특히 20, 30대는 이용 의향이 1/5 수준으로 더욱 낮아 IT기기 얼리어답터층에서 수용적일 것이라는 일반적 예상과 대조적인 결과를 보였다[표2].

스마트워치를 살 생각이 없는 이유로는 '스마트폰으로 충분해서/필요 없어서'가 60%로 가장 높았으며, 이어서 '가격이 비싸서'(39%), '쓸 수 있는 어플이 한정적일 것 같아서'(24%), '화면 UI 등이 사용하기 불편할 것 같아서' (24%) 순이었다[표3].

[표2] 스마트워치 이용 의향

(스마트폰 보유자, 5점 척도, %)

의향 있음	25	28	23	37	21	20	30	26
보통	30	30	31	25	24	31	35	32
의향 없음	44	42	46	38	55	49	35	42
	전체	남자	여자	10대	20대	30대	40대	50대 이상
	(2,881)	(1,457)	(1,424)	(203)	(612)	(650)	(683)	(733)

Q. 귀하께서는 이러한 '스마트워치'를 얼마나 이용해보고 싶으신가요?

[표3] 스마트워치 비이용 의향 이유

(비이용 의향자, n=2,147, 복수응답, %)

스마트폰으로 충분해서/필요 없어서	60 ✓
가격이 비싸서	39
쓸 수 있는 어플이 한정적일 것 같아서	24
화면 UI 등이 사용하기 불편할 것 같아서	24
착용감이 좋지 않을 것 같아서	19
배터리가 금방 닳을 것 같아서	18
디자인이 별로여서	17

* 응답비율 낮은 나머지 항목은 제시 하지 않음

Q. 귀하께서 '스마트워치'를 이용하고 싶은 이유는 무엇인가요?

삼성전자가 지난해부터 갤럭시 기어 시리즈를 출시하며 시장 선점에 나선 가운데, 올 하반기부터 LG-구글 합작의 G워치와 애플의 아이워치가 출시를 앞두고 있어 본격적인 대전이 펼쳐질 예정이다. 하지만 아직까지 대중에게 스마트워치는 낯선 제품이고, 그 필요성에 대한 인식은 형성되지 못하고 있다. 스마트워치가 차세대 공략상품으로 성공하기 위해서는 '스마트폰만으로도 충분하다'는 소비자들의 인식을 바꾸는 것이 우선되어야 할 것으로 보인다. '스마트워치로 인해 얻을 수 있는 가치'를 보여주고, 필요성을 증명할 수 있어야 시장의 호응을 얻을 수 있을 것이다.

For more Information

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

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[제 19차 이동통신 기획조사 개요]

- 조사명: 2014 상반기 이동통신 기획조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 14 ~ 64세 휴대폰 보유자
- 조사내용: - 이동통신 서비스 및 단말기 구매/사용행동, 만족도, 브랜드 선호도 등
통화/제품 품질 평가 (경험품질)
- 조사기간: 2014년 3월 24일 ~ 4월 15일
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 41,390명
(이 중 스마트워치 보유 관련 문항은 38,021명을 대상으로 질문한 내용임)

위 조사 결과는 이동통신 전문 리서치회사인 (주)마케팅인사이트(대표: 김진국)에서 2014년 4월 실시한 '19차 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다. 이 조사는 매년 2회 상/하반기로 나누어 4월과 9월에 실시되며, 매회 4만여명의 이동통신 소비자가 참여하는 국내 유일의 이동통신 전문 기획조사입니다.

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

For more Information

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

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr