

2012 ICT 서비스 시장 및 전망

고순주

한국전자통신연구원

요 약

본 고에서는 2012년 ICT 서비스 시장을 견인할 핵심 요소를 “인간 중심(Human-oriented)”으로 보았으며, 인간중심 ICT 서비스 실현을 위해 ‘편리성(convenience)’, ‘지능화(Intelligence)’, ‘감성화(emotion)’라는 기술적 요소가 필요하다고 판단했다. 이를 바탕으로 2012년 ICT 서비스의 주요 트렌드는 ①4G 이동통신서비스의 본격화, ②클라우드 및 N스크린 서비스의 확대, ③새로운 스마트 TV 시대, ④유료방송의 스마트화와 OTT, ⑤SNS이용 확대와 부작용 해소 기반 마련, ⑥태블릿 PC의 이용 기반 확대 등으로 보였다. 그러나 ICT 기술 및 시장의 급변하는 속도로 볼 때에 현재 시점에서 예상할 수 없는 새로운 가능성은 언제나 열려있다 하겠다.

1. 서 론

2000년 이후 ICT 서비스의 진화에 영향을 미친 키워드는 “융합(convergence)”이라 생각한다. 디지털화가 진행되면서 시작된 융합 현상은 2005년 DMB, 2008년 IPTV 도입을 이끌어냈으며, 통합 규제기관으로서의 방송통신위원회 설립을 가능하게 했다. 그러나 세계적으로는 2007년, 국내에서는 2009년 말 iPhone 도입을 시작으로 확산된 “스마트폰(smartphone)” 혁명은 물리적·수평적 융합을 넘어서 화학적·복합적 융합을 주도하며 새로운 ICT 서비스 이용 행태를 양산하고 있다. 2010년 초 영화 Avatar 흥행 이후 “3D”가

ICT 미디어 서비스를 주도하는 듯 보였으나, open market(앱) 중심의 스마트폰 생태계 확산, 2010년 9월 Google의 스마트 TV 출시를 계기로 2011년에는 스마트 TV가 논의의 중심에 서면서 N-Screen, 클라우드 서비스와 함께 ICT 서비스는 ‘스마트’의 시대로 나아가고 있다.

최근 2012년 ICT 산업을 주도할 기술, 시장, 서비스, 이슈 등을 전망해 보려는 노력의 결과들이 하나 둘 나오고 있다. NIPA는 2012년 IT산업 10대 이슈를 조사하여, 빅 데이터, 스마트 기기, Window 8, 차기 정부 IT정책, 차세대 부품(차세대 메모리 반도체, TV용 AMOLED 양산), IT융합, 차세대 TV, 정보보호, 4G, 클라우드를 발표하였으며, Gartner는 IT기업들이 주목해야 할 10대 IT 전략기술과 트렌드로 미디어 태블릿, 모바일 중심 애플리케이션 인터페이스, 문맥 및 소셜 유저 경험, 사물기반 인터넷, 앱 스토어와 마켓 플레이스, 차세대 분석기술, 빅 데이터, 인-메모리 컴퓨팅, 초절전 서버, 클라우드 컴퓨팅 등을 제시하였다. 또한 최근 삼성SDS는 2012년 IT 8대 메가트렌드로 소비자 지향적 기술의 대중화(Popsumerization), 네트워크를 통한 소비자들의 협력적 소비, 게임 매커니즘을 활용한 비즈니스, 웹을 통한 사물의 연결과 제어, 소셜분석(Socialytics), 삶의 질을 향상시키는 IT, 모바일 컴퓨팅 보안, 플랫폼 전쟁 등을 제시하였으며, 플랫폼 네트워크(platform network), 커넥티드 디바이스 & 피플(connected device & people), 그리고 인간(Human)이 핵심 키워드라고 하였다.

이러한 이슈, 전략기술, 트렌드를 보면, 2012년 ICT 서비스 시장을 견인할 핵심 요소는 “인간 중심(Human-oriented)”의 삶의 질 향상이지 않을까 생각한다. 인간중심이라는 용어는 ICT 업계에서는 오래전부터 사용되어 왔지만, 간단하

면서도 혁신적인 UI/UX를 채택한 iPhone을 계기로 다시 핵심적인 요소로 부각되고 있다. 이로 인해 기술적인 측면에서는 '편리성', '지능화', '감성화'를 지향하는 연구개발이 세부적인 트렌드가 되고 있으며, ICT 서비스는 이용자들이 ICT 서비스를 이용하면서 겪고 있는 불편 요소를 해소하거나 새로운 경험을 제공하여 삶의 질을 향상시키는 방향으로 발전할 것으로 보인다. 즉, 현재 스마트 모바일 단말을 통해 대용량 콘텐츠를 이용하는데 있어서의 불편을 해소하기 위한 ①4G 이동통신서비스의 본격화, 늘어나는 스마트 단말로 인해 발생하는 콘텐츠 이용의 불편을 해소하기 위한 ②클라우드 및 N 스크린 서비스, 스마트 단말 이용 불편을 최소화시키기 위해 혁신적인 UI/UX를 탑재한 ③스마트 TV, 기존 유료방송의 한계를 극복하고 좀더 많은 재미와 유익을 제공하고자 하는 ④유료방송의 스마트화와 OTT, 개인정보 침해, 소셜 커머스 이용 불편 등을 해소한 ⑤SNS의 내실화 및 지속적 이용 확대, 알맹이 없는 태블릿 PC의 한계를 극복하기 위한 ⑥태블릿 PC 이용기반의 확대 등을 들 수 있다.

이러한 관점에서 본 고에서는 2011년의 ICT 서비스의 주요 특성들을 되짚어 보면서 2012년 ICT 서비스의 주요 트렌드를 전망해 보고자 한다.

II. 2012년 ICT 서비스 시장 전망

1) 4G 이동통신 서비스의 본격화

2007년 iPhone이 세계적으로 보급되면서 새 역사를 쓰게 된 스마트폰⁰¹⁾은 미디어뿐만 아니라 ICT 서비스 시장 전체를 변화시키는 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 스마트폰이 국내에 출시된 것은 2009년 11월 28일이며, 이후 국내 스마트폰 가입자수는 급속하게 증가하여 2010년말 722만명이던 스마트폰 가입자는 2011년 10월 26일 현재 2,000만명을 돌파하였다.

스마트폰 2,000만 시대로 진입하는 과정에서 부각된 것은 트래픽 폭증 문제의 해소이다. 그리고 2011년 하반기부터 시작된 4G LTE 서비스는 이러한 문제 해소를 위한 핵심적인 서비스로 관심을 받고 있다. 특히 SKT와 LG U+가 초기 LTE 시장

01. 세계 최초의 스마트폰은 1993년 공개된 IBM사가 제작한 사이먼(Simon)이다. 그후 노키아 9000시리즈(9210, 9500) 등이 나온 바 있다.

〈표 1〉 국내 스마트폰 가입자 수 추이

(단위 : 만명)

구분	4Q 2009	2Q 2010	4Q 2010	2Q 2011	11.10월
스마트폰 가입자	80	247	722	1,487	2,000

*자료 : 각 통신사, 방송통신위원회(매일경제, 2011.10.26 재인용)

선점을 위해 경쟁을 본격화 하면서 2013년으로 예정된 전국 네트워크 구축은 시기가 앞당겨질 가능성도 점쳐지고 있다.

세계적으로 LTE 서비스 가입자 수는 2011년 563만명에서 2012년 1,630만명으로 3배 이상 성장할 전망이며, 국내 LTE 가입자는 2011년 14,200여명에서 2012년 72,500여명으로 크게 증가할 전망이다.

〈표 2〉 국내외 LTE 서비스 가입자 전망

	2011	2012	2013	2014	2015
세계(백만명)	5.6	16.3	33.6	56.2	82.1
국내(천명)	14.2	72.5	189.9	393.5	708.2

*자료 : ABI Research(2010.10)

그러나 4G LTE 서비스 확산에 걸림돌로 작용할 수 있는 요소도 많다. 즉 사업자들이 무제한 데이터 요금제를 포기하는 방향으로 전환하면서 상대적으로 요금 인상이 불가피한 데다, WiFi 등 대체망의 추가 설치에 대한 요구 증대, 이용자 스스로 네트워크를 효율적으로 사용할 수 있는 다양한 앱 개발, MVNO를 이용한 저렴한 요금제 확산 등이 그것이다.

한편 3G 및 4G 기반의 스마트폰 이용자가 증가하면서 모바일 기반 응용 서비스도 크게 성장할 전망이다. ABI Research에 따르면, 전세계 모바일 뱅킹 이용자는 2009년 5,520만명으로 2008년에 비해 2배 이상 증가하였으며, 2015년에는 4억 700만명에 이를 것으로 전망했다. 국내 역시 한국은행의 자료에 따르면, 2011년 9월 현재 인터넷 뱅킹에서 모바일 뱅킹이 차지하는 비중이 이용건수 기준으로 20.0%로서 2010년 3분기 11.7%에 비해 크게 증가하였다.

〈표 3〉 인터넷 뱅킹 중 모바일 뱅킹의 비중(일평균 기준) (단위 : %)

	2010			2011		
	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
이용건수	10.8	11.7	13.0	17.8	18.7	20.0
이용금액	1.4	1.3	1.5	1.9	1.9	2.1

*자료 : 한국은행(2011.11).

주) 2011. 2/4분기 이전 수치는 일부 은행의 이용실적 수정에 따라 이를 반영한 수치임

또한 전체 모바일 뱅킹 이용실적에서 스마트폰을 이용한 건수가 전체의 82.4%, 이용금액의 63.6%를 차지한다.

모바일 광고 시장 역시 크게 증가할 전망이다. Gartner의 자료에 따르면, 세계 모바일 광고 시장 규모는 2011년 33억 달러에서 2015년에 206억달러로 향후 5년간 약 7배가량 증가할 전망이다. 국내 시장의 경우에는 다음(아담), 구글(애드몹), LGU+(U+애드), KT(올레애드), SKT(T애드), 유튜브 등이 모바일 광고시장에 진입하면서 2011년 600억원에서 2015년 6,900억원으로 연평균 84.2% 성장할 것으로 전망되고 있으며, 온라인 광고 시장에서 모바일 광고가 차지하는 비중도 2011년 3.4%에서 2015년 25.1%로 확대될 전망이다.

2) 클라우드 및 N스크린 서비스의 확대

스마트 단말의 보급과 디지털 콘텐츠가 증가하면서 데이터의 편리한 저장과 이용을 위해 클라우드 서비스에 대한 관심이 높아지고 있으며, 통신사업자들은 새로운 수익원을 위해 클라우드 서비스에 적극적으로 대응하고 있다.

Apple이 2008년 'MobileMe'를 시작한 이후 2011년 새로운 클라우드 컴퓨팅 서비스 'iCloud'를 발표한 바 있으며, Google은 2011년 웹 기반 모바일 클라우드 운영체제를 표방한 노트북 및 넷북 운영체제 Chrome OS를 발표하고, 구글 앱스, 구글 네비게이션, 구글 어스 등을 모바일로 제공하고 있다.

국내에서는 2011년 SK텔레콤이 통합 콘텐츠 관리, N-스크린 기능이 추가된 T-Cloud를 출시하였으며, KT는 아이패드를 위한 유클라우드 홈 전용 어플과 올레 tv 유클라우드 서비스, LGU+는 2010년 U+박스에 이어 U+스마트 SME를 구축하였다.



(그림 1) 각 사의 클라우드 서비스

네트워크의 광대역화와 함께 스마트폰, 태블릿, 스마트TV, 스마트 가전 등으로 콘텐츠 이용 단말의 수가 증가하면서 개별 단말의 기본 저장 용량의 증대에도 불구하고 콘텐츠의 One Source Multi Use, Thin client 단말, 언제 어디서나 편리

한 이용을 위한 클라우드 서비스의 수요는 더욱 증가할 전망이다. 서비스 내용 또한 기존의 단순 웹하드 제공형 클라우드에서 음악, 영화 등 콘텐츠와의 결합이 강화될 것이다.

공공 및 기업 부문에서의 클라우드 컴퓨팅 도입도 확산될 전망이다. 시장조사기관 IHS iSuppli의 자료에 따르면, 이동통신사들이 공공 클라우드 서비스 시장 매출에서 차지하는 비중은 2011년 1% 미만에서 2015년에는 7%선까지 증가할 것으로 전망하였으며, NIPA의 자료에 따르면 2012년 국내 대기업 클라우드 컴퓨팅 도입율은 9.2%, 중소기업은 6.1%로 예상하고 있다.

클라우드 서비스와 함께 인간 중심의 콘텐츠 이용 패턴을 지원하는 N스크린 서비스는 동기화 기술이 발전하면서 기존과 같은 콘텐츠 이용 단말의 확대뿐만 아니라 인간의 이동에 따라 교체되는 단말간 seamless한 서비스로 콘텐츠 이용의 편리성을 한층 강화할 전망이다.

2010년 6월 CJ 헬로비전이 케이블방송을 통해 볼 수 있는 채널과 VoD 콘텐츠를 TV가 아닌 PC 등 스마트 단말로 볼 수 있는 'Tving'을 제공하였다. 2011년 들어서는 SK텔레콤이 삼성전자와 제휴하여 'Hoppin'을 선보였으며, KT가 올레 TV 유클라우드, Skylife가 슬링박스를 이용해 N-스크린을 구현하고자 하였다. 2011년 중반 이후에는 지상파 방송사업자인 MBC와 SBS가 폭(pooq), 케이블사업자인 HCN과 판도라 TV가 '에브리온 TV'를 통해 N-스크린 경쟁에 가세하였다. 이에 따라 2012년에는 N-스크린 서비스 제공을 둘러싸고 지상파 방송, 유료방송 간의 경쟁이 치열해질 전망이다.

그러나 클라우드 및 N스크린 서비스 등은 이용 편리성에 비해 사용자가 제어하고 통제할 수 있는 영역이 매우 제한적이기 때문에 서비스의 지속적인 발전을 위해서는 정보보호 등 보안 문제가 선결되어야 한다.

3) 새로운 스마트 TV 시대

2007년 3월 1세대 iTV(애플이 개발한 셋탑박스)로부터 시작된 스마트 TV는 2010년 9월 Apple의 2세대 iTV, Google과 제휴한 Logitech의 Revue(구글 TV 셋탑박스) 출시로 새로운 주목을 받았지만 보급이 크게 확산되지는 않았다. 그러나 2011년에는 삼성전자와 LG전자의 3DTV와 스마트TV 제품이 경쟁하면서 보급 속도가 급속하게 진행되고 있다. 이런 가운데, 지난 10월 28일 Google이 새로운 Google TV 전략,

즉 TV형 단말, 안드로이드 3.1(허니콤), 새로운 인터페이스, 향상된 검색과 TV앱을 발표하면서 스마트TV에 대한 관심은 더욱 높아지고 있다.

2012년에는 애플의 iTV 3세대(셋탑박스가 아닌 TV로 예측되고 있음)의 출시가 예정되어 있고, 이 iTV를 기반으로 iHome 혁명을 주도하겠다는 전략을 추진하고 있어, 스마트TV를 중심으로한 미디어 시장의 변화가 예고되고 있다.

이 외에도 2012년 12월 31일 아날로그 종료, 음성 및 제스처 인식 등 이용 편리성을 증대시킨 혁신적인 UI/UX의 등장, TV 기반의 다양한 앱 콘텐츠 확대 등이 진행된다면, 2012년에는 스마트TV단말의 보급 확대뿐만 아니라 내용적인 측면에서도 스마트TV의 성장을 예측해 볼 수 있다.

그러나 기존 유료방송과의 상생적 협력, 네트워크 트래픽 유발에 따른 비용분담, Killer 콘텐츠 확보, 리모콘 이용의 불편함 개선 등은 서비스 확대를 위해 선결되어야 한다.

4) 유료방송의 스마트화와 OTT

새로운 스마트 TV와 더불어 2012년에는 기존 유료방송의 스마트화가 지속될 것으로 보인다. IPTV는 2009년 1월 IPTV 실시간 상용서비스를 시작한 지 2년 8개월인 지난 2011년 8월 19일 실시간 방송 가입자 4,002, 441명을 확보하여 가입자 400만 시대를 맞이하게 되었다. VoD 가입자까지 포함하면 전체 IPTV 가입자는 443만명으로 유료방송 전체 가입자의 18%를 차지한다. IPTV는 이러한 가입자 기반을 활용하여 양방향 융합형 콘텐츠, 3D 콘텐츠, 개방성의 확대 등 가입자 기반을 공고히 할 전략을 추진할 것으로 예측된다. 이에 대응해 케이블 및 위성방송사업자들도 스마트STB 개발, 3D 콘텐츠 확대, 하이브리드 방송, N스크린 서비스를 위한 통합 플랫폼 운영 등 다양한 전략을 추진하고 있다.

특히 2012년 런던 올림픽을 계기로 3D방송에 대한 수요가 크게 증가할 것을 예측하여 유료방송 사업자들의 3D 콘텐츠에 대한 투자는 크게 확대될 전망이다.

한편 OTT(over-the-top) 서비스의 이용 증가에 따른 가입 해

지(cord cutting) 문제로 어려움을 겪고 있는 미국 유료방송 사업자들은 달리 우리나라에서는 아직까지 OTT 시장이 크게 성장하지 못하고 있는 상황이다.⁹² 그러나 OTT 서비스의 앱 제공 등 이용이 편리해 지면서 이용자가 확대되고 있으며, OTT 사업자들의 유통플랫폼 확대, 글로벌 시장 진출 등 독자적으로 적극적인 서비스를 제공하는 사례가 증가하고 있어 향후에는 국내에서도 OTT 서비스 이용자가 확대될 것으로 예상된다.

광고기반 무료 OTT 서비스 사업자인 Hulu는 지난 6월 매각을 발표했다가 10월 13일 매각 계획을 철회한 바 있다. Hulu는 M&A 과정에서 Google, Apple, Amazon, Yahoo, Dish Network 등 미국의 거대 미디어 업체가 15억~40억 달러의 인수가⁹³를 제안하는 것을 계기로 자사의 성장 가능성을 확인하였으며, 작년에 출시한 Hulu Plus의 가입자가 100만명에 육박하면서 광고매출이 증가하자 매각 계획을 철회한 것이다. 대신 Hulu는 독자적인 생존을 위해 콘텐츠 차별화, 유통플랫폼 확대, 글로벌 시장 진출 등을 추진하고 있다.⁹⁴

OTT 이용가구는 2011년 1억 3,700가구에서 2016년 5억 3,000가구로 연평균 30.8% 성장할 전망이다.

〈표 4〉 전세계 가구별 OTT서비스 단말기 이용가구 수 (단위 : 백만)

	2011년	2016년	CAGR('11~'16)
블루레이	22.3	152.0	46.7%
콘솔	66.1	135.3	15.4%
nDTV ⁹⁵	16.0	114.1	48.1%
인터넷 STB	9.7	62.3	45.0%
Hybrid STB	3.6	41.5	63.3%
PC to TV	20.26	23.9	3.3%
합 계	137.97	528.99	30.8%

*자료 : tdg(2011), KISDI(2011)에서 재인용.

주1) nDTV는 다른 단말기가 없이도 직접 인터넷에 연결하여 OTT서비스를 이용할 수 있는(built-in) TV를 의미함

또한 최근에는 VoD 뿐만 아니라 실시간 방송을 제공하는 온라인 TV 서비스가 나타나고 있다. 즉, 미국 동영상 시장에서는 'RadixTV'⁹⁶, 'Sky Angel'⁹⁷ 특정 시청자를 겨냥한 실시간 온라인 TV 서비스가 등장하였다.

02. OTT가 활발하게 이용되고 있는 미국의 경우 유료방송 이용료가 우리나라에 비해 월등히 높은 편이다. 예를 들면, Comcast의 경우 Xfinity Triple play (TV, Internet, Voice)서비스 이용료는 1년 약정시 월 99.99달러(한화 약 115,000원 정도, 1\$=1150원)인데 비해, CJ 헬로비전의 헬로세트(프리미엄HD, 광랜, 전화)는 3년 약정시 39,800원이다.

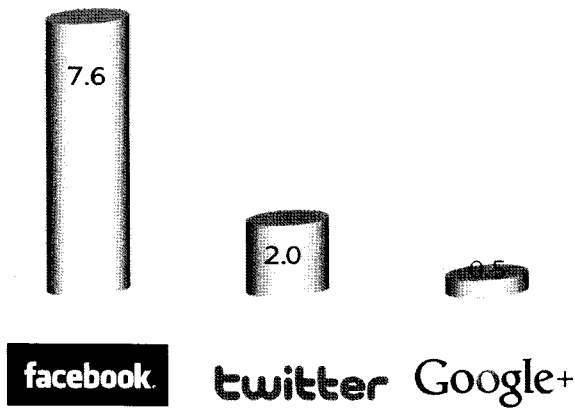
03. SNL Kagan은 Hulu의 시장가치를 20억달러 수준으로 평가한 바 있다(www.strabase.com).

04. Hulu는 유통 플랫폼 확대를 위해 10월 21일 Nintendo와 제휴, 이에 따라 월 7.99달러의 이용료를 지불하고 있는 Hulu Plus 가입자들은 11월부터 Nintendo 3DS나 Wii 게임 콘솔을 통해서 Hulu 서비스를 이용하게 되었으며, 최근에는 일본에 진출하여 유료로 서비스를 제공하고 있다. Hulu의 경쟁사인 Netflix도 Nintendo Wii, Sony의 PS3, MS의 Xbox Live를 비롯한 메이저 게임 콘솔을 통한 서비스에 나서면서 상당한 가입자 유치 효과를 거두고 있는 상황이다(www.strabase.com).

이와 같은 OTT 서비스, 온라인 TV 서비스 시장의 성장은 유료방송 업계를 위협할 수 있으며, 이에 대한 유료방송 사업자들의 적극적인 대응이 예상된다.

5) SNS 이용 확대와 부작용 해소 기반 마련

스마트폰 이용이 증가하면서 Facebook, Twitter 등 SNS 서비스 이용도 크게 증가하고 있다. 2011년 현재 Facebook 이용자는 7.6억명, Twitter는 2.0억명이며, 올해 서비스를 개시한 Google 플러스는 0.5억명으로 추산되고 있다.



(그림 2) SNS 이용자 수 현황(단위 : 억명)

사람들이 SNS에 머무르는 시간이 점점 많아지면서 social network을 이용한 서비스도 다양화 되고 있다.

Gartner의 자료에 따르면, Social Media 시장 규모(Market Revenue)는 2011년 103억 달러에서 2012년 149억달러로 전년대비 45.6% 성장하고, 2015년에는 291억 달러 규모가 될 전망이다. 특히 소셜게임 시장은 2011년 32.6억달러 규모에서 2015년 87.1억달러 규모로 크게 성장할 전망이다.

Social 광고와 연계된 커머스의 경우 2011년 특히 많은 성장을 하였는데, 국내의 경우 그루폰의 상륙, 티몬, 쿠팡, 위메프, 지금샵 등 다수의 업체가 진출하여 경쟁하고 있는 반면, 소셜커머스 상품의 질적 수준 저하, 불친절, 추가 구매요구 등 소비자 불만도 급증하고 있다.

이러한 부작용들이 최근 정책의제화되면서 2012년에는 소

05_ Radix TV는 CNBC, MSNBC, Bloomberg TV 등 경제 전문 채널을 모아 월 14.99 달러로 제공하고 있다.

06_ Sky Angel은 기독교인을 겨냥해 Hallmark channel, Fox News, Sprout, NFL Network 등의 채널을 묶어 월 14.99달러에 제공하고 있다.

<표 5> 세계 Social Media Market Revenue(2010-2015)

(단위 : 억달러)

	2011	2012	2015	CAGR '10-'15
광고	55.4	82.0	157.8	29%
게임	32.6	44.7	87.1	37%
가입비	2.4	3.1	4.9	24%
기타	12.3	19.5	41.0	37%
전체	102.6	149.4	290.7	32%

*자료 : Gartner, 2011.9.

설 커머스 업계의 자정적인 노력과 함께 정부에서도 소비자를 보호하기 위한 다양한 정책이 나올 것으로 보인다.

6) 태블릿 PC의 이용 범위 확대

2011년은 태블릿 PC의 업그레이드 버전이 속속 등장한 한 해였다. iPad2, Galaxy Tab 10.1을 포함하여 Motorola, HP, RIM, Sony, HTC 등에서도 저렴한 태블릿을 공급하기 시작하였다. 최근에는 Amazon이 안드로이드 기반 'Kindle Fire'를 발표하였는데, Kindle Fire는 199달러라는 저렴한 가격과 아마존의 방대한 콘텐츠 라이브러리, 아마존의 클라우드 컴퓨팅 서비스 'EC2(elastic computing cloud)'를 강점으로 향후 시장을 공략할 계획이다.

Strategy Analytics의 자료에 따르면, 2011년 3분기 전세계 태블릿 PC출하량은 1,670만대로 iOS가 66.5%를 차지하고 있다. 이는 2010년 3분기의 95.4%에 비해 감소한 것으로 안드로이드 기반의 태블릿(Galaxy Tab, Xoom 등)이 26.9%, Window 7 기반의 태블릿(Acer 아이코닉, ASUS Eee 패드 등) 2.4%, QNX기반의 블랙베리 태블릿 1.2% 등 태블릿의 다양한 보급에 따른 것이다.

IDC의 자료에 따르면, 전세계 Media Tablet 출하량은 2011년 6,250만대에서 2012년 8,370만대로 전년 대비 33.9% 증가할 전망이다.

<표 6> 태블릿 PC OS별 출하량

(단위 : 백만대, %)

구분	2010년 3분기		2011년 3분기	
	출하량	비율	출하량	비율
iOS	4.2	95.4	11.1	66.5
Android	0.1	2.3	4.5	26.9
Window	0.0	0.0	0.4	2.4
QNX	0.0	0.0	0.2	1.2
기타	0.1	2.3	0.5	3.0
전체	4.4	100.0	16.7	100.0

*자료 : STRABASE(2011.11)

〈표 7〉 전세계 Media Tablet 출하량 전망 (단위 : 백만달러)

	2011	2012	2015	CAGR '10-'15
출하량	62.5	83.7	135.1	50.0%

* 자료 : IDC(2011.9)

태블릿PC의 보급이 본격화되면서 2012년에는 태블릿PC가 다양한 용도로 활용될 전망이다. 최근 KT가 스마트홈 전략의 일환으로 삼성전자 갤럭시 탭8.9와 연계한 스마트 패드를 발표하였다. 스마트 패드는 가정내 유무선 네트워크와 IPTV, 인터넷전화, 스마트폰을 연계하여 스마트 홈 시대를 주도하겠다는 전략에서 나온 것이다. 또한 유뱅크 인터내셔널은 신용카드 단말기 기능과 태블릿PC 기능을 결합한 U-PAD를 선보였는데, U-PAD는 안드로이드OS를 탑재해 카드결제뿐만 아니라 무선인터넷(Wi-Fi), 매장관리 기능을 하며, 향후에는 광고 등 디지털 사이니지로 이용이 확대될 가능성도 높다.

III. 결론

지금까지 본 고에서는 2012년 ICT 서비스 시장의 주요 트렌드를 살펴보았다. 2010년이 스마트폰의 확산과 이를 가능하게 한 앱(애플스토어)을 통해 모바일 ICT 서비스의 성장을 견인했다면, 2011년은 스마트폰과 함께 스마트 TV와 태블릿 PC가 미디어 서비스의 새로운 가능성을 열면서 스마트 시대의 원년으로서 미디어 시대의 성장을 견인하고 있다. 그렇다면 다가오는 2012년의 ICT 서비스 시장과 산업발전을 주도할 핵심적인 요소는 무엇인가? 분명한 것은 2011년부터 본격화되고 있는 스마트 시대에 걸맞게 인간이 불편함 없이 언제 어디서나 어떤 단말로도 다양한 미디어서비스를 이용할 수 있는 환경이 구축될 것이라는 점이다. 또한 2012년에는 총선과 대선이라는 해로서 무엇보다도 '소통'이 중요하게 부각될 것으로 보인다. 이로 인해 기존의 방송매체 뿐만 아니라 새로 시작하는 종합편성방송, 대안방송으로 떠오르고 있는 팟캐스트, 다양한 개인방송 등 미디어 분야에 있어서의 성장도 기대해 볼 수 있다. 마지막으로 이러한 ICT 서비스 시장의 성장을 위해서는 새로운 서비스, 좀더 편리한 서비스, 좀더 즐겁고 재미있는 서비스 창출을 위한 창의적인 아이디어 발굴, 혁신적인 기술개발, 학제적 Open R&D 연구 등 ICT 분야의

R&D 체계 혁신과 투자가 선결되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] Gartner, Forecast : Social media Revenue, Worldwide, 2010-2015, September 2011.
- [2] ABI Research, 4G Subscriber, Device and Networks Market Data, October 2010.
- [3] IDC, Worldwide and U.S. Media Tablet 2011-2015 Forecast Update : October 2011.
- [4] STRABASE, 전세계 태블릿PC OS별 출하량 및 시장 점유율과 최근 동향 비교, 2011.11.4.
- [5] KISDI, OTT 서비스 사업진화 방향과 계층별 주요 쟁점, 2011.
- [6] NIPA, 2012 IT 산업 10대 이슈, 2011.10.
- [7] 한국은행, 2011년 3/4분기 국내 인터넷뱅킹서비스 이용 현황, 2011.11.
- [8] www.strabase.com
- [9] www.bloter.net
- [10] www.hankyung.com
- [11] www.mk.co.kr
- [12] www.cjhellvision.com
- [13] www.comcast.com

약 력



1997년 충남대학교 대학원 박사(정책학 전공)
 2000년 - 현재 한국전자통신연구원 책임연구원(팀장)
 2004년 일본 정보통신종합연구소 객원연구원
 2011년 - 현재 지식경제부 R&D 평가위원
 관심분야 : 방송통신 분야 정책 및 시장 분석(IPTV, N스크린 등)

고 순 주