

# 패블릿 시장에 대한 소비자 행태분석

이현식\* , 김정현\* , 임광현\*

\*한세대학교

The analysis of Consumer behavior on Phablet market

Hyun-Sik Lee\* , Kwang-Hyun Lim\* , Joung-Hyun Kim\*

\*Hansei University

E-mail : dīgustlr45@naver.com

## 요 약

2011년 삼성이 처음으로 ‘갤럭시 노트1’ 이 출시된 이후 매년 갤럭시 노트 시리즈를 출시하여 2015년 현재 갤럭시 노트4까지 출시되었다. 갤럭시 노트1의 출시로 ‘패블릿’ 에 대한 관심은 급증되었고 2013년 전체 핸드폰 중 2%밖에 되지 않았던 패블릿의 시장 점유율은 불과 1년 만에 10%까지 증가하였다. 본고에서는 향후 패블릿 시장에 대한 소비자의 반응을 분석하여 패블릿 시장을 전망하였다. 소비자행태 분석은 설문조사를 통하여 행했다.

## ABSTRACT

Ever since Samsung Electronics has released its first Galaxy Note series, it has been releasing a new different Galaxy model every year and now Galaxy Note 4 has been released in 2015. The consumers' interest in 'Phablet' has been growing since the release of Galaxy Note 1, and the market share rate for Phablet, which was only about 2 % out of the entire mobile phone market in 2013, has grown to 10% within just a year. This thesis analyzed the response of consumers about the Phablet, and expected the future of the Phablet market. Consumer behavior analysis was conducted through a questionnaire.

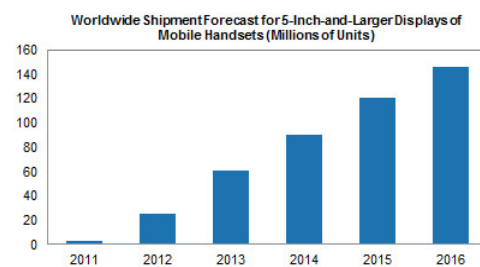
## 키워드

패블릿 , 태블릿 , 킬러앱 , 디스플레이 , 스마트폰  
Phablet , Tablet , Killer App , Display , SmartPhone

## I. 서 론

2010년 애플사가 아이패드를 출시한 이후로 태블릿 PC 시장은 꾸준한 성장세를 이어왔다[1]. 하지만 2014년 1/4분기를 기준으로 국내 태블릿 PC 시장 규모가 처음으로 축소됐다[2]. 시장조사업체인 NPD 디스플레이서치에서는 태블릿 시장 규모가 축소된 이유로 패블릿 때문이라고 설명했다[3]. 패블릿은 폰(Phone)과 태블릿(Tablet) PC의 합성어로 5~6인치 대의 디스플레이와 태블릿 기능이 포함된 스마트폰을 뜻하는 신조어이다[4].

BI Intelligence에 따르면, 패블릿 단말 출하량은 2014년 150% 성장하여 4억 6,000만대에 달할 것으로 전망되고, 2014년 이후 5년간 연평균 27% 성장하여 2019년 15억대의 출하가 예상된다[5].



Source: IHS iSuppli Research, January 2013

그림 1. 패블릿 시장의 성장세와 전망[6]

그림 1과 같이 패블릿의 시장은 급격하게 성장하고 있는 추세이다. 패블릿은 관련된 산업까지 영향을 미치고 있다. 대표적으로 웨어러블 디바이스를 예로 들 수 있다. 본고에서는 휴대전화 이용자에 대한 설문조사를 통하여 현 패블릿 시장의 실태와 향후 패블릿 시장의 성장 가능성을 분석

하였다.

## II. 국내의 패블릿 시장 동향

1888년 미국에서 사업을 시작한 코닥은 한 때 전 세계에서 16만 명 이상의 직원을 고용하며 카메라 관련 시장에서 독보적 위치를 차지했다. 그랬던 코닥은 디지털 카메라를 세계 최초로 발명해 놓고도 필름이라는 과거에 집착하여 새로운 사업에 대한 투자자와 연구를 미루다 이 분야에서 도태되었다[7]. 이렇듯 코닥은 카메라 시장에서 독보적인 위치를 차지했었지만, 변화와 시대의 흐름을 따라가 못했기 때문에 점점 경쟁에서 뒤쳐졌다.

### 2.1 킬러앱이 된 패블릿

코닥의 딜레마와 같이 태블릿 또한 유사한 경우이다. 2010년 출시이후 꾸준한 성장세를 이어오던 태블릿 시장은 2013년을 기준으로 성장세가 빠르게 둔화되었다. 급기야 2014년 4분기에는 1년 전보다 3.2% 줄어들며 처음으로 역성장을 기록하였다[8].

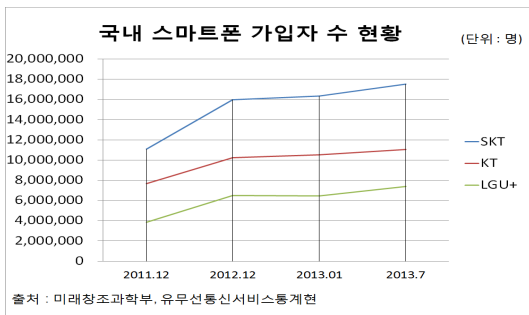


그림 2. 국내 스마트폰 가입자 수 현황[9]

그림2는 2011년부터 2013년 7월까지 국내 스마트폰 가입자 수 현황이다. 스마트폰 가입자 수는 점점 증가하는데 비해, 태블릿 PC의 출하량 전망치는 연초 대비 0.8% 감소한 수치를 보이고 있다[10]. 스마트폰의 디스플레이가 점점 대형화되고 고사양 스마트폰의 출시에 의해 태블릿 PC가 영향을 받게 되었다.

2012년 7월 일반 스마트폰인 삼성 갤럭시S3와 같은 해 9월 패블릿인 갤럭시노트2가 출시됐다. 4.8인치 디스플레이, 「Design For Human」을 지향한 갤럭시S3, 그리고 5.5인치의 대화면과 S펜의 강점을 내세운 갤럭시노트2는 모두 큰 성공을 거두었다. 하지만 그 후속작인 갤럭시S4는 5.0인치의 디스플레이로 출시되었다.

5인치 미만의 기존 스마트폰의 영역에 있던 갤럭시S 시리즈가 패블릿의 영역으로 들어오기 시작한 것이다. 뿐만 아니라 애플사에서 출시한 아이폰6+도 패블릿의 영역에 들어오면서 긍정적인

반응을 보이고 있다. 소비자패널 기반 리서치회사 칸타 월드패널이 조사한 결과 8~10월까지 아이폰 6+가 공급계약에도 불구하고 미국 전체 패블릿에서 41%의 점유율을 차지한 것으로 나타났다[11]. 구매자의 58%가 화면크기 때문이라고 설명할 정도로 아이폰6+가 많이 팔린 데는 그 화면의 크기가 가장 큰 영향을 준 것으로 판단된다[12].

이렇듯 현재 시장의 추세에 따르면 5인치 미만의 스마트폰 시장은 점점 사라지고 5~7인치 대의 패블릿 시장이 성장할 것으로 전망된다. 뿐만 아니라 태블릿 PC 시장도 패블릿에 점차 밀려 혁신적인 돌파구를 찾지 않는 한 성장이 어려울 것으로 전망된다. 패블릿이 5인치 미만의 스마트폰 시장과 태블릿 PC 시장을 모두 아우르는 ‘킬러 앱’이 되어가고 있다.

표 1 .아이폰 주요 모델의 연도별 첫 주말 판매량 추이[13]

모델	출시일자	예약주문 (24시간)	예약주문 증가율	첫 주말 판매량	판매량 증가율
아이폰	2007. 6. 29			100만대 (74일간)	
아이폰3G	2008. 7. 11			100만대	N/A
아이폰3GS	2009. 6. 29			100만대	0%
아이폰4	2010. 6. 24	60만대		170만대	70%
아이폰4S	2011. 10. 14	100만대	67%	400만대	135%
아이폰5	2012. 9. 21	200만대	100%	500만대	20%
아이폰5S/C	2013. 9. 20	미공개		900만대	80%
아이폰6/6+	2014. 9. 19	400만대		1000만대	11%

### 2.2 국내의 패블릿 시장의 현황

표2는 국내 스마트폰 단말기 시장의 점유율을 보여주고 있다.

표 2. 소비자 판매 스마트폰 Top5 모델 [14]

순위	Top1	Top2	Top3	Top4	Top5
모델	갤럭시 노트4 S-LTE	갤럭시 그랜드 맥스	아이폰6	갤럭시 노트4	갤럭시 S5 광대역 LTE-A
	SM-N916K	SM-G720N	iPhone6 64GB	SM-N910S	SM-N906S
출시일	2015년 1월	2015년 1월	2014년 10월	2014년 9월	2014년 6월
Main LCD	5.6" Super AMOLED	5.3" TFT	4.7" IPS TFT	5.7" QHD Super AMOLED	5.1" WQHD Super AMOLED
제조사	삼성전자	삼성전자	Apple	삼성전자	삼성전자

\*2015년 3월 5주

이 표에서도 볼 수 있듯이 대부분의 스마트폰 시장은 패블릿, 그 중에서도 삼성 제품이 현재 국내의 스마트폰 시장을 점령하고 있다. 그 중에서 최근 갤럭시 노트4 S-LTE가 가장 많이 판매 되었다.

갤럭시 노트4의 특징은 크게 3가지 정도로 나눌 수 있다. HD보다 4배 선명해진 Quad HD Super AMOLED와 강력해진 카메라 기능, 그리고

더욱 향상된 S펜이다. 기타 제조사인 애플의 패블릿인 아이폰6+는 심플한 디자인과 지속적인 OS 업데이트, 최적화 된 S/W를 내세우고 있다. LG전자의 G시리즈에는 비활성화 된 디스플레이를 두드려서 활성화 시키는 ‘노크온(Knock On)’ 이라는 기능을 탑재하여 차별화를 두었다[15]. 이렇듯이 패블릿 단말기들은 단순히 디스플레이만 커진 스마트폰이 아니라 각 제조사별로 획기적인 마케팅과 기능을 통해 혁신을 거듭하고 있고 이를 바탕으로 성장을 지속하고 있다.

2.3 패블릿 사용 실태조사

대체로 패블릿의 불편한 점을 꼽자면 휴대성과 한 손 조작성, 배터리의 소모이다. 패블릿의 가장 큰 장점이자 특징인 큰 디스플레이가 오히려 휴대하고 다니기에는 다소 부담스러운 점으로 작용할 수 있다. 마찬가지로 큰 디스플레이 때문에 한 손으로 조작하기 힘들다는 점, 그리고 같은 이유로 배터리의 소모가 디스플레이가 작은 스마트폰보다 더 심하다는 점을 들 수 있다. 이렇듯 패블릿 시장이 성장하고 있고, 각 제조사별로 획기적인 제품을 내놓고 있으나 패블릿에 대한 긍정적인 반응만 있는 것은 아니라는 것이다. 본고에서는 설문조사를 통하여 패블릿에 대한 소비자의 이용행태를 분석하였다.

설문조사는 2015년 04월 11일부터 14일까지 20대 남녀를 대상으로 세 부분에 대하여 설문조사를 진행하였다. 설문조사 방법으로는 포털 사이트 네이버의 네이버 폼을 이용했다. 설문조사의 내용은 5인치 이상의 패블릿 폰을 사용하는 이유, 5인치 이상의 패블릿 폰을 사용하면서 느낀 불편한 점 혹은 사용하지 않는 이유와 마지막으로 다음 휴대폰을 바꿀 때 5인치 이상의 패블릿 폰을 구매할 것인지에 대한 의향을 조사했다.

표 3. 패블릿 사용 이유에 대한 설문 결과

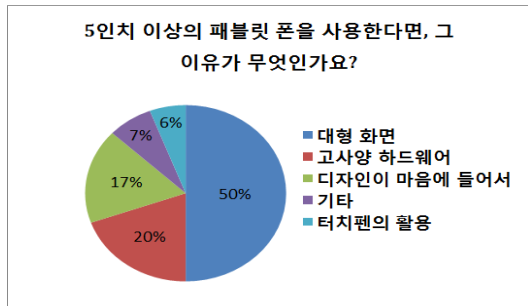


표3은 패블릿을 사용하는 이유에 대한 설문조사 결과를 보여주고 있다. 조사는 중복체크를 허용하였다. 이 결과에서 알 수 있듯이 응답자들은 패블릿을 사용하는 가장 큰 이유로 ‘대형화면’을 꼽았다. 그 다음으로는 ‘고 사양 하드웨어’, ‘터치 펜의 활용’, ‘디자인’, ‘기타’ 순으로 나타났다.

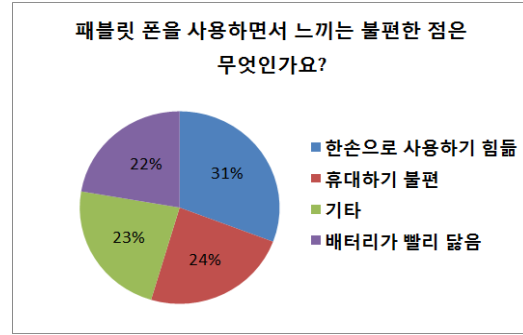
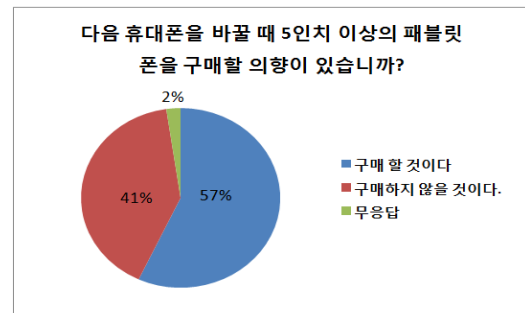


표 4. 패블릿 사용의 불편한 점 설문결과

표4는 패블릿 사용자가 느끼는 불편한 점에 대한 것을 보여 주고 있다. 단일체크를 허용하였고, 응답자 130명중 40명은 패블릿을 사용하며 ‘한손으로 사용하기 불편’ 한 점을 가장 큰 문제점으로 꼽았다. 패블릿의 가장 큰 장점이었던 ‘큼지막한 화면’ 이 이 조사에서는 단점으로 나타났다.

표5. 향후 패블릿 폰



구매 의사에 대한 설문 결과

표5는 추후에 스마트폰을 바꿀 경우 5인치 이상의 패블릿으로 바꿀 의향에 대한 것이다. 설문조사 결과 긍정적으로 답변한 인원이 130명 중 57%인 74명으로 집계됐다. 이러한 이유로는 패블릿이 그 단점을 충분히 커버할 수 있기 때문인데, 하나의 예로 단말기 별로 존재하는 기능인 ‘한손 조작 모드’ 가 있다. 한 손으로 조작하기 힘든 디스플레이 화면을 사용자가 원하는 디스플레이의 크기로 조정을 할 수 있다는 것이다

III. 결 론

본 논문은 설문조사를 통해 패블릿에 대한 소비자의 행태를 분석하였다. 분석결과 제조업체에서 패블릿의 장점으로 들고 있는 디스플레이의 크기만으로는 패블릿에 대한 시장전망이 그리 밝지 않은 아닌 것으로 나타났다. 즉, 패블릿만의 강력한 장점인 5인치 이상의 디스플레이 크기가 오히려 패블릿 시장의 전망을 어둡게 할 수도 있다는 것이다. 그러므로 패블릿 제조사들이 향후

패블릿 시장을 성장시키기 위해서는 이러한 단점을 극복할 수 있는 개선이 요구됨을 알 수 있었다. 이러한 단점을 극복하려는 노력이 보이는 제품으로는 LG전자의 G Flex와 같이 Flexible 디스플레이로 기존 직사각형 평면 디스플레이를 탈피한, 유연성과 견고성을 구비한 제품이 있다[16]. 또한 삼성전자의 갤럭시 엣지(edge)같이 생각지도 못한 디자인으로 패블릿 사용자들에게 참신성을 보이는 것도 그 다른 예가 될 수 있다. 이처럼 패블릿 시장은 제조사의 혁신적인 모델의 출시가 있을 때 시장이 확장될 수 있을 것으로 전망된다.

### 참고문헌

[1] 한국경제 「패블릿에 밀린 태블릿…판매 첫 감소」, <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2014071137731>, 2015.03.28

[2] 한국경제 「패블릿에 밀린 태블릿…판매 첫 감소」, <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2014071137731>, 2015.03.28

[3] 한국경제 「패블릿에 밀린 태블릿…판매 첫 감소」, <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2014071137731>, 2015.03.28

[4] 김윤화, 「패블릿 단말 동향 및 파급효과」, 정보통신방송정책, 제27권 2호 통권 593호, P2, 2015.02

[5] 김윤화, 「패블릿 단말 동향 및 파급효과」, 정보통신방송정책, 제27권 2호 통권 593호, P2, 2015.02

[6] IHS 아이서플라이 「패블릿 성장 가능성」, <http://it.donga.com/12872/>, 2015.03.28

[7] MBC News 「'역사 속으로'…백년 기업 '코닥'의 몰락」, [http://imnews.imbc.com/replay/2011/nwdesk/article/2949262\\_13062.html](http://imnews.imbc.com/replay/2011/nwdesk/article/2949262_13062.html), 2015.03.28.

[8] KBS News 「'혁신제품'에서 '샌드위치'로…태블릿도 사양길?」 [http://news.kbs.co.kr/news/NewsView.do?SEARCH\\_NEWS\\_CODE=3047162&ref=A](http://news.kbs.co.kr/news/NewsView.do?SEARCH_NEWS_CODE=3047162&ref=A), 2015.04.08

[9] 조화(한국인터넷진흥원 조사분석팀 선임연구원), 스마트폰 이용자의 성별, 연령별 이용현황에 대한 연구, Internet & Security Focus, 2013.11월호, P38, 2013.11

[10] 정책연구실 정책기획팀, Internet & Security Weekly, 한국인터넷진흥원, P24, 2013.09

[11] 아이폰6플러스, 美 패블릿 점유율 41% '압도적', <http://media.daum.net/digital/others/newsview?newsid=20141205061705670>, 2015.04.08

[12] 아이폰6플러스, 美 패블릿 점유율 41% '압도적', <http://media.daum.net/digital/others/newsview?newsid=20141205061705670>, 2015.04.08

[13] ZD Net Korea 「아이폰6 인기 폭발… “아직도 줄서야 구매 “」, [http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?artice\\_id=20141124133618](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20141124133618), 2015.04.08

[14] ATLAS 「소비자 판매 스마트폰 Top10 모

델」, [www.arg.co.kr](http://www.arg.co.kr), 2015.04.08

[15] 엘지전자 주식회사, 이동 단말기 및 그것의 제어방법, 1020140033660, P6, 2014.05.29

[16] 엘지전자 주식회사, 플렉시블 디스플레이 장치(Flexible display device), 1006675690000, P3, 2007.01.05