



Nielsen Korea  
7-9F Lotte Insurance Bldg. 51-1  
Namchang-dong, Jung-gu  
Seoul 100-778, Republic of Korea  
[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

## News Release

연락처:  
양희정 대리; [heejung.yang@nielsen.com](mailto:heejung.yang@nielsen.com);  
(Tel) 02.2122.7080; (Cel) 019.312.4971

즉시 배포용

### 우리나라 소비자, 스마트폰 구입 의향 세계 1 위: 닐슨(Nielsen)

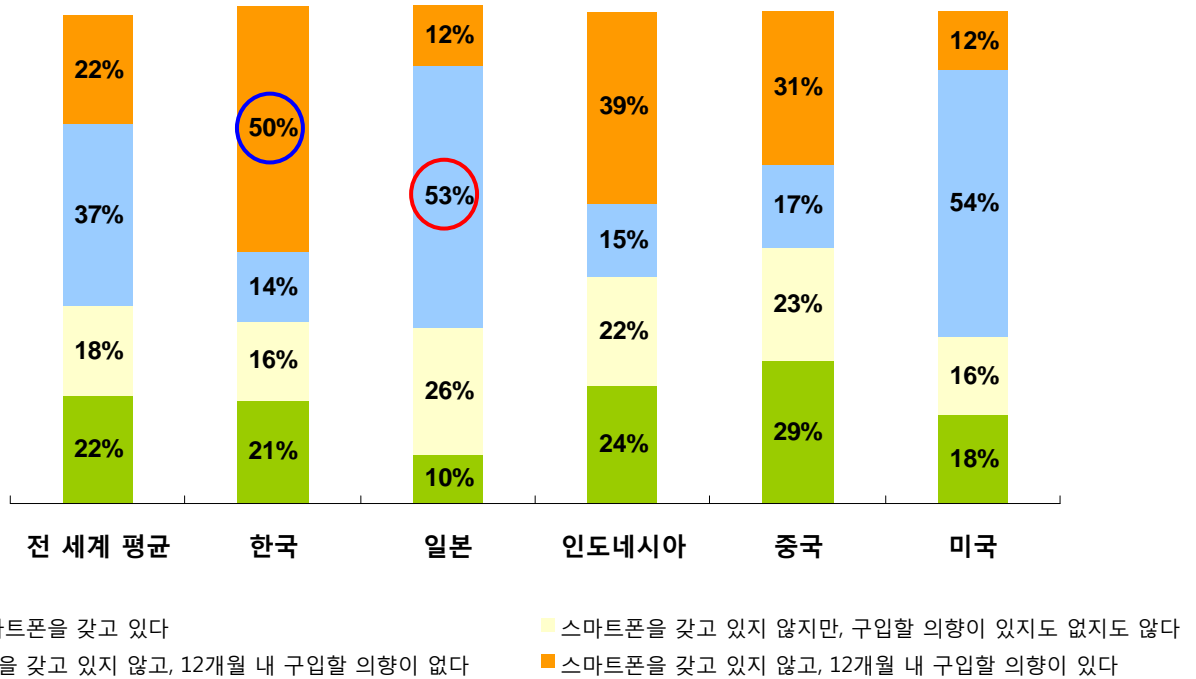
2011년 6월 9일, 서울 – 우리나라의 소비자들이 향후 스마트폰을 구입할 의향이 전 세계에서 가장 높은 것으로 조사되었다.

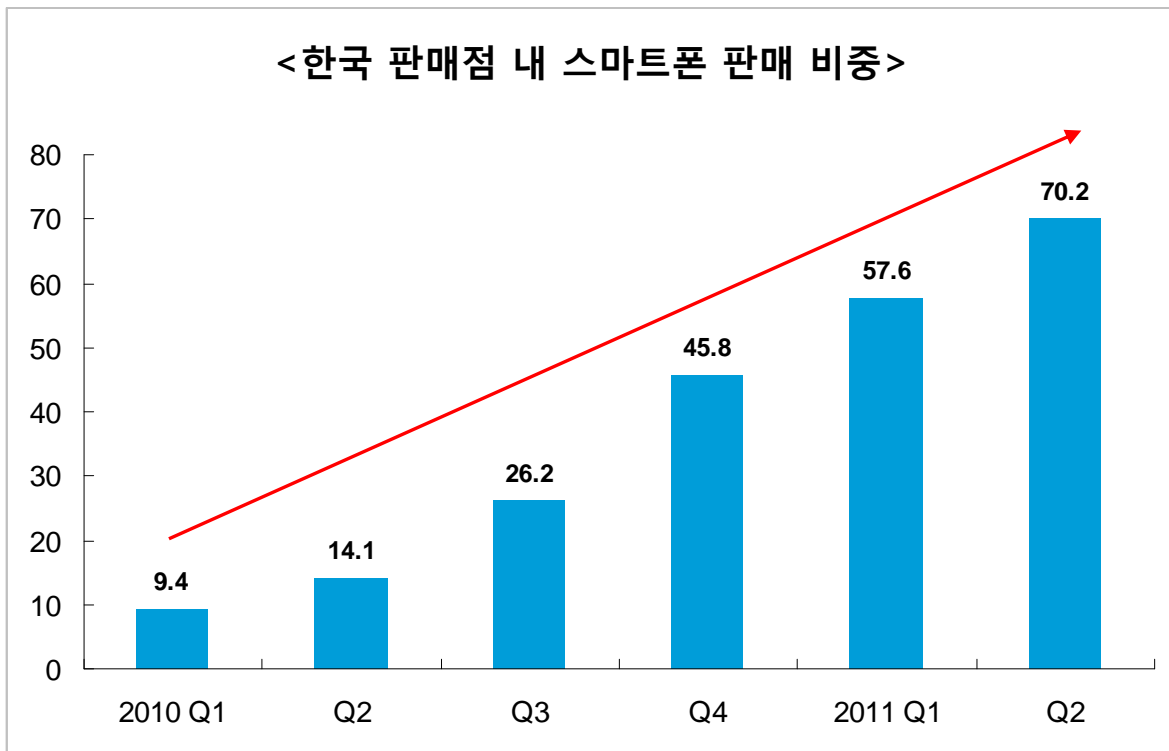
글로벌 정보서비스기업 닐슨의 조사 결과, 스마트폰을 보유하지 않은 한국의 소비자 2명 중 1명이 “향후 스마트폰을 구입할 것” 이라고 응답해 세계 전 세계 1위를 기록했으며, 연령·성별 구분없이 대부분의 소비자들이 스마트폰 구입을 원하는 것으로 나타났다.

한국에서 판매되는 스마트폰 비중도 작년 대비 60% 증가하여, 10대 중 7대가 스마트폰인 것으로 나타나 이를 반증해주었다.

반면 일본에서는 10명 중 1명(12%)만이 향후 스마트폰을 구입할 의향이 있고, 절반 이상(53%)은 구입 의사가 없는 것으로 조사되었다.

### <스마트폰 보유 여부 및 구입의향>

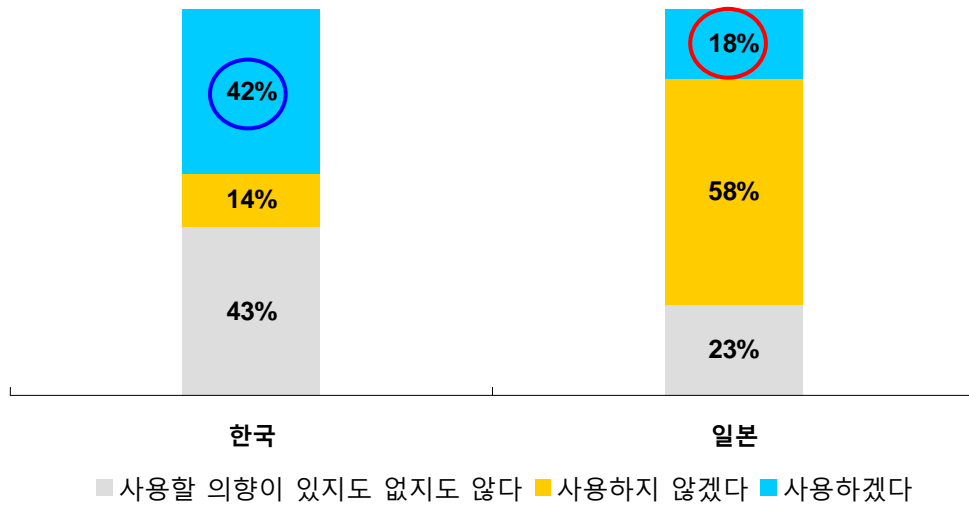




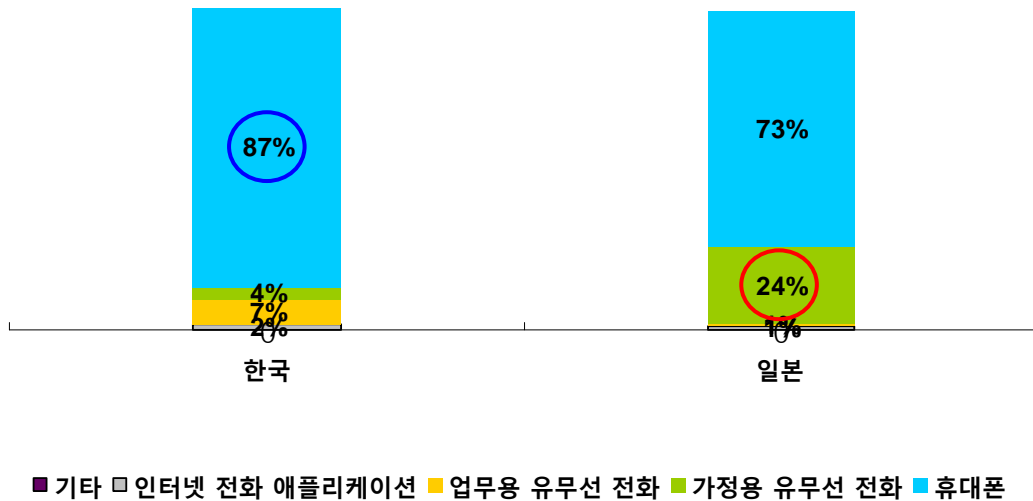
한국과 일본 소비자들은 휴대폰/스마트폰 활용도 매우 상이하게 하고 있는 것으로 나타났다.

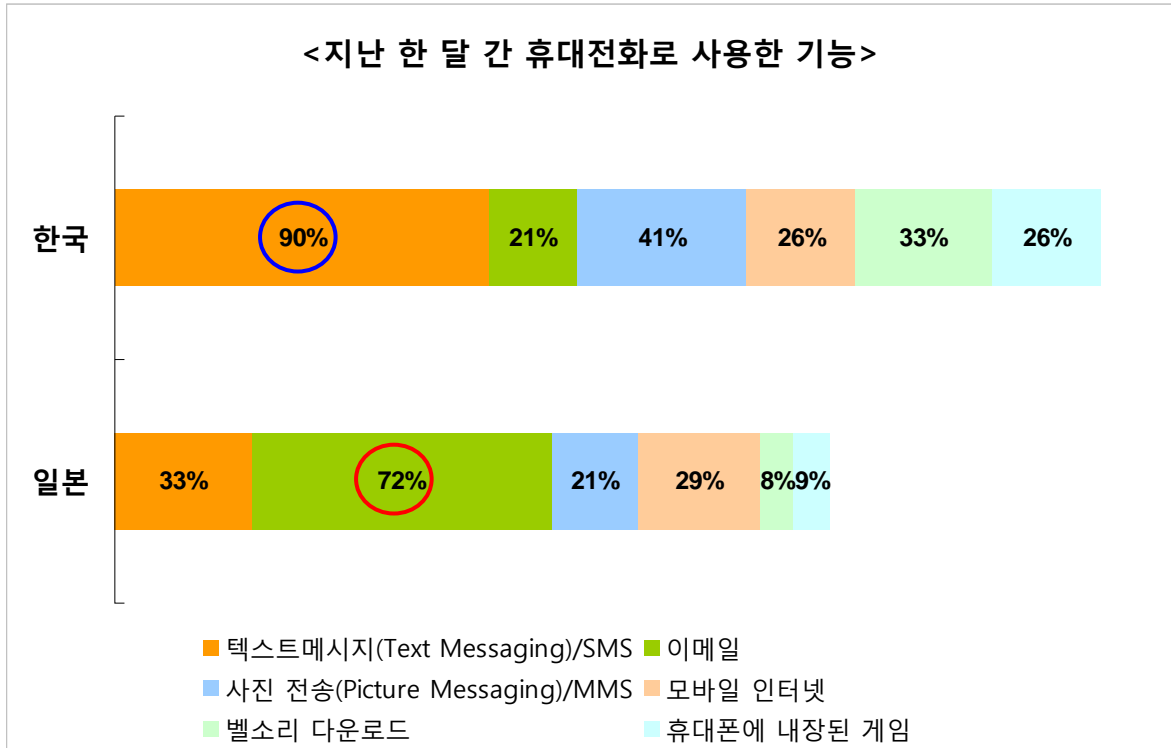
닐슨이 “상점이나 식당에서 휴대폰 결제가 가능하다면 사용할 의향이 있습니까?”라고 물은 결과, 한국에서는 42%의 소비자들이 “사용하겠다” 고 응답한 반면 일본에서는 18% 만이 이와 같이 답했다. 전화를 걸 때 사용하는 수단에 있어서도 한국 소비자들의 대부분(87%)이 휴대폰을 꼽은 반면, 일본의 소비자 73%는 휴대폰을 꼽고 24%는 가정용 유·무선전화를 사용하는 것으로 나타났다. 또한 한국의 소비자들이 지난 한 달 동안 휴대폰을 이용해 문자메시지/SMS 전송(90%)을 가장 많이 사용하는 반면, 일본의 소비자들은 이메일(72%)을 가장 즐겨 사용하는 것으로 조사되었다.

### <모바일 결제 사용 의향>



### <주요 통화수단>





(복수응답)

이에 대해 닐슨 한국과 일본의 겸임 총괄 대표이사 신은희 사장은 “한국의 소비자들이 스마트폰의 애플리케이션에 관심이 많은 것과는 달리 일본의 소비자들은 기본적으로 휴대폰을 액세서리 개념으로 외관을 장식하는 데 관심이 많다. 간단한 문자보다는 장문이 가능한 이메일을 이용한 커뮤니케이션을 선호해서 휴대폰으로도 이메일을 즐겨 쓰며, 터치페이 문화가 발달해 신용카드나 휴대폰 결제보다는 각자 계산할 수 있는 현금 결제를 선호하는 경향이 있다.”고 분석했다.

이와 함께 닐슨이 양국의 소비자들에게 모바일 애플리케이션에 대해 물은 결과, 한국 소비자의 31%가 “모바일 애플리케이션에 대해 알고 있고 관심이 있다” 고 응답했고 일본에서는 이보다 낮은 20%가 이와 같이 응답했다. 최근 3 개월 간 휴대폰으로 음악 애플리케이션을 다운로드하거나 사용한 경험이 있는지 물은 질문에 대해서는 한국 소비자의 17%가 “그렇다” 고 응답한 반면 일본에서는 5%의 소비자만이 이와 같이 응답했다.

선호하는 휴대폰 및 애플리케이션 플랫폼으로, 한국에서는 애플의 아이폰/아이튠즈가 67%를 차지하며 압도적인 선호도를 보였고 안드로이드가 37%로 그 뒤를 이었다. 한편 일본에서는 38%의 응답자가 애플의 아이폰/아이튠즈를 선호하고 다음으로는 기타(33%), 마이크로소프트(23%) 순으로 나타나 한국 보다 다양한 플랫폼을 사용하는 것으로 나타났다.

### 닐슨(Nielsen)에 대하여

닐슨(뉴욕증권거래소 티커심볼: **NLSN**)는 시장 및 소비자 정보, 미디어, 온라인, 모바일 정보 및 전시회 등과 관련된 비즈니스 시장의 세계 선두 의 정보서비스 기업이다. 한국에서는 닐슨 코리아(시장 및 소비자 정보), 닐슨코리아클릭(인터넷사용자 측정), 닐슨미디어리서치(광고정보, 광고효과 조사분석), AGB 닐슨미디어리서치(시청률, 미디어 조사분석)가 활동하고 있다. (더 자세한 내용은 [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com) 을 방문하시기 바랍니다.)