

인터넷이 PC통신 이용률 처음으로 앞질러

일 본 우정성은 '1997년도 통신이용 동향조사'에서 가정의 휴대전화 보유율이 46%에 달했다고 발표했다. 가정에서의 퍼스널 컴퓨터 보유율은 전년의 22.3%에서 28.8%로 증가했고 가정에서의 인터넷 이용률도 전년의 3.3%에서 6.2%로 배가 늘어남에 따라, 처음으로 PC통신의 이용률과 역전되었다. 한편, 자유업자와 상공자영업자 등 소위 SOHO세대에서는 PC와 네트워크의 보급이 샐러리맨 세대보다 뒤늦은 현상도 두드러졌다.

이동통신은 휴대전화의 한판승

우정성이 조사한 1997년도의 '통신이용 동향 조사'는 가정, 사업소, 기업 각각에 대해서 조사되었으며 그 중 세대조사를 기초로 최근의 정보화 현상을 살펴보기로 한다(97년 10월 시점의 조사로, 20세 이상의 세대주가 있는 전국 4,443세대로부터 회답을 받았다).

조사결과에서 가정에서의 통신기기의 보유율을 보면, 97년은 소비불황이라고 함에도 불구하고 이동체 통신기기가 가정에 단숨에 파고든 모양이 두드러졌다.

이 가운데 휴대전화의 신장은 폭발적이었는데 휴대전화의 세대 보유율은 96년의 24.9%에서 97년에는 46.0%로 거의 두배로 증가하였다. 그 외의 이동통신기기에 대해서도 PHS는 전년의 7.8%에서 15.3%로 두배 증가했고, 삐삐(페이저)도 약간이긴 하지만 15.0%에서 17.4%로 증가했다.

이런 경향은 가정 통신비 지출에서도 엿볼 수 있다. 조사에 의하면 가정의 1개월분 고정 전화비(8월분 지불이 대상)는 전년비 5.7% 증가한 7,822엔인 것에 비하여, 이동통신에 지불한 것은 전년비 두배인 6,298엔으로 늘었다.

총무청의 97년 가계조사속보에 의하면 전화통신비의 두드러진 신장이 화제가 되었는데 그 원인은 휴대전화의 보급 때문일 것이라고 하는 우정성의 조사가 그것을 뒷받침한 양

상이다(가계조사에서는 고정전화와 이동통신 비용은 분리되어 있지 않다).

다만 이동통신이 인기라 하더라도 각 통신기간의 격차가 확실히 늘어난 것이 이번 조사의 특징이다. 보유율 자체도 차이가 있지만 미보유자의 향후 보유의향률을 봐도 이미 높은 보유율을 나타내는 휴대전화의 보유의향률이 19.7%인데 비하여, PHS는 9.4%, 삐삐는 3.8%에 머물고 있다. 최근의 가입자 통계를 봐도 PHS와 삐삐는 감소로 돌아서고 있어 휴대전화의 우세로 나타났다.

오히려 주목받는 것은 팩시밀리로서 가정의 팩시밀리 보유율은 26.4%(전년은 20.7%)로 휴대전화보다는 낮지만 앞으로의 보유의향은 27.9%로 높다. 본체의 가격도 적절히 조정됨에 따라 팩시밀리가 가정용 통신기기로서 본격적인 보급기를 맞고 있다고 말할 수 있다.

PC의 보급률은 28.8%로

가정에서의 PC 보유율은 전년의 22.3%에서 28.8%로 어쨌든 신장되었다. PC를 보유하지 않고 있는 세대의 금후의 보유의향도 매우 강하고 전년의 23.3%에서 금번 조사에서는 29.8%로 꽤 상승했다. 가정용 정보기기로서는 워드프로세서의 세대 보유율이 50%로 가장 높지만 금후의 보유의향은 12%로 더이상 오르지 않는 경향을 나타내는 것과 대조적이다.

가정을 상대로 한 PC의 판매부진이 전해지는 가운데 이러한 경향은 의외로 생각될지도 모르겠다. 그 점에 관해서는 지난번 조사와의 사이에 소비세율 인상전의 반짝 수요에 의한 증가분이 있었던 것을 잊어서는 안될 것이다.

이동통신기기는 지난 조사에서 나타난 금후의 보유의향이 이번 조사의 보유율 증가에 거의 그대로 연결된 것에 비하여, PC는 그대로 반영되지 않은 경향이 있는 것도 사실

이다. PC는 초기 도입 가격이 고가라는 이유로 사고 싶다는 생각으로부터 구매까지의 회임기간이 길다는 것이 특징이다. 그 때문에 경기동향과 금후의 보유의향의 크기가 보유율의 신장에 어느 정도 반영될지는 불투명한 점이 있다.

그렇다 하더라도 미국에서는 가정 보급률이 이미 40%를 넘고 있으므로 일본에서도 가정의 잠재적 보유의향이 매우 높은 것을 감안하면 장기적으로는 일본에서도 가정의 PC 수요는 클 것이다. 그런 의미에서 가정을 상대로 한 PC 판매 부진의 원인을 시장 정세에만 맡기지 않는 메이커의 노력과 연구가 요구되는 점도 있다.

인터넷 이용세대는 6%

한편, 인터넷의 이용에 대해서는 전년의 3.3%에서 약 두 배로 확대되었다고는 하지만 가정에서의 이용률은 겨우 6.4% 정도이다. 미국 가정의 이용률은 20%를 넘고 있다고 한다. 미국과 비교하면 PC의 보유율 이상으로 인터넷의 이용은 늦어지고 있다.

97년은 가정에서의 전자 네트워크 이용의 주역이 PC통신에서 인터넷으로 전환한 해였다. 96년에는 PC통신을 이용하는 가정이 4.6%, 인터넷을 이용하는 가정이 3.3%이었는데 이번 조사에서는 PC통신은 5.7%, 인터넷은 6.4%로 이용률이 역전하였다.

양자의 병용상황을 보아도 병용하고 있는 가정이 4.5%로 가장 많고, PC통신만을 이용한다는 가정은 0.9%인데 반하여 인터넷만을 이용한다는 가정은 1.9%로 나타났다.

또한 현재 이용하고 있지 않은 가정의 앞으로의 이용의향을 보면, PC통신의 이용의향도 46.5%로 꽤 높지만 인터넷은 48.5%로 그것을 상회하는 이용의향을 보이고 있다. 앞으로 PC통신에서 인터넷으로의 시프트는 가정에서도 보다 한층 더 진행될 것이다.

단, 인터넷의 잠재적인 이용의향이 높은 것이 그대로 이용과 연결된다는 보장은 없지만, NIEFTY가 작년 가을에 실시한 생활자 의식조사에서는 인터넷의 이미지는 '사용할 수 있는 정보가 많다', '앞으로 점점 발전한다' 등 전반적으로 플러스의 평가가 높았음에도 불구하고 '친밀해지기 쉬움'에 대해서는 오히려 마이너스 평가가 나타났다. 이런 점을 해결하지 않으면 잠재 이용자는 쉽사리 진짜 이용자로

전환되지는 않을 것이다.

일본의 SOHO는 아직 전화계가 중심

우정성이 조사한 세대주의 직업별 집계를 보면 일본의 SOHO세대의 정보화 정도에 관한 흥미있는 결과를 볼 수 있다.

직업별 중 자유업과 상공업 자영 세대를 SOHO로 간주할 수 있을 것이다. 정보통신기기의 보유율에 대해서 SOHO세대와 노동자나 관리직 등의 샐러리맨 세대를 비교하여 보면 휴대전화와 팩시밀리라고 하는 전화계의 통신 기기 부문에서 SOHO세대가 샐러리맨 세대를 상회하고 있다.

워드프로세서와 PC 등의 컴퓨터계 정보기에 관해서는 오히려 샐러리맨 세대 쪽이 보유율이 높았다. 인터넷 이용률에 관해서는 양자의 차이는 별로 없지만 PC통신에 관해서는 샐러리맨 세대 쪽이 약간 상회하고 있다.

이것만을 보면 일부의 첨단적인 SOHO를 제외하면 일본의 전반적인 SOHO세대의 정보화는 아직 전화계가 중심이며 컴퓨터화와 네트워크화에 관해서는 샐러리맨 세대에 비해 늦다고 말할 수 있다.

그러한 정보화가 늦어지는 것에 대해 벤더 각 사는 SOHO야 말로 미개척된 큰 시장이라고 생각하는 이유이다. 그러나 미보유자의 PC보유 의향과 인터넷의 이용의향을 살펴 보아도 SOHO세대는 샐러리맨 세대에 비하여 PC에서 5-10점, 인터넷에서는 10점 이상 의욕이 낮은 것으로 결과가 나와 있다.

대기업을 중심으로 LAN 등의 구축이 급속히 추진된 덕택에 샐러리맨은 싫어도 컴퓨터와 네트워크에 어쩔 수 없이 매달리지 않을 수 없어 저항감이 적었던 것으로 보인다. 그것에 비하여 SOHO는 주위에 상담할 상대와 해결해 주는 사람이 적은 환경도 있고, '친숙하기 어렵다'고 하는 NIEFTY의 의식조사와 마찬가지로 의식을 가지고 있는 것으로 분석된다.

벤더는 SOHO라고 하는 미개척 시장의 크기에만 기대할 것이 아니라 SOHO의 의식을 수용하여 NEEDS를 발굴해 내는 노력없이 시장 자체가 열리지 않을 가능성을 이번 조사는 시사하고 있다. 