

Volume 3

Jun. 2013

“LTE +”

- LTE를 넘어서는 SK텔레콤의 미래

COMPANY REPORT



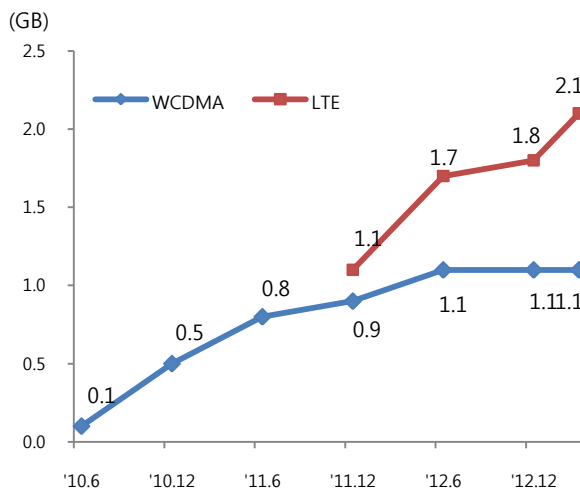
- 올해 들어 통신시장은 모바일 데이터 중심으로 극적인 전환을 이루었으며, 미디어, 게임 등 다양한 서비스들을 활용하는 데에 있어 빠른 학습능력을 보이는 국내 고객들의 성향을 감안할 때, 모바일 데이터 수요는 지속적으로 상승할 것임
- LTE-Advanced 도입에 따른 무선 네트워크의 속도 향상은 기존의 초고속인터넷, 멀티미디어의 수요까지 흡수하면서 무선 데이터의 증가 속도를 가속화 할 것임
- SK텔레콤의 데이터 상품/ 서비스, 월등히 많은 가입자 기반은 이러한 데이터 시장에서의 주도권을 유지하게 할 수 있게 할 것임
- 또한, 앞으로는 전화, 초고속인터넷, TV에 더하여 무선을 결합한 Quadruple Play가 예상되며, 모바일이 서비스 선택의 결정요소가 될 것임. SK텔레콤 무선의 강점이 유리하게 작용할 것임
- 더 나아가 당사는 이러한 모바일 데이터의 새로운 흐름이 타 산업과 융합되면 또 다른 BM을 창출하게 될 것으로 보고, 헬스케어, 솔루션 등을 통해 새로운 성장의 기회를 모색하고 있음

모바일도 '초고속' 데이터 시대로 급격히 변화중!

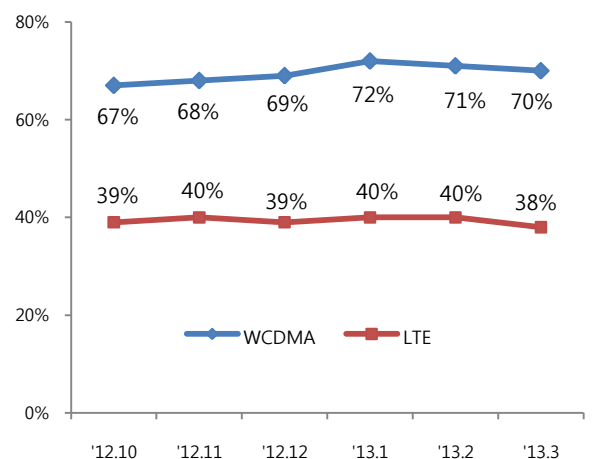
3G(WCDMA) 스마트폰 등장 이후 꾸준히 늘어나던 데이터 사용량은, LTE 도입에 따라 네트워크 속도 및 품질이 급격히 개선되면서 또 다시 지속적으로 증가하는 모습을 보임

또한, 3G에서는 데이터무제한 요금제 등에 가입한 일부 고객들이 데이터 사용량의 상당 비중을 차지하는 모습을 보였으나, LTE에서는 상대적으로 대다수 고객들의 데이터 사용량 수준이 전체적으로 증가한 것으로 나타나고 있음

[당사 네트워크별 가입자당 데이터 사용량]

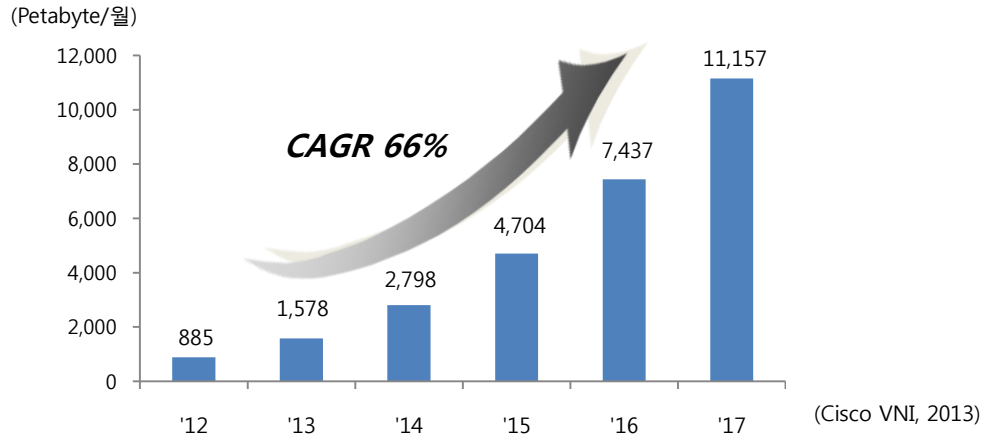


[당사 데이터 사용량 기준 상위 10% 사용자의 사용량 비중]



이와 같은 모바일 데이터 사용량 증대는 세계적으로도 유사한 양상으로 '17년까지 연간 60% 이상으로 증가할 것으로 예측되고 있음

[전세계 모바일 데이터 사용량 전망]

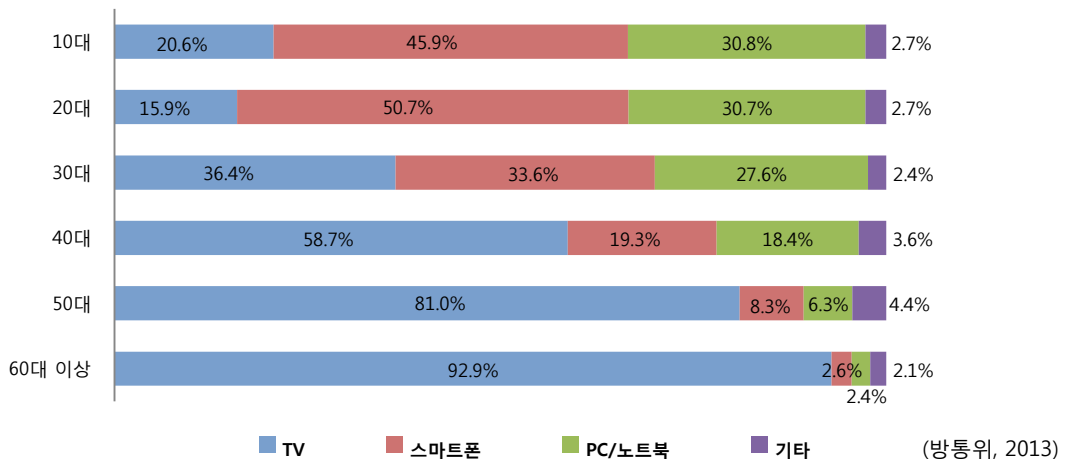


개인 미디어의 활성화가 데이터의 “Cut the cord” 현상 가속화

최근 방송통신위원회가 실시한 “필수적으로 필요하다고 느끼는 매체” 조사에서 10대~20대의 45~50%가 스마트폰을 최우선으로 꼽았음. 이는 PC/ 노트북을 월등히 넘어선 숫자이며, 향후 정보 및 데이터 소비 행위가 스마트폰, 즉 모바일을 중심으로 이루어질 것임을 명확히 보여주는 결과임

이와 같은 ‘미디어의 개인화’ 현상에 따라 스마트폰이나 태블릿이 오락, 여가 등 주 엔터테인먼트 매체인 TV와 PC/노트북을 상당부분 대체하게 될 것이며, 이에 따라 무선 데이터 사용량은 급증하게 될 수 밖에 없을 것으로 전망됨

[연령별 필수적인 매체]



LTE-Advanced, 데이터 사용량 증대의 촉매제

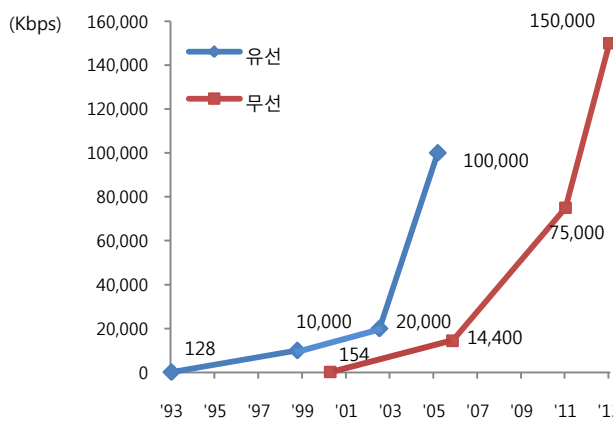
SK텔레콤은 지난 6월 26일, 세계 최초로 LTE-Advanced ("LTE-A") 상용 서비스를 시작하여 기존 LTE 대비 2배 빠른 속도를 구현할 수 있게 되었음

LTE-A 서비스는 데이터 사용을 가속화시킬 것으로 전망됨. 최근 조사 결과에 따르면 고객들은 LTE-Advanced를 통해 미디어, 콘텐츠 서비스를 활용하기를 원하는 것으로 나타나고 있으며, 당사 역시 Full HD Btv모바일 서비스, 멜론 무손실(고품질) 음원, T베이스볼 멀티뷰 등 고품질의 콘텐츠 서비스를 LTE-Advanced의 대표적인 서비스로 내세웠음

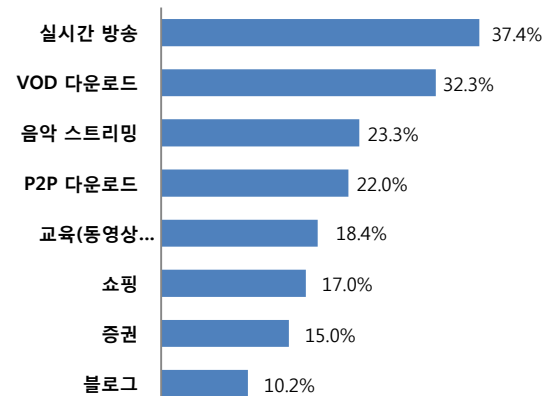
이처럼, 빨라진 데이터 속도는 최근 단말기 디스플레이의 대형화와 함께, 고품질 미디어/콘텐츠 서비스를 가능하게 하여 데이터 사용량 증대를 가속화 할 것으로 전망됨

한편으로는, 유선보다 빨라진 무선의 속도와 더욱 편리해진 'T 데이터 셰어링' 서비스로 인해, 유선 초고속인터넷 수요 일부가 모바일로 대체되는 것도 가능할 것으로 전망됨

[국내 유무선 다운로드 속도 추이]



[LTE-A로 사용하고 싶은 서비스]



(이동통신 가입자 조사, 2013)

SKT 고객은 데이터를 더 '잘' 쓸 수 있도록! - 유일무이한 데이터 상품 및 서비스

데이터 시대를 맞이하기 위해 SKT는 데이터 중심의 요금제를 출시하여 통신산업의 획기적인 변화를 선도해가고 있으며, 고객들이 새로운 LTE 서비스를 이용하여 데이터를 더욱 잘 활용할 수 있도록 하는 다양한 상품 및 서비스를 쏟아내었음

특히, 세계적으로 유일무이한 '데이터' 생성/ 선물/ 나눔(셰어링) 서비스는 고객들에게 LTE 서비스란 데이터를 많이 확보하여 각자의 필요에 따라 마음껏 활용하는 것이라는 데이터 사용의 모델을 제시함으로써, 고객들이 데이터의 '가치'를 명확하게 인식하게 하였음

또한, 젊은 층 고객의 당사 LTE 선호도가 한달 반 만에 36%로 6%p 상승(외부 의뢰)하는 등 젊은 고객들의 인식 속에 '데이터는 SKT'라는 강력한 브랜드 인식을 이끌어 내는데 성공했음

[당사 주요 데이터 관련 상품·서비스]

목적	상품/ 서비스	주요 내용	실적
선택 기준 변화 '음성 → 데이터'	T끼리 요금제	- SKT 가입자 끼리 음성 통화 무제한 이용(국내 최초 출시)	- 두 요금제 가입자 300만 명 돌파 ('13.6.12)
	전국민 무한 요금제	- 전국민 모두와 음성 통화 무제한 이용	
데이터 사용 편의성 증대	LTE 무한능력 높 앱	- 게임을 통해 데이터 생성	- 43일간 320만 다운로드, 195TB 데이터 생성
	T끼리 데이터 선물하기	- 가입자간 월 2회, 최대 2GB 데이터 선물	- 70일간 100만회
데이터 활용도 증대	T'PLE(티플) 멤버십	- 멜론, T스토어, B TV 모바일 등에서 영화, 방송, 음악, 교육, 게임 등 멀티미디어 컨텐츠 '무제한 반값' 이용	- '13.5.15 출시

Size does matter! - 가입자 기반 활용 전략/ 효율성

SKT의 가입자 base도 새로운 시대에서의 경쟁력 강화에 상당한 역할을 하게 될 것임

리텐션 프로그램 등 마케팅비용 측면의 효율성

번호이동 시행, WCDMA/ LTE 서비스 개시, 스마트폰 출시 등 국내 이동통신 시장의 다양한 disruptive한 이벤트에도 불구하고, 당사의 dominant 시장점유율에 큰 폭의 변동이 없었으며 LTE 가입자 비중이 순조롭게 증가하고 있음

SKT는 고 ARPU 가입자 유지, 가입자 기반의 stickiness 제고를 위해 리텐션 중심의 마케팅 paradigm shift을 단행했음. 고객에게 실질적인 혜택을 주면서 로열티 증대를 위해 요금약정 할인 제도를 비롯하여, 착한 기변, 데이터 리필하기 등 다양한 program 시행 중임. 과거의 보조금 중심 신규/MNP 유치에서 리텐션 마케팅으로의 전환은 해지율 감소와 규모의 경쟁에 따른 비용 효율화로 이어질 것임

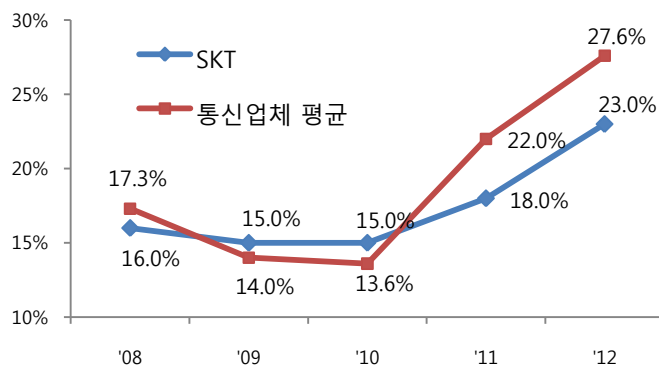
[“평생고객 · 무한혜택” 프로그램 주요 내용]

상품/ 서비스	주요 내용	실적
착한기변	- 단말기 18개월 이상 사용 고객에게 최대 27만원 단말기 할인 등 혜택	- 이용고객 100만 명 돌파
데이터 리필하기	- 2년 이상 장기 고객 대상 월간 데이터 2배로 제공(연간 최대 6회)	- 1개월 만에 50만 명 이용 - 7월 중 100만 명 이용 예상
멤버십 할인한도 리필	- 2년 이상 장기 고객 대상 할인한도 2~4만점 무료 리필	
커플 서비스	- 당사 가입자 2명이 커플로 묶이면, 영화/ 커피/ 공연 티켓 1+1, 추천 레스토랑 최대 20% 할인	- '13.5.15 출시

네트워크 투자 측면의 효율성

네트워크의 효율성 측면에서도 이러한 규모의 경제 효과는 입증되고 있는데, 당사의 매출액 대비 CAPEX를 국내 이통사 평균과 비교할 경우, 당사의 효율성이 확연히 드러나고 있음.

[SK텔레콤 및 3사 평균 CAPEX to Sales 비교]



Quadruple Play? ⇒ 모바일이 서비스 결정의 중심

무선 시장의 규제가 강화되고, IPTV 서비스가 빠르게 경쟁력을 갖추어 가면서 통신회사들은 더욱 결합상품 중심의 경쟁을 펼칠 수 밖에 없게 됨



현재 국내에는 유선전화, 초고속인터넷, TV, 이동전화를 한꺼번에 묶어 할인을 제공하는 상품이 없으나, 이중 세가지 결합상품에 나머지 하나를 더하는 방식으로 실질적으로는 Quadruple Play 형태의 경쟁이 벌어지고 있는 양상임

과거, Triple Play(전화+초고속인터넷+TV) 서비스 경쟁에서 전화나 초고속인터넷이 결정적인 요소가 된 만큼, Quadruple Play에서는 이동전화 서비스에 대해 고객들이 차별적으로 느끼는 요소(단말, 요금제, 부가서비스 등)가 결합상품 선택의 중심이 되고 있음

따라서, 무선 시장에서 확고한 경쟁우위를 점한 당사의 경쟁력이 향후 유선 및 미디어 시장으로 추가로 확장될 수 있을 것으로 전망됨

모바일 데이터 성장 ⇒ 산업간 융합을 통한 새로운 Business Model 創造

앞서 살펴본 바와 같이, 국내 이동통신 시장이 데이터 중심으로 급격히 변화함에 따라 데이터 ARPU 중심의 성장은 지속되고, 경쟁 효율성은 더욱 좋아질 것으로 전망됨

여기에서 더 나아가 통신 고객들의 모바일 데이터 사용 확대는 산업적으로도 모바일 Connectivity를 기반의 다양한 융복합 BM으로 이어질 것으로 기대됨

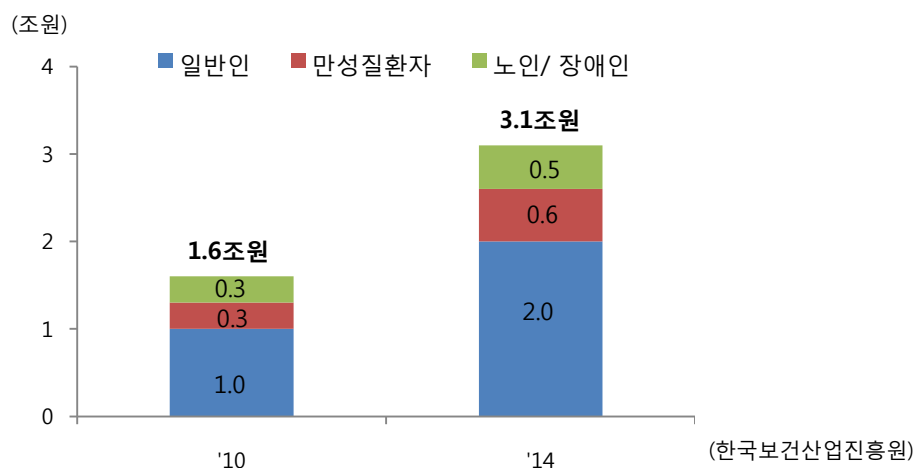
이미 LTE 네트워크 도입과 함께 모바일은 자동차, 의료, 교육, 금융, 기업 업무용 솔루션 등 다양한 산업군과 긴밀히 연계되어 시너지를 내고 있었고, 유선에 손색없는 LTE-Advanced가 상용화될 경우 이 같은 추세는 한층 가속화 될 전망임

또한, 태블릿 등 다양한 스마트 디바이스들이 등장하면서 이를 활용한 서비스 개발 요구가 각 산업에서 당사 등 ICT 영역으로 전달되고 있음

이중 무엇보다 먼저 전반적인 고령화 현상으로 인해 헬스케어 산업과의 융합이 가장 최우선적으로 주목받고 있는 상황임

당사는 지난 '11년 서울대학교병원과 '헬스커넥트'라는 JV를 설립하였고, 금년 3월에는 건강관리 서비스인 '헬스온'은 3월 SKT 직원들을 대상으로 상용 서비스에 들어갔으며, 2분기 이후 기업들을 대상으로 B2B 영업을 시작한 상태임

[국내 스마트 헬스케어 시장 규모 전망]



융합 Business Model 중 하나인 스마트 스토어의 경우 'myshop'이란 브랜드로 프랜차이즈나 소상공인들을 대상으로 POS와 매장운영 솔루션을 결합한 서비스를 제공 중에 있음

기존의 복잡한 솔루션이 아니라, 자영업자들의 눈높이에 맞는 저렴하고 심플한 사용환경을 통해 재래시장 상인들까지 편하게 사용할 수 있는 솔루션으로 자리매김해가고 있으며, 최근에는 해외에서까지 도입 가능성을 협의 중에 있기도 함



LTE-Advanced 도입을 계기로 ICT 생태계에 다시 한번 활력을!

LTE-Advanced의 진화된 서비스를 고객들이 풍요롭게 누릴 수 있게 하기 위한 혁신적인 서비스들이 더 많이 필요한 상황임

이를 위해 SK텔레콤 학생, 개발자, 협력사가 참여하는 아이디어 공모전을 비롯해 여러 partner들과 같이 생태계를 만들어 나갈 것임

데이터의 생활화 ICT 생태계의 발전은 SKT 매출 성장으로 이어져 기업가치 상승의 주요 엔진 역할을 할 것임

[첨부] '행복동행' - SK텔레콤의 'Vision 2020' 실행 전략

당사는 지난 5월 8일 기자간담회를 통해 SK텔레콤의 전략을 담은 '행복동행'을 발표하였음

- '행복동행'은 2020년까지 기업가치 100 조, 세계 100 위의 기업으로 거듭나겠다는 'Vision 2020'을 달성하기 위한 구체적 실행전략으로서 '성장형 지속가능경영'의 일환임
- '행복'은 혁신적 상품/ 서비스 중심 경쟁으로 마케팅 패러다임을 전환하고, 고객에게 실질적 혜택을 증대시키는 고객가치 중심 전략으로서, SK 텔레콤만의 차별적 경쟁력으로 자리잡게 될 것
- '동행'은 새로운 Business 인 B2B(myshop¹), BEMS²) 및 헬스케어 등을 통한 성장을 의미함. 이는 정부정책 방향과 Align 될 뿐만 아니라, SK 텔레콤을 둘러싸고 있는 ICT 생태계를 직접적으로 키워가면서, 미래성장을 담보하는 선순환적 발전 전략임
 - 1) 소상공인 대상 스마트 매장운영 솔루션. 판매, 고객, 마케팅, 경영 관리 통합
 - 2) Building Energy Management System, 건물에너지관리시스템
- '행복동행' 실천을 통해 차별적인 고객가치를 실현하고 새로운 성장기회 발굴과 新산업의 육성으로 SK 텔레콤은 모두가 함께 행복해하는 성장을 달성하고 기업가치를 획기적으로 증대시킬 것