

생활밀착형 서비스, '페리카(FeliCa)'

- ❖ 소니가 개발한 비접촉 IC기술인 페리카(FeliCa)를 기반으로 한 서비스 형태
- ❖ 카드형과 휴대폰형이 주류를 이루고 있으며, 교통업계와 이동사의 신규 수입원으로 급부상
- ❖ 승차권, 신용카드, 사원증, 선불카드, 자판기, 현관키 등 폭넓게 응용됨

서비스시장
장악

서비스 특징

- **비접촉 통신 기반 모델** : 비접촉 IC 기술인 페리카를 기반으로 해 리더/라이터 기기에 10cm 가까이 접근해도 인증처리가 가능함. 빠른 처리속도와 편리함이 장점
- **철도청과 이동사 주도** : 철도청(JR동일본)과 이동사(NTT도쿄모)의 주도하에 빠르게 보급됨. 철도청은 스이카(Suica), 이동사는 지갑폰으로 시장을 개척함
⇒ 민간철도회사도 합류, 이동3사 모두 지갑폰 판매
- **강한 파급력** : 승차권을 비롯해 신용카드, 사원증, 선불카드, 자판기, 현관키 등에 폭넓게 적용됨
⇒ 약국, 백화점, 편의점 등 전국 가맹점 이용 가능

시장 상황

- 페리카 서비스 시장은 철도청(스이카)과 이동사(지갑폰) 중심으로 형성됨. 선불형 카드 에디, 와온, 나나코 등의 후발주자가 합류함
⇒ 지갑폰은 4천만대 이상 보급됨
- 해외 시장을 주도했던 마이페어(Mifare) 방식과 일본 페리카 기술의 호환 작업 추진
⇒ 소니와 NXP반도체가 합작사를 설립해 마이페어와 페리카를 통합한 NFC(Near Field Communication) 개발을 추진함

주요 형태

- **카드형** : 스이카, 에디, 나나코, 와온 등 다수
- **모바일형** : 지갑폰



경쟁 포인트

- **빠른 처리속도와 보안성** : 서비스 차별화 포인트
- **다양한 응용성** : 페리카 서비스가 생활밀착형 서비스로 단기간내 보급될 수 있었던 이유이기도 함

시사점

- 비접촉성을 특징으로 단기간내 일본 생활밀착형 서비스로 자리매김
- 교통업계(철도청)와 이동사는 카드 시장 진출로 수익 모델 다각화에 성공
- NFC 규격이 완성되면 본격적으로 글로벌 시장을 공략하는 계기가 될 전망



평가표(5점 만점)	
수익성	4
차별성	3
충성도	4
진입장벽	3
리스크	2

[서비스 구현화면]

