

■ 세계 모바일 애플리케이션 시장 및 소비동향 ■

김영수(KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

지난 1월 11일 미국 라스베이거스에서는 세계 48개국, 3,000여 기업이 참가한 국제 전자제품박람회 ‘CES 2013’이 성황리에 마무리됐다. 올해도 2만개가 넘는 혁신적인 제품과 기술을 선보인 가운데 최근 수년간 CES의 키워드는 단연 ‘스마트’로 집약된다. 특히, 스마트폰, 태블릿 등 모바일 디바이스의 선전이 두드러짐에 따라 모바일 애플리케이션 시장 변화에도 큰 관심이 모아지고 있다. 이러한 애플리케이션 시장 변화는 지원하는 모바일 디바이스의 흥행에 따라 시장 주도권이 판가름 난다는 점에서 디바이스 출시와 무관하지 않다. 현재 애플리케이션 시장에서 가장 높은 점유율을 기록하고 있는 애플을 포함하여 노키아, 삼성, LG, 소니에릭슨, RIM, Palm 등 대다수의 메이저 휴대폰 제조업체와 구글, MS 등 모바일 OS 개발업체, Vodafone, T-Mobile 등 이동통신사들이 자사의 앱스토어를 운영하고 있다.

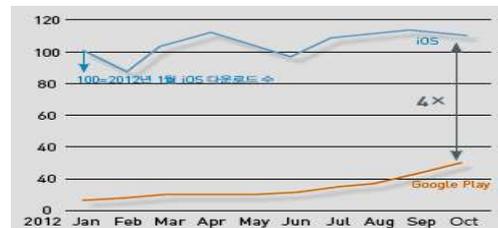
지난 2012년 11월 웹 분석기관인 App Annie는 주요 앱스토어인 애플과 구글 플레이(Google Play)의 매출추이와 국가별 동향을 조사, 발표했다. 조사는 2012년 6월부터 10월까지 5개월간 이루어졌다. 이 기간 구글 플레이의 무료 애플리케이션 다운로드 비중은 48% 증가한 반면, 애플은 3.3% 증가에 그쳤으나 전체 다운로드 수에서는 여전히 애플 앱스토어가 구글 플레이보다 10% 가량 상회하는 것으로 나타났다. 시장 조사기관인 IHS iSuppli에 따르면, 2012년 기준 애플 앱스토어 매출액은 49억 달러(일일 평균 1,342만 달러)를 기록했고 구글 플레이는 12억 5천만 달러(일일 평균 342만 달러)로 나타나 애플 앱스토어가 구글 플레이에 비해 4배 정도 높은 것으로 나타났다. 그러나 구글 플레이 매출 성장률은 2012년 들어 311%의 고성장을 기록한 반면 애플 앱스토어는 같은 기간 불과 12.9% 매출 신장세를 기록해 향후 양사간 격차는 점차 줄어들 것으로 기대된다.

[그림 1] 연간 무료 애플리케이션 다운로드 증감 추이



※출처 : App Annie(2012); 스트라베이스(2012) 재인용

[그림 2] 연간 앱스토어 매출액 증감 추이



※출처 : IHS iSuppli(2012); 스트라베이스(2012) 재인용

한편, 무료 애플리케이션의 국가별 다운로드 비중에서는 2012년 10월 기준 ‘미국’이 애플 앱스토어에서 25.8%, 구글 플레이에서 20.6%로 가장 높은 비중을 차지했는데 애플 앱스토어에서 미국의 비중은 2012년 1월 30% 비중에서 같은 해 10월 25.8%로 하락한 수치이다.

[그림 3] 애플과 구글 앱스토어의 주요 국가별 무료 애플리케이션 다운로드 비중



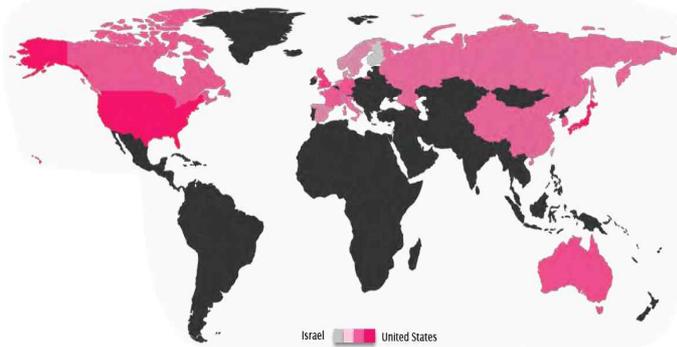
[그림 4] 애플과 구글 앱스토어의 국가별 유료 애플리케이션 매출 비중



※출처 : App Annie(2012); 스트라베이스(2012) 재인용

또한 애플 앱스토어의 유료 애플리케이션 매출 비중은 2012년 10월 기준 미국이 32.7%로 가장 높았으며 이어 일본 14.4%, 영국 7.3%, 호주 5.2%를 차지했다. 반면 구글 플레이의 10월 기준 국가별 매출 비중에서는 일본이 28.9%로 가장 높았고 미국 26.0%, 한국 18.1%, 영국 4.2%를 기록했다. 이와 같이 일본의 유료 애플리케이션 시장은 2012년 9월을 기점으로 미국을 추월하면서 급성장하고 있으며 한국 역시 큰 비중을 차지하면서 안드로이드 애플리케이션 개발자들의 주요 시장으로 주목받고 있다.

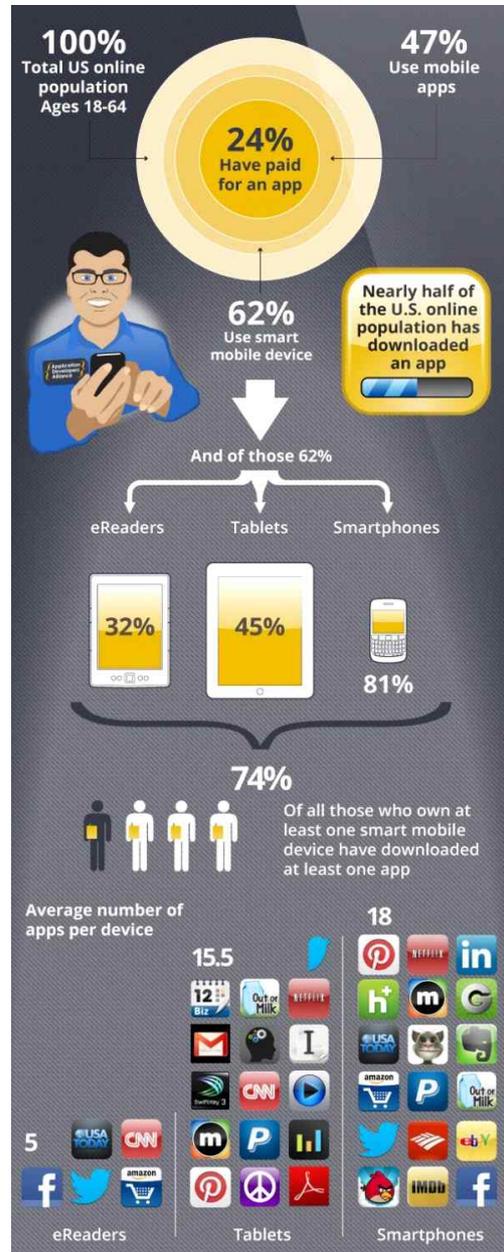
[그림 5] 애플과 구글 앱스토어의 국가별 매출규모 비교



※출처 : Distimo(2012), '2012 Year in Review'

그렇다면 모바일 디바이스 이용자들의 애플리케이션 소비행태는 어떠할까? 시장조사기관 프랭크앤매지드협회(Frank N. Magid Associates Inc., 2012)에 따르면, 미국의 온라인서비스를 이용하는 18~64세 연령층을 대상으로 설문조사를 진행했다. 조사결과를 정리하면, 첫째, 모집단의 62%가 모바일 디바이스를 이용하고 있으며 이중 스마트폰 81%, 태블릿 45%, eReaders 32%(복수 응답)를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 모집단의 47%가 모바일 애플리케이션을 이용하고 있고 전체의 24%가 유료 애플리케이션을 구매한 경험이 있는 것으로 조사되었다. 셋째, 디바이스별 평균 애플리케이션 보유 개수로는 스마트폰이 18개로 가장 많았고 태블릿 15.5개, eReaders 5개 순으로 나타났다. 넷째, 향후 6개월 동안 애플리케이션 이용(구매 포함) 의향 질문에서는 전체 응답자의 33%가 이용의사가 높았으며 애플리케이션을 전혀 이용한 경험이 없는 이용자 중 1/3이 이용을 시작할 것이라고 응답했다. 또한, 한 가지 흥미로운 사실은 신규 애플리케이션을 처음으로 접하는 경로로 전체의 52%가 구전(口傳, word of mouth)에 의한 경험인 것으로 나타났다.

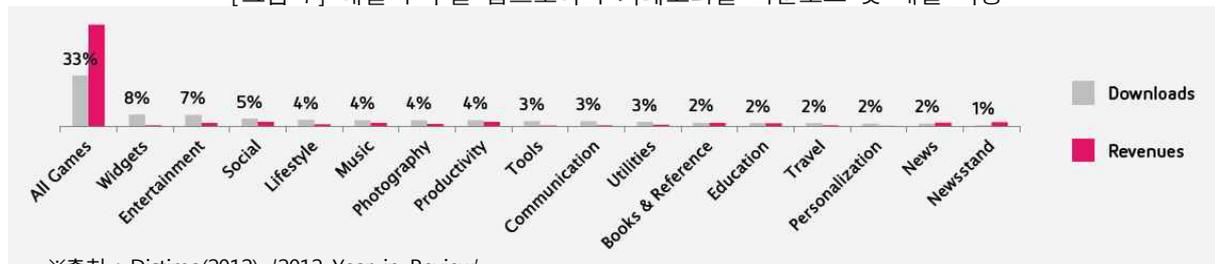
[그림 6] 모바일 디바이스의 애플리케이션 소비행태(미국)



※출처 : Frank N. Magid Associates Inc.(2012)

모바일 애플리케이션 시장 조사기관인 Distimo(2012)의 '2012 Year in Review'에서는 애플 앱스토어와 구글 플레이의 카테고리별 애플리케이션 다운로드와 매출 비중을 주요 20개국¹⁾을 대상으로 조사했다. 그 결과, 전체 17개 카테고리 가운데 게임이 33%를 차지해 가장 비중이 높았으며 이어 위젯 8%, 엔터테인먼트 7%, 소셜네트워크 서비스 5%, 라이프스타일 4%, 음악 4%, 사진 4%, 생산성 향상 4%, 도구(툴) 3%, 커뮤니케이션 3%, 유틸리티 3%, 도서 및 참고자료 2%, 교육 2%, 여행 2% 등의 순이었으며 매출 비중은 게임 애플리케이션이 절대적인 것으로 나타났다.

[그림 7] 애플과 구글 앱스토어의 카테고리별 다운로드 및 매출 비중

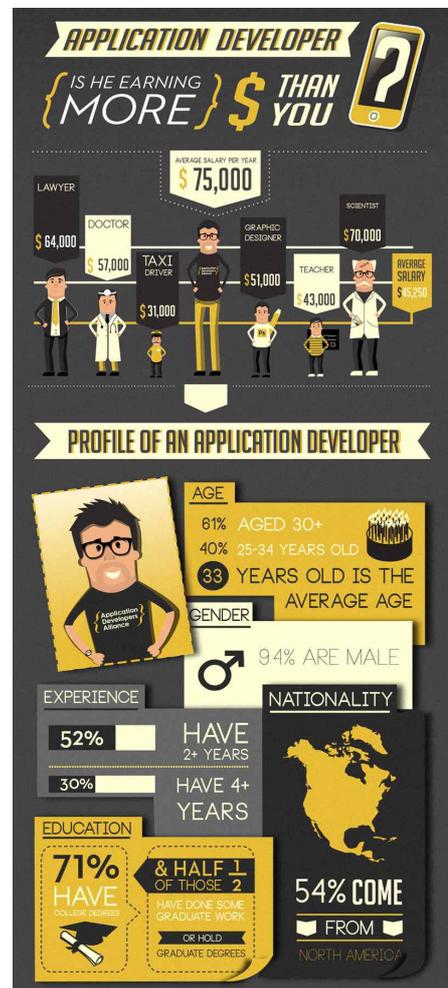


※출처 : Distimo(2012), '2012 Year in Review'

한편, 애플리케이션개발자연합(Application Developers Alliance, 2012)의 발표에 따르면, 2011년 기준 모바일 애플리케이션 시장 규모는 50억 달러를 넘어섰으며 2016년에는 460억 달러로 9배 이상 시장이 성장할 것으로 예상했다. 또한, 2012년 중반, 애플 앱스토어와 구글 플레이를 통해 다운로드 된 애플리케이션 수가 400억 개에 불과했으나 2015년에는 740억 개에 달할 것으로 전망하는 등 시장수요는 기하급수적으로 늘어날 것으로 보인다. 이러한 시장수요로 인해 유사 업종에 종사하는 인력이 애플리케이션 개발자로 나서면서 관련 고용영역이 확대되고 있다. 이들 애플리케이션 개발자 직업군 특성에 대한 설문조사 결과, 평균 연령은 33세, 전체 개발자의 94%가 남성, 2년 이상 경력보유자가 52%, 4년 이상도 30%에 달하는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 개발자 평균 연봉은 2012년 75,000달러를 기록하여 미국 직장인 평균 연봉인 45,250달러를 크게 상회할 뿐만 아니라 고소득 직업군인 의사(\$57,000), 변호사(\$64,000), 과학자(\$70,000) 등을 넘어서는 것으로 조사됐다.

이와 같은 고소득 고용영역 확대의 배경으로는 바로 '앱스토어의 개방성(openness)'을 꼽을 수 있다. 이러한 앱스토어의 개방성은 개발자의 진입장벽을 크게 낮춤과 동시에 개발에서부터 판매까지 소요되는 비용과 시간을 획기적으로 낮출 수 있다는 장점이 있다. 때문에 소규모 애플리케이션 개발 업체 및 개인 개발자들로 하여금 적극적인 참여를 이끌어 낼 수 있다는 점에서 창조경제시대 고부가가치의 고용영역 확대 방안으로 적극 장려되어야 할 것이다.

[그림 8] 애플리케이션 개발자의 소득수준 및 특성



※출처 : Application Developers Alliance(2012)

1) 호주, 캐나다, 중국, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 이스라엘, 이탈리아, 일본, 한국, 네덜란드, 노르웨이, 러시아, 스페인, 스웨덴, 스위스, 대만, 영국, 미국