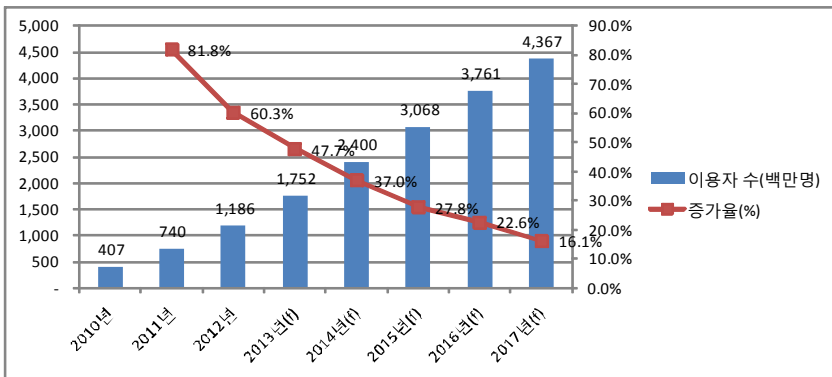


■ 세계 모바일 애플리케이션 시장 현황 및 전망 ■

홍 유 진 (KOCCA 통계정보팀장)

스마트 기술 환경이 확산되고 이를 기반으로 하는 콘텐츠시장이 확장되면서, 모바일 분야는 이제 세계적으로 큰 흐름으로 자리잡고 있다. 이러한 모바일 중심의 트렌드는 이전의 온라인화에 비해 그 변화 및 확산 속도 측면에서 매우 빠르게 진행되고 있다. 해외 조사기관 Portio Research에서는 올해 상반기에 발간한 ‘Mobile Application Futures 2013-2017’을 통해, 모바일 애플리케이션 시장에서 나타나는 변화 양상을 소개하고 있다. Portio Research에 따르면 세계 모바일 애플리케이션(앱) 이용자 수는 2010년 4억 7백만 명에서 2011년 7억 4천만 명, 2012년 약 12억명으로 증가하였고 이후에도 연평균 20~60%의 성장률로 지속적인 증가 추세를 보일 것으로 전망했다.

[그림 1] 세계 모바일 앱 이용자 수(백만명)

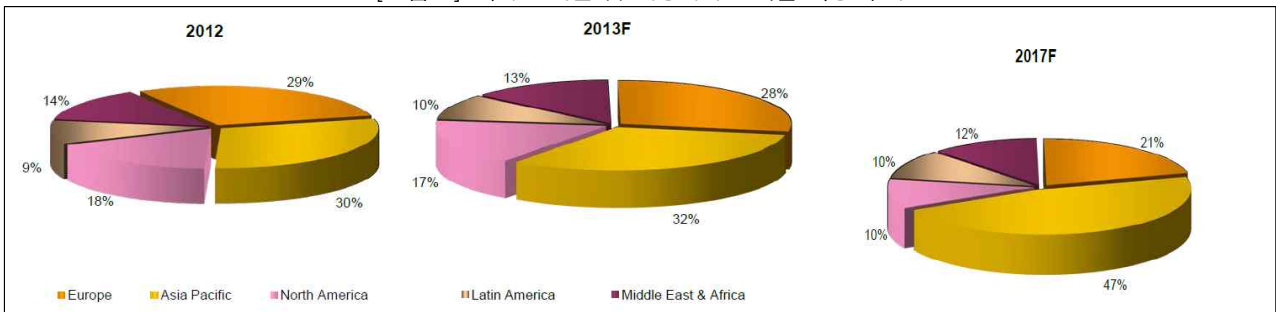


※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.을 재구성

이러한 이용자 수의 권역별 비중을 살펴보면, 2012년

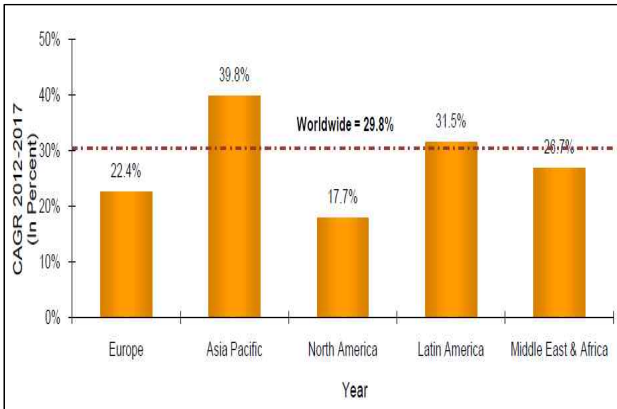
의 경우 아시아태평양 지역이 세계 모바일 앱 이용자의 30% 차지하여 가장 높은 비중을 보였고, 그 다음으로 유럽이 29%, 북미 18%, 중동 및 아프리카 14%, 라틴아메리카 9%였다. 이후 2013년 및 2017년 전망치에서는 점차 아시아태평양 지역의 비중이 연평균 39.8%의 높은 증가율(CAGR, 2012~2017)을 보이면서 2013년에는 32%, 2017년에는 세계 모바일 앱 이용자 수의 절반에 육박하는 무려 47%를 차지할 것으로 보인다. 이에 비해 북미 및 유럽 지역의 비중은 점차 감소(CAGR 북미 17.7%, 유럽 22.4%) 하는 것으로 나타나, 앞으로 아시아 지역이 모바일 앱 시장에서 매우 중요한 위상은 점할 것으로 예상된다.

[그림 2] 세계 모바일 앱 이용자의 권역별 비중 추이



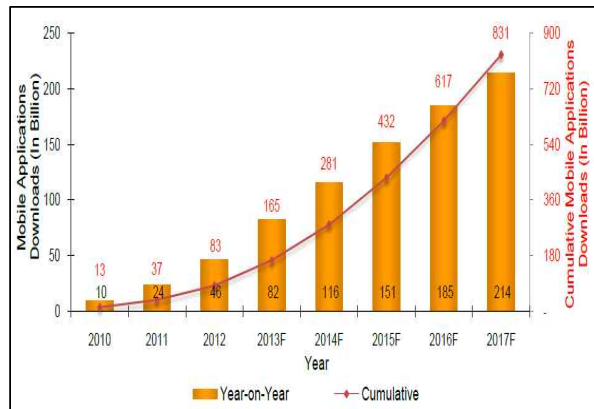
※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

[그림 3] 권역별 모바일 앱 이용자 증가율



※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

[그림 4] 세계 모바일 앱 다운로드 수 추이(단위:십억 건)



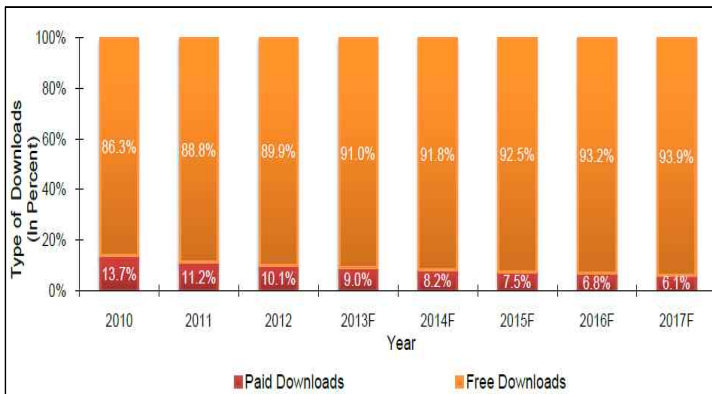
※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

[그림 5] 권역별 모바일 앱 다운로드 증가율



※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

[그림 6] 세계 모바일 앱 다운로드(유료 對 무료) 비중



※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

이와 같은 이용자 수 증가 추세와 함께 실제 매출과 연결되는 모바일 앱의 다운로드의 경우에도, 향후 지속적인 증가를 보일 것으로 전망되고 있다. 2010년 연간 다운로드 수가 1백억 건이었던 것에서 2011년 2백 4십억 건, 2012년 4백 6십억 건으로 증가하였고 이후 2014년에 1천억을 넘어서면서 2017년에는 2천억 건에 달할 것으로 예상된다. 누적 수치로는 약 8천억 건이 넘는 규모이다.

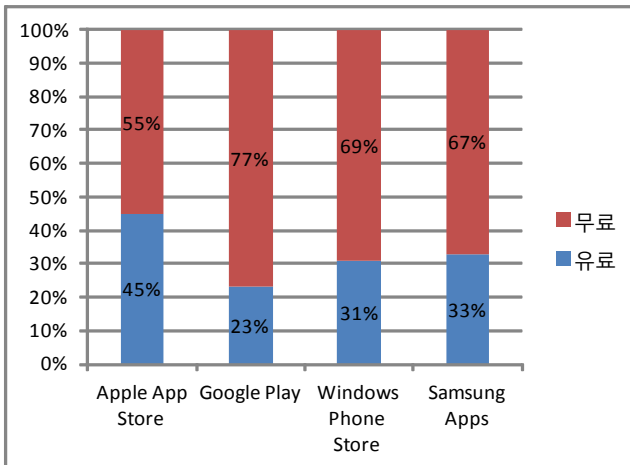
모바일 앱 이용자 수와 마찬가지로 다운로드 건수 역시 권역별로 증가 추세에서 차이를 보이는데, 아시아태평양 지역이 연평균 증가율(CAGR, 2012~2017) 46.0%를 보이면서 가장 빠르게 성장할 것으로 보이며 그 다음으로 라틴아메리카 지역이 40.9%의 증가율을 나타낼 것으로 전망된다.

한편, 세계 모바일 앱 다운로드 수를 유료 및 무료로 구분하여 살펴보면, 전

체 다운로드 규모 중 무료의 비중이 2010년 86.3%, 2011년 88.8%, 2012년 89.9%로 대부분을 차지하고 있으며, 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 보인다. 유料的 비중은 2010년 13.7%, 2011년 11.2%, 2012년 10.1%로 꾸준히 감소했고 이후에도 감소 추세를 유지하여 2017년에는 6.1%의 비중까지 감소할 것으로 예상된다.

모바일 앱의 유료·무료 비중을 오픈마켓별로 구분하여 살펴보면, 애플 앱스토어의 경우 무료 55%, 유료 45%로 나타났고, 구글 플레이는 무료 77%, 유료 23%로 나타나 애플 앱스토어에 비해 무료의 비중이 더 높음을 알 수 있다. 윈도우 폰 스토어와 삼성 앱스의 경우에도 각각 69%,

[그림 7] 오픈마켓별 모바일 앱의 유료·무료 비중



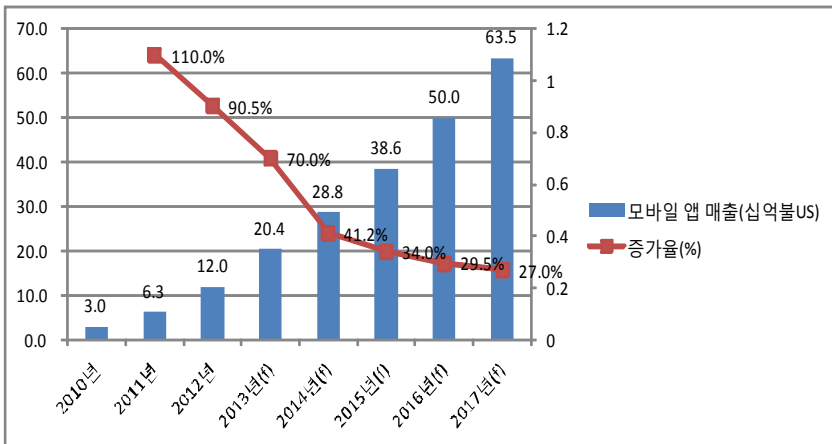
※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.를 재구성

*벨소리 및 배경음악이 포함되어 유료 비용이 높게 나타난 BlackBerry World, Nokia Store, AT&T AppCenter, TIM appstore의 경우는 제외

67%가 무료 앱이 차지하는 것으로 나타나, 유료 앱에 비해 더 많은 수가 업로드 되어 있음을 나타낸다.

그러나 유의해야 할 점은 전체 모바일 앱 다운로드 건수의 무료 비중이 높아진다고 해서 실제 모바일 앱으로 발생하는 매출이 감소한다고 볼 수는 없다는 것이다. 즉, 전체 모바일 앱의 건수 중 무료의 비중은 지속적으로 증가할 것으로 전망되나, 더 많은 모바일 앱이 새로이 등장하고 이용자 수도 증가하게 됨으로써 이로 인한 유료 매출의 규모는 증대되기 때문이다. 이는 아래 그림의 세계 모바일 앱 매출 추이에서도 확인할 수 있다. 2010년

[그림 8] 세계 모바일 앱 매출 추이(단위:십억불US)



※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.을 재구성

30억불에 불과한 모바일 앱 매출 규모는 2012년 1백 20억불로 크게 증가하였고, 이후에도 증가율이 다소 감소하긴 하나 지속적으로 성장하여 2017년에는 6백억 불을 초과할 것으로 전망되고 있다. 이와 같은 모바일 앱 매출은 권역별로도 그 성장 추세에 차이를 보이는데, 모바일 앱 이용자 수 및 다운로드 증가율과

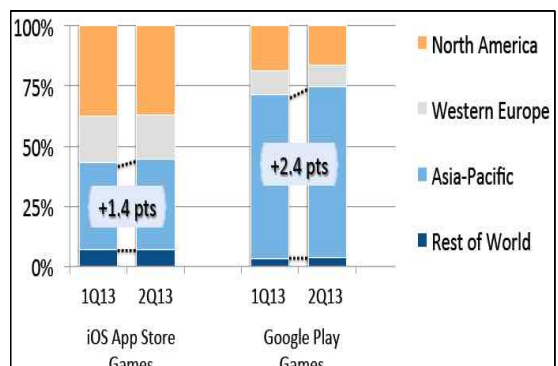
마찬가지로 일본 및 한국을 비롯한 아시아태평양 지역이 가장 높은 연평균증가율(2012년~2017년, 50.0%)을 보일 것으로 예상된다. 또한 아시아태평양 지역 외에 라틴아메리카의 경우에도 연평균성장률 49.6%에 달하는 것으로 나타나 이 지역의 모바일 시장 매출규모도 크게 증가할 것으로 보인다. 이러한 흐름은 모바일 앱의 주요 분야인 모바일게임의 매출 변화에서도 나타난다. AppAnnie와 IDC 자료에 따르면

[그림 9] 권역별 모바일 앱 매출의 연평균증가율(CAGR)



※ 출처 : Portio Research Ltd. 2013.

[그림 10] '13년 1·2분기 권역별 모바일게임 매출 비중



※ 출처 : AppAnnie & IDC, 2013. 8.을 재구성

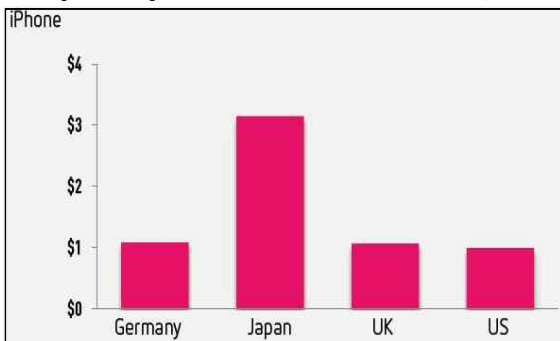
지난 1분기와 2분기의 권역별 모바일게임 매출에서 아시아태평양 지역이 애플 앱스토어에서 1.4%, 구글 플레이에서 2.4% 증가하였음을 보여주고 있다.

Distimo의 자료에서는 아이폰 앱스토어에서 2013년 2월 기준으로 상위 250개 앱의 다운로드당 평균 매출(ARPD)을 국가별로 비교한 결과, 일본이 가장 높게 나타났고 미국, 영국, 독일은 일본의 1/3에 불과한 것으로 나타나 일본의 유료 이용 비율이 높음을 알 수 있다. 이러한 특성 역시 아시아태평양 지역의 매출 증가 요인 중 하나로 볼 수 있을 것이다.

2013년 7월을 기준으로 국가별 모바일 앱 매출 규모는 미국, 일본, 한국, 영국, 오스트레일리아의 순으로 나타났다.(Distimo,2013.7.) 이들 국가별로 오픈마켓별 비중은 차이를 보이는데, 미국 및 유럽 국가들의 경우 아이폰과 아이패드를 포함하는 애플 앱스토어 비중이 높게 나타난 반면 일본과 한국은 구글 플레이 비중이 절반을 차지하거나(일본) 대부분을 차지(한국)하고 있다. 이와 관련하여, 모바일 앱 매출을 오픈마켓별로 살펴보면, 지난 6개월(2013년 2월~7월)간 모바일 앱 매출의 상위 18개국을 대상으로 한 조사결과(Distimo,2013.7.)에서 애플 앱스토어는 구글 플레이에 비해 매출 규모가 여전히 크게 나타나고 있으나 증가율 추이에서는 애플 앱스토어가 15%, 구글 플레이가 67%인 것으로 나타났다. 즉, 현재 기준으로 한 시장규모는 애플 앱스토어가 큰 규모를 보이거나 향후에는 구글 플레이가 약 4배 이상의 높은 증가율로 애플 앱스토어 시장을 따라잡을 것으로 전망해 볼 수 있다.

향후 모바일 앱 시장은 지속적으로 성장할 것으로 예견되고 있으며 특히 구글 플레이 분야는 큰 폭의 성장세를 보이고 있다. 이러한 흐름은 구글 플레이 시장 비중이 높은 일본 및 한국 등 아시아 지역 모바일 앱 시장의 성장을 견인하는 또 다른 요인이며, 앞서 살펴본 바와 같이 아시

[그림 10] 국가별 다운로드당 평균 매출 비교

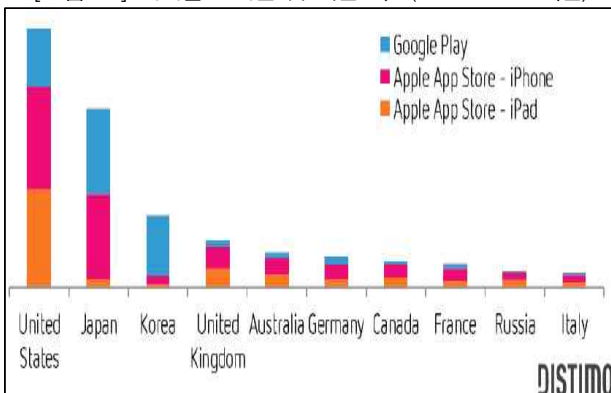


※ 출처 : Distimo, 2013. 3.

*아이폰의 2012년 이후 출시된 앱 중 2013년 2월 기준 상위 250개 앱의 매출을 기준으로 산정

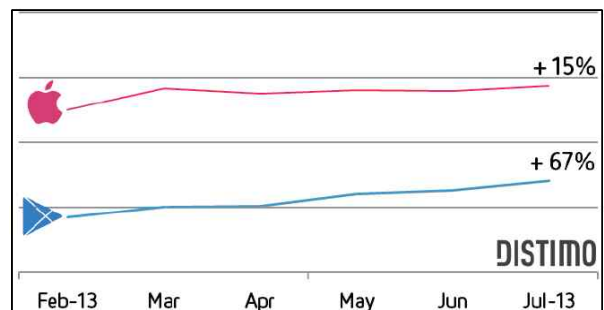
아태평양 지역의 모바일 앱 이용자 수, 다운로드 건수, 매출 규모의 높은 증가율을 뒷받침하는 것으로 볼 수 있다. 앞으로 모바일 앱 시장에는 신규 이용자의 유입과 함께 다양한 아이디어를 기반으로 하는 다수의 앱도 새롭게 등장할 것으로 보인다. 이에 따라 글로벌 경쟁은 더욱 격화될 것으로 예상되며 이러한 상황에서 모바일 앱에 대한 개발 및 이용자의 행태에 적합한 수익 모델 등 보다 전략적인 대응을 통해 경쟁력을 확보해 나가야 할 것이다.

[그림 11] 국가별 모바일 앱 매출 비교(2013년 7월 기준)



※ 출처 : Distimo. 2013. 7.

[그림 12] 오픈마켓별 모바일 앱 매출의 시기별 변화 추이



※ 출처 : Distimo. 2013. 7.

*모바일 앱 시장이 가장 큰 상위 18개국(미국,영국,스위스,스웨덴,스페인,러시아,노르웨이,네덜란드,한국,일본,이탈리아,이스라엘,독일,프랑스,핀란드,덴마크,캐나다,오스트레일리아)을 대상으로 한 결과임