

논문 2013-2-4

모바일 앱스토어의 수익모델 분석과 전망

이은주*

Analysis for Revenue Model and Prospect of Mobile App Stores

Enju, Lee*

요 약

스마트폰의 사용증가와 함께 모바일 콘텐츠와 서비스의 유통창구인 앱스토어가 모바일 업계의 새로운 강자로 떠오르면서 기기판매 이외의 새로운 수익원천으로 등장하였다. 현재 앱 스토어는 애플과 구글의 양대축을 중심으로 급속히 발전하고 있으며, 소비자, 개발자, 기업고객까지 아우르는 유통창구로 부상하였다. 본 논문에서는 이러한 앱스토어 시장의 현황과 수익모델 분석을 통해 앱스토어의 진화 양상을 살펴보고자 한다.

Abstract

With increased use of smart-phones the app stores, the distribution center of mobile contents and services, has emerged as a new power in mobile industry, becoming a new source of profit from non-hardware sales. Currently the app stores are developing rapidly centering around the two giants, the Apple and the Google, and has surfaced as the distribution center putting consumers, developers and corporate customers together.

This paper looks into the evolutionary aspect of the app stores by analyzing market situations and revenue models.

한글키워드 : 앱스토어, 구글플레이, 모바일 앱

1. 서론

최근 스마트폰을 비롯한 고성능 휴대단말의 확산과 무선 네트워크의 진화 등으로 과거 음성 통화와 문자메시지가 전부였던 모바일 시장은 다

양한 콘텐츠와 서비스를 창출하는 새로운 시장으로 급부상하고 있다. 특히 이처럼 다양한 모바일 콘텐츠와 서비스의 유통창구인 앱스토어가 등장하면서 모바일 산업 전반에 새로운 패러다임의 변화가 가속되고 있다.

앱 마켓 또는 앱 스토어는 온라인상의 장터(Marketplace) 준 말로 각종 모바일 애플리케이션을 자유롭게 사고팔 수 있는 곳으로 각 개발자

* 제주국제대학교 컴퓨터응용공학과
(email: ejlee@jeju.ac.kr)
접수일자: 2013.12.11 수정완료: 2013.12.21

또는 개발 업체가 직접 개발한 애플리케이션을 자유롭게 등록해 놓고 팔 수 있는 온라인상의 공간으로 개인이 애플리케이션을 개발하여 판매할 수 있는 개방형 장터인 것이다[1].

2008년 애플사가 스마트폰인 아이폰 3G를 출시하면서 앱스토어(App Store)라는 이름으로 아이폰 또는 아이팟용 응용프로그램 판매 서비스를 시작한 이래 스마트폰업계의 새로운 강자로 떠오르면서 기기판매 이외의 새로운 수익원천으로 부상하였고, 이후 구글, MS등과 국내외 이동통신사, 단말기제조사 등이 참여하고 있다.

애플의 'AppStore'를 중심으로 한 모바일 콘텐츠 및 서비스 시장은 콘텐츠 개발자들이 이동통신사의 지배 하에서 벗어나 독자적으로 사업을 전개할 수 있는 기반을 구축하면서, 모바일 영역에서 가장 중요한 시장으로 급부상했다[2].

이에 본고에서는 주요 모바일 앱스토어의 최근 현황을 분석하고 수익모델을 검토하고자 한다.

II. 주요 모바일 앱스토어 현황

1. 국외 앱스토어 시장 현황

2008년 가장 먼저 앱 마켓을 오픈한 애플의 AppStore는 현재 가장 많은 애플리케이션을 보유하고 있다. 개발자들에게 iOS기반의 SDK를 공개하는 개방형 플랫폼 형태로서 앱 판매를 위해 IDP(i-Phone Developer Program)을 등록해야 한다. 또한 실제 판매를 위해서는 매년 애플이 발표하는 기준(App Store Review Guidelines)에 따라 심사를 받아야 하는 등 애플리케이션에 대한 신뢰도가 가장 높다는 장점을 가지고 있다. 그러나 폐쇄적인 OS와 단말기, 애플의 정책에 따라 임의로 결정되어지는 검열 등이 단점이라고 할 수 있다[1][3].

애플은 최근 iOS 6 및 아이폰 5 공개와 맞물

려 음성인식기반 서비스 시리(Siri)의 기능을 업그레이드 하고 자체 3D 지도 서비스인 iOS 맵스(iOS Maps)를 개발하였으며, 각종 쿠폰, 멤버십 카드, 티켓 등을 통합 관리하는 스마트 모바일 지갑 서비스 '패스북(PassBook)'을 공개하는 등 서비스를 강화하고 있다. 그러나 구글 맵스를 대체하여 구글의 영향력을 배제하고자 만든 iOS 맵스나 패스북 등 신규 서비스들이 낮은 고객 만족도와 시장평가를 받고 있고 지나치게 폐쇄적인 OS 및 앱스토어 전략에 불만인 소비자들의 이탈 현상이 이어지고 있다[4].

Google은 자사의 개방형 플랫폼인 안드로이드(Android)용 애플리케이션 판매를 위한 Android Market을 2012년 3월 모바일 애플리케이션은 물론 디지털 음악, 동영상, e-Book 콘텐츠를 통합적으로 제공하는 디지털 콘텐츠 허브 'Google Play'로 개편하여 운영하고 있다. 클라우드 기반으로 서비스되기 때문에 구글 계정만으로 단말의 제약이나 별도의 동기화 과정 없이 구매한 콘텐츠를 자유롭게 활용이 가능하며, 경쟁사인 애플과 달리 특정 단말에 구매받지 않는 개방형 디지털 콘텐츠 허브로서 구글의 새로운 매출원으로 부상하고 있다.

Google Play는 다양한 안드로이드 기반 단말과 연계되어 기존 안드로이드 마켓과 구글 뮤직, 구글 북스, 구글 무비 등을 통합함으로써 수백곡의 음원과 45만개 이상의 애플리케이션, e-Book과 영화 렌탈서비스 까지도 가능하게 함으로써 구글의 새로운 매출원으로 부상하고 있다. 또한 보이스 서치(Voice Search)와 구글 나우(Google Now)서비스를 통해 검색 기능을 강화하고 자체 지도 서비스인 구글 맵스의 기능도 강화하였다[4].

2013년부터 자사의 제품인 블랙베리(Blackberry)로 사명을 변경한 RIM(Research in Motion)은 App World라는 블랙베리 애플리케이션

선 마켓을 운영하고 있다. 애플리케이션의 최저 가격이 \$2.99로 판매단가가 높은 편이고 개발자들에게 돌아가는 비율을 높이 책정하고 있지만, 초기 개발 및 추가되는 등록비용이 \$200로 타 앱마켓에 비해 높은 편이다[3]. 지난 2010년 8월부터는 한국 및 아태지역에서도 이용할 수 있도록 정식버전으로 서비스되고 있다.

마이크로소프트는 2012년 차기 스마트폰 OS인 윈도우즈폰 8(Windows Phone 8)을 발표하고 PC는 물론 스마트폰 및 태블릿 PC에도 호환이 가능한 윈도우즈 8(Windows 8)을 출시하면서 윈도우즈 스토어와 윈도우즈폰 스토어를 런칭하였다. 최근에는 신규 디지털 음악 서비스 ‘엑스박스 뮤직(Xbox Music)’을 런칭하는 등 콘텐츠 서비스도 강화하고 있지만 기존 윈도우즈 모바일이 모바일 OS로서 평이 좋지 않기 때문에 아직은 그 규모에 있어 다른 앱 마켓과 단순 비교하기는 어렵다[1].

최근 모바일 사업에 뛰어든 업체로 가장 두드러지는 페이스북(Facebook)은 독자적인 모바일 OS를 확보하고 있지는 않지만 자사 소셜네트워크 플랫폼을 활용해 다양한 형태의 모바일 서비스를 제공하고 있다. 특히 자사 플랫폼을 기반으로 소셜 애플리케이션을 제공하는 ‘앱센터(App Center)’를 공개하고 신규 모바일 서비스와 모바일 광고 서비스를 제공하는 등의 공격적인 모바일 서비스 전략을 전개 중이다[4].

2. 국내 앱스토어 시장 현황

국내 앱스토어 시장은 이동통신사가 주류를 이루고 있다. SKT, KT, 삼성전자, LG텔레콤 등의 업체들이 모바일 앱마켓을 운영하고 있으며, 초기에는 외국과 달리 각 업체가 고유의 범용 OS기반 플랫폼을 갖고 있지 않기 때문에 멀티 플랫폼 애플리케이션 마켓을 지향[5]하였지만 안드로이드 OS의 급속한 개발과 보급으로 안드

로이드 기반의 마켓플레이스를 지향하고 있다.

SK텔레콤은 2009년 9월 9일부터 국내 최초로 모바일 콘텐츠를 자유롭게 거래할 수 있는 모바일 오픈마켓 ‘T스토어’를 정식 오픈하였다. ‘T스토어’는 스마트폰 뿐 아니라 일반 휴대폰으로도 이용할 수 있는 한국형 앱스토어이다.

글로벌 업체의 애플리케이션 스토어들이 스마트폰이나 자사 플랫폼 단말기만 지원하는 것과 달리 ‘T스토어’는 100여종의 한국형 무선인터넷 플랫폼 위피(WIFI)기반 일반 휴대폰에서도 이용할 수 있다는 점이 특징적이다. 또한 일반인, 개인 개발자, 전문 개발업체 등 누구나 자신이 개발한 콘텐츠를 자유롭게 퍼블리싱 할 수 있으며, 이용자는 판매자가 등록한 게임, 폰꾸미기, 방송, 만화 등의 다양한 콘텐츠를 저렴하게 구매할 수 있다[6].

올레 마켓(Olleh Market)은 KT가 운영하는 모바일 애플리케이션 마켓이다. 기존의 쇼 앱스토어에서는 사용가능한 단말이 적고, 콘텐츠 보유량이 적은 단점을 보완하여 2010년 12월 다양한 운영체제에서 애플리케이션을 개발할 수 있는 올레 SDK를 내놓고 올레마켓 활성화를 선언하였다.

U+ 스토어(Uplus Store)는 LG유플러스가 운영하는 모바일 애플리케이션 마켓으로, 옵티머스 Q2, LTE출시 이후 U+ 앱마켓으로 이름이 변경되었다가 후에 다시 U+ 스토어로 변경되었다.

Samsung Apps는 삼성전자의 애플리케이션 스토어이다. Samsung Apps는 2009년 9월 옴니아, 옴니아2(Window Mobile OS) 단말에 최초 도입되었다. Samsung Apps는 초기 Symbian, Window Mobile을 포함해 bada, Android 단말에 제공되었으나 현재는 Android Galaxy 기종, Window Mobile Omnia 기종, bada Wave 기종을 지원하고 있다.

III. 모바일 앱스토어의 수익모델 분석

모바일 앱스토어의 수익모델을 분석하기 위하여 모바일 앱 다운로드 수와 이에 따르는 비즈니스 모델을 통하여 앱스토어의 수익모델을 살펴본다.

1. 모바일 앱 다운로드와 매출 현황

현재 가장 많은 앱과 다운로드 수를 기록한 스토어는 애플의 AppStore이다. 모바일 앱 분석업체 Flurry에 따르면 구글의 앱스토어 Google Play에 등록된 앱 수는 2013년 7월 기준 100만개를 돌파했으며, 애플 AppStore 역시 2013년 10월 등록 앱 수 100만개를 돌파하여[7] 이 두 앱스토어가 시장을 주도하고 있다.

또한 2012년 9월 Gartner가 발표한 통계지표에 따르면, 2012년 모바일 스토어의 앱 다운로드 수는 전년 대비 2배 이상 증가한 450억 건에 달하는 것으로 추산되며[2], Portio Research에 따르면 2012년 460억 건에서 2013년에는 두 배에 가까운 약 820억 건으로 증가할 것으로 전망하고 있다[9]. 한편, 모바일 앱 분석업체 App Annie에 따르면, 2013년 1분기 Google play의 앱 다운로드 수는 애플 AppStore 90% 수준에 도달하였으며, 조만간 거의 같은 수준에 이를 것으로 예측하고 있다[8].

모바일 앱 다운로드 비중이 증대되면서 관련 매출 규모 역시 2012년 185억 5,900만 달러(약 19조 8,544억원)에서 2013년 266억 8,300만 달러(약 28조 5,454억원)으로 성장할 전망이다[10]. 그러나 Google Play의 매출은 아직 낮게 나타났으며, 2013년 1분기에 애플 AppStore 매출의 38.5% 수준인 것으로 추정되고 있다[11]. 하지만 2012년 4분기의 25% 수준에 비해서는 빠른 속도로 증가하고 있는데, 이는 안드로이드 기반 단말기의 증가와 주요 시장인 일본과 한국에서의 게임 앱 수

익 증대에 의한 것으로 나타났다[8].

앱 카테고리별로는 미국과 한국의 앱스토어 모두에서 주로 게임 등 엔터테인먼트와 SNS, 메신저 등의 커뮤니케이션 앱이 많이 다운로드되고 있는 것으로 나타났다[2]. 게임과 SNS 애플리케이션 외에도 음악과 동영상/영화 관련 애플리케이션의 이용이 높게 나타나고 있어 모바일 애플리케이션의 쾌락적 이용패턴이 업무의 생산성 향상이나 정보수집 등의 도구적 이용보다 높게 나타나고 있다[12].

2. 모바일 애플리케이션의 수익 모델

모바일 앱 개발자들이 선호하는 수익모델은 앱스토어의 판매 수익, 광고, 앱 내 구입, 브랜드 충성도, 모바일 커머스, 구독 등으로 분류해 볼 수 있다.

무료 앱의 경우 무광고 모델과 광고기반 모델로 구분되는데 무광고 모델의 경우 유료 서비스로의 유도나 개발자의 자아실현, 명성확대를 위한 수단으로 이용된다. 무료 앱에서 수익을 낼 수 있는 방법으로 광고기반 무료 앱은 해당 애플리케이션을 실행하면 광고를 노출, 광고를 클릭하면 개발사에게 수익이 분배되는 형태로 무료로 제공해 이용자 수를 확보하고, 이들에게 광고를 노출하여 수익을 창출하는 형태이다[12].

아직까지 모바일 앱에서 가장 많은 수익을 내고 있는 유료 앱은 앱을 다운로드 할 때 마다 비용을 지불하는 일시불 형태와 앱 내 정기구독 형태로 앱스토어를 통해 신문, 잡지, 비디오 등의 콘텐츠를 정기구독 하는 방식으로 콘텐츠 제공자가 가격을 정할 수 있고 주별, 월별로 기간도 정할 수 있다.

최근 가장 선호되고 있는 수익 모델로 이를 통한 수익이 매년 증가하고 있는 부분유료화(Freemium)형태는 우선 무료 제공을 통해 가입자를 확보하고 이를 기반으로 수익을 추구하는

방식으로, 무료 콘텐츠 이용 시 기본 사양을 제공하고, 그 이상을 이용하기 위해서는 비용을 지불해야 하는 무료+유료 결합형 모델이다[12].

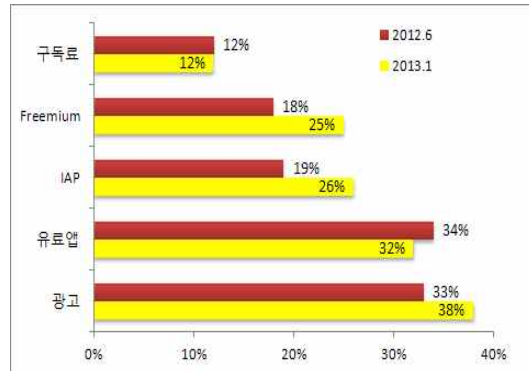
3. 수익모델 분석

시장조사기관 Gartner에 따르면 모바일 애플리케이션 다운로드 수는 지속적으로 증가할 것이며, 전체 앱 다운로드의 91%는 무료 앱이 차지할 것으로 예상하고 있다. 앱스토어 시장 역시 애플과 구글의 영향력이 지속되면서 2017년에는 애플 AppStore와 Google play가 전체 앱 다운로드의 90%를 차지할 것으로 예상하고 있다[10].

수익률 측면에서 보면 구독료 기반의 앱이 가장 높았지만 확실한 콘텐츠가 주기적으로 업데이트 될 수 있는 서비스만이 적용이 가능하여 실제로 많지는 않다. 그림 1과 같이 2013년 1월 Vision Mobile에서 발표한 자료에 따르면 대표적인 앱스토어의 수익모델로 여겨지던 유료 앱 판매 비중이 감소하면서 앱 내 광고(in-app ads) 및 앱 내 결제(in-app purchase)와 같은 방식이 앱 시장의 주요 수익 확보 방안으로 부상하고 있다. 세계 및 국내 모바일 광고 시장의 지속적인 확대와 앱 개발자들이 선호하는 수익모델 중 앱 내 광고의 비중이 매년 증가하고 있어 광고를 기반으로 하는 무료모델의 수익 창출이 증가할 것으로 예상된다.

플랫폼 측면의 수익을 보면 iOS는 유료 앱의 비중이 높고, 안드로이드는 광고에 대한 의존도가 높은 것으로 나타났다[13].

모바일 앱 시장조사업체 디스티모(Distimo)가 모바일 앱 시장의 수익 메커니즘을 조사한 보고서에 따르면 무료 앱을 배포한 후 추가 기능을 유료로 제공하는 프리미엄 모델의 경우 현재 시장에 출시되고 있는 모바일 앱 대부분이 앱 내 결제 기능을 포함하고 있다. 미국 앱스토어에 등록된 앱의 71%는 다운로드만 무료지만 설치 이



[그림 1] 모바일 앱 개발자들이 선호하는 수익모델
출처: Vision Mobile(2013.1)

후 앱 내에서 사용되는 아이템이나 서비스 업그레이드 등은 유료로 제공되고 있으며, 미국 앱스토어 다운로드 수 상위 250개 앱의 68%가 앱 내 결제 기반 무료 앱으로 앱 내 결제를 지원하지 않는 앱은 11%에 불과하다고 발표하였다. 또한 미국 뿐만 아니라 홍콩, 일본, 중국, 한국 등 아시아 국가의 경우 앱스토어에서 발생하는 매출의 90% 이상이 앱 내 결제를 통한 것으로 집계되었다[14].

특히 모바일 게임을 중심으로 앱 내 결제와 프리미엄 모델에 대한 수익이 빠르게 증가하고 있다. Rovio의 'Angry Bird'의 경우 무료버전과 유료버전을 출시, 무료버전을 이용한 이용자들은 유료로 끌어들이는 전형적인 프리미엄 모델을 적용하고 있으며, 광고기반의 모델 또한 적용하여 수익을 올리고 있다[12].

이처럼 경쟁이 치열한 상황에서 무료로 앱을 설치한 후 추가 서비스 제공 등을 통해 수익을 발생시키는 앱 내 결제나 프리미엄 전략이 효과적일 수 있을 것으로 예상된다. 그러나 수익과 동시에 앱 이용자들에게 더욱 효과적으로 어필하고 흥미를 이끌어낼 수 있는 철저한 마케팅과 서비스 전략을 고려해야 할 것이다.

IV. 결론

스마트폰과 태블릿 PC의 등장은 모바일 산업의 패러다임에 커다란 변화를 가져왔고 새로운 콘텐츠 유통창구인 ‘앱스토어’는 모바일 산업 영역에서 가장 중요한 시장으로 급부상하게 되었다. 현재 전세계 앱스토어 시장은 애플의 AppStore와 구글의 Google Play가 시장을 주도하고 있으며, 앞으로도 애플과 구글의 영향력은 당분간 지속될 것으로 예상된다.

앱스토어 및 개발자들의 중요한 수익모델로는 유료 앱을 통한 수익의 비중은 점점 감소하고, 앱 내 광고기반 무료모델과 앱 내 결제 방식의 프리미엄 모델이 새로운 수익 확보 방안으로 성장할 것으로 예상된다.

앱 카테고리별 시장 전망 또한 게임과 소셜네트워킹 애플리케이션 위주의 시장이 강세를 보이고 있다. 일부에서는 지나치게 많은 앱이 출시되고 있으며, 특정 앱 이용에만 치중되어 있는 사용자 형태를 우려하여 모바일 앱 시장의 성장 가능성에 대한 우려도 존재하고 있다. 또한 모바일 애플리케이션에 수반되는 보안 위협도 지속적으로 제기되고 있다. 하지만 스마트 기기의 빠른 진화와 다양한 콘텐츠의 수요로 인해 모바일 애플리케이션 시장의 전망은 전반적으로 계속 성장할 것으로 예측된다.

최근 독자적인 모바일 플랫폼을 확보하고 있는 않지만 거대한 가입자 기반을 갖춘 자사 소셜네트워크 플랫폼을 통하여 다양한 형태의 모바일 서비스를 제공하는 페이스북(Facebook)이나 카카오톡, Amazon AppStore는 앱스토어 시장의 새로운 경쟁축으로 주목받고 있다.

참 고 문 헌

[1] 김배현, “앱스토어 기술 및 현황”, 한국콘텐츠학회 논문지 제10권 제1호, 2012.

[2] 한국방송통신전파진흥원 정책연구본부 융합정책 연구부, “앱 이코노미(App Economy)의 부상과 앱스토어의 진화 양상”, 동향과 전망:방송·통신·전파 통권제62호, 2013.5

[3] 허재두, 성정식, 손종무, 이현정, 정영식, 백의현, “모바일 앱스토어 기술 동향”, 전자통신동향분석 제25권 제3호, 2010.6

[4] 배병환, “글로벌 IT기업들의 모바일 사업 추진 동향 및 전략 분석”, 한국인터넷진흥원 인터넷&시큐리티 이슈 11월호, 2012.

[5] 권지인, “국내의 모바일 애플리케이션 마켓 현황과 시사점”, 정보통신정책연구원 방송통신정책. 제21권 13호 통권466호, 2009.7

[6] 테이코산업연구소, 『글로벌 스마트폰 개발 전략과 시장전망』, 2010.3.12

[7] 한국인터넷진흥원 정책연구실 정책기획팀, “중소규모의 이용자 기반 확보한 앱 개발사 수 증가 추세”, Internet & Security Weekly,, 2013.11.3주

[8] 유선실, “모바일 앱스토어 최근 현황”, 정보통신정책연구원 방송통신정책, 제25권 11호 통권556호, 2013.6.16

[9] Portio Research, “The booming mobile apps business”, <http://www.portioresearch.com/en/blog>, 2013. 4.9

[10] 한국인터넷진흥원 정책연구실 정책기획팀, “앱 내 결제, 2017년 전체 앱 매출의 절반 차지할 전망”, Internet & Security Weekly, 2013.10.1주

[11] App Annie, “App Annie Index: Market Report Q1 2013-iOS App Store revenue 2.6x that of Google Play”, 2013.4.17

[12] 이양환, “모바일 애플리케이션 비즈니스 현황과 전망”, 한국콘텐츠진흥원 KOCCA포커스 2011-20호 통권 48호, 2012.2.16

[13] Vision Mobile, “Developer Economics 2013”, 2013.1

[14] 한국인터넷진흥원 정책연구실 정책기획팀, “프리미엄(Freemium)모델, 앱 시장의 주요 수익 확보 방안으로 부상”, (주간)인터넷동향, 2013.4.2주

저 자 소 개



이은주

1996년 충북대학교 컴퓨터공학과 석사 졸업.
2000년 충북대학교 컴퓨터공학과 박사 졸업
1998.3~현재 제주국제대학교 컴퓨터응용공학과
부교수
<주관심분야 : 컴퓨터네트워크, 모바일 시스템>