

이슈 브리프 | 7호

데이터로 보는 플랫폼

: 인포그래픽 2차 분석



목차 contents

| | |
|----------------------------|---|
| I 플랫폼 유형 분류 현황 | 3 |
| II 플랫폼 유형별 데이터 분석 결과 | 4 |
| III 결론 및 시사점 | 8 |

참고문헌

데이터로 보는 플랫폼 : 인포그래픽 2차 분석

I 플랫폼 유형 분류 현황

2007년 스마트폰이 본격적으로 보급된 이후 디지털 경제를 기반으로 하는 플랫폼 기업이 주목받고 있다. 또한 COVID-19로 비대면 활동이 증가하면서 기존의 오프라인에서 활동하던 기업들 또한 온라인으로 디지털 전환을 통해 플랫폼 비즈니스에 참여하고 있다. 많은 기업들이 플랫폼 비즈니스에 참여하게 되면서 다양한 분야에서 플랫폼을 통한 서비스 제공 분야도 다양해졌다. 이로 인해 플랫폼 기업들에 대한 양적 연구 뿐만 아니라 플랫폼 유형 분류에 대한 연구의 필요성이 대두되었다.

따라서 정부는 관련 부처에서 조사를 진행해 왔는데, 대표적인 예로 과학기술정보통신부가 부가통신 사업자를 대상으로 조사하여 2022년 발표한 「2021 부가통신 사업실태조사」가 있으며, 고용노동부와 한국고용정보원이 플랫폼 종사자를 대상으로 조사한 「2021년 플랫폼 종사자 규모와 근무실태」가 있다[그림1].

「2021 부가통신사업실태조사」에서는 4,352개 부가통신 신고사업자를 4개 카테고리로 분류하여 대표 서비스를 기준으로 각 기업을 중개 플랫폼, 플랫폼 인프라, 온라인 직거래, 통신 인프라로 구분하였다. 「2021년 플랫폼 종사자 규모와 근무실태」에서는 플랫폼 종사자를 광의와 협의의 플랫폼 종사자로 구분하고, 직종의 관점에서 배달, IT관련 서비스, 전문서비스, 사무보조 등 8개 카테고리로 분류하였다.

[그림1] 유형별 부가통신 사업체 분류

| 분류 | 주요서비스 |
|---------|-----------------------------|
| 중개 플랫폼 | 재화·용역 중개, 사회관계망 서비스 등 제공 |
| 플랫폼 인프라 | 결제·데이터분석·앱마켓 등 플랫폼 운영도구를 지원 |
| 온라인 직거래 | 직접 재화·용역을 판매하거나 공공서비스를 제공 |
| 통신 인프라 | 네트워크·통신장비 관련한 부가통신서비스 제공 |

출처: 과학기술정보통신부, 2022

그러나 기존 조사에서는 특정 사업자나 플랫폼에 참여하는 플랫폼 종사자의 관점에서 유형을 분류하였고, 플랫폼 서비스를 제공하는 기업에 대한 유형 분류는 미흡하였다.

따라서 국민대학교 혁신기업연구센터는 2,807개 스타트업을 대상으로 플랫폼 기업과 비플랫폼 기업을 분류하고, 플랫폼 기업 대상으로 서비스 제공 유형에 따라 9가지 유형으로 나누었으며, 해당 유형을 투자 유치, 고용, 매출액 3가지 관점에서 분석하였다. 본 이슈브리프에서는 이슈브리프 5호에서 활용한 2,807개 스타트업 기업 중 플랫폼으로 분류된 1,128개 기업을 기반으로 연구를 진행하였다.

또한 플랫폼 기업의 분류는 제공하는 서비스 성격에 따라 총 9개의 카테고리로 분류하였다. 유형은 각각 정보검색, 전자상거래, 자산공유, 미디어/엔터테인먼트, 의사소통, 금융/결제, 인적서비스, 교육, 구인구직/채용 플랫폼으로 구분하였다. (자세한 플랫폼 유형 설명과 예시는 이슈브리프 5호 참고)

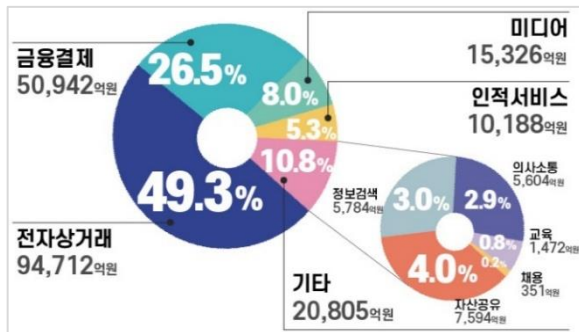
II 플랫폼 유형별 데이터 분석 결과

[투자 유치 규모]

2021년 전체 플랫폼 투자금액 19조 1,971억 중 전자상거래 플랫폼에 절반 가까운 금액이 투자된 것으로 나타났다. 전자상거래 플랫폼에 9조 4,712억원 (49.3%) 규모의 투자 유치가 이루어졌고, 그 다음으로는 금융/결제 플랫폼이 5조 942억원(26.5%)을 차지했으며, 미디어 플랫폼이 1조 5,236억원(8%), 인적서비스 플랫폼이 1조 188억원(5.3%)을 차지하였다. 9개 플랫폼 유형 중에서 4개의 플랫폼이 전체 플랫폼 투자금액의 89.1%를 차지하였다.

또한 자산 공유 플랫폼이 7,594억원(4%)을 차지하였으며, 정보검색 플랫폼이 5,784억원(3%), 의사소통 플랫폼이 5,604억원(2.9%)을 유치하며 비슷한 규모로 나타났다. 그리고 교육 플랫폼이 1,472억원(0.8%), 채용 플랫폼이 351억원(0.2%)을 차지하였다[그림2].

[그림2] 2021년 플랫폼 유형별 투자 유치 비율



출처: 국민대학교 혁신기업연구센터(단위: 억원, %)

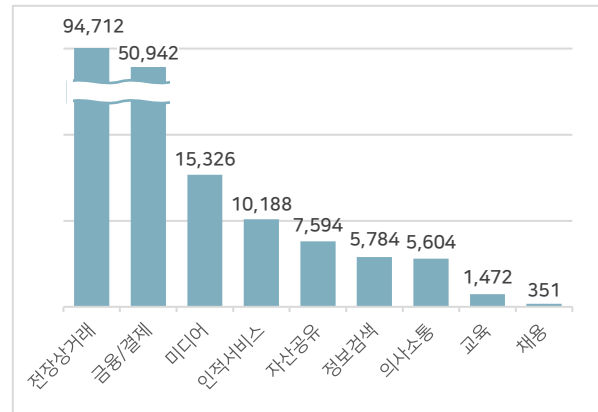
2021년 가장 많은 투자를 유치한 3가지 유형을 살펴보면, 전자상거래, 금융/결제, 미디어 순서로 나타났다. 1위를 차지한 전자상거래 플랫폼의 경우 수조원대 대규모 투자를 유치한 것이 전체에 많은 비중을 차지하였다. 대표적인 사례로 쿠팡이 3월에 미국 뉴욕증권거래소(NYSE)에 공모 가격 35달러(약 3만9천862원), 1억2천만 주로 기업공개(IPO)를 통해 5조 1,706억원을 투자 유치하였다. 그리고 야놀자가 7월에 시리즈 E단계로 소프트뱅크 비전펀드로부터 기존 주주가 가지고 있던 구주를 포함해 2조원을 투자 유치하였다.

2위를 차지한 금융/결제 플랫폼 또한 대규모 투자를 유치하였다. 대표적으로 케이뱅크은행이 5월에 시리즈 C단계로 미국계 사모펀드 베인캐피탈과 국내 사모펀드 MBK 파트너스 외 6개 기업을 통해서 1조 2,000억원을 투자 유치하였다. 그리고 카카오뱅크가 8월에 코스피(KOSPI)에 공모가격 3만9천원, 6545만 주로 기업 공개(IPO)를 통해 2조 6,000억원을 유치 하였다. 두 스타트업이 각각 투자 유치한 금액을 합한 3조 8,000억원은 5조 942억원을 유치한 금융/결제 플랫폼의 약 75%를 차지하였다.

미디어 플랫폼의 경우 전자상거래와 금융/결제 플랫폼처럼 수조원대 투자 유치는 없으나, 위버스컴퍼니가 1월에 네이버에게 인수합병(M&A)으로 4,119억원, 래디쉬미디어가 5월에 카카오엔터테인먼트에게 인수합병(M&A)으로 5,000억원을 유치하였다. 두

스타트업이 투자 유치한 금액을 합한 9,119억원은 1조 5,326억원을 유치한 미디어 플랫폼의 약 60%를 차지하였다[그림3].

[그림3] 2021 플랫폼 유형별 투자 유치 규모



출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 억원)

전년동기 대비 2021년 플랫폼 투자 유치 규모의 성장률이 가장 높았던 플랫폼은 인적서비스 플랫폼으로 나타났다. 인적서비스 플랫폼은 13.9배 성장하였으며, 이와 같은 높은 성장률의 배경에는 2020년의 경우 1,000억원대의 투자가 없었지만, 2021년의 경우 카카오톡이 6차례에 걸쳐서 총 6,115억원, 메쉬코리아의 3차례에 걸친 총 1,002억원의 투자 유치가 큰 역할을 했다.

다음으로 의사소통 플랫폼의 경우 12.7배 성장하였다. 구체적인 사례로 드라마엔컴퍼니가 12월에 시리즈 D 단계로 아크엔파트너스와 사람인HR에게 1,700억원 투자 유치하였으며, 네이버 제트가 시리즈 B 단계로 하이브, JYP 엔터테인먼트, YG플러스, YG인베스트먼트로부터 2,235억원 투자 유치한 것이 크게 작용하였다.

투자 유치 규모에서 1위를 차지한 전자상거래 플랫폼의 경우 9.2배 성장한 것을 확인할 수 있는데, 앞서 분석한 쿠팡과 야놀자의 수조원대 투자 유치가 많은 비중을 차지하였다.

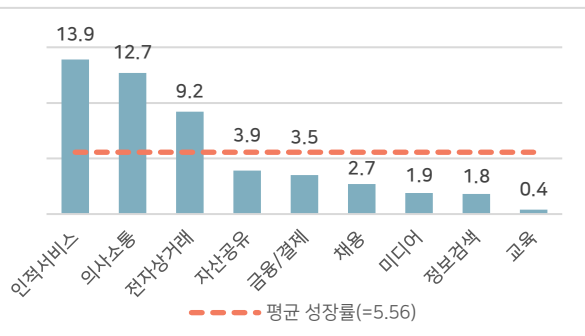
자산공유 플랫폼과 금융/결제 플랫폼의 경우 각각 3.9배, 3.5배 성장한 것을 확인할 수 있는데, 자산 공유 플랫폼의 경우 라임코리아가 11월에 우버 외 2개 기업으로부터 6,170억원을 투자 유치한 것이 크게 작용하였으며, 금융/결제 플랫폼의 경우 앞서 분석한 케이뱅크와 카카오뱅크의 투자 유치가 큰 역할을 하였다.

채용 플랫폼과 미디어 플랫폼의 경우 각각 2.7배, 1.9배 성장한 것을 확인할 수 있었다. 채용 플랫폼의 사례로는 원티드랩이 8월에 코스피(KOSPI)에 공모가격 3만5천원, 73만 주로 기업공개(IPO)를 통해 256억원을 유치하였다. 미디어 플랫폼의 경우, 앞서 분석한 위버스컴퍼니와 래디쉬미디어가 인수합병으로 각각 약 5,000억원대 투자를 유치하였지만, 전년대비 성장률은 다른 플랫폼에 비해 낮았다.

정보검색 플랫폼과 교육 플랫폼의 경우 각각 1.8배, 0.9배 성장한 것을 확인할 수 있는데, 정보검색 플랫폼의 경우 데이블이 12월에 야놀자클라우드코리아에게 인수합병(M&A)으로 1,000억원을 투자 유치한 것을 제외하면 1,000억원대의 투자 유치는 없는 것으로 나타났다. 교육 플랫폼의 경우 투자 단계 및 금액 비공개를 제외하면 500억원대 이상 투자 유치는 6월에 시리즈 C 단계로 미래에셋벤처투자 외 7개 기업으로부터 560억 규모를 유치하면서 9개 플랫폼 중 가장 작은 성장률인 0.4%를 기록했다.

9개 플랫폼 유형 각각의 성장률을 바탕으로 평균 성장률을 산출하였을 때, 평균 성장률은 5.56배로 나타난 것을 확인할 수 있었다. 전년동기 대비 평균 성장률보다 높은 플랫폼 유형은 인적서비스, 의사소통, 전자상거래 플랫폼 순이었으며, 평균 성장률보다 낮은 플랫폼은 자산공유, 금융/결제, 채용, 미디어, 정보검색, 교육 플랫폼 순이었다[그림4].

[그림4] 전년대비 2021년 투자 유치 성장률



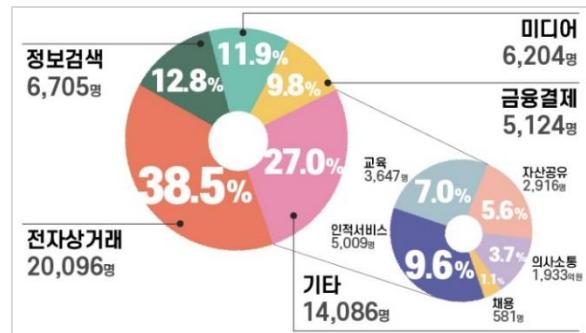
출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 배수)

[고용 규모]

2021년 전체 플랫폼 기업의 고용 규모는 5만 2,215명으로 집계되었다. 그 중 전자상거래 플랫폼이 38.5%를 차지하였고, 2만 92명으로 확인되었다. 다음으로는 정보검색 플랫폼이 12.8%를 차지했으며, 규모는 6,705명으로 나타났으며, 미디어 플랫폼은 11.9%를 차지하며 6,204명으로 확인되었다. 금융

/결제 플랫폼은 9.8%로 5,124명이며, 인적서비스 플랫폼은 9.6%로 5,009명을 차지했고, 교육 플랫폼은 7%로 3,647명, 자산공유 플랫폼의 경우 5.6%로 2,916명, 의사소통 플랫폼은 3.7%로 1,933명, 채용 플랫폼은 1.1%로 581명으로 나타났다. 전체의 약 40%를(=38.5%) 차지하는 전자상거래 플랫폼에 비해 정보 검색, 미디어, 금융/결제 3개 플랫폼 간 큰 고용 규모는 차이가 크지 않았다[그림5].

[그림5] 2021년 플랫폼 유형별 고용 비율



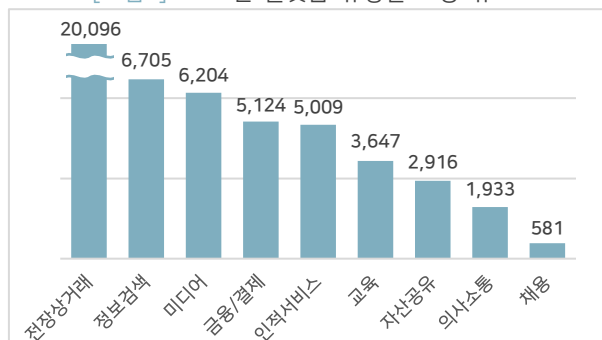
출처: 국민대학교 혁신기업연구센터(단위: 명, %)

2021년 가장 많은 인원을 고용한 플랫폼 유형을 살펴보면, 전자상거래, 정보검색, 미디어 순서로 나타났다. 전자상거래 플랫폼의 경우, SSG닷컴이 3,364명,마켓컬리가 2,449명,야놀자가 1,050명으로 3개 스타트업이 총 6,863명을 고용하면서 전자상거래 플랫폼 고용 규모의 34%를 차지하였다.

정보검색 플랫폼의 경우 파킹클라우드가 405명, 직방이 300명을 고용하며 2개 스타트업의 고용인원을 합한 705명이 전체 정보검색 플랫폼의 고용인원인 6,705명의 9.5%를 차지하였다.

미디어 플랫폼의 경우 크래프톤이 1,557명을 고용하며 1개 기업이 전체 미디어 플랫폼의 고용인원인 6,204명의 25%를 차지하였다[그림6].

[그림6] 2021년 플랫폼 유형별 고용 규모



출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 명)

전년동기 대비 고용 규모가 가장 큰 폭으로 증가한 플랫폼은 교육 플랫폼으로 확인할 수 있었다. 교육 플랫폼은 1.42배 성장하였다. 그 중 데이원컴퍼니가 196명, 에스티유니타스가 126명을 추가 채용한 것으로 확인되었다.

자산공유 플랫폼과 인적서비스 플랫폼의 경우 각각 1.35배, 1.33배 성장하였다. 먼저 자산공유 플랫폼의 경우 패스트파이브가 전년대비 248명을 추가 채용하였고, 인적서비스 플랫폼의 경우 우아한 형제들이 329명, 카카오모빌리티가 229명 추가 채용하였다.

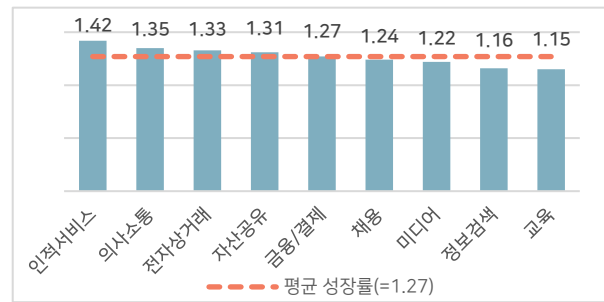
채용 플랫폼과 미디어 플랫폼의 경우 각각 1.31배, 1.27배 성장하였으며, 채용 플랫폼의 경우 100명대 증원은 없었으나, 그랩이 59명을 채용하였다. 미디어 플랫폼의 경우 엔픽셀이 191명, 크래프톤이 158명을 추가 채용한 것이 크게 작용하였다.

정보검색 플랫폼과 의사소통 플랫폼의 경우 각각 1.24배, 1.22배 성장하였는데, 먼저 정보검색 플랫폼의 경우 직방이 전년대비 92명을 증원하였으며, 의사소통 플랫폼의 경우 네이버 제트가 60명을 증원한 것을 확인할 수 있었다.

전자상거래 플랫폼과 금융/결제 플랫폼의 경우 각각 1.16배, 1.15배 성장한 것으로 나타났으며, 먼저 전자상거래 플랫폼의 경우 SSG닷컴이 전년대비 554명, 버킷플레이스가 196명으로 많은 인원을 채용하였으나, 마켓컬리가 562명을 감원한 것이 성장률에 크게 미친 것으로 나타났다. 금융/결제 플랫폼의 경우 두나무가 168명, 비바리퍼블리카가 152명을 증원한 것을 확인할 수 있었다.

9개 플랫폼 유형의 고용 성장률을 기반으로 평균 성장률을 산출하였을 때, 평균 성장률은 1.27배로 나타났다. 9개 플랫폼 유형이 전반적으로 평균값(=1.27배)과 큰 차이를 보이지 않고 있는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 평균 성장률보다 높은 성장을 기록한 플랫폼은 교육, 자산공유, 인적서비스, 채용, 미디어 플랫폼 순이었으며, 평균 성장률보다 낮은 성장을 기록한 플랫폼은 정보검색, 의사소통, 전자상거래, 금융/결제 플랫폼으로 나타났다[그림7].

[그림7] 전년대비 2021년 고용 규모 성장률



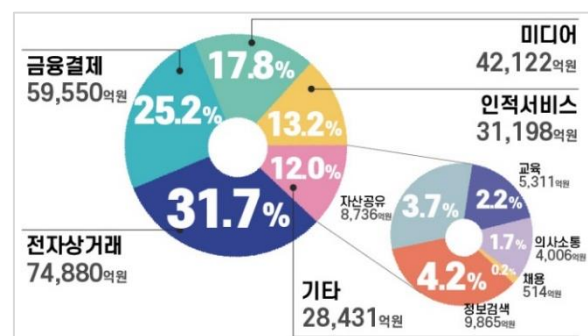
출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 배수)

[매출액 규모]

2021년 전체 플랫폼 매출액 23조 6,182억원 중 전자상거래 플랫폼, 금융/결제 플랫폼, 미디어 플랫폼이 전체 규모의 약 75%를 차지하였다.

전자상거래 플랫폼이 7조 4,880억원(31.7%), 다음으로 금융/결제 플랫폼이 5조 9,550억원(25.2%), 미디어 플랫폼은 4조 2,122억원(17.8%), 인적서비스 플랫폼이 3조 1,198억원(13.2%)의 매출을 기록하였다. 정보검색 플랫폼의 경우 9,865억원(4.2%), 자산공유 플랫폼이 8,736억원(3.7%), 교육 플랫폼이 5,311억원(2.2%), 의사소통 플랫폼이 4,006억원(1.7%), 채용 플랫폼이 514억원(0.2%)으로 확인되었다[그림8].

[그림8] 2021년 플랫폼 유형별 매출액 비율



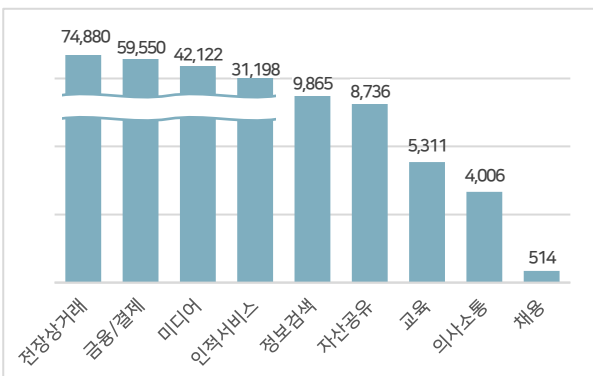
출처: 국민대학교 혁신기업연구센터(단위: 억원, %)

2021년 가장 많은 매출액을 달성한 3가지 유형은 전자상거래, 금융/결제, 미디어 순서로 나타났다. 1위를 차지한 전자상거래 유형의 매출액을 구체적으로 살펴보면, 컬리가 전년 대비 6,500원 증가한 1조 6,000억원을 달성하였으며, SSG닷컴 또한 전년대비 2,000억원 증가한 1조 5,000억원을 달성한 것으로 나타났다. 2개 기업의 매출액 합이 총 3조 1,000억원으로 전체 전자상거래 플랫폼 매출액인 7조 4,880억원의 41%를 차지하였다.

2위를 차지한 금융/결제 플랫폼의 경우 빗썸코리아가 전년대비 7,800억원 증가한 1조원을 달성하였으며, 두나무가 전년대비 3조 5,000억원 증가한 3조 7,000억원을 달성하였다. 2개 기업의 매출액이 총 4조 7,000억원으로 전체 금융/결제 플랫폼 매출액 5조9,550억원의 78%를 차지하는 것을 확인할 수 있었다.

미디어 플랫폼의 경우 카카오게임즈가 전년대비 5,000억원 증가한 1조원을 달성하였으며, 크래프톤이 전년대비 2,000억원 증가한 1조 9,000억원을 달성하였다. 2개 기업의 매출액이 총 2조 9,000억원으로 전체 미디어 플랫폼 매출액 4조 2,122억원의 69%를 차지하였다[그림9].

[그림9] 2021년 플랫폼 유형별 매출액 규모



출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 억원)

전년동기 대비 2021년의 플랫폼 유형별 매출 성장률이 가장 높은 플랫폼은 금융/결제 플랫폼으로 나타났다. 금융/결제 플랫폼은 5.7배 성장하였으며, 이처럼 높은 성장률의 배경에는 두나무의 매출액이 전년대비 3조 5,232억원 증가하였으며, 빗썸코리아와 비바리퍼블리카가 각각 전년대비 7,800억원, 3,900억원 증가한 것이 큰 역할을 했다.

다음으로 인적서비스 플랫폼은 1.7배 성장한 것을 확인할 수 있다. 먼저, 인적서비스 플랫폼의 경우 우아한 형제들이 전년대비 매출액이 9,000억원 증가하였으며, 카카오 모빌리티 또한 전년대비 매출액이 2,660억원 증가한 것이 크게 작용하였다.

채용 플랫폼과 자산공유 플랫폼의 경우 각각 1.6배, 1.5배 성장한 것으로 나타났다. 먼저 채용 플랫폼의 경우 원티랩이 전년대비 매출액이 150억원 증가한 것으로 나타났다. 자산공유 플랫폼의 경우 쏘카가 전년대비 684억원 증가하였으며, 캐플릭스가 400억원, 휴맥스모빌리티가 380억원 증가하였다.

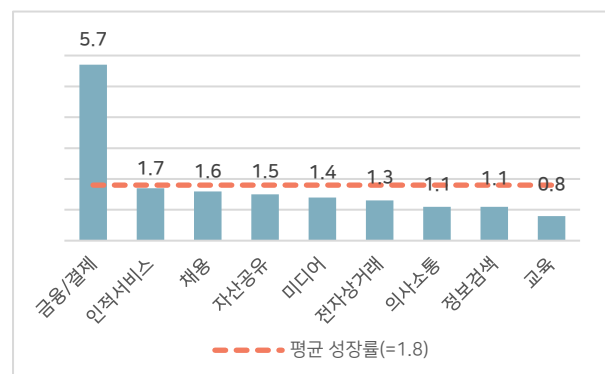
미디어 플랫폼과 전자상거래 플랫폼은 각각 1.4배, 1.3배 성장을 기록했다. 먼저, 미디어 플랫폼의 경우, 카카오키즈가 전년대비 5,000억원 증가하였으며 크래프톤이 2,000억원, 티빙이 1,160억원만큼 매출액이 증가한 것으로 나타났다. 전자상거래 플랫폼의 경우 SSG닷컴의 매출액이 6,469억원, 컬리의 매출액이 2,000억원 증가한 것을 확인할 수 있었다.

다음으로 의사소통 플랫폼과 정보검색 플랫폼은 모두 1.1배 성장한 것을 확인할 수 있다. 의사소통 플랫폼의 경우, 네이버 제트가 전년대비 매출액이 293억원 성장한 것으로 나타났다. 정보검색 플랫폼의 경우, 아이지에이웍스의 매출액이 533억원 증가한 것으로 나타났다.

교육 플랫폼의 경우 9개 플랫폼 유형 중 가장 낮은 성장률인 0.8배인 것으로 나타났는데, 구체적으로 살펴보면 클래스 101이 320억원, 데이원컴퍼니가 431억원 각각 매출액이 증가하였으나, 에스티유니타스의 매출액이 전년대비 1,850억원 감소한 것이 크게 작용한 것으로 나타났다.

9개 플랫폼 유형 각각의 성장률을 바탕으로 평균 성장률을 산출하였을 때, 평균 성장률이 1.18배로 나타났다. 평균 성장률보다 높은 성장률을 기록한 플랫폼은 금융/결제 플랫폼이 유일하며, 나머지 8개 유형은 인적서비스, 채용, 자산공유, 미디어, 전자상거래, 의사소통, 정보검색, 교육 순이었다[그림10].

[그림10] 전년대비 2021년 매출액 규모 성장률



출처: 국민대학교 혁신기업연구센터 (단위: 배수)

III 결론 및 시사점

이슈브리프 5호에서 분류하였던 9개 플랫폼 유형을 바탕으로 분석한 결과, 대표적으로 오픈마켓, 소셜 커머스가 해당하는 전자상거래 플랫폼의 성과가 가장 두드러지게 나타났다.

플랫폼 유형별로 각각 규모에 따라 상위 3개 항목을 선정하여 분석한 결과 투자 규모와 매출액 규모에서는 금융/결제 플랫폼과 미디어 플랫폼의 성과를 확인 할 수 있었으며, 고용 규모 측면에서는 정보검색 플랫폼의 성과를 확인할 수 있었다.

플랫폼 유형별로 전년대비 성장률을 분석한 결과, 투자 유치 규모에서는 인적서비스 플랫폼이 13.9배, 고용 규모에서는 교육 플랫폼이 1.42배, 매출액 규모에서는 금융/결제 플랫폼이 5.7배 성장한 것을 확인하였다.

기업의 활동이 플랫폼을 기반으로 다양해짐에 따라 기존의 연구에서 플랫폼 사용자를 기준으로 분류하였던 방법과는 다르게 서비스 제공 유형에 따라 9개 유형으로 플랫폼 기업을 분류하여 각각 유형별로 성과를 확인할 수 있었다.

참고문헌

- 과학기술정보통신부(2022), 2021년 부가통신사업 실태조사, www.msit.go.kr
- 한국고용정보원(2021), 「고용동향브리프(9호)」, p.14-32, www.keis.or.kr
- 국민대학교 혁신기업연구센터(2022), 이슈브리프 5호
- 더브이씨 홈페이지, <https://thevc.kr>
- 혁신의 숲 홈페이지, <https://innoforest.co.kr>

주 의

이 보고서는 국민대 혁신기업연구센터에서 수행한 리포트입니다.
이 보고서의 전체 혹은 일부를 인용할 때에는 반드시
국민대 혁신기업연구센터에서 수행한 연구결과임을 밝혀야 합니다.

발행일 | 2022년 11월 8일
발행처 | 국민대학교 혁신기업연구센터
서울시 강남구 테헤란로 81길 10 소석빌딩 5층
기획 및 편집 | 국민대학교 혁신기업연구센터 연구팀
데이터 분석팀 신민주 선임 연구원, 오용석 연구원
문의처 | Tel: 02-6242-8119 / 8113