



이슈 브리프 | 8호

데이터로 보는 플랫폼

: 인포그래픽 3차 분석





목차 contents

I 플랫폼 창업 생태계 현황	3
II 플랫폼 유형별 데이터 분석 결과	3
III 결론 및 시사점	7

참고문헌



데이터로 보는 플랫폼 : 인포그래픽 3차 분석

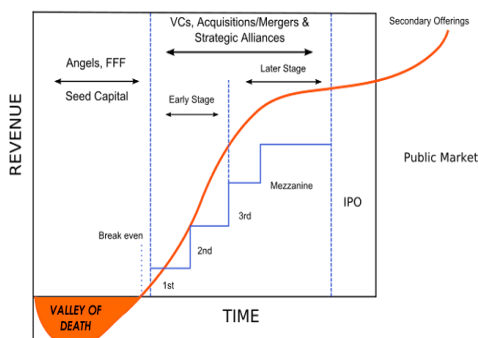
I 플랫폼 창업 생태계 현황

2000년대 제1차 벤처붐으로 정보통신(IT)과 소프트웨어 업종의 창업이 본격화하면서 기술 기반 창업 기업들이 주목받고 있다. 그리고 제1차 벤처붐으로부터 약 20년이 지난 2022년, 중소벤처기업부가 발표한 「2021년 연간 창업기업 동향」에 따르면 2021년 기준 국내 기술 기반 창업은 역대 최대인 연 23만 개를 기록했다.

새로 등장하는 기업이 많은 만큼, 투자 유치에 실패해 소멸하는 기업 역시 증가하고 있다. 스타트업이 가시적 성장을 눈앞에 두고도 '죽음의 계곡(Death Valley)' 구간에서 생존 위기를 겪는 경우가 대표적이다. '죽음의 계곡'은 기술개발에는 성공하였으나, 추가적인 자금 부족으로 실질적인 사업화 단계에서 위기를 겪는 시기를 말한다(Gomper & Lerner, 2001). 모든 스타트업에서 이 시기가 중요하지만, IT와 디지털 경제를 기반으로 활동하는 플랫폼 기업에서 이 시기는 더욱 중요하다[그림1].

스타트업의 죽음의 계곡에 대한 연구는 활발하지만, 이 시기의 정의는 연구마다 차이가 있다. 예를 들어 2013년 우리은행의 연구보고서에 따르면 기업의 자금 여력 정도를 기준으로 죽음의 계곡을 3단계로 구분하였다. 노용환(2022)은 기업의 생존확률을 연 단위로 분석하였고, 창업 후 1년과 5년을 중요 생존 시점으로 설정하였다. 고영희·이호성(2016)은 투자 단계 중 Seed와 Series A를 죽음의 계곡으로 설명하였다.

[그림1] 스타트업 자본조달 순환도



출처: Cardullo, 1999

국민대학교 플랫폼 SME 연구센터는 기업 업력과 투자 유치 단계를 기준으로 설정하여, 스타트업 중 플랫폼 기업의 유형에 따라 죽음의 계곡 전후의 특징을 확인하였다. 업력의 경우 통계청이 1년 주기로 작성하고 있는 「기업생멸행정통계」에서 업력의 주요 지표인 5년을 기준으로 하였으며, 투자 유치 단계는 본격적인 시장 진출단계인 Series A 전후를 기준으로 하였다. 두 가지 기준점을 바탕으로 업력의 경우 5년 미만의 기업, 투자 유치 단계는 Series A 이전인 Seed와 Pre-A를 죽음의 계곡 구간으로 설정하였다.

위의 기준을 바탕으로, 본 이슈브리프에서는 이슈브리프 5호에서 활용한 2,807개 스타트업 기업 중 플랫폼으로 분류된 1,128개 기업과 이슈브리프 7호에서 활용한 서비스 제공 성격에 따른 9가지 플랫폼 유형 분류 데이터를 활용하였다. 특히 해당 9가지 유형 중 상위 투자 유치 규모 3개 항목인 전자상거래, 금융/결제, 미디어 플랫폼으로 한정하여 연구를 진행하였다.

9가지 플랫폼 유형은 각각 정보검색, 전자상거래, 미디어/엔터테인먼트, 금융/결제, 자산공유, 교육, 인적 서비스, 의사소통, 구인구직/채용 플랫폼으로 구분하였다. (자세한 플랫폼 유형 설명과 예시는 이슈브리프 5, 7호 참고)

II 플랫폼 유형별 데이터 분석 결과

[전자상거래 플랫폼]

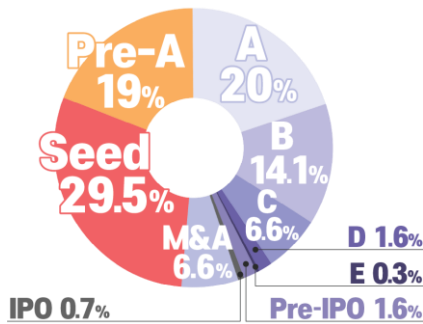
현재 투자 유치를 받은 전자상거래 플랫폼을 확인한 결과, 초기 투자 단계인 Seed와 Pre-A가 전체 투자 유치 비율의 절반 가까이 분포한 것으로 나타났다. 그중에 Seed 단계가 29.5%로 나타났으며, Pre-A 단계가 19%를 기록하였다.

중기 투자 단계에 해당하는 시리즈 A와 B는 전체의 약 34%로 나타났으며, 시리즈 A가 20%, 시리즈 B가 14.1%로 확인되었다. 후기 투자 단계인 시리즈 C부터 Pre-IPO 단계까지는 전체의 약 10%로 나타났으며,

시리즈 C가 6.6%로 후기 투자 단계 중 가장 비중이 높았다. 또한 시리즈 D와 Pre-IPO가 각각 1.6%로 확인된 반면, 시리즈 E의 경우 0.3%만 차지하였다.

그리고 투자 회수라고 할 수 있는 Exit 단계인 IPO와 M&A는 전체의 약 7%를 차지하고 있으며 IPO가 0.7%, M&A는 6.6%로 나타났다[그림2].

[그림2] 전자상거래 플랫폼 투자 유치 단계 비율

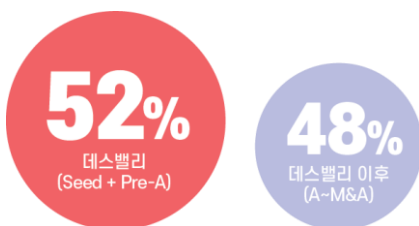


출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

투자 유치 단계 중 Series A 미만을 척도로 전자상거래 플랫폼의 투자 건수 비율을 확인한 결과, 죽음의 계곡에 해당하는 Seed와 Pre-A의 투자 건수가 전체의 52%를 차지한 것으로 나타났다. 구체적으로 전자상거래 플랫폼에 투자된 총투자 건수는 806회로, 이 중에서 Seed 단계가 291회(36%), Pre-A 단계가 132회(16%)로 확인되었다.

죽음의 계곡 단계 직후인 Series A부터 투자 회수 단계인 M&A 단계까지 투자 건수는 전체의 48%를 차지하였다. Series A의 경우 투자 건수 177회(22%)로 죽음의 계곡 이후 단계 중 가장 많은 비율로 나타났다. Series B 단계의 경우 투자 건수 95회(12%)로 죽음의 계곡 이후 단계 중 두 번째로 많은 투자 회수를 기록하였다. 위의 3가지 분석을 통해 전자상거래 플랫폼의 경우 죽음의 계곡 직후 단계인 Series A와 B 비율도 높게 나타나고 있지만, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 초기 투자 단계에 위치한 기업의 비율이 높은 것을 확인할 수 있다[그림3].

[그림3] 전자상거래 플랫폼 데스밸리 전후 투자 건수 비율

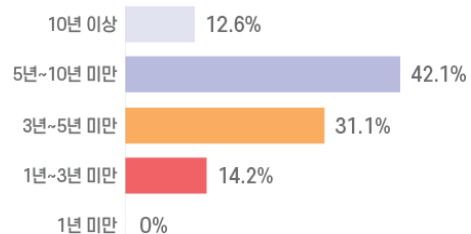


출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

2022년 12월 1일을 기준으로 전자상거래 플랫폼을 업력별로 분류한 결과, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 업력 5년 미만의 비율이 45.3%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 구체적으로 1년 이상 3년 미만 전자상거래 플랫폼이 14.2%를 기록하였으며, 3년 이상 5년 미만 기업이 31.1%인 것을 확인하였다.

죽음의 계곡 직후 단계라고 할 수 있는 5년 이상 10년 미만 기업이 전체의 42.1%로 가장 많은 비율로 확인되었으나, 5년 미만의 비율인 45.3%에 비해 적은 것으로 나타났다. 10년 이상 장수 전자상거래 플랫폼의 비율은 전체의 12.6%로 나타났다. 10년 이상 사업을 하고 있는 전자상거래 플랫폼의 대표적인 IPO 사례로는 1998년 12월에 사업을 시작한 서울옥션이 있다. 서울옥션은 2021년 12월, 약 23년 만에 코스닥(KOSDAQ)에 공모가 11,000원, 공모 주식 수는 약 331만주로 기업공개(IPO)를 실시하며 현재까지 미술품 경매 서비스 플랫폼을 운영하고 있다. M&A 사례는 2011년 1월에 사업을 시작하여 클라우드펀딩 서비스를 운영하고 있는 텀블벅이 있다. 텀블벅은 2013년 Seed 단계를 통한 첫 투자 유치를 시작으로 2020년 6월, 약 9년 만에 핸드메이드 제품 커머스 플랫폼 운영사 백패커와 M&A를 체결하며 현재까지 서비스를 운영하고 있다[그림4].

[그림4] 전자상거래 플랫폼 기업 업력



출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

[금융/결제 플랫폼]

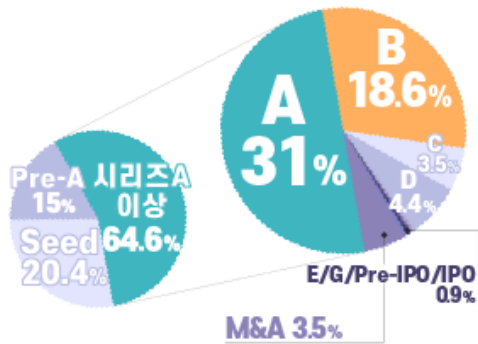
현재 투자 유치를 받은 금융/결제 플랫폼 중 가장 많은 비율을 차지하는 단계는 죽음의 계곡 구간 직후인 Series A와 B로 나타났다. 특히 Series A의 경우 전체의 31%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 다음으로 Series B가 18%를 기록하였다.

죽음의 계곡 구간에 해당하는 초기 투자 단계는 Seed 단계가 전체의 20.4%임을 확인할 수 있으며, Pre-A 단계가 15%를 나타내며 전체의 약 35%를 차지하고 있다. 후기 투자 단계인 시리즈 C부터 Pre-IPO 단계는 전체의 약 10%를 기록하였다. 이 중에서 시리즈 D(4.4%)가 가장 큰 비중을 나타냈고,

다음으로 시리즈 C(3.5%), 시리즈 E, G, Pre-IPO (각 0.9%) 순으로 확인되었다.

투자 회수 단계로 분류할 수 있는 Exit 비율의 경우 전체의 4.4%를 차지하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이 중에서 기업공개 단계인 IPO가 0.9%, M&A가 3.5%로 나타났다[그림5].

[그림5] 금융/결제 플랫폼 투자 유치 단계 비율

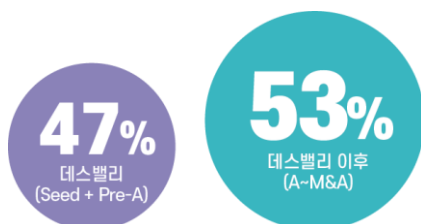


출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

투자 유치 단계 중 Series A 미만을 기준으로 금융/결제 플랫폼의 투자 건수 비율을 확인한 결과, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 Seed와 Pre-A의 투자 건수가 전체의 47%를 기록하였다. 총 금융/결제 플랫폼에 투자된 건수는 330회로, Seed 단계가 106회(32%), Pre-A 단계가 50회(15%)로 확인되었다.

죽음의 계곡 직후 단계인 Series A부터 투자 회수 단계인 M&A 단계까지 투자 건수는 전체의 53%로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, Series A가 투자 건수 총 82회로 25%를 기록하며 죽음의 계곡 이후 단계 중 가장 많은 비율로 확인되었다. 또한, Series B의 경우 투자 건수 48회로 전체의 15%를 차지한 것으로 나타났다. 위의 3가지 분석을 바탕으로 금융/결제 플랫폼은 투자 유치 단계의 측면에서 죽음의 계곡 직후 단계인 Series A와 B 비율이 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있을 뿐만 아니라 기업 업력 측면에서도 5년 이상 10년 미만 기업의 비율이 가장 높은 것을 확인할 수 있다[그림6].

[그림6] 금융/결제 플랫폼 데스밸리 전후 투자 건수 비율



출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

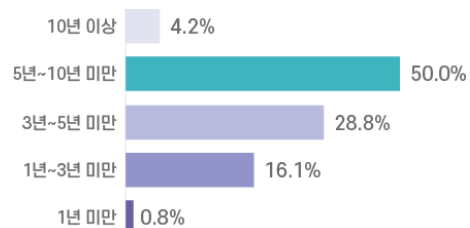
2022년 12월 1일을 기준으로 금융/결제 플랫폼을 업력별로 분류한 결과를 살펴보면, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 업력 5년 미만 기업의 비율이 전체의 약 45%를 차지하는 것으로 확인되었다. 구체적으로 1년 미만의 비율이 0.8%, 1년 이상 3년 미만 기업의 비율이 16.1%로 나타났다. 3년 이상 5년 미만 기업은 전체의 28.8%를 기록하였다.

죽음의 계곡 구간 직후 단계인 5년 이상 10년 미만 기업의 비율이 전체의 50%로 가장 많은 비중을 가지고 있는 것으로 나타났다. 10년 이상 금융/결제 플랫폼의 비율은 4.2%로 나타났는데, 이는 10년 이상 업력의 비율이 상대적으로 적은 만큼 5년 이상 10년 미만 기업에 집중되어 있기 때문인 것으로 보인다.

5년 이상 10년 미만 기업 중 금융/결제 플랫폼의 대표적인 IPO 사례는 2016년 1월에 사업을 시작한 카카오뱅크가 있다. 카카오뱅크는 2021년 8월, 약 5년 만에 코스피(KOSPI)에 공모가 39,000원, 공모 주식 수는 6,545만주로 기업공개(IPO)를 실시하며 현재까지 약 7년 동안 운영하고 있다.

M&A 사례 중 하나로 2014년 2월에 사업을 시작한 코인원이 있다. 코인원은 2014년 Seed 단계를 통한 첫 투자 유치를 시작으로 2015년 스타트업업 법인 카드를 제공하는 기업 고위드와 첫 번째 M&A를 체결하였다. 이후 2021년 10월 컴투스플러스에 인수되어 두 번째 M&A를 체결하며 현재까지 가상자산 서비스 플랫폼을 운영하고 있다[그림7].

[그림7] 금융/결제 플랫폼 기업 업력



출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

[미디어 플랫폼]

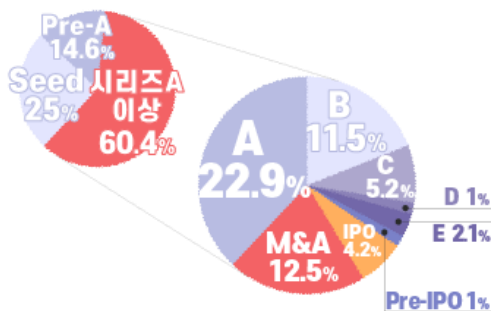
미디어 플랫폼 중 가장 주목할만한 단계는 죽음의 계곡 기간에 해당하는 초기 투자 단계인 것으로 나타났다. 초기 투자 단계인 Seed와 Pre-A를 합한 비율은 약 40%로 확인되었다. Seed 단계가 현재 25%로 나타났으며 Pre-A 단계가 14.6%를 차지하였다.

중기 투자 단계에 해당하는 시리즈 A와 B는 전체의 약 34%를 기록하였다. 이 중에서 시리즈 A가 22.9%, 시리즈 B가 11.5%로 나타났다. 앞선 두 가지 플랫폼 보다 미디어 플랫폼이 초기 투자 단계와 중기 투자 단계 간의 차이가 가장 적은 것으로 나타났다.

후기 투자 단계인 시리즈 C부터 Pre-IPO 단계까지는 전체의 약 9%로 확인되었으며, 이 중에서 시리즈 C가 5.2%로 후기 단계 중 가장 큰 비율을 차지하고 있다. 다음으로 시리즈 E(2.1%), 시리즈 D, Pre-IPO(각 1%) 순이었다.

그리고 투자 회수 단계인 Exit 비율의 경우 총 16.7%로 앞선 2개 플랫폼의 Exit 비율 중 가장 높은 비중을 차지하는 것을 확인하였다. 특히 IPO의 경우 4.2%를 기록하였으며, M&A는 12.5%를 차지하였다 [그림 8].

[그림8] 미디어 플랫폼 투자 유치 단계 비율

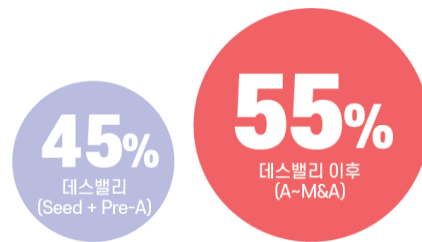


출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

죽음의 계곡 구간인 투자 유치 단계 Series A 미만을 기준으로 미디어 플랫폼의 투자 건수 비율을 확인한 결과, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 Seed와 Pre-A의 투자 건수가 전체의 45%로 나타났다. 총 미디어 플랫폼에 투자된 건수는 264회로, Seed 단계가 89회(34%), Pre-A 단계가 30회(11%)를 차지한 것으로 나타났다.

죽음의 계곡 직후 단계인 Series A부터 투자 회수 단계인 M&A 단계까지 투자 건수는 전체의 55%임을 확인할 수 있었다. 먼저 Series A의 경우 총투자 건수 59회(22%)로 죽음의 계곡 이후 단계 중 가장 높은 비율을 나타냈다. Series B의 경우 투자 건수 30회(11%)를 기록하였다. 이를 통해 미디어 플랫폼은 투자 유치 단계의 측면에서 투자 회수 단계인 IPO와 M&A가 상대적으로 높은 비율로 나타났으며, 기업 업력 측면에서 또한 10년 이상 장수 플랫폼의 비율이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있다[그림9].

[그림9] 미디어 플랫폼 데스밸리 전후 투자 건수 비율



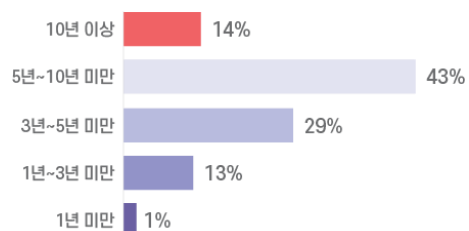
출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

2022년 12월 1일을 기준으로 미디어 플랫폼을 업력별로 분류한 결과, 죽음의 계곡 구간에 해당하는 업력 5년 미만의 비율이 43%로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 3년 이상 5년 미만 기업의 비율이 29%, 1년 이상 3년 미만이 13%, 1년 미만이 1% 순으로 확인되었다.

죽음의 계곡 구간 직후 단계인 5년 이상 10년 미만 기업의 비율은 43%로, 5년 미만 기업의 비율인 43%와 동일한 것을 확인할 수 있다. 또한 10년 이상 장수 미디어 플랫폼의 비율은 전체 14%를 기록하며, 앞선 2개의 플랫폼 중 가장 많은 비율임을 확인할 수 있다. IPO와 M&A 비율이 높은 미디어 플랫폼의 평균 IPO 소요 기간은 6.8년으로, M&A까지 평균 소요 기간은 6.4년으로 나타났다.

또한 10년 이상 사업을 하고 있는 미디어 플랫폼의 대표적인 IPO 사례로는 2007년 3월부터 사업을 시작한 크래프톤이 있다. 크래프톤은 2021년 8월, 약 14년 만에 코스피(KOSPI)에 공모가 498,000원, 공모 주식 수는 약 865만주로 기업공개(IPO)를 실시하여 현재까지 배틀로얄 FPS 게임을 개발 및 운영하고 있다. 미디어 플랫폼의 M&A 사례는 2001년 5월부터 MMORPG 게임 개발 사업을 시작한 스튜디오 8이 있다. 스튜디오 8은 2016년 1월 Seed 단계를 통해 첫 투자 유치를 시작하였다. 이후 2021년 5월, 약 20년 만에 블록체인 플랫폼 웨이투잇과 M&A를 체결하였다[그림10].

[그림10] 미디어 플랫폼 기업 업력



출처: 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터(단위: %)

III 결론 및 시사점

플랫폼 유형별로 현재 투자 유치 단계와 기업 업력 기준으로 죽음의 계곡 구간을 설정하여 분석한 결과 전자상거래 플랫폼은 초기 투자 단계 비율이 높은 것을 확인할 수 있었다. 또한 금융/결제 플랫폼은 죽음의 계곡 직후 구간인 중기 단계 비율이 높은 것을 확인하였으며, 미디어 플랫폼은 투자 회수 단계 비율 측면에서 성과를 확인할 수 있었다.

죽음의 계곡 구간 전후로 투자 건수 비율 측면에서 유형별로 확인한 결과, 전자상거래 플랫폼은 초기 투자 단계인 죽음의 계곡 구간의 비율이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있었다. 그리고 금융/결제 플랫폼은 죽음의 계곡 이후 비율이 더 많은 것을 확인할 수 있었으며, 미디어 플랫폼 역시 죽음의 계곡 이후 비율이 많은 것을 확인할 수 있었다.

이슈브리프 5호와 7호에서 분류하였던 9개 플랫폼 유형 중 상위 투자 유치 규모 3개 플랫폼을 분석한 결과, 죽음의 계곡 직후 단계인 5년 이상 10년 미만 기업 비율이 가장 많은 것으로 나타났다.

플랫폼 유형별로 기업 업력을 분석한 결과, 현재 투자 유치 단계와 유사하게 전자상거래 플랫폼의 경우 초기 단계인 5년 미만 비율이 가장 높은 것을 확인하였다. 또한 금융/결제 플랫폼 역시 투자 유치 단계와 유사하게 죽음의 계곡 구간 직후인 5년 이상 10년 미만 기업의 비율이 가장 높았으며, 미디어 플랫폼 또한 10년 이상 장수 플랫폼의 비율이 다른 플랫폼에 비해 상대적으로 가장 높은 것을 확인하였다.

참고문헌

- 중소벤처기업부(2022), 「2021년 연간 창업기업 동향」, www.kised.or.kr
- 통계청(2021), 「2020년 기업생멸행정통계 결과」, www.kostat.go.kr
- Gompers, P. A. & Lerner, J.(2001), The Money of invention how venture capital creates new wealth, Massachusetts: Harvard Business Press Books.
- 노용환(2022), 「중소기업지원정책의 창업기업 생존효과 분석」, 중소기업금융연구, 42(2), 29 - 54
- 고영희, 이호성(2016), 「투자유치 전략을 위한 스타트업의 특성과 벤처캐피탈 투자구성의 상호연관성 연구」, 벤처창업연구, 11(2), 63 - 73
- 우리은행(2013), 「이슈리포트 - 창조경제와 창조금융을 위한 펀드」
- 국민대학교 혁신기업연구센터(2022), 이슈브리프 5호
- 국민대학교 혁신기업연구센터(2022), 이슈브리프 7호
- 더브이씨 홈페이지, <https://thevc.kr>
- 혁신의 숲 홈페이지, <https://innoforest.co.kr>

주 의

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

발행일 | 2022년 12월 16일

발행처 | 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터

서울시 강남구 테헤란로 81길 10 소석빌딩 5층

기획 및 편집 | 국민대학교 플랫폼 SME 연구센터 연구팀

데이터 분석팀 신민주 선임 연구원, 오용석 연구원

문의처 | Tel: 02-6242-8119 / 8113