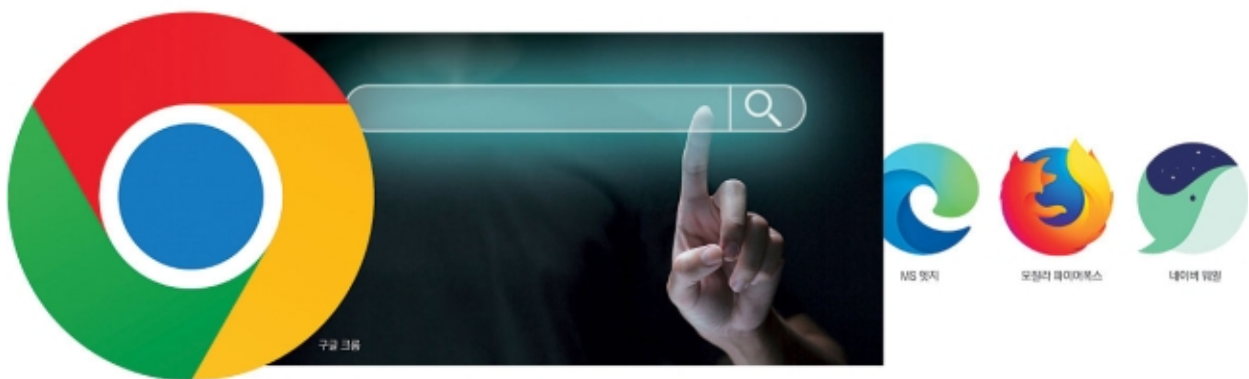


문화일보

웹브라우저 선수교체... 모바일-PC 연동 '크롬 독주' 계속될까

입력 2022.06.20. 오전 9:01 수정 2022.06.20. 오전 10:56

■ ICT



MS '인터넷 익스플로러' 종료

후속작 '엣지' 내놔지만 힘 못써

구글 '크롬' 세계점유율 66% 1위

韓선 크롬 71%-엣지 15% 점유

네이버 '웨일' 급부상하며 3위

애플 '사파리' 윈도 호환 떨어져

브라우저 시장 모바일 중심될듯

업계 "韓 업체들 전략 강화해야"

미국 마이크로소프트의 웹브라우저 인터넷익스플로러(IE)가 지난 15일로 서비스를 종료했다. 처음 등장한 지 27년 만이다. 인터넷이 대중에 보급되던 초기 브라우저의 대명사와도 같았던 IE는 운영체제(OS) 윈도의 끼워팔기 논란, 스마트폰 시대 구글 크롬의 부상 등으로 쇠락의 길을 맞았다. 마이크로소프트는 이미 2016년 IE의 후속작 엣지를 내놓으면서 IE의 서비스 종단을 예고한 바 있다. 세계 시장과 국내 시장 모두 당분간 웹브라우저는 구글 크롬의 독주 체제가 예상되는 가운데 모바일 브라우저를 중심으로 치열한 경쟁이 펼쳐질 것으로 보인다.

20일 웹트래픽 분석 사이트 스탯카운터에 따르면 올해 5월 기준 전 세계 데스크톱 브라우저 시장에서 구글 크롬이 66.16%로 압도적인 1위를 차지하고 있다. 이어서 엣지 10.12%, 사파리 9.14%, 파이어폭스 7.66%, 오페라 2.80% 순이었다. 서비스를 종료하는 IE도 여전히 1.65%의 점유율을 가지고 있었다.

한국 시장만 보면 크롬의 시장 점유율은 71.25%로 더 올라간다. 엣지는 15.72%, 웨일 5.85%, 사파리 2.63%, 파이어폭스 2.11%, IE가 1.59%로 뒤를 이었다. 크롬과 엣지의 비중이 세계 평균보다 높은 것이 특징이다. 네이버가 개발한 웨일도 다양한 기능을 앞세워 적지 않은 이용자를 확보했다. 웨일은 2020년 3%대로 점유율 3위로 올라선 뒤 지속적인 상승 곡선을 그리고 있다. 한국 기업에서 만든 브라우저인 만큼 이용자 편의성이 좋은 게 가장 큰 장점이다.

크롬과 엣지, 웨일의 점유율이 다른 나라에 비해 높은 것은 사파리와 파이어폭스가 한국에서 큰 힘을 발휘하지 못하고 있기 때문이다. 애플에서 만든 사파리는 윈도우와의 호환성이 떨어진다. 삼성전자와 LG전자를 보유한 한국에서는 애플 컴퓨터 맥북 사용자가 상대적으로 적다. 이 때문에 사파리 사용자도 적다는 게 업계의 분석이다. 오픈 소스 브라우저의 대명사로 가장 긴 역사를 가진 파이어폭스도 한글 표시 기능 등이 떨어져 한국에서는 큰 호응을 얻지 못하고 있다.

IE의 몰락과 크롬의 부흥은 스마트폰의 보급과 밀접한 연관이 있다. 전 세계 데스크톱 브라우저 시장에서 크롬과 IE의 점유율 크로스가 일어난 것은 2013년이다. 2009년까지만 해도 50% 이상을 차지하고 있었던 IE는 점점 하강 곡선을 그렸고, 구글은 같은 해 3.27%에 그쳤지만, 기하급수적으로 성장해 불과 3년 만인 2012년에는 33.74%까지 올라간다. 2013년부터 구글이 IE를 제치고 1인자로 올라섰다. 이후 IE는 계속 곤두박질쳤고, 구글은 70%대를 넘나드는 수준에 이르렀다. 2010년대부터 스마트폰 보급이 본격화되면서 모바일과 PC 연동을 앞세운 크롬의 강세가 두드러진 것이다. 반면 마이크로소프트는 모바일 시장에서 힘을 쓰지 못했다. 마이크로소프트의 윈도와 IE 끼워팔기가 이슈가 되면서 세계 각국에서 제재를 가한 것도 시장 지배력 하락과 무관치 않다.

업계에서는 당분간 브라우저 시장에서 구글의 독주가 계속될 것으로 보고 있다. 다만 웹 사용 자체가 PC에서 모바일로 급격히 전환되고 있는 점은 변수다. 모바일 브라우저 세계 시장 순위(올해 5월 기준)는 크롬 64.87%, 사파리 24.75%, 삼성 인터넷 4.83% 순이다. 크롬의 점유율이 다소 낮고 애플 폰에 탑재된 사파리의 점유율이 눈에 띈다. 한국에서는 크롬이 35.34%에 그치고, 삼성 인터넷 26.79%, 사파리 23.56%, 웨일 12.6%로 나타난다. 업계 관계자는 “앞으로 브라우저 시장의 중심은 모바일로 옮겨 갈 가능성이 크다”며 “한국 업체들도 모바일 브라우저를 타깃으로 전략을 세워야 한다”고 말했다.

김병채 기자(haasskim@munhwa.com)

Copyright © 문화일보. All rights reserved. 무단 전재 및 재배포 금지.

이 기사 주소 <https://n.news.naver.com/mnews/article/021/0002518395>
