

《오늘은 퇴근하세요》 시장조사 및 경쟁 분석

시장 동향 및 규모

현대인들의 **멘탈 케어 수요**는 코로나19 이후 폭발적으로 증가했습니다. 보건복지부 조사에 따르면 한국 국민의 73.6%가 최근 1년간 한 가지 이상의 정신건강 문제를 겪었으며, 이들 중 73%는 주변에 털어놓거나 전문가 도움을 받지 못한 채 방치된 상태였습니다 ^①. 정신과 치료에 대한 낙인과 접근성 문제 때문에 병원을 찾지 않는 사람이 많아, 대신 **디지털 멘탈케어(멘탈테크)** 기술이 각광받고 있습니다. 실제로 AI와 앱 등을 활용한 멘탈테크 시장은 가파르게 성장 중이며, 2023년 전 세계 **디지털 멘탈케어 시장 규모는 약 170억6000만 달러**로 2024년에는 201억 달러(약 27조원)까지 약 18.4% 성장했고, 2030년에는 558억 달러 규모에 이를 것으로 전망됩니다 ^②. 이러한 시장 성장은 **우울·불안 해소, 수면관리, 감정 기록** 등 다양한 **웰니스 앱**과 온라인 상담 서비스의 등장으로 뒷받침되고 있습니다.

특히 **감정 기록 및 정서 관리 앱**은 젊은 층을 중심으로 글로벌 트렌드가 되었습니다. 감정을 손쉽게 기록하고 분석하는 **무드 트래킹(mood tracking)**이 SNS에서 유행하면서 관련 앱 다운로드가 크게 늘었고, 일상 속 마음치유를 돕는 디지털 솔루션들이 연이어 등장하고 있습니다 ^③. 이처럼 **정신건강 관리에 대한 인식 변화와 모바일 기술 발전**이 맞물려, 《오늘은 퇴근하세요》와 같은 **셀프케어 앱**이 성장할 수 있는 **시장 환경**이 조성되고 있습니다.

경쟁 서비스 현황

현재 시장에는 **감정일기, 명상, AI 상담** 등 여러 분야에서 정신건강을 다루는 앱들이 존재합니다. 그러나 **창업자·프리랜서의 번아웃이나 실패 경험**에 특화된 서비스는 아직 드문 상황입니다. 아래는 《오늘은 퇴근하세요》와 관련된 **주요 경쟁 앱 및 서비스**입니다:

- **하루콩 (DailyBean)** - 간단한 **감정일기 앱**으로 16가지 이모티콘을 통해 그날의 기분을 기록하고 한 줄 메모와 사진을 남길 수 있는 서비스입니다. 2021년 3월 출시 이후 **2년 반 만에 176개국 누적 675만 다운로드**를 돌파하며 MZ세대 중심으로 선풍적 인기를 끌었습니다 ^④. 2025년 초 기준 누적 다운로드는 950만 건 이상이며, **구글플레이 올해의 앱**에 2년 연속 선정될 정도로 글로벌 성과를 거두고 있습니다 ^⑤. 귀여운 콩 캐릭터와 **직관적 UI로 10~20대 사용자들의 꾸준한 감정 기록 습관**을 이끌어냈고, 월간/연간 **감정 리포트**를 제공하여 사용자가 스스로 기분 추이를 되돌아볼 수 있게 합니다 ^⑥. 하루콩은 **해외 이용자 비중이 90%**에 달할 만큼 글로벌 성공을 거두었으며, 틱톡 등 SNS에서 이용자들의 인증 열풍을 타고 성장했습니다 ^⑦ ^⑧. 다만 **위로 콘텐츠**는 따로 없고 기록/통계 기능 중심이며, 대상 사용자층도 일반 **Z세대**로 넓습니다.
- **무디 (Moody/Moodee)** - 하루콩을 개발한 블루시그님이 2023년 출시한 **심리가이드 앱**입니다. 사용자 감정 기록을 바탕으로 **맞춤형 심리치료 콘텐츠**를 제공하는 것이 특징입니다 ^⑨. 출시 4개월 만에 15만 다운로드를 기록했고, 미국과 한국 구글플레이 **신규 건강 앱 1위**에 오르는 등 주목받았습니다 ^⑨. **인터랙티브 스토리** 형식으로 감정 상태에 따라 콘텐츠와 대화가 전개되어, 기존 명상앱들의 일방향 콘텐츠와 차별화했습니다 ^⑩. 또한 전문 심리학자들과 협업하여 임상 이론을 앱에 적용, 사용자 특성에 맞는 **맞춤 심리 가이드**를 제공한 점을 강조합니다 ^⑪. 무디는 **해외 사용자 비중이 80%**에 이르며, “삶의 변화를 이끄는 것”을 목표로 **라이프 임팩트 스코어(LIS)** 같은 지표를 도입하는 등 **심층 개입형 서비스**입니다 ^⑫. 《오늘은 퇴근하세요》와 비교하면 **일일 감정 체크**보다는 **심리 콘텐츠 소비**에 초점이 맞춰져 있고, **실패나 퇴근**보다는 전반적 멘탈 관리에 가깝습니다.
- **라일리 하루** - 스타트업 **오티움(Otium)**에서 개발한 **AI 기반 감정일기 앱**입니다. 텍스트, 사진, 음성 등으로 기록된 일기를 **독자 개발한 소형 LLM**과 감정분석 알고리즘이 분석하여 **감정 변화 패턴과 리포트**를 생성해줍니다 ^⑬ ^⑭. 예를 들어 글 대신 음성이나 사진을 남겨도 AI가 해당 감정을 자동으로 추출해주기 때문에 **다양한 방식의 감정 표현**을 지원합니다 ^⑮. 이렇게 도출된 데이터를 기반으로 **맞춤 인사이트**와 조언을 제공하여 사용자가 자신을 깊이 이해하고 의사결정에 도움을 주는 것을 목표로 합니다 ^⑯. 2023년 말 정식 출시되었으며, 현재

애플 앱스토어에서 서비스 중입니다 17. “글로벌 멘탈케어 시장의 혁신 서비스가 될 것”이라는 포부로 개발되었지만 18, 아직 이용자 규모나 성과가 공개되지 않았습니다. 《오늘은 퇴근하세요》와 비교하면 **AI 분석 리포트** 측면은 유사하나, 라일리 하루는 **감정 원인 파악과 의사결정 지원**에 초점을 둔 **분석형** 일기입니다.

- **사이다 (SAIDA)** – 문서 AI기업 사이냅소프트가 2025년 4월 출시한 **감성 AI 일기** 앱입니다. “**답답한 마음을 시원하게 풀어준다**”는 이름처럼, **감정 기록 + AI 대화형 위로** 기능을 결합한 점이 특징입니다 19. 사용자가 하루 감정을 **이모지로 표현**하면, **AI가 자동으로 일기 내용을 작성**해주어 일기 쓰기의 부담을 낮추고 20, 나아가 사용자의 일기 내용에 대해 **따뜻한 답장**을 보내주는 독특한 기능이 있습니다 21. 마치 속마음을 들어주는 친구처럼 **공감형 챗봇** 경험을 제공하여 “AI가 내 이야기를 들어주는 것만으로도 큰 위로가 된다”는 사용자 후기가 나올 정도로 **정서적 교감**을 중시했습니다 22. 또한 일기 내용을 12시간 후 AI가 **그림으로도 생성**해주어, 말로 표현하기 어려운 감정을 시각적으로 풀어내는 **그림일기 기능**도 제공합니다 23. 구글 플레이스토어와 앱스토어에 “**사이다 일기**”로 공개되었으며, 사이냅소프트가 처음 진출한 B2C 서비스입니다 24. 《오늘은 퇴근하세요》와 유사하게 **감정 표현과 위로**를 핵심 가치로 하지만, 사이다는 **AI 상담사 역할**을 전면에 내세운 점, 그리고 **그림 생성** 등 부가 기능 측면에서 차이가 있습니다.

사이냅소프트의 감성 일기 앱 ‘사이다’ 홍보 이미지. 감정을 이모지로 기록하면 AI가 일기 작성과 답장을 통해 위로해준다.

- **답다** – 통신사 LG유플러스가 2023년 하반기 출시한 **AI 마음관리 플랫폼**입니다. “**일기를 쓰면 AI 상담사가 답장을 보내준다**”는 컨셉으로, 출시 6개월 만에 가입자 2만 명을 확보하며 운영되고 있습니다 25. 누적 작성 일기는 9.2만 개로 집계되었고, **사용자 1인당 주 2.8회** 꼴로 일기를 꾸준히 쓰고 있는 셈입니다 25. AI 캐릭터 “**익시**”가 사용자의 고민을 듣고 공감 메시지를 보내주는 방식으로, 전문 상담 대신 **가벼운 멘탈 케어**를 제공합니다 26 27. 대기업이 진출한 사례로 **서비스 안정성**은 높지만, 아직 기능 면에서는 단순한 **일기+챗봇 위로**에 머물러 있습니다. 《오늘은 퇴근하세요》가 지향하는 **실패 위로 콘텐츠**나 **퇴근 루틴 유도** 등 특화 기능으로 차별화가 가능할 것으로 보입니다.

- **그 외 정신건강 앱** – 명언/동기부여 앱으로는 매일 랜덤 명언을 제공하는 단순 서비스들이 있지만 **사용자 참여도나 개인화는 낮은 편**입니다. 반면 명상·수면 등 웰니스 앱으로 국내 최초 디지털 명상앱 ‘**마보**’가 누적 60만 다운로드(가입자 36만 명 이상)를 기록했고 28, 글로벌 시장에서 **Headspace, Calm** 같은 명상 앱이 수억 달러 기업으로 성장했습니다. 또한 온라인 심리상담 플랫폼으로 **아토머스의 ‘마인드카페’**(익명 심리상담 커뮤니티 및 매칭)나 **트로스트(Troost)** 등이 등장해, 병원에 가지 않고도 전문가 상담을 받을 길을 열어주고 있습니다 29. 다만 이러한 상담 앱들은 **전문가 연결 및 커뮤니티 중심**이어서 《오늘은 퇴근하세요》처럼 **혼자서 일상 감정을 기록·정리하고 위로받**는 용도와는 차별화됩니다. 즉, 현재 **감정 기록/분석** 분야와 **멘탈케어 콘텐츠** 분야에는 여러 경쟁자가 있으나, “**하루 한 번 정서적 퇴근**”을 돕고 **실패 경험에 공감**해주는 특화 서비스는 **시장 공백**으로 남아 있습니다.

타겟 유저군의 필요성과 현황

《오늘은 퇴근하세요》는 **창업자, 1인 기업, 프리랜서, 번아웃 직장인** 등을 주요 타겟으로 삼고 있습니다. 이들은 **경계 없는 업무환경**에서 쉴 틈 없이 일하다보니 정서적 피로도가 극심한 계층입니다. 실제로 **스타트업 창업자 대상 조사**에서 **우울감 중간 이상**인 창업자가 32.5%로 일반 성인 평균(18.1%)보다 훨씬 높았고, **불안 증세**도 20.3%로 일반인 평균(8%)의 두 배가 넘었습니다 30. 특히 **창업자 5명 중 1명(약 20%)**은 **자살 위험군**으로 분류될 만큼 정신건강 지표가 취약한 실정입니다 30. 또 다른 통계에 따르면 **60% 이상의 창업자들이 심각한 번아웃**을 호소하고 있고, 약 **30%**는 **극심한 압박감에 한때 자신의 역할을 그만둘 고민**까지 했다고 합니다 31. 이는 **일반 직장인**보다 훨씬 높은 비율로, 책임과 고립감이 큰 창업자일수록 **정신적 지원의 필요성**이 큼을 보여줍니다. **프리랜서와 크리에이터**들도 마찬가지로 **경계 없는 업무시간, 성과 압박**에 시달려 우울과 불안을 겪는 사례가 증가하고 있습니다. 그러나 **정신과 치료 문턱은 높고** 주변에 쉽게 털어놓기도 어려워, **스스로 감정을 관리하고 위로받**을 수 있는 **자기돌봄 도구**에 대한 수요가 높습니다 32. 이러한 **정량적인 지표**들은 《오늘은 퇴근하세요》가 제시하는 “**하루 한 번 정서적 퇴근**”이라는 컨셉이 **시장성과 사회적 필요**가 있음을 뒷받침합니다.

시사점 및 기회

정리하면, **멘탈 헬스케어 시장**은 빠르게 성장하고 있고 경쟁 서비스들도 다양해지고 있으나, 《오늘은 퇴근하세요》가 집중하는 틈새는 비교적 **미개척 분야**입니다. 기존 감정일기 앱들은 **기분 기록과 통계**에 중점을 두고 있고, 명언 앱들은 **성공담 위주**의 상투적 메시지만 제공합니다. 또한 AI 상담형 일기 앱들이 등장했지만 이는 **모든 사용자 일반**을 대상으로 하여 창업자나 번아웃 계층의 **특수한 정서적 니즈** (실패에 대한 공감, 심리적 퇴근 의식 등)를 세밀하게 다루지 못합니다. **시장조사 결과**, 창업자·프리랜서 등의 정신건강 지표는 일반인보다 훨씬 취약하며 **가벼운 정서 지원 서비스에 대한 요구**가 크다는 것이 확인되었습니다.

따라서 《오늘은 퇴근하세요》는 **객관적 데이터**를 근거로 볼 때, **다음과 같은 시장 기회**를 갖습니다:

- **차별화된 콘텐츠: “성공 명언” 대신 “실패 명언”을 제공하고, 정해진 퇴근 시간에 맞춰 위로한다는 컨셉은 경쟁 앱에 없는 독자적 가치입니다** ²⁸. 이는 실패 경험자들에게 공감과 용기**를 주는 새로운 포지셔닝으로, 기존 웰니스 앱들과 차별화됩니다.
- **높은 잠재수요: 창업자·1인 업무자 중 상당수가 정신적 지원 부족을 느끼고 있고, 3명 중 2명 이상이 번아웃 위험군** ³¹ 임에도 마땅한 셀프케어 도구가 없습니다. 이들에게 **낮은 진입장벽**으로 다가가 **하루 한 번 마음정리 루틴**을 제공하면 **충성도 높은 사용자층**을 확보할 가능성이 높습니다.
- **글로벌 확장 가능성: 감정일기 시장의 선두주자인 하루코 사례에서 보듯이, 전 세계적으로 “간편한 감정 기록”에 대한 수요가 존재합니다** ³³. 《오늘은 퇴근하세요》의 컨셉트(Emotional log-off)는 **문화권을 넘어 보편적 공감대**를 형성할 수 있는 주제이므로, 국내에서 검증된 후 해외 **니치 시장**(예: 번아웃 창업자 커뮤니티 등)으로도 확장할 여지가 있습니다.

결론적으로, **시장 데이터와 경쟁 분석**을 종합하면 《오늘은 퇴근하세요》는 **정서적 휴식과 실패에 대한 위로**라는 **독특한 가치 제안**으로 **블루오션**을 개척할 잠재력이 있습니다. 경쟁 서비스들의 성공 요인(쉬운 감정기록, 재미 요소, AI 활용 등)을 참고하면서도, **타겟 사용자 맞춤형 콘텐츠와 루틴 제공**을 강화한다면 **객관적인 수치로 뒷받침된 수요층**을 효과적으로 공략할 수 있을 것으로 보입니다. 이 시장조사 결과를 바탕으로 제품 기획을 구체화하면, **사용자들의 지친 마음에 꼭 필요한 동반자 앱**으로 자리매김할 수 있을 것입니다.

자료 출처: 보건복지부·언론 보도 및 스타트업 리포트 ² ³⁴ ⁵ ³⁰ ³¹ 등 분석 내용 참조.

1 2 28 29 "우울해" 그래도 병원 안찾는 사람들...낙인 걱정 없는 '앱' 찾았다

<https://v.daum.net/v/20250626163135775?f=p>

3 6 7 8 12 33 화나고 불안한 감정, 일기처럼 매일 앱에 남겨보세요 | 한국경제

<https://www.hankyung.com/article/2024100215991>

4 9 10 11 32 34 속보서비스 - Chosunbiz

https://cbiz.chosun.com/svc/bulletin/bulletin_art.html?contid=2023100200061

5 1년간 전세계서 2960만건 감정일기 기록...구글이 반한 'K-앱' - 유니콘팩토리

<https://www.unicornfactory.co.kr/article/2025010716384717743>

13 14 15 16 17 18 AI 감정일기 앱 '라일리 하루', 감정 분석의 새로운 장을 열다 - 파이낸스투데이

<https://www.fntoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=342019>

19 20 21 22 23 24 [헬로티]사이냅소프트, 감정 읽고 위로 전하는 AI 일기 앱 '사이다' 발표 - Synapsoft

<https://www.synapsoft.co.kr/blog/35825/>

25 26 27 AI 기반 마음관리 플랫폼 답다', 출시 6개월만에 가입자 2만명 모았다 | 한국경제

<https://www.hankyung.com/article/202403265877P>

30 스타트업 창업자 정신건강, 일반인 대비 우울-불안 높아...여성은 위험 수위 - 와우테일

<https://wowtale.net/2022/07/20/43702/>

31 No.6 | 스타트업 CEO에게 번아웃은 숙명일까?

<https://brunch.co.kr/@6cb3e9729ab8403/11>