

국내 앱 개발자 기대수요에 대한 현황 및 전망

모바일 앱 관계자와 예비창업자를 위한
전망 보고서

설문개요

설문제목	국내 앱 개발자 기대수요에 대한 현황 및 전망
문항 수	18문항
조사기관	한국인터넷진흥원
조사대상	앱 개발자 및 예비창업자
설문기간	2014.11.04 ~ 2014.11.14.(10일)
조사인원	509명
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> o 개발자 커뮤니티 대상 온라인 설문조사 - 네이버 맥부기 애플 개발자 모임카페 - 네이버 안드로이드 개발자 카페 - 네이버 IT개발자 모임 카페
오차범위	±4.34% (95% 신뢰도 기준)

패널통계

연령대					성 별	
10대	20대	30대	40대	50대 이상	남	여
12명 (2.36%)	140명 (27.5%)	263명 (51.67%)	76명 (14.93%)	18명 (3.54%)	207명 (40.67%)	302명 (59.33%)
직업						
모바일 앱 분야 예비창업자	모바일 앱 기업 취업(이직)준비자	모바일 앱 기업 대표	모바일 앱 기업 직원(개발자)	기 타		
93명 (18.27%)	117명 (22.99%)	70명 (13.75%)	178명 (34.97%)	51명 (10.02%)		

- 조사결과 검토 전문위원 -

이희욱(블로터닷넷 편집장)

최재홍(국립 강릉원주대 교수)

이준하(투비소프트 팀장)

김광철(한국 IT 개발자협동조합 기획이사)

한정섭(CJ 시스템즈 연구원)

안병도(베타뉴스 기자)

- 목 차 -

- I. 각광받는 모바일 앱 시장**
- II. 변화를 받아들여 기회로 만들어야 한다**
- III. 블루오션을 꿈꾸며 해외로 진출한다**
- IV. 앱 시장에서 성공하기 위해 필요한 것은?**
- V. 모바일 앱 개발자가 원하는 지원은?**
- VI. 앱 개발자 커뮤니티 활성화가 과제**

I. 각광받는 모바일 앱 시장

모바일 앱이 주목받기 시작한 것은 그다지 오래되지 않았다. 애플에서 아이폰을 내놓으면서 그 안에 기존 컴퓨터의 운영체제를 그대로 축소해서 넣은 것이 계기가 되었다. 컴퓨터와 같은 개념으로 편하게 개발해서 앱스토어를 통해 온라인으로 유통하고 수익을 개발자와 애플이 7:3으로 배분하는 방식은 엄청난 호응을 얻었다. 이에 경쟁자인 안드로이드폰을 비롯한 스마트폰도 속속들이 앱 마켓을 열어서 커다란 시장을 만들었다.

스마트폰으로 대표되는 모바일 앱은 기존 컴퓨터 소프트웨어와는 다른 몇 가지 차별성을 가진다.

첫 번째로 소프트웨어 자체가 용량이 작으며 빠르게 실행될 수 있어야 한다. 연산속도와 저장용량, 배터리용량에서 한계를 지닌 모바일 기기에서 쾌적하게 쓰도록 만들어야 하기 때문이다. 두 번째로 GPS와 내장 카메라를 비롯한 각종 센서를 다양하게 활용하는 경우가 많다. 가지고 다니며 수시로 볼 수 있다는 특성을 잘 이용하면 기존 컴퓨터와는 완전히 다른 활용성을 이끌어낼 수 있기 때문이다. 마지막으로 모바일 기기라는 플랫폼 특성에 따라 기존 PC에서 상당한 기득권을 가지던 기술인 윈도우 운영체제, 어도비 플래시, 액티브엑스 등에 구애받을 필요가 없다. 보안과 성능향상을 위해 모바일 기기는 다른 기술적 기반을 가진다.

모바일 앱 시장이 각광받는 것은 이렇듯 기존 소프트웨어 시장과는 상당히 다른 기반 위에서 시작하기에 출발점이 동일하다는 점이 크다. 모바일 기기의 확산에 따라 앱 시장규모가 매우 크다. 하지만 대기업이 많은 자본과 풍부한 인력을 가지고 뛰어들다고 해서 쉽게 성공할 수 있는 곳도 아니다. 이것은 반대로 말해서 개인이나 작은 회사가 창의력과 순발력을 통해 상업적으로 큰 성공을 거둘 수도 있다는 뜻이 된다. 단순한 이론이 아니다. 실제로 모바일 앱 시장에서 커다란 성공을 거둔 신진 창업자들이 많다. 폭탄새를 날리는 게임인 '앵그리버드'를 개발한 핀란드의 로비오 사는 당시 직원수 28명 정도의 벤처기업이었지만 2011년말 224명으로 늘어났으며 2012년 순이익은 약 770억 원에 달했다. 또한 단순한 게임뿐만이 아니라 앵그리버드 캐릭터를 이용한 프랜차이즈 사업에도 뛰어들어 상당한 성과를 거두고 있다.

국내 역시 예외가 아니다. 네이버와 다음 같은 거대포털이 차지한 PC기반의 웹 시장을 넘어서 모바일 메신저 앱으로 데뷔한 카카오톡은 2013년에 이용자수 1억 명을 돌파했다. 카카오는 다음과 합병해서 다음카카오톡은 통합회사로 새로운 모바일-웹 융합 시장에 도전하고 있다. 모바일 기기를 통한 배달기능을 제공하는 '배달의 민족'은 2014년 말 기준으로 누적 1400만 다운로드를 기록하고 있다. 또한 거래되는 주문 건수만 매달 400만건으로 매일 13만건 이상의 주문이 이뤄진다.

이렇듯 끊임없이 성장하면서 새로운 기회의 땅이 되고 있는 모바일 앱이지만 순풍만 불고 있는 건 아니다. 시장이 커지고 경쟁이 치열해지면서 점점 사용자의 눈높이가 높아지고 앱 구매에 신중한 경향을 보이고 있다. 아이폰 초기에는 단순히 맥주 마시는 흥내를 내주는 앱을

내놓아도 0.99달러에 기꺼이 사주었던 시기가 있었다. 하지만 지금은 훨씬 많은 기능과 화려한 인터페이스로 무장한 앱조차도 판매에 고전하고 있다. 심지어 앱을 무료로 앱마켓에 내놓아도 사용자에게 기회조차 얻지 못한 채로 묻혀 버리는 경우가 많다.

스마트폰과 태블릿으로 대표되는 모바일 기기 시장이 포화상태에 이른 것도 우려할 점이다. 스마트폰이 새로운 변화의 시작으로 유행이 되었던 때에는 사용자들이 쉽게 지갑을 열었다. 그런데 이제는 일상재가 되어버린 스마트폰에서는 성능과 기능이 점차 상향평준화되고 있다. 앱 수준 역시 높아지다보니 웬만한 매력으로는 사용자를 끌어당기거나 수익모델을 만들기 어렵게 되어버렸다.

이런 상황에서 모바일 앱 시장에 단순히 창의력과 열정만 가지고 뛰어들어서는 성공을 장담하기 힘들다. 냉정한 기획과 철저한 준비를 거쳐 제대로 다듬어진 아이템을 가지고 도전해야 보다 많은 기회가 주어질 것이다. 새로운 기술을 적용하거나 아직 개척되지 않은 해외시장에 진출해보는 것도 좋은 방법이다. 2010년부터 2014년까지는 모바일 혁명이라 부를 만큼 많은 변화가 있었다. 모바일 앱 예비창업자와 업계관계자의 의견을 토대로 다가오는 2015년의 모바일 앱 시장을 분석하고 전망해보자.

II. 변화를 받아들여 기회로 만들어야 한다

모바일 생태계의 트렌드 변화는 창업자에게는 기회로 다가온다. 모바일 앱 분야에서 불안을 진정시키고 방향을 제시하는 것은 신기술이다. 따라서 평소 새로운 기술을 적극적으로 받아들이고 이를 통해 스스로의 창조적 아이디어를 재빨리 실용화시켜야 한다. 제품으로 개발해서 내놓을 역량을 길러야 하는 건 물론이다. 그렇다면 국내 모바일 앱 관계자들은 어느 정도 단계에 와 있을까?

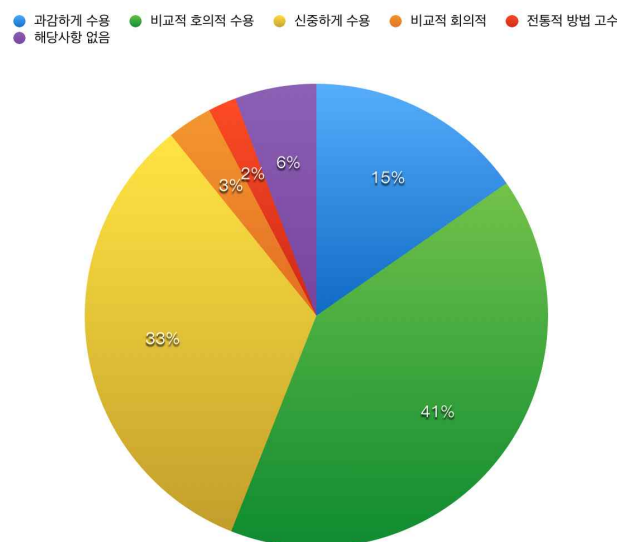


그림1) 모바일 앱 관계자의 신기술 수용성향(소수점 이하 반올림)

보기항목	응답자수(명)	%
Early Adopter(수용에 있어서 비교적 호의적)	207	40.67%
Early Majority(신중하게수용)	169	33.20%
Innovator(과감하게수용)	78	15.32%
해당사항 없음	29	5.70%
Late Majority(수용에있어비교적회의적)	16	3.14%
Laggard(전통적인방법고수)	10	1.96%
합계	509	100.00%

조사결과 우리나라는 모바일 앱 분야에서 새로운 기술 수용에 상당히 적극적(207명, 40.67%)인 것으로 나타났다. 이것은 전통적으로 인터넷 강국으로 일컬어질 만큼 발달된 인터넷 인프라에 더해 삼성전자, LG전자 등 대형 스마트폰 업체들이 강력하게 포진한 국내 상황을 반영한다. 새로운 모바일 기술이 주도적으로 개발되어 상업화되는 상황에서 새로운 기술을 적극적으로 받아들이는 것은 필수적인 자세이다. 위의 조사결과에서 눈여겨볼 점은 얼마나 빠르게 수용할 준비가 되어 있는가 하는 점이다. 새로운 기술이 나올 때 과감하게 수용하겠다는 의견과 호의적으로 수용하겠다는 의견을 합치면 55%에 달한다. 이것은 국내 모바일 개발업계가 아직 젊고 활기찬 분위기로서 많은 가능성을 갖고 있다고도 해석할 수 있다. 나머지 가운데서도 ‘신중하게 수용하겠다’는 의견도 33%였다. 새로운 기술이 상업적으로 성공하는지 그 여부를 보고나서 수용여부를 결정하겠다는 관망적 자세다.

2014년의 또 다른 변화로는 ‘카카오 게임하기’로 대표되던 메신저 게임 시장의 상승세가 꺾인 것을 들 수 있다. 그 동안 앱 시장 성장을 주도하던 게임 서비스의 대박신화가 조금씩 깨지면서 전체적인 모바일 게임 앱 성장세가 주춤하고 있다. 이런 점이 카카오의 위기의식을 일깨워 다음과 카카오의 합병이라는 흐름을 만들어냈다. 이것은 단지 유선과 무선의 결합이 아니라, 웹과 모바일 앱으로 양분되어 있던 시장이 융합된다는 신호로서 앞으로 모든 앱이 변화해야 할 필요성을 암시한다.

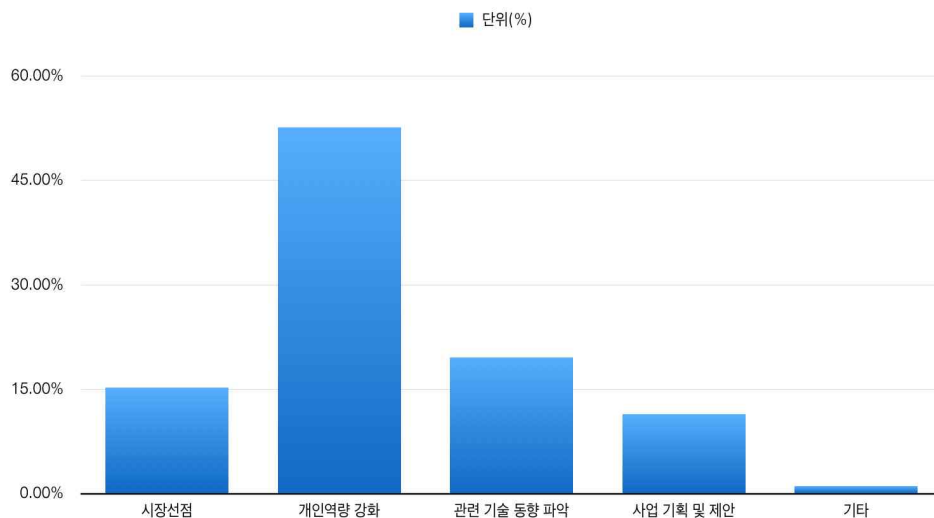


그림2) 새로운 기술 수용에 적극적인 이유

보기항목	응답자수(명)	%
새로운 기술 습득을 통한 개인역량 강화를 위해	239	52.65%
관련 기술의 동향 파악을 위해	89	19.60%
새로운 기술 활용을 통한 시장선점을 위해	69	15.20%
다양한 사업 기획 및 제안에 활용을 위해	52	11.45%
기타 : 경험을 위해(1명), 생산성 향상(1명), 신기술이 편리해서(1명), 호기심(1명), : 흥미로워서(1명)	5	1.10%
합계	454	100.00%

응답자의 과반(239명, 52.65%)이 ‘새로운 기술 습득을 통한 개인역량 강화’를 꼽았다. 특별히 기술을 받아들일 때 무엇에 바로 활용하겠다는 목적성을 보이기보다는 기본능력으로 몸에 익혀두겠다는 뜻이다. 일단 기술을 받아들여 놓으면 언제든 원하는 용도에 쓸 수 있다는 점을 생각해보면 당연한 결과라고 할 수 있다. 관련기술 동향 파악도 마찬가지로 맥락으로 해석된다.

시장선점과 사업기획 및 제안을 위해서 기술을 받아들이는 나머지 응답자 30%는 기술변화에 매우 민감한 업계에 종사하고 있다고 볼 수 있다. 새로운 기술을 항상 적용하고 테스트하면서 즉각 그 기술을 이용한 사업을 기획해서 창업을 하거나 사업부에 제안한다면 신기술이 가진 참신함을 최대한 활용할 수 있기 때문이다.

2015년 세계 모바일 업계가 기대하는 새로운 기술 가운데 핵심은 웨어러블 기기다. 특히 손목에 차는 스마트워치 경쟁이 뜨겁다. 이미 시장에는 삼성 기어를 필두로 LG G워치R, 모토 360, 애플워치 등이 발표되었다. 또한 여기서도 비상한 관심을 받고 있는 애플의 웨어러블 SDK의 공개는 스마트워치를 플랫폼으로 한 본격적인 모바일 앱 전쟁을 예고하고 있다.

국내로 한정한다면 단말기유통구조개선법(단통법)의 영향도 생각해봐야 한다. 하드웨어인 단말기 문제인 만큼 직접적으로 앱 생태계에 미치는 영향은 없다. 하지만 단통법 이후 사용자들이 어쩔 수 없이 높은 요금제를 선택하면서 콘텐츠를 구매하는 대신 스트리밍 형식으로 데이터를 소비하는 것을 더 선호하게 되는 점을 주목하자. 삼성이 제안한 정액제 음악 콘텐츠 서비스인 ‘밀크’는 이런 사용자 패턴의 변화를 모바일 앱으로 구현한 결과물이 아닐까?

개인이 해외에서 나오는 최신 기술을 세심하게 관찰하고 있다가 바로 익혀서 사업을 펼치기란 현실적으로 어렵다. 따라서 많은 앱 개발자와 예비 창업자들은 정부와 기관에서 제공하는 모바일 앱 개발자 지원에 기대를 걸고 있다. 국내 모바일 업계는 다양한 곳에서 인재가 유입되고 있는데 이것은 개발자 지원을 받는 이유에도 반영된다.

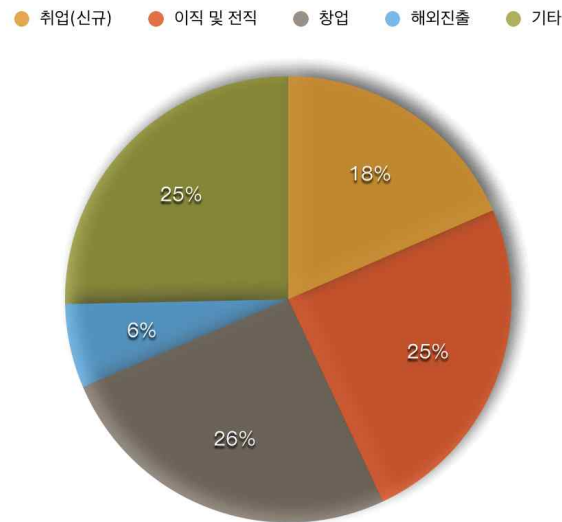


그림3) 모바일 앱 개발자 지원을 받는 이유

보기항목	응답자수(명)	%
창 업	130	25.54%
기 타	129	25.34%
이직 및 전직	125	24.56%
취업(신규)	94	18.47%
해외진출	31	6.09%
합 계	509	100.00%

‘모바일 앱 개발 지원을 받는(받으려는) 이유는 무엇인가?’에 대한 물음에 ‘신규취업 목적’에 응답한 18%는 예비창업자나 구직자일 가능성이 높다. 모바일 앱 관련 직장에서 우선 경험을 쌓아보고 싶은 사람이다. ‘이직이나 전직’에 응답한 25%는 모바일 앱 업계가 아닌 IT업계 종사자나 개발환경에 맞춰 새로운 가능성을 보고 문을 두드리려는 계층일 수 있다. 가장 많은 비율을 차지한 창업은 스티브 잡스나 빌게이츠처럼 스스로 CEO가 되어 새로운 성공을 이뤄내겠다는 꿈을 가진 부류다. ‘해외진출’ 목적으로 개발자 지원을 받고자 희망하는 응답자가 6%인 것도 이채롭다. 모두가 모바일 앱을 통해 새로운 기술이 만드는 변화를 기회로 삼으려는 의욕에 차 있다. 특히 창업을 목적으로 하는 사람들은 단순히 성공을 이루고 세계적인 기업을 만들 수 있는 기회를 꿈꾼다.

Ⅲ. 블루오션을 꿈꾸며 해외로 진출한다

모바일 앱 시장에 자기 회사를 갖고 뛰어들려는 사람은 우선 창업 준비라는 절차를 밟아야 한다. 하지만 창업은 쉽지 않은 길이다. 열정과 아이디어를 가진 예비창업자에게 어떤 점이 현실적으로 창업을 어렵게 만드는 요인이 되는 것일까?

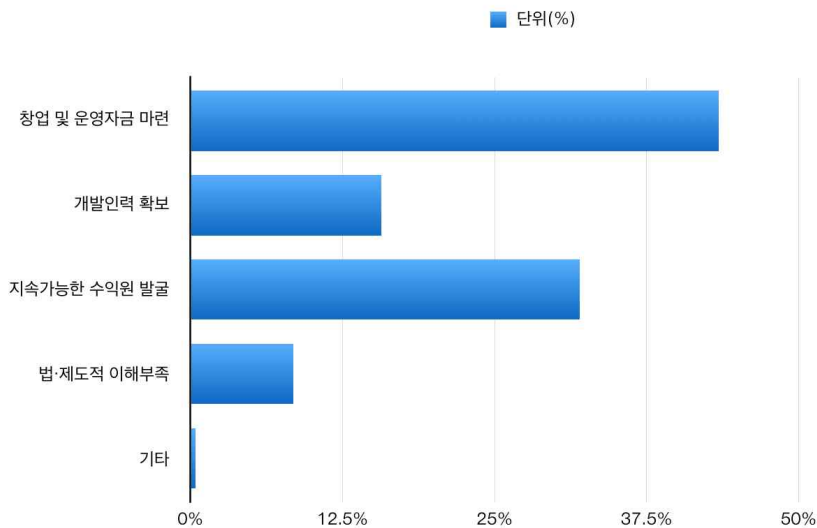


그림4) 예비 창업자들이 꼽은 창업 시 가장 어려운 점

보기항목	응답자수(명)	%
창업 및 운영자금 마련	221	43.42%
지속가능한 수익원 발굴	163	32.02%
개발인력 확보	80	15.72%
창업및기업운영에필요한법·제도적이해부족	43	8.45%
기타 : 제품 개발 후 마케팅이나 홍보(1명), 트렌드 분석(1명)	2	0.39%
합계	509	100.00%

이 물음에 응답자 중 약 43%(221명)가 ‘창업 및 운영자금 마련’을 꼽았고, 32%(163명)가 ‘지속가능한 수익원 발굴’을 들었다. 앱 개발에 있어서 제일 중요한 것은 ‘자금’이다. 창업자금 부족과 개발인력 확보의 어려움은 별개의 문제가 아니다.

창업과 운영 자금 마련이 어렵다는 점은 새로운 이야기가 아니다. 어느 정도 규모가 창업에 적당한 금액인지도 단정하기 어렵다. 번듯한 사무실이나 전용 기자재를 전부 갖추고 시작하려고 한다면 높은 창업 자금 마련은 어렵다. 하지만 비용을 많이 들이지 않고 이용할 수 있는 다양한 시설을 활용한다면 창업 자체가 어려운 것은 아니다. 업종이나 서비스 성격에 따라 확연히 차이가 나는 만큼, 창업자금 문제에서 정부 지원 프로그램이 모든 것을 해결해 줄 수는 없다. 중요한 것은 한정된 정부 지원자금이 적재적소에 투입되어야 한다는 점이다. 외국 벤처 캐피털은 아이디어나 인물, 가능성만으로도 과감히 투자하는 곳이 많다. 하지만 국내는 확실한 수익모델이나 서비스가 나와 있지 않은 상태에선 좀처럼 자금을 투자하지 않는다. 그러다 보니 창업 단계부터 수익모델에만 온 신경을 쓰는 스타트업이 대부분이다. 이런 현실이 과감한 투자와 모험이 어느 정도 뒷받침돼야 성장할 수 있는 스타트업 시장을 더욱 위축시킨다.

좋은 개발 아이템이 사장되지 않도록 미국의 킥스타터(kickstarter.com)와 같이 크라우드 펀딩(Crowd Funding))할 수 있는 사이트가 국내에도 필요하다. 또한 창업 뒤 실패를 겪은 벤처가 다시금 일어설 수 있도록 지원하는 포스트 스타트업 프로그램도 좀 더 늘어나야 한다.

일단 창업에 성공한다면 그 다음은 운영과 발전이 과제다. 어렵다고 꼽은 ‘지속가능한 수익원 발굴’은 그래서 지극히 당연하다. 뚜렷한 매출이 나지 않는 초기 상황에서 회사를 운영하고 발전시키기 위해서는 다시 돈이 필요하다. 다만 시장 상황의 변화와 상관없이 본인이 선택한 아이템이 지속적으로 성장하기 바라서는 안 된다. 시장의 트렌드는 항상 변하기에 같은 아이템이더라도 어떻게 활용하느냐에 따라 지속적인 수익을 낼 수 있는 구조를 만들 수 있다. 반대로 제대로 트렌드에 대응하지 못한다면 어떤 아이템도 지속적인 수익원이 되지 않는 것이다. 창업한 뒤 모바일 앱을 만들게 되면 그 다음은 실제로 홍보하고 판매해서 매출을 만들어야 한다. 이때 어떤 앱을 갖고 어느 나라 시장에 접근할 것인지도 중요한 선택이다.

모바일 앱 시장에는 (눈에 안 보이는) 국경이 있다. 개발환경은 국경이 없지만, 해당 국가의 사용자의 선호도는 다르다. 이 때문에 어느 나라 사람이 만든 회사이며 어떤 언어로 어떻게 문화를 반영하느냐에 따라 해당 국가의 판매량에 차이가 난다. 그럼에도 모바일 앱 시장에서 국경은 쉽게 극복할 수 있는 경계선에 지나지 않는다. 앱은 인터넷과 모바일 네트워크를 통해 순식간에 확산될 수 있으며 판매수익 역시 쉽고 편리한 방법으로 돌아오기 때문이다. 복잡한 유통망이나 넓은 금융시스템과 먼저 싸워야 하는 실물제품에 비해 획기적인 이점이다.

국내 앱 관계자에게 있어 해외진출은 이제 선택이 아닌 필수가 되고 있다. 5,000만 인구 규모의 한국 시장에 비해 1억2,000만의 일본시장과 13억의 중국 시장은 훨씬 매력적이며 문화적 차이도 작은 편이다. 또한 서구권의 문화적 코드에 적응할 수 있다면 국민 소득이 높아 구매력이 좋은 영미권과 유럽시장을 노려보는 것도 좋은 선택이다.

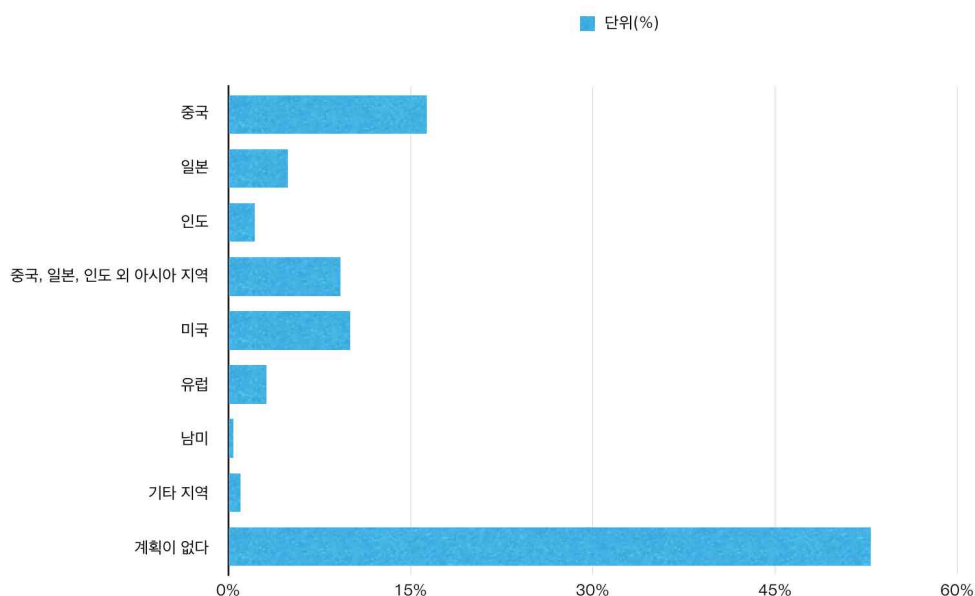


그림5) 예비 창업자들의 해외시장 진출 계획

보기항목	응답자수(명)	%
계획이 없다	269	52.86%
중 국	83	16.31%
미 국	51	10.02%
중국,일본,인도외아시아지역	47	9.23%
일 본	25	4.91%
유 럽	16	3.14%
인 도	11	2.16%
기타 지역	5	0.98%
남 미	2	0.39%
합 계	509	100.00%

해외진출을 계획하는 예비창업자들은 중국을 가장 선호(83명, 16.31%)하는 것으로 나타났다. 두 번째는 미국(51명, 10.02%)이었고 단일 국가로는 일본(25명, 4.91%)이 그 뒤를 이었다. 그러나 이번 조사 결과치를 놓고 보면 각 국가별 진출을 희망하는 응답자 수는 큰 차이가 없었다.

중국은 단일 규모로 세계 최대 소비자가 있는 만큼 어떤 기업이라도 탐내는 시장이다. 모바일 앱이 주목받기 이전에도 많은 기업이 소프트웨어, 게임을 앞세워 중국 시장의 문을 두드렸다. 그럼에도 성공한 기업은 드물다. 시장만 보고, 중국 현지 제도나 문화를 살피는 데 소홀하면 실패를 겪기 쉽다.

먼저 중국의 문화와 언어를 파악하고 현지 파트너를 잘 선정해서 진출해야 한다. 철저하게 자기 아이템이 중국에 맞는 것인지 냉철하게 점검받고 객관화한다. 또한 지역을 잘 선정해서 적절한 중국 파트너와 전략적 제휴나 합작회사나 합자회사 형태를 고려해서 진출하는 것이 중요하다. 외국 기업에 대한 배타적 문화, 사업 진행 과정에서 겪게 되는 복잡하고 비합리적인 행정 절차, 한국이나 미국보다 훨씬 예측하기 어려운 제도적 변수 등을 고려해야 한다. 따라서 현지로 곧바로 나가는 것보다는 웹 기반으로 시장 특성을 충분히 실험해보면서 신중히 접근하는 것이 올바른 방향이다.

IV. 앱 시장에서 성공하기 위해 필요한 것은?

스마트폰과 태블릿과 연계된 시장이 한계점을 보이는 가운데 새로운 분야로 사물인터넷(IoT)이 떠오르고 있다.



그림6) 앱 개발과 관련된 유망 IT기술

보기항목	응답자수(명)	%
웨어러블	207	40.67%
웹앱	117	22.99%
IoT	98	19.25%
비콘	37	7.27%
O2O	34	6.68%
기타 : 빅데이터(1명), 소통(1명), 유니티(1명), 콘텐츠(1명), 홍오토메이션(1명), : 모른다(11명)	16	3.14%
합계	509	100.00%

최신 기술에 민감한 모바일 앱 관계자 사이에서 이런 인식은 더욱 강하다. 웨어러블(207명, 40.67%)이 가장 유망한 분야로 꼽혔고 웹앱(117명, 22.99%)이 2위, 사물인터넷(IoT)(98명, 19.25%)이 3위인데 웨어러블과 비콘(37명, 7.27%)은 넓은 의미의 사물인터넷에 포함된다. 따라서 압도적인 비율로 사물인터넷이 차세대 모바일을 이끌 IT기술로 선정된 것이다.

네트워크 인프라가 강한 한국에서는 사물인터넷 분야에서 경쟁력을 가진 기업이 중국진출을 서두르고 있다. 샤오미와 화웨이가 절대 강세를 보이는 모바일 하드웨어 분야나 수익을 내기 힘들어지고 있는 단순 모바일 앱을 넘어서 사물인터넷으로 한단계 앞선 기술적 우위를 바탕으로 초기 시장을 장악하겠다는 의도이다. 그렇지만 앞서 말했듯 중국 시장은 결코 만만하지 않다. 사용자가 직접 사용하는 것이라면 시장에 대한 충분한 이해가 선행되어야 한다.

웨어러블도 큰 맥락에선 IoT와 일맥상통한다. 사물끼리 네트워크로 정보를 양방향 소통한다는 개념은 IT산업에선 새로운 이야기가 아니다. 이미 10년 전부터 '스마트태그'란 이름으로 떠오르던 분야이다. 사람이 통제하지 않고 사물끼리 스마트하게 통신하는 세상은 시기가 문제

일 뿐 언제든 올 수 있다. 이미 모바일 기기가 대중화되며 관련 칩셋 가격이 내려가고 있는 좋은 환경도 마련되었다. 따라서 사물인터넷 앱이나 서비스에서 기회를 찾는 것은 올바른 방향이다.

다만 중국은 비즈니스 단계로 보아 아직 본격적 사물인터넷 서비스를 펼칠 정도로 성숙한 단계가 아니다. 사물인터넷은 단말기와 무선 통신 서비스 인프라가 충분히 보급된 상태에서의 핵심아이템이다. 중국은 이제야 단말기를 보급하고 있는 시장 단계이다. 아직 사물인터넷으로 공격적인 시장진입을 하기에는 적합하지 않다.

그럼에도 예비 창업자들이 중국을 선호하는 것은 시장 규모에 대한 기대감이 강하다. 하지만 그런 기대감으로 이뤄졌던 제조업 업체들이 진출 시 경험했던 여러 가지 제약을 생각해야 한다. 제도적인 측면이나 문화적인 측면에서 대비가 되지 않는다면 좋은 기술을 가지고 가도 성공하지 못하고 기술만 잃을 수 있다. 또한 기술 분야에서는 각 국가별 표준에 대한 확인도 필요하다. 중국은 국가 표준을 상당히 중요한 지표로 삼고 있기에 놓치지 말고 점검해야 한다.

HTML5를 활용한 하이브리드 형태의 웹앱 제작기술도 주목해볼 만 하다. 예를 들어 인텔의 Intel XDK(<https://software.intel.com/en-us/html5/tools>)는 HTML5 개발툴을 제공한다. 이 툴은 디자인, 코딩, 테스트와 다양한 플랫폼에 포팅(다양한 앱스토어에 올릴 수 있음)할 수 있는 Apache Cordova(PhoneGap)를 이용한 웹앱(HTML5) 패키징까지 통합적으로 지원한다. 앱을 만들 때 제작 툴 선택은 효율과 성능을 제대로 내기 위해 중요한 요소다. 기능, 속도, 라이선스, 안전성 등 플랫폼(각 브라우저에 렌더링 엔진), 타켓앱, 개발언어의 종류, 지원하는 하드웨어, 유저 인터페이스, 기타 사항, 라이선스 등 다양한 요소들을 고려해서 선택하는 것이 필요하다.

O2O서비스란 Online to Offline의 약자로서 온라인을 통해 오프라인 서비스를 제공하는 것을 말한다. 국내에서 한창 화제가 되고 있는 ‘배달의 민족’이나 ‘우버 택시’ 등이 이에 해당한다. 이 서비스는 앱과 밀접한 관계가 있으며 택시 서비스, 호출, 택배, 오프라인 지불 등 다양한 분야에 응용할 수 있다. 오프라인 서비스에 익숙한 중국 사용자가 이미 많기에 좋은 아이디어가 있다면 성공할 가능성이 크다.

2015년에는 아이폰 6에 탑재된 NFC가 활성화될 전망이다. NFC 방식의 카드는 아직 인식이 떨어지거나 단말기 내에서 해당 기능이 백그라운드에서 정상 동작하지 않는 등 몇 가지 문제는 있다. 하지만 시장이 확대되면서 안정성이 높아진다면 다양한 분야에서 활용할 수 있다. 웨어러블 의류의 경우에도 NFC 방식을 사용하고 있고 주로 앱 기반의 연동이 많다. 이런 최신 기술에 대한 이해와 활용이 필요하다.

● 스마트폰 보급률 및 주요 사용자층
● 앱 개발(인프라 수준·기술적 제약 등) 및 사업(현지 법·제도 등) 환경
● 기타
● 선호하는 앱 카테고리
● 앱 구매층의 소득수준

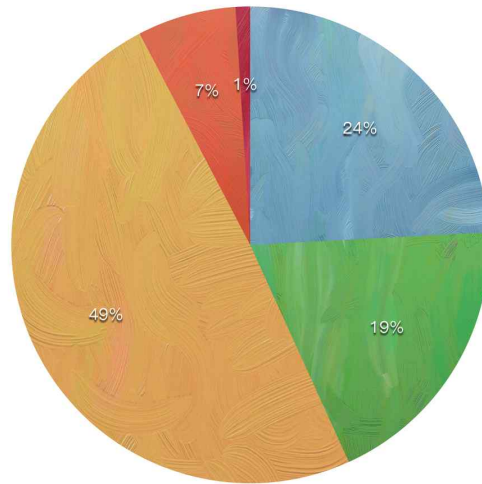


그림7) 해외시장 진출을 위해 가장 필요한 정보

보기항목	응답자수(명)	%
앱개발(인프라수준·기술적제약등)및사업(현지법·제도등)환경	250	49.12%
스마트폰 보급률 및 주요 사용자층	123	24.17%
선호하는 앱 카테고리	97	19.60%
앱 구매층의 소득수준	34	6.68%
기타		
: 해외 문화 및 니즈, 사용패턴(1명), 언어(2명), 파트너(1명), 해당사항 없음(1명)	5	0.97%
합계	509	100.00%

예비 창업자는 해외 진출을 통한 성공을 꿈꾸지만 모든 면에서 필요한 모든 것을 스스로 준비하기는 어렵다. 특히 진출하려면 현지 정보에는 어두운 경우가 많다. 이들이 가장 필요로 하는 정보는 앱 개발과 사업환경에 대한 정보였다(250명, 49.12%). 현지 인프라와 법률 등으로 이뤄진 이것들은 노력으로는 극복되지 않으며 철저하게 사업자가 적응해야 할 요소에 가깝다.

두 번째로 스마트폰 보급률과 주요 사용자층을 꼽은 것도 비슷한 이유다(123명, 24.17%). 모바일 앱은 하드웨어적 플랫폼 위에서만 기능을 발휘한다. 따라서 플랫폼을 가진 사람이 별로 없다면 아무리 좋은 앱도 팔리지 않을 것이다. 이런 점들로 볼 때 중국 앱 시장은 현지에 맞춘 모바일 게임이나 콘텐츠로 적정한 사업자와의 연계를 통하여 진출하는 것이 바람직하다. 중국에는 안드로이드 독립마켓이 200여개가 있고, 세계 최대의 애플 앱스토어 마켓을 형성하고 있어서 가능성이 높지만 그만큼 경쟁이 많기에 성공이 쉽지 않다.

현지에서 세 번째로 선호하는 앱의 카테고리를 선정한 것도 눈여겨봐야 한다(97명, 19.6%). 국가마다 IT발전 단계가 다르고 보급된 모바일 플랫폼의 수준이 다르기에 사용자의 선호성향이 다르다. 예를 들어 화려한 3D 그래픽을 제공하는 하드코어 게임은 강력한 그래픽엔진이

들어간 최신 스마트폰이 없으면 제대로 즐길 수 없다. 저가 보급형 기기가 많은 곳에서는 이런 하드코어 게임보다 가벼운 퍼즐이나 2D 게임을 선호할 수밖에 없다.

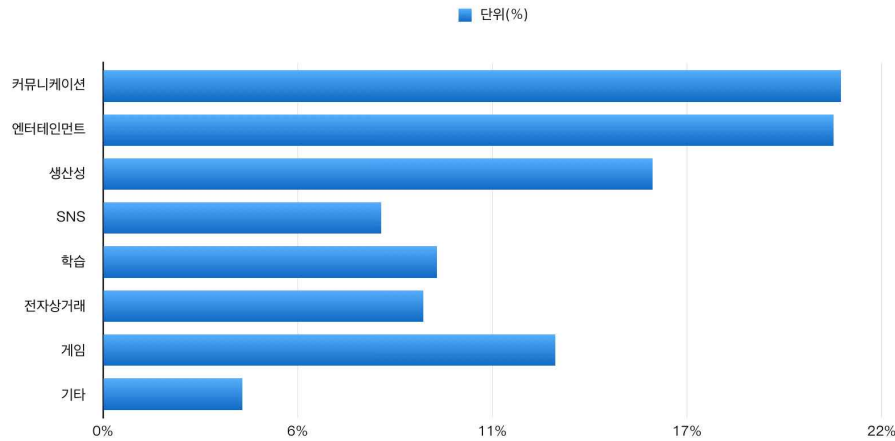


그림8) 개발하고자 하는 앱 카테고리

보기항목	응답자수(명)	%
커뮤니케이션	106	20.84%
엔터테인먼트	105	20.63%
생 산 성	79	15.52%
게 임	65	12.77%
학 습	48	9.43%
전자상거래	46	9.04%
SNS	40	7.86%
기 타	20	3.93%
교통정보(1명), 도서공유(1명), 라이프스타일(1명), 모든 분야(1명), 문화(1명), 의료(1명), 헬스케어(1명), 없음(13명)		
합 계	509	100.00%

예비창업자들이 개발하려는 앱의 카테고리를 살펴보자. 커뮤니케이션 앱(106명, 20.84%)이 첫 번째를 차지했는데 이것은 카카오톡, 라인 등의 성공에 자극받은 것으로 해석된다. 다만 페이스북과 같은 앱은 SNS의 영역으로 해석해서 개발순위가 상당히 떨어진다. 이미 시장에서 승자가 굳어진 것으로 보기 때문이다. 보다 개인적인 커뮤니케이션을 제공하는 메신저 앱을 통해 기회를 잡겠다는 의지를 보인다. 메신저 앱은 게임이나 생산성 앱에 비해 개발이 쉬운 편이면서도 파생효과가 크다는 장점이 있다. 그렇지만 사용자가 사용자를 끌어들이는 특성 때문에 적극적 홍보가 없이는 확산이 어려운 단점도 존재한다.

엔터테인먼트(105명, 20.63%)가 두 번째, 게임(65명, 12.77%)이 네 번째를 차지한 점도 흥미롭다. 이것은 문화적 차이를 가장 적게 받으면서 부분 유료화 등을 통해 비교적 쉽게 사업화할 수 있는 분야가 게임과 엔터테인먼트 분야이기 때문이다. 반면 현지 문화에 철저히 적응해야 하는 학습 분야(48명, 9.43%)가 다섯 번째를 차지하고 있는 점은 현지화에 대한 의욕을 보여준다. 국내에서 학습시장이 잘되는 점과 맞물려 해외에서도 학습 앱을 바라는 수요가 높

을 것이라고 예측하는 것이다.

생산성(79명, 15.52%)앱 분야 진출하려는 응답자가 많은 것으로 나타났다. 다만, 문서작성, 업무처리, 동영상과 음악 등 많은 분야의 생산성 앱은 성공이 쉽지 않고 사용자 확보가 어렵다. 해외진출에 따른 문화, 언어의 차이는 물론 현지화를 위한 다각적인 시도도 필요하다.

구글 안드로이드 마켓에는 150만개의 앱이 있고 그중 60% 이상은 한 번도 다운로드되지 않았다. 애플의 앱스토어도 비슷한 상황이다. 때문에 단순한 아이디어나 오락성 게임, 단순 콘텐츠성 음악, 테마, 사진, 영상 등등의 앱이나 앱 자체로의 성공하기 힘들고 계속 비즈니스가 일어날 가능성은 많지 않다. 때문에 오프라인과 연계하는 O2O, 그리고 산업, 생활과의 연계 같은 금융서비스, 생활서비스, 기업 및 생산활동 보조 서비스등 융·복합형 서비스 앱으로의 진화가 필요한 시점이다. 이러한 앱들의 성공가능성이 더 크다. 이처럼 창업에 있어 가장 필요한 요소는 자신감이라고 할 때 국내 예비창업자는 강한 자신감을 내보이고 있는 것으로 나타났다.

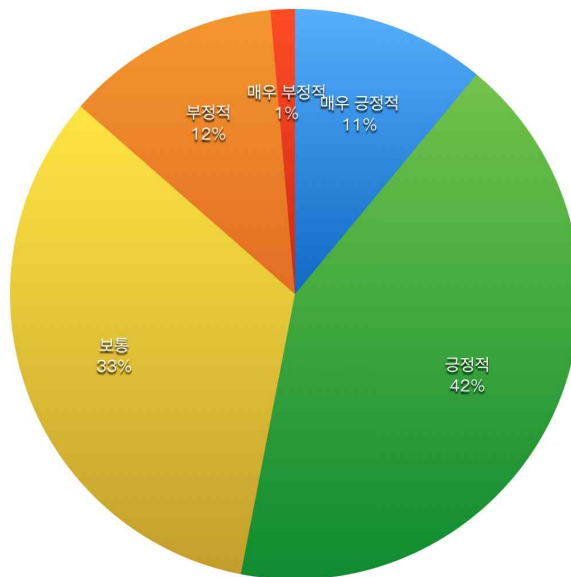


그림9) 2015년 앱 기업 창업 전망

보기항목	응답자수(명)	%
매우 긍정적	56	11.00%
긍정적	214	42.04%
보통	170	33.40%
부정적	62	12.18%
매우 부정적	7	1.38%
합 계	509	100.00%

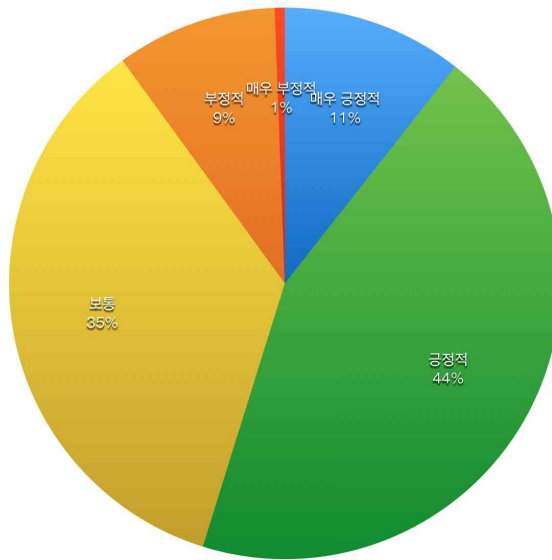


그림 10) 2015년 앱 마켓 전망

보기항목	응답자수(명)	%
매우 긍정적	54	10.61%
긍정적	225	44.20%
보 통	179	35.17%
부정적	48	9.43%
매우 부정적	3	0.59%
합계	509	100.00%

따라서 2015년 새해 앱 기업 창업에 대해 상당히 긍정적인 전망(270명, 53.4%)을 보이는 것은 당연하다. 아직도 모바일 앱 시장이 충분한 발전 가능성을 갖고 있다는 전제 하에서 창업하는 것이기 때문이다. 조사결과를 보면 2015년 앱 마켓에 대한 전망과 기업 창업 전망 두 가지 결과가 거의 엇비슷한 수치를 기록하고 있다. 시장전망이 약간 더 긍정적이고 창업 전망이 조금 덜 낙관적인 점 역시 충분히 수긍할 수 있다. 시장이 잘 된다고 해도 창업하는 기업 모두 성공하는 것은 아니기 때문이다.

하지만 냉정한 시선으로 볼 때 국내에서 게임을 제외하면 시장성 측면에서 성공한 앱은 드물다. 카카오가 이끈 게임 서비스만 제대로 시장을 만들어냈을 뿐, 나머지 앱들은 유명세에 비해 시장에서의 성공은 크지 않았다. 모바일 게임 앱 시장이 성숙기에 접어들었기에 다른 돌파구는 사물인터넷(IoT)이나 웨어러블 기술처럼 차세대 서비스가 될 수밖에 없다.

2015년에는 국내외 메신저에서 핀테크(fintech)가 결합된 서비스 앱을 출시할 것으로 예상된다. 핀테크란 금융(financial)과 기술(technique)의 합성어로 모바일결제, 송금, 개인자산관리, 크라우드펀딩 등 금융 서비스와 관련된 기술을 뜻한다. O2O(online to offline)시장도 기술적으로 발전하면서 단순히 할인 쿠폰이나 상품 정보를 스마트폰으로 보내주고 결제까지 처리하는 것 외에도 기존 비콘 기술을 활용해 건물 내 위치까지 포착해서 맞춤형 서비스를 제공

하게 될 것이다.

웨어러블 스마트기기의 시장이 성장하면서 헬스케어 관련된 앱의 약진도 예상된다. 모바일 헬스케어에 대한 관심이 커지면서 애플, 구글, 삼성전자 등 글로벌 기업들의 시장 진입과 함께 다양한 신생 기업이 등장하고 있으며 관련 기업에 대한 투자 열기도 높아지고 있다. 안드로이드 기반의 스마트 워치가 많이 등장했지만 아직은 관련 생태계라고 할만한 문이 열리지는 않았다. 하지만 2015년에는 애플워치의 출시와 함께 시장이 폭발적으로 성장할 것으로 보인다.

V. 모바일 앱 개발자가 원하는 지원은?

모바일 앱 예비 창업자를 위해서는 앱 생태계를 잘 성장시키는 것이 가장 중요하다. 유행하는 분야만 일시적으로 지원이 몰리는 현상을 넘어 작은 스타트업이 잘 성장할 수 있도록 사물인터넷, 웨어러블, 3D 콘텐츠 등 다양한 교육지원 사업을 해야 한다. 또한 정부지원 연구개발 과제에 참여할 수 있는 자격요건을 최대한 낮춰야 한다. 창업한 지 3년 미만인 유망한 스타트업의 경우, 탄탄한 기술력을 보유하고 있어도 실적과 매출이 없다고 외면 당하기도 한다. 현재처럼 진입장벽이 높은 상태에서는 차세대 앱 산업을 이끌어갈 주역들이 힘을 받고 기술력을 기반으로 세계 시장에 진출하기가 매우 어렵다.

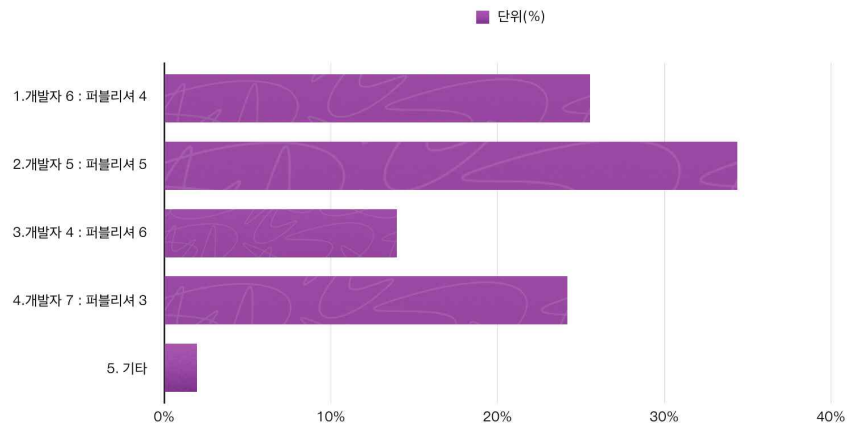


그림11) 개발자가 바라는 합리적 수익배분을

보기항목	응답자수(명)	%
2. 개발자5: 퍼블리셔5	175	34.38%
1. 개발자6: 퍼블리셔4	130	25.54%
4. 개발자7: 퍼블리셔3	123	24.17%
3. 개발자4: 퍼블리셔6	71	13.95%
5. 기타 : 개발자 10 : 퍼블리셔 0(3명), 개발자 2 : 퍼블리셔 8(2명), : 개발자 3 : 퍼블리셔 7(2명), 개발자 8 : 퍼블리셔 2(2명), : 개발자 9 : 퍼블리셔 1(1명)	10	1.96%
합계	509	100.00%

우선 예비 창업자들은 현재 앱 스토어 수익 분배 비율에는 만족하고 있는 것으로 조사됐다. 애플 앱스토어를 비롯해 구글 플레이의 수익 배분은 개발자 7, 퍼블리셔 3의 비율이다. 그런데 개발자와 퍼블리셔가 5:5로 나눠 갖는 구조를 가장 합리적이라고 대답했다. 또한 두 번째로 6:4의 비율이며 7:3이 세 번째를 차지하고 있다. 얼핏 생각한다면 오히려 지금 정당한 비율보다 많이 받는 상황이라고 볼 수도 있다.

하지만 최근 카카오톡이나 라인, 페이스북 같이 중간 역할을 하는 플랫폼이 늘고 있다. 이 플랫폼을 통해 게임 같은 앱을 발매할 경우에는 다시 이들이 총매출의 20퍼센트 정도를 가져가게 된다. 따라서 실제로는 개발자 50퍼센트, 중간 플랫폼(퍼블리셔) 20퍼센트, 하드웨어 퍼블리셔 30퍼센트 정도의 배분율이 만들어지게 된다. 결국 현재 개발자와 퍼블리셔가 5:5 정도로 배분을 받고 있으며 현재 상태를 긍정하는 결과라고 해석된다.

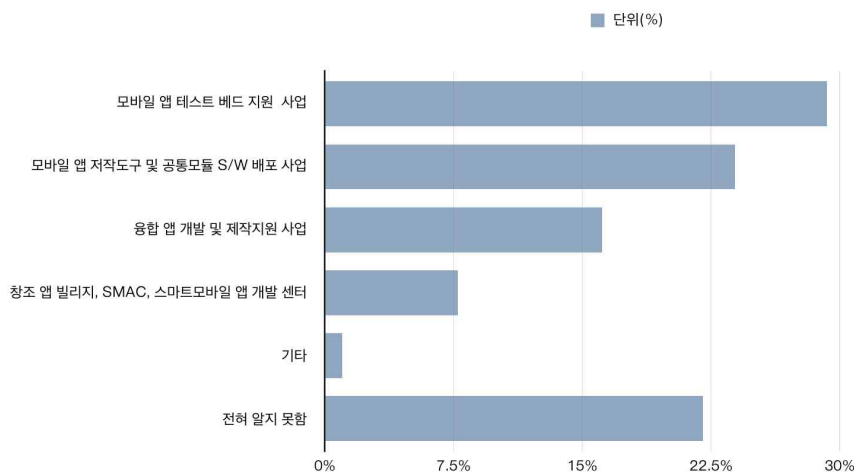


그림12) 예비 창업자가 알고 있는 모바일 앱 개발자 지원 사업

보기항목	응답건수 (건)	응답건수 기준 %	응답자수 기준 %
모바일 앱 테스트 베드 지원 사업	174	29.24%	34.18%
모바일앱저작도구및공동모듈S/W배포사업	142	23.87%	27.90%
전혀 알지 못함	131	22.02%	18.86%
융합 앱 개발 및 제작지원 사업	96	16.13%	9.04%
창조앱빌리지, SMAC, 스마트모바일앱개발센터	46	7.73%	1.18%
기타	6	1.01%	25.74%
합계	595	100.00%	116.90%

현재 앱 산업을 지원하기 위해 다양한 지원사업이 진행되고 있다. 위 <그림12>에서 나온 결과에 따르면 앱 개발자들이 잘 알고 있는 정부지원 사업은 앱 작동 테스트나 저작도구 사업이다. 기술적인 지원 사업이기는 해도 단순하고 기초적인 단계의 지원이다. 혁신을 위해서는 사물 인터넷처럼 여러 기술이 융합해야 한다. 세 번째로 꼽힌 융합 앱 개발 및 제작지원 사업을 좀더 많이 펼치고 잘 알려야 한다. 다양한 장치와 연결되는 앱이 출시될 수 있도록 기획단계부터 시제품과 제품 개발단계, 마케팅 지원 단계까지 원스톱으로 지원하는 엑셀레이터 프로그램과 인큐베이팅 사업에 정부, 민간기업, 연구기관이 다양하게 참여할 수 있게 해야 한다. 창조경제를 위한 <창조 앱 빌리지>의 역할을 기대할 수 있다.

‘전혀 알지 못한다’고 응답(131명, 22.2%)한 대상자도 상당수인 만큼 앱 개발 지원에 대한 홍보를 더욱 늘려야 할 것으로 보인다. 더불어 사용자가 창업에 있어 실제 어떤 지원을 필요로 하는지, 또 이용해본 반응은 어떤지 수시로 체크해 사업에 반영할 필요도 있다.

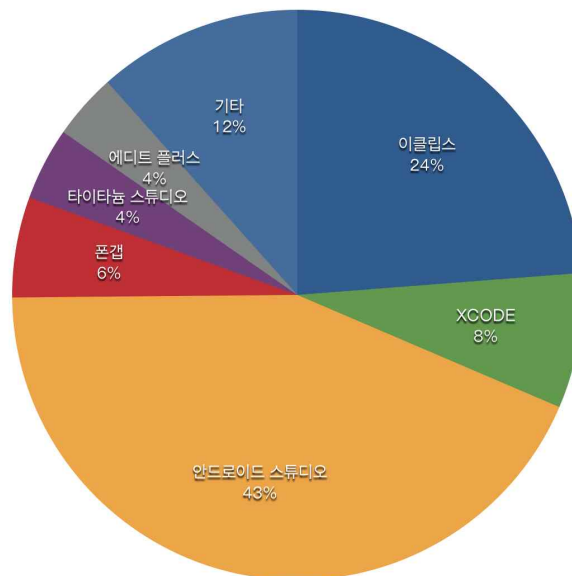


그림13) 선호하는 앱 개발도구

보기항목	응답자수(명)	%
안드로이드 스튜디오	221	43.42%
이클립스	121	23.77%
기 타	59	11.59%
XCODE	39	7.66%
폰 갭	29	5.70%
타이타늄 스튜디오	21	4.13%
에디트 플러스	19	3.73%
합 계	509	100.00%

현장에서 쓰이는 개발 테스트 환경을 구체적으로 알아보기 위해 ‘당신이 가장 선호하는 앱 개발도구는 무엇입니까?’에 대한 물음에 가장 많은 응답자가 ‘안드로이드 스튜디오(221명, 43.32%)로 답했다. 안드로이드 스튜디오는 2013년 5월 구글이 직접 내놓은 개발도구이다. 안드로이드 앱을 개발하는 데 있어 개발자들이 많이 쓰던 도구인 이클립스의 복잡함을 없앤 것이 특징이다. 프로그램 설치 후 단말기를 연결하면 바로 개발에 들어갈 수 있는데 프로그램 자체도 가벼워서 실행이 빠르고 설치가 쉽다는 장점이 있다.

이어서 전통적인 안드로이드 개발도구인 ‘이클립스(121명, 23.77%)’가 응답자가 선호하는 두 번째 저작도구로 꼽혔으며 아이폰과 아이패드용 개발도구인 XCODE(39명, 7.66%)가 뒤를 따르고 있다. 아무래도 국내에서 iOS의 점유율이 높지 않은 만큼 XCODE의 선호도는 한계가 있기 때문인 것으로 파악하고 있다.

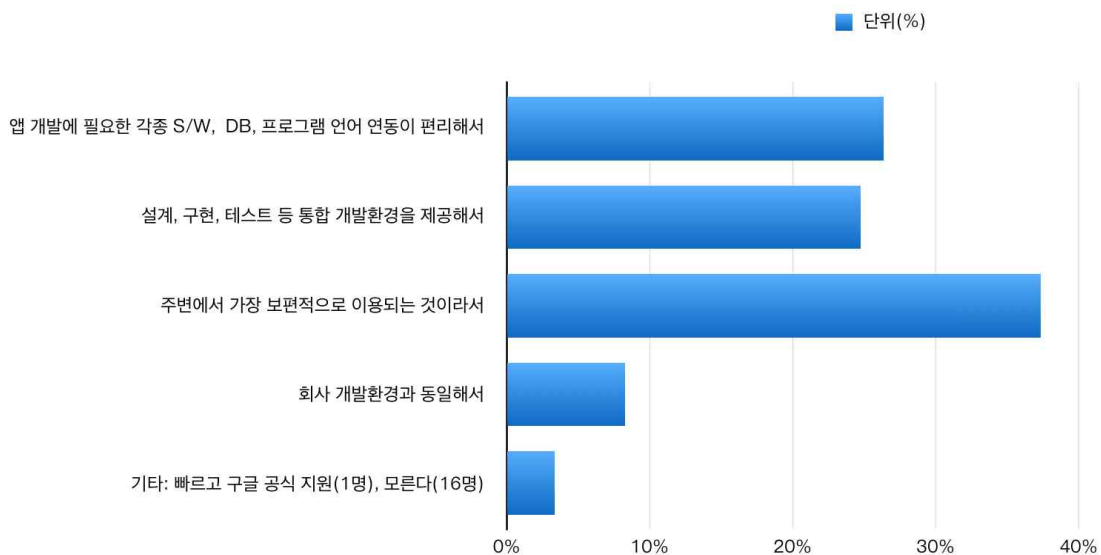


그림 14) 해당 개발도구를 선택한 이유

보기항목	응답자수(명)	%
주변에서 가장 보편적으로 이용되는 것이어서	190	37.33%
앱개발에필요한각종S/W,DB,프로그래머연동이편리해서	134	26.33%
설계,구현,테스트등통합개발환경을제공해서	126	24.75%
회사 개발환경과 동일해서	42	8.25%
기타 : 빠르고 구글 공식 지원(1명), 모른다(16명)	17	3.34%
합계	509	100.00%

앞서 응답한 해당 도구를 택한 이유로 가장 많이 든 것은 ‘주변에서 가장 보편적으로 이용하기에 선택했다(190명, 37.33%)’는 것이다. 보통 마켓에서 가장 많이 팔리는 제품(점유율이 높은 제품)은 그만큼 소비자의 검증을 거친 제품이라는 점에서 좋은 선택법이다.

이어서 ‘개발에 필요한 다른 소프트웨어와의 연동이 편리해서(134명, 26.33%)’란 의견과 통합적인 개발환경을 제공해서(126명, 24.75%)’란 의견이 비슷한 비율을 차지했다. 개발자들은 보다 개방적이고 편리한 도구를 원한다는 사실을 말해주고 있다.

VI. 앱 개발자 커뮤니티 활성화가 과제

모바일 앱 산업의 효과적인 정부지원과 정책을 묻는 질문에 현장 관계자는 크게 ‘개방’과 ‘보조역할’을 주문한다. 정부는 앱 위에 얹을 공공 콘텐츠를 지금보다 더욱 적극적이고 효율적으로 제공할 필요가 있다. 버스나 지하철 운행정보 등 ‘공공정보 개방’을 들 수 있다. 가공된 데이터가 아닌 원본 데이터를 손쉽게 적용할 수 있게 데이터셋으로 제공하고, 데이터에 대한 접근성을 높이는 것이 필요하다.

원하는 데이터를 요청하는 과정이 복잡하고 까다로운 서류나 인증이 필요하다면 시장에서 공공 데이터를 이용하려 하지 않는다. 행정당국은 원본 형태의 데이터를 제공해 앱 개발자나 서비스 업체가 사용하기 좋게 데이터를 가공할 수 있게 해줘야 한다. API든 XML 같이 가공하기 편한 표준 플랫폼과 규격을 따라야 한다. 이런 조건이 뒷받침되어야 공공 데이터를 시장에서 활성화할 수 있고 보다 창의적인 앱이 등장할 수 있다.

이 과정에서 앱 개발자가 어떤 데이터와 서비스를 선택하느냐하는 문제는 시장에 맡기는 것이 좋다. 좋은 정보, 좋은 서비스는 이용자가 선택할 것이고 그렇지 못한 앱이나 서비스는 자연스레 도태되기 마련이다.

결국 예비창업자와 개발자를 가장 잘 도울 수 있는 것은 같은 예비창업자와 개발자이다. 따라서 모바일 앱 개발자 커뮤니티의 활성화가 필요하다. 서로 정보를 공유하고 멘토가 되어 줄 수 있으며 온라인의 특성상 공간적 제약을 받지 않는다.

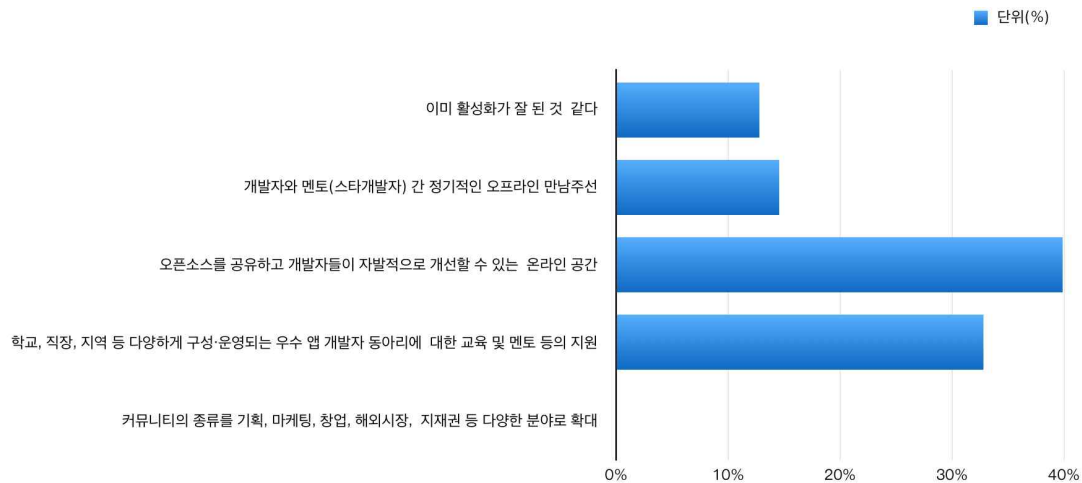


그림 15) 국내 모바일 앱 개발자 커뮤니티 활성화 방안

보기항목	응답자수(명)	%
오픈소스를공유하고개발자들이자발적으로개선할수있는공간 제공(온라인)이필요하다.	203	39.88%
학교, 직장, 지역등다양하게구성·운영되는우수앱개발자동아 리에대한교육및멘토등의지원이필요하다.	167	32.81%
개발자와멘토(스타개발자)간정기적인오프라인만남주선이필 요하다.	74	14.54%
특별히없다(활성화가잘된것같다)	65	12.77%
커뮤니티의종류를기술개발외에기획, 마케팅, 창업, 해외시장, 지재산등다양한분야로확대가필요하다.	0	0.00%
기타	0	0.00%
합계	509	100.00%

커뮤니티 활성화를 위해서는 우선 오픈소스를 공유하고 개발자들이 개선하면서 유익한 모듈 형식의 라이브러리를 만들 수 있도록 공간이 있어야 한다. 정부는 그런 목적의 온라인 공간을 제공해주는 것으로 지원하는 방안도 모색할 필요가 있다. 또한 학교와 직장 등 우수 앱 개발자 모임을 더욱 높은 단계의 창업집단으로 만들기 위한 교육지원도 중요하다. 강사를 통해 유익한 강의를 해주는 등의 지원책이 있으면 유용할 것이다. 이미 성공한 스타 개발자와의 만남을 통해 성공에 대한 욕구를 자극하고 롤모델을 제공해주는 것도 의미가 있다.

한편, 모바일 앱을 각 자자체에서도 전략 산업으로 인식해 육성하는 것도 좋은 방안이 될 수 있다. 현재는 수도권을 제외한 나머지 지방에서 제대로 앱 산업이 발전하지 못하고 있다. 인프라가 없으니 앱 개발자가 수도권에 몰리고, 그러다보니 다시 지방에서 인프라가 약화되는 빈익빈 부익부 현상이 심해지고 있다.

보기항목	응답자수(명)	%
온라인(모바일, 웹 등을 통한 강의)- 표2, 3으로 이동	305	59.93%
오프라인(컨퍼런스, 세미나, 전문교육기관 등)- 표2, 3으로 이동	194	38.11%
온라인/오프라인 모두 부정적이다.	10	1.96%
합계	509	100.00%

표1) 선호하는 형태의 강좌와 교육

보기항목	응답자수(명)	%
강의 집중도를 높일 수 있어서	89	45.88%
강사와 실시간 커뮤니케이션이 가능해서	75	38.66%
수강생 간 개발자 네트워크 형성이 가능해서	16	8.24%
규칙적인 시간관리가 가능해서	14	7.22%
기타	0	0.00%
합계	194	100.00%

표2) 오프라인 강좌 선호 이유

한편, <표1>에서처럼 ‘선호하는 스마트폰 앱 개발 강좌 교육은 무엇입니까?’에 대한 질문에 총 응답자의 60%(305명)가 ‘온라인(모바일, 웹 등을 이용한 강의)’ 방식을 선호하는 것으로 나타났다. 이는 따로 강의를 들을 시간을 낼 수 없는 이들이 많고, 오가는 이동시간 제약과 반복청취가 가능하기 때문인 것으로 분석됐다. 반면 <표2>에 나타난 오프라인 강좌를 선호하는 이유에 대해서는 응답자(194명, 38.11%) 과반이 강의집중도를 높일 수 있다는 점(89명, 45.88%)과 강사와 실시간 커뮤니케이션 가능(75명, 38.66%)을 각자 주된 이유로 꼽았다.

보기항목	응답자수(명)	%
새로운 기술 위주의 프로그래밍 교육	193	38.68%
사업기획및창업(마케팅)교육	171	34.27%
글로벌 시장진출을 위한 교육	71	14.23%
개발 결과물의 지적재산권확보 교육	64	12.82%
기타	0	0.00%
합계	499	100.00%

표3) 앱 개발자들이 희망하는 앱 개발 관련 강좌 혹은 교육

특히 <표1>에서 온·오프라인 강좌를 각각 선호한 응답자 499명 중 ‘새로운 기술 위주의 프로그래밍 교육’이 필요하다는 응답이 38.68%(193명)로 가장 많았으며, ‘사업기획 및 창업(마케팅) 교육’ 34.27%(171명), ‘글로벌 시장진출을 위한 교육’ 14.23%(71명), ‘개발 결과물의 지적재산권 확보교육’ 12.82%(64명)로 나타났다.

마지막으로 스타트업 개발자가 창업을 통해 쓸 만한 모바일 앱을 내놓았을 때 정당하게 시장에서 경쟁할 수 있는 환경을 조성해주어야 한다. 국내 앱 생태계는 모바일 광고와 검색 등 다양하게 연계되는 산업이 있다. 그렇지만 순수하게 앱의 우수성만으로 경쟁하기 어려운 시장이 많다. 예를 들어 각 모바일 기기에 너무 많이 기본으로 탑재된 앱은 해당 분야에서 우수한

앱으로 기회를 잡으려는 창업자의 의욕을 떨어뜨린다. 불공정한 경쟁환경을 만드는 거대 사업자의 행위를 견제해서 모바일 생태계를 건전하게 유지해야 한다.

다가오는 2015년에 국내외 모바일 앱 시장은 많은 변화와 혁신을 맞을 것으로 예상된다. 창조경제를 통해 또 한 단계의 도약을 준비하는 우리에게 창의력을 기반으로 무한한 가능성을 지닌 모바일 앱 시장은 놓쳐서는 안될 분야이다. 창조적인 인재를 뒷받침하는 스마트한 지원을 통해 모바일에서도 세계시장에 한류를 일으킬 수 있다면 막대한 경제효과를 거둘 수 있을 것이다.

VII. 총평

1. 각광받는 모바일 앱 시장

모바일 앱 시장이 각광받는 것은 개인이나 작은 회사가 창의력과 순발력을 통해 상업적으로 큰 성공을 거둘 수도 있기 때문이다. 하지만 단순히 창의력과 열정만 가지고 뛰어들어서는 성공을 장담하기 힘들다. 냉정한 기획과 철저한 준비를 거쳐 제대로 다듬어진 아이টে이션을 가지고 도전해야 보다 많은 기회가 주어질 것이다.

2. 변화를 받아들여 기회로 만들어야 한다

웹과 모바일 앱으로 양분되어 있던 시장이 융합된다는 신호가 오고 있다. 앞으로 모든 앱이 변화해야 할 필요성을 암시한다. 새로운 기술을 받아들이는 것만으로는 부족하며 그것으로 무엇을 하느냐가 더 중요한 시기가 온다.

창업과 운영 자금 마련이 어렵다는 점은 새로운 이야기가 아니다. 정부 지원 프로그램 역시 적재적소에 투입해 시장 트렌드에 맞춰 지속적인 수익을 낼 수 있는 구조를 만들 필요가 있다. 또한 국내 앱 관계자에게 있어 해외진출은 이제 선택이 아닌 필수가 되고 있다. 해외진출을 계획하는 예비창업자들은 중국을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 중국 시장 역시 자국의 폐쇄정책과 충분한 현지조사를 병행해야 한다. 인도 등 동남아시아 진출도 노력해보자.

3. 앱 시장에서 성공하기 위해 필요한 것은?

모바일 앱 관계자 사이에서는 사물인터넷이 차세대 모바일을 이끌 IT기술로 선정되었다. 웨어러블도 큰 맥락에선 IoT와 일맥상통한다. 예비 창업자들이 중국을 선호하는 것은 시장 규모에 대한 기대감이 강하다. 하지만 그런 기대감으로 이뤄졌던 제조업 업체들이 진출 시 경험했던 여러 가지 제약을 생각해야 한다.

냉정하게 볼 때 국내에서 게임을 제외하면 시장성 측면에서 성공한 앱은 드물다. 모바일 게임 앱 시장이 성숙기에 접어들었기에 다른 돌파구는 사물인터넷(IoT)이나 웨어러블 기술처럼 차세대 서비스가 될 수밖에 없다.

4. 모바일 앱 개발자가 원하는 지원은?

모바일 앱 예비 창업자를 위해서는 앱 생태계를 잘 성장시키는 것이 가장 중요하다. 유행하는 분야만 일시적으로 지원이 몰리는 현상을 넘어 작은 스타트업이 잘 성장할 수 있도록 사물인터넷, 웨어러블, 3D 콘텐츠 등 다양한 교육지원 사업이 요구된다.

지금껏 정부가 주도하던 사업도 조금씩 변화의 조짐이 보이고 있다. 즉 특정 산업군 서비스에 대해 스스로 시장이 형성될 수 있도록 지원하는 방향으로 조금씩 선회하고 있다. 스타트업 개발자가 창업을 통해 쓸 만한 모바일 앱을 내놓았을 때 정당하게 시장에서 경쟁할 수 있는 환경이 조성되고 있고, 또 그렇게 지원하는 정책이 수반되고 있다. 