

구글의 모바일 비즈니스 추진 동향

이 선 영*

1. 개요

적극적인 투자와 다양한 서비스의 개발로 구글의 사업은 창업 이후로 계속해서 성장하고 있지만 최근에는 경쟁의 증가, 온라인 광고시장의 포화, 경제침체로 인한 온라인 광고를 이용하려는 광고주의 감소 등으로 매출액 성장률은 점차 감소하고 있는 추세이다. 이러한 상황에 맞춰 구글이 선택한 사업 전략 중의 하나가 모바일 분야로의 사업 확대이다. 2008년부터 구글은 모바일 분야로의 진출을 본격화하면서 WiMAX 사업자 Clearwire사에 대한 투자, Android 모바일 플랫폼의 개발, 광고와의 연동을 고려한 VoIP 서비스인 구글 보이스(Google Voice) 등을 런칭한 바 있는데 특히 구글에서 만든 모바일 소프트웨어 플랫폼인 안드로이드(Android)가 탑재된 구글폰은 출시 전후로 세계적인 관심을 받았다. 본고에서는 구글폰을 중심으로 구글의 모바일 비즈니스 추진 동향에 대해 살펴보고자 한다.

2. 구글폰의 개념 및 특징

구글폰은 하드웨어는 단말기 제조회사에서 만들고 그 폰에 탑재되는 안드로이드

* 정보통신정책연구원 방송통신정책연구실 연구원, (02)570-4036, sylee@kisdi.re.kr

(Android)라고 불리는 모바일 플랫폼을 구글에서 제작한 스마트폰으로 구글폰 또는 안드로이드폰으로 불리고 있다.¹⁾ 안드로이드는 운영체제(Linux kernel 버전 2.6에 기반), 미들웨어(middleware)와 핵심 애플리케이션들을 포함하는 모바일 디바이스를 위한 소프트웨어 집합(stack)으로²⁾ 쉽게 이해하자면 PC와 마찬가지로 스마트폰의 사용을 위해서도 모바일 OS가 필요한데 안드로이드가 PC에서의 Windows와 유사한 역할을 하고 있는 것으로 이해할 수 있다.

구글폰 역시 그전에 출시된 애플의 아이폰 못지않은 세계적인 기대와 주목 속에 2008년 10월 미국을 시작으로 시장에 출시되었다. 출시 전후 구글폰에 대한 사람들의 관심의 주요한 이유를 몇 가지로 정리해보면 다음과 같다.

첫 번째로는 세계적으로 최강의 검색엔진을 자랑하는 포털업체인 구글이 구글폰에 탑재되는 안드로이드라는 모바일 플랫폼을 제작했다는 것이다. 검색엔진과 PC 웹 기반의 다양한 서비스로 잘 알려진 Google은 기존의 PC상의 웹 기반의 콘텐츠와 서비스 사업 영역을 모바일 영역으로 확대시키기 위해 모바일 사업에 투자를 시작했고 2008년 WiMAX 사업자 Clearwire사에 대한 투자³⁾와 2009년 광고 기반의 무료 VoIP 서비스인 구글 보이스(Google Voice)⁴⁾ 등을 런칭한 바 있다. 안드로이드 플랫폼

1) 본고에서는 구글폰이라는 명칭을 사용했다.

2) <http://developer.android.com/guide/basics/what-is-android.html>

3) 2008년 말 Sprint Nextel과 Clearwire는 WiMAX 네트워크의 투자를 위해 WiMAX 사업부문을 합병하여 새로운 합작사를 설립하고 Comcast, Intel, Time Warner Cable, Google, Bright House Networks들과 같은 다른 참가자들의 투자를 받았다. 이때 Google은 약 5억달러를 투자했으며 이러한 투자를 통해 구글은 모바일 WiMAX용 단말기에 인터넷 서비스, 광고서비스, 애플리케이션의 개발의 파트너가 되었으며 New Clearwire는 Google의 Android를 지지하고, Google은 Sprint의 무선 인터넷 검색과 지역 검색서비스의 default 제공 업체가 되었다.

4) 광고기반 무료 인터넷 전화 서비스서 원 넘버, 음성메일, 통화의 세 가지 기능이 있다. 구글 보이스는 2007년 구글이 인수한 Grand Central의 '하나의 평생번호'를 모토로 하는 인터넷 전화 서비스를 업그레이드하고 구글이 제공하던 Gmail, 웹 검색 서비스 등의 기능을 결합시킨 것으로 핵심은 원 넘버 서비스라고 할 수 있다. 구글 보이스를 이용하려면 Gmail 계정을 만들어 등록한 후 하나의 통합 번호를 받아야한다. 구글 보이스의 가장 큰 장점은 사용자가 이동통신 업체를 바꿔도 동일한 구글 전화번호를 유지 할수 있다는 점과 원한다면 모바일 및 유선전화 모두를 포함한 다수의 기기에서 전화를 받을 수 있도록 구글 전화번호를 프로그램화 할 수 있다는 점이다. 현재 미국 내

품 제작 역시 그러한 투자 중의 하나라고 볼 수 있다.

두 번째는 안드로이드 폰에 탑재되는 모바일 플랫폼 안드로이드가 노키아의 심비안처럼 오픈소스 플랫폼이라는 점이다. 구글은 안드로이드 출시 후 안드로이드 소스와 SDK(Software Development Kit)를 공개하였다. OS 라이선스나 로열티를 요구하지 않고 무료로 사용이 가능하도록 했으며 SDK 역시 공개해 애플리케이션 개발자들의 개발을 용이하게 했다. 이러한 개방형 OS는 제품 개발의 효율성과 다양한 콘텐츠 서비스의 표준 대응이 유리하기 때문에 좀 더 빠른 속도로 세계시장에 확산될 가능성이 있고 그로 인해 구글폰이 세계 모바일 시장에 미치는 영향이 클 것이라는 기대감이 구글폰을 주목 받게 했던 또 다른 이유이다.

또한 애플의 아이폰 이용자들이 앱스토어를 이용해 다양한 애플리케이션을 이용할 수 있듯이 안드로이드폰의 사용자들은 구글의 안드로이드 마켓(Android Market)을 통해 자신이 원하는 다양한 콘텐츠들을 다운 받아서 사용 할 수 있다. 애플의 앱스토어의 성공은 스마트폰의 성공에 있어서의 콘텐츠 및 애플리케이션의 중요성을 입증한 셈이자 애플리케이션 마켓의 가능성을 보여준 사례이다. 콘텐츠가 모바일 산업의 핵심 화두로 떠오름에 따라 이러한 콘텐츠와 애플리케이션을 생산하고 확장시킬 수 있는 애플리케이션 마켓의 활성화의 성공 여부는 모바일 시장에서의 성공에 크게 영향을 줄만큼 중요한 요소가 되고 있다. 안드로이드 마켓은 애플의 앱스토어와 유사한 것으로 누구라도 자유롭게 각종 콘텐츠를 등재해 판매할 수 있는 개방형 서비스로 운영하고 있는 공간으로 초기에는 무료 애플리케이션만 다운로드 받을 수 있었으나 2009년 1분기부터는 유료 애플리케이션도 이용 가능해졌다. 안드로이드 마켓의 활성화와 이에 따른 다양한 애플리케이션의 이용 가능이 구글폰의 판매에 도움이 될 것으로 보인다.

에서 광고를 기반으로 무료로 제공 중이다.

3. 구글의 모바일 비즈니스 수익 모델

앞에서 이미 언급했듯이 구글의 안드로이드는 오픈소스 플랫폼으로 출시 후 안드로이드 소스와 SDK를 공개해 라이선스나 로열티를 별도로 청구 하지 않고 무료로 사용할 수 있도록 하고 있다. 최초로 출시된 구글폰인 T-mobile G1은 구글의 웹 서비스들을 탑재하고 있으며 다른 안드로이드 기반 단말기들 역시도 구글의 모바일 애플리케이션들을 탑재할 예정이다.⁵⁾ 이러한 점에서 볼 수 있듯이 구글은 소프트웨어나 애플리케이션의 판매를 통한 수익보다는 기술 및 핵심 소스를 무료로 제공하여 플랫폼의 확대를 통해 자신들의 서비스를 이용하는 고객의 증가와 광고의 확대를 이루어 안드로이드로부터 수익을 이끌어 내는 것을 목표로 하고 있다. 즉, 구글의 모바일 사업의 수익모델의 핵심은 ‘광고수익’이다. 기존의 이동통신 사업자들이 사업 특성상 서비스 망 운영이 폐쇄적인 성격을 가지고 있고, 이러한 폐쇄적인 망을 이용해서 벨소리, 게임 등과 같은 애플리케이션을 유료로 판매해서 수익을 얻었던 것과는 달리 구글은 기술 및 핵심 소스를 개방형으로 무료로 제공하고 이를 기반으로 모바일 광고수익을 확대해 나가려는 전략을 가지고 있어 기존의 이동통신사의 폐쇄적인 망 운영과 배치된다고도 볼 수도 있다.⁶⁾

구글의 이러한 사업 전략은 모바일 사업 이외에도 구글맵스(Google Maps)나 피카사(Picasa)⁷⁾ 등과 같은 구글의 다른 사업 활동을 통해서도 나타난다. 구글은 자주 소프트웨어를 개발해서 소비자들에게 그것을 로열티 없이 무료로 사용하도록 하고 있는데 이는 구글의 소프트웨어의 판매가 아닌 광고수익을 주요 수익원으로 하는 덕분에 가능한 것이다. 참고로 2004년에서 2007년까지 구글의 수익에서 광고수익이 차지하는 비율은 약 99%였으며 2008년 수익에서 광고수익이 차지하는 비율은 약 97%에 이르고 있다. 그리고 나머지 1%~3%를 광고수익 이외의 기타수익이 차지하고 있는 구조를 보여서 구글의 광고 중심의 사업모델에 대한 충분한 근거를 보여주고 있다.

5) Ovum(2009a)

6) 정성천(2008)

7) 사진정리나 편집의 기능이 있는 구글의 사진관리 및 수정 프로그램

〈표 1〉 구글의 수익 구조

(단위: 백만달러)

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
광고수익	3,143.3 (99%)	6,065.0 (99%)	10,492.6 (99%)	16,412.6 (99%)	21,128.5 (97%)
기타수익	45.9 (1%)	73.6 (1%)	112.3 (1%)	181.4 (1%)	667.1 (3%)
총수익	3,189.2 (100%)	6,138.6 (100%)	10,604.9 (100%)	16,594.0 (100%)	21,795.6 (100%)
성장률(%)	-	92.5	72.8	56.5	31.3

자료: 구글 IR 자료, 재구성

2006년과 2007년 각각 AdWords와 AdSense 플랫폼을 통해 온라인 광고를 모바일 광고로의 확장을 시작했던 Google은 최근 모바일 애플리케이션 시장의 성장에 발맞춰 애플리케이션 내 텍스트 광고와 디스플레이 광고를 제공하기 위한 모바일 광고 서비스를 준비 중인 것으로 알려졌다. 기존의 모바일 AdSense는 모바일 웹 브라우저에서 노출이 되었지만 모바일 애플리케이션용 AdSense 서비스가 시작되면 웹 브라우저와는 상관없이 구동되는 모바일 애플리케이션에서도 광고가 노출되는 것이다. 최근 전 세계적으로 광고 지출이 감소하면서 AdSense의 성장세가 둔화되고 있으며 휴대전화 사용자가 스마트폰 애플리케이션 사용을 늘리면서 상대적으로 모바일 인터넷 사용시간이 줄어들어 따라 구글이 애플리케이션 광고로 그 영역을 확대하려는 움직임을 보인 것으로 해석된다.⁸⁾

※ 참고: 모바일 광고시장

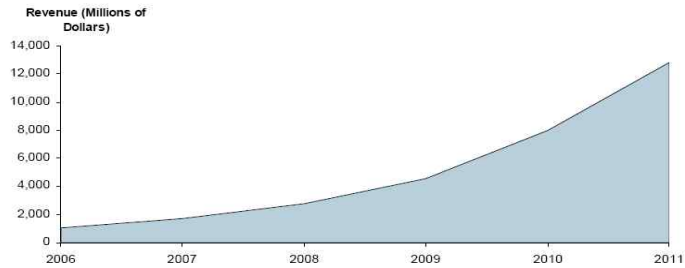
모바일 광고시장은 천천히 성장하고 있는 산업이긴 하지만 모바일 단말기를 통해서 보다 다양한 광고를 효과적으로 만들 수 있는 다양한 서비스가 존재하고 있다. 모바일 광고시장은 단말기의 숫자, 단말기의 성능, 메이저 인터넷 포털인 구글이나 야후 등의 시장 진입으로 다소 과대평가되어 있다는 견해도 있지만 향후 전망에 대해서는 Gartner(2008a)는 낙관적인 자세를 고수하면서 2011년 모바일 광고수익이 약 120억 달러에 이를 것으로 전망했다.⁹⁾ 이는 2008년 652억 달러, 2011년

8) 스트라베이스(2009. 6. 30)

9) Gartner(2008a)

에는 1,066억 달러로 전망되고 있는 세계 인터넷 광고시장규모와 비교한다면 아직까지는 시장의 규모의 측면에서는 그리 크다고는 볼 수 없다. 그러나 모바일 광고가 인터넷 광고에서 차지하는 비중은 점점 커지고 있는 추세이다.¹⁰⁾

[그림] 세계 모바일 광고수익 전망, 2006~2011



자료: Gartner(2008a)

광고수단으로서의 모바일은 여러 가지 성장을 위한 잠재적인 요소들을 가지고 있다. 첫 번째는 모바일 폰의 잠재적인 가입자 수와 스마트폰의 성장세이다. GSMA(Global System for Mobile Communications Association)의 자료에 의하면 2009년 7월 8일 기준 전 세계 모바일 폰의 가입회선은 약 43억을 넘어섰다.¹¹⁾ 또한 모바일 시장의 성장세가 계속 된다면 모바일 폰의 가입회선은 2013년까지 60억에 이를 것이라는 전망도 GSMA에 의해 발표된 바 있다.¹²⁾ 세계 인터넷 가입 인구는 2009년 3월 기준으로 15억 9천 6백만 명으로 이 수치와 비교 해봐도 모바일 폰은 잠재력이 큰 시장이라고 할 수 있다.¹³⁾ 또한 2012년까지 스마트폰이 전체 단말기 판매량의 40%¹⁴⁾를 차지하게 될 것이라는 Gartner(2008b)의 전망을 보더라도 스마트폰의 성장세는 기대해볼 만하다.

두 번째는 모바일이 높은 수준의 타게팅(targeting) 기회를 제공한다는 것이다. 모바일 사업자들은 나이, 성별, 주소나 데이터 이용 등과 같은 이용자에게 대한 많은 데이터를 가지고 있어서 이러한 정보를 바탕으로 맞춤형 광고의 제공이 가능하다. 그러나 이것은 잘못하면 자칫 광고가 소비자들로 하여금 무례한 느낌을 가질 수 있게 해서 소비자들에 의해 배척될 수 있는 위험이 있으므로 메시지나 무료 서비스의 형태로 어떤 가치를 제공하는 방법으로 좀 더 주의를 기울여서 광고를 제공한다면 효과가 있다고 한다.

마지막 강점은 모바일 기기에 대한 접근성에 있다. 사람들은 매일 모바일 기기를 가지고 다니고 언제든지 모바일 기기에 접근이 가능한데 이러한 특징이 모바일 광고가 가지는 큰 성장 잠재력이 된다.¹⁵⁾

10) IDC(2008)

11) http://www.gsmworld.com/newsroom/market-data/market_data_summary.htm

12) GSM World(2009) <http://www.gsmworld.com/newsroom/press-releases/2009/2521.htm>

13) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

14) Gartner(2008b)

15) Ovum(2009c)

4. 구글폰의 출시현황 및 전망

(1) 구글폰의 출시 현황

Gartner(2009)의 OS별 스마트폰 판매량에 따르면 2009년 1분기 구글폰의 판매량은 전년 동기 대비 1.6% 증가해서 약 57만대의 판매를 보이고 있다. 아직 시장점유율은 그다지 크다고 볼 수는 없지만 점차 다양한 벤더들에 의해 새로운 단말기가 개발되고 있으며 구글폰이 출시되는 국가들도 점점 늘어나고 있는 추세이다.

〈표 2〉 OS별 스마트폰 판매량 및 시장점유율

벤더(vendor)	2008년 1분기		2009년 1분기		시장점유율의 변화
	판매량(천대)	시장점유율	판매량(천대)	시장점유율	
Symbian ¹⁾	18,400.6	56.9%	17,939.2	49.3%	-7.6%P
Research In Motion ²⁾	4,311.8	13.3%	7,233.6	19.9%	6.6%P
iPhone OS ³⁾	1,725.3	5.3%	3,938.8	10.8%	5.5%P
Microsoft Windows Mobile ⁴⁾	3,857.4	11.9%	3,731.1	10.1%	-1.8%P
Linux ⁵⁾	2,993.0	9.3%	2,540.5	7.0%	-2.3%P
Android	0.0	0.0%	575.3	1.6%	1.6%P
Palm OS ⁶⁾	657.2	2.0%	273.3	0.8%	-1.3%P
Others	369.6	1.1%	172.7	0.5%	-0.6%P
Total	32,314.9	100.0%	36,404.4	100.0%	

주: 1) Symbian Ltd.에 의해 개발된 모바일 기기용 오픈 OS로 노키아에 의해 오픈소스플랫폼으로 전환되었음

2) 캐나다의 통신기기 제조업체로 블랙베리 휴대단말 제조 및 독자적인 네트워크 서비스제공을 하고 있음

3) OS X iPhone이라고도 불리는 Apple Inc.에서 개발한 iPhone과 iPod Touch용 OS

4) Microsoft에서 만든 Microsoft Win32 AP에 기반하고 있는 모바일 디바이스를 위한 기본 애플리케이션과 결합된 OS로 Windows 데스크탑 버전과 유사


5) Google Android와 Palm web OS 이외의 리눅스 기반 OS

6) US Robotics에 의해 1996년에 개발된 PDA용 운영체제로 이후 스마트폰에까지 그 적용이 확대되었음

자료: Gartner(2009)

최초의 구글폰은 대만의 제조업체인 HTC에서 제조된 HTC Dream(G1)으로 2008년 10월 미국의 T-mobile에 의해 미국 시장에 출시되었다. G1은 미국 시장에 출시 후 현재까지 약 100만대 정도 팔린 것으로 알려지고 있으며 주요 사양은 다음과 같다.


〈표 3〉 G1 단말기의 주요스펙

	항목	기능	항목	기능
	Platform	Android	Display	3.2 inch TFT-LCD flat touch-sensitive screen
	Memory	ROM: 256 MB RAM: 192 MB	Talk Time	WCDMA의 경우 최대 350분, GSM의 경우 최대 406분
	Dimensions	117.7×55.7×17.1 mm	Standby Time	WCDMA의 경우 최대402시간, GSM의 경우 최대 319시간
	Weight	158 grams	Expansion Slot	microSD memory card
	Connectivity	Bluetooth 2.0 with Enhanced Data Rate, Wi-Fi, HTC ExtUSB	Special Features	Digital Compass, Motion Sensor, QWERTY keyboard, 3.2 메가픽셀 카메라

자료: HTC 홈페이지, 재구성

G1에 이어 HTC에서 만들어진 두 번째 구글폰인 HTC Magic은 유럽의 Vodafone 네트워크를 통해 2009년 2월 공개된 이후 현재 스페인, 영국, 대만, 싱가포르 등에서 공급되고 있다. HTC Magic의 기술적인 스펙은 T-Mobile G1과 유사한 면이 많지만 가장 눈에 띄는 차이는 G1의 QWERTY 방식의 키보드를 없애고 그 대신 스크린상의 가상 키보드를 탑재한 점과 배터리 수명이 연장된 점이라고 볼 수 있다.

〈표 4〉 HTC Magic 단말기의 주요 스펙

	항목	기능	항목	기능
	Platform	Android	Display	3.2 inch TFT-LCD flat touch-sensitive screen
	Memory	ROM: 512 MB RAM: 192 MB	Talk Time	WCDMA의 경우 최대 400분, GSM의 경우 최대 450분
	Dimensions	113×55×13.65 mm	Standby Time	WCDMA의 경우 최대 660시간, GSM의 경우 최대 420시간
	Weight	118.5 grams	Expansion Slot	MicroSD memory card
	Connectivity	Bluetooth 2.0 with Enhanced Data Rate, Wi-Fi, HTC ExtUSB	Special Features	G-Sensor, Digital Compass, 3.2 메가픽셀 카메라

자료: HTC 홈페이지, 재구성

HTC Magic은 미국에서는 T-Mobile my Touch 3G with Google이라는 이름으로 2009년 8월 T-Mobile에 의해 공식 출시를 앞두고 있다. 가장 주목할 점은 G1의 단점으로 지적되었던 무겁고 투박한 디자인과 짧은 배터리 수명 그리고 회사 e-mail 접근(access)의 불가능 등을 보완했다는 점이다. 그밖에도 빨라진 웹 브라우징, 동영상과 사진 공유 기능을 갖춘 최신 버전의 안드로이드(version 1.5), GPS, Wi-Fi 등을 포함하여 G1보다 좀 더 발전된 사양으로 시장에 공급될 것으로 보인다.¹⁶⁾

일본 역시 일본의 이동통신 회사 NTT DoCoMo에서 HT-03A라는 모델명으로 HTC Magic의 출시를 앞두고 있다. 일본에서는 HT-03A의 출시를 앞두고 그 성공 가능성에 대한 의견이 분분하다. 구글폰의 일본시장에서의 성공 가능성에 대해 긍정적으로 보는 입장에서는 Google이 제공하는 다양한 서비스와의 연계 기능과 안드로이드마켓을 이용하여 다양한 애플리케이션을 이용할 수 있다는 점을 큰 강점으로 보

16) Forbes.com(2009. 6. 22)


고 있으며 구글의 클라우드 컴퓨팅(Cloud computing)¹⁷⁾과 잘 연결 될 경우 장기적인 관점에서 안드로이드의 성공 가능성이 있다고 보고 있다. 그러나 HT-03A가 일본 시장에서 휴대폰의 필수 기능이라고 할 수 있는 원-세그(One-Seg) 디지털 TV 방송, 전자머니 그리고 그림문자(pictorial symbols)의 기능이 모두 탑재되어 있지 않고 소비자들이 휴대폰 선택에 있어서 단말기의 플랫폼이 안드로이드인지에 대한 자체보다는 디자인, 가격 그리고 원하는 기능의 탑재 여부 등 포괄적인 것들을 고려한다는 점 등의 이유로 안드로이드 폰이 일본의 휴대폰 산업에 미칠 영향을 크지 않게 보는 입장도 있다. 또한 다른 나라들과 너무 다른 독특한 휴대폰 문화를 가졌다는 이유로 ‘갈라파고스 섬(Galapagos Islands)’이라고 불리는 일본의 휴대폰 문화가 구글폰의 일본 시장에서의 성공에는 장애가 될 수 있다는 의견도 존재한다. 이미 세계 시장 점유율 1위의 노키아의 미미한 일본 시장 내에서의 점유율과 세계적으로는 큰 성공을 거둔 애플의 아이폰의 일본 시장에서의 실패가 이에 해당한다고 볼 수 있다.¹⁸⁾

삼성전자에 의해 제조된 첫 번째 구글폰인 Galaxy(i7500)가 2007년 7월경 독일, 프랑스, 영국을 비롯한 유럽의 주요국에 출시될 예정이며 2009년 하반기에는 유럽 이외의 다른 국가들에도 출시될 것으로 보인다. 소프트웨어에서는 기존의 구글폰들과 큰 차이가 없지만 하드웨어에서는 그 동안 출시된 구글폰들 가운데 가장 슬림한 디자인과 1500mAh급 대용량배터리, AMOLED(능동형 유기발광 다이오드) 터치스크린, 트랙볼 대신 ‘OK’ 버튼을 그대로 사용한 점이 기존의 구글폰들과는 다른 점으로 꼽히고 있다.

17) 클라우드 컴퓨팅은 사용자가 워드나 엑셀 등 어떤 작업 등을 마치 구름과 같이 전 세계에 떠있는 클라우드 컴퓨팅 네트워크에 던지면 그 안에서 어떤 작업을 통해서든 원하는 결과를 내놓는 것을 의미하며, 이는 개인 사용자의 데스크톱 환경부터 기업들의 대용량 정보처리와 인터넷 기업의 웹 2.0 서비스까지 PC 없이도 가능하게 해준다. 대표적인 예로 구글의 Gmail, 캘린더 및 Docs, 아마존의 EC2, S3 같은 웹 서비스 등이 있다.

18) The Japan Times(2009. 6. 18)

〈표 5〉 삼성 갤럭시(i7500) 단말기의 주요 스펙

	항목	기능	항목	기능
	Platform	Android 1.5	Display	3.20 inch AMOLED touch screen
	Memory	8GB	Talk Time	6.5 시간
	Dimensions	115×56×11.9 mm	Standby Time	450 시간
	Weight	114 grams	Expansion Slot	microSD/microSDHC (32 GB까지 지원)
	Connectivity	2.1, stereo Bluetooth, Wi-Fi, microUSB, HeadPhone Jack (3.5mm)	Special Features	5 메가픽셀 카메라, GPS

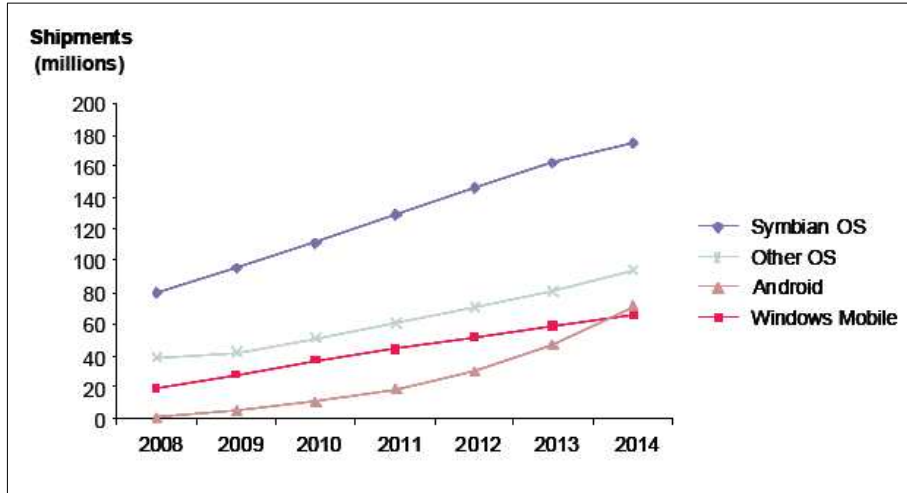
자료: PhoneArena.com, 재구성

(2) 구글폰의 전망

Ovum은 2009년 6월 발표된 보고서¹⁹⁾를 통해 2008년 출시 이후 안드로이드 플랫폼의 탑재는 주목할 만한 성장을 이룰 것이라고 전망하였다. 안드로이드 출하량은 102.4%의 연평균성장률(CAGR: Compound Annual Growth Rate)로 성장해 2014년까지 7천2백만 대의 출하량에 도달할 것으로 전망되었다. 또한 안드로이드는 2014년 스마트폰 시장의 18%를 차지해 Windows Mobile의 시장 점유율을 넘어설 것으로 전망되었다.

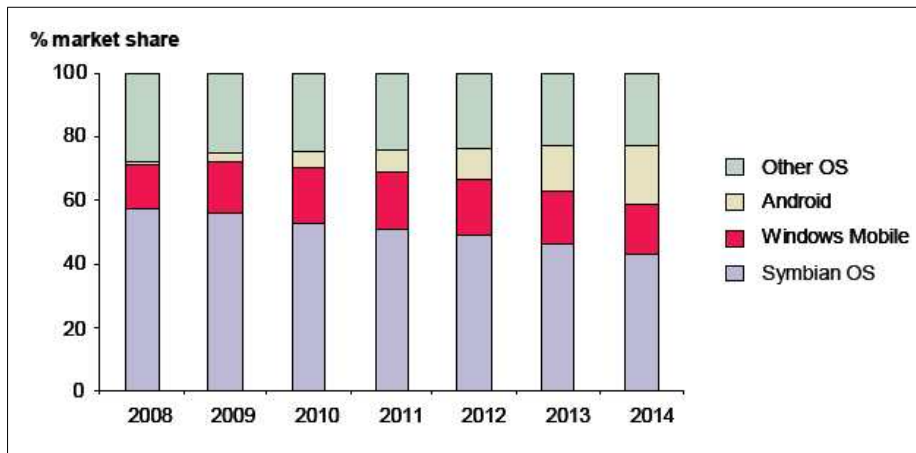
19) Ovum(2009b)

[그림 1] OS별 스마트폰 출하량 전망



자료: Ovum(2009b)

[그림 2] 스마트폰 시장 점유율 전망



자료: Ovum(2009b)

5. 결 어

구글의 모바일 시장으로의 진입과 그 결과에 대한 시장의 반응은 대체로 긍정적이다. 광고수익을 기반으로 하고 있는 구글은 온라인 광고 산업에서의 성공을 통한 경험과 적절한 수익모델 그리고 검색엔진과 다양하고 혁신적인 서비스와 애플리케이션 등을 통해 쌓은 친숙한 브랜드 이미지 등의 막강한 이점을 가지고 있으며 이는 구글의 모바일 산업에서의 성공에 무게를 실어주고 있다.

구글이 직접 제작에 참여했다는 점과 오픈소스 플랫폼이라는 점에서 세계적으로 큰 화제가 되었던 안드로이드의 대중화 성공 여부 역시 구글의 모바일 시장에서의 성공의 관건이 될 것으로 보인다. 아직까지 스마트폰 시장 점유율만 놓고 본다면 구글폰의 시장 점유율은 그다지 높지 않다. 그러나 미국에서 첫 출시되어 인기를 끌었던 G1 이후 점차 많은 국가들에서 안드로이드 플랫폼을 탑재한 단말기들이 출시되고 있다는 점과 오픈소스플랫폼이 갖는 가능성, 안드로이드 마켓의 활성화 가능성 등의 요인들이 구글폰의 성장 가능성에 대한 긍정적인 전망의 요인으로 작용하고 있다.

그러나 이동통신사, 단말기 제조사, 포털 회사들과의 모바일 산업 내에서의 치열한 경쟁과 경제 위기와 같은 여러 가지 부정적인 변수들이 존재하는 만큼 구글의 향후 모바일 분야에서의 활동이 어떤 성과를 거둘지에 대해서는 좀 더 주목할 필요가 있다.

참고자료

- 스트라베이스(2009), Google, 모바일 애플리케이션 내 광고 사업 준비 중, 2009. 6. 30
- 정성천(2008), 모바일 비즈니스의 최근 트렌드, LG Business Insight, LG 경제연구원, 2008. 3. 12
- Ovum(2009a), “Mobile application stores: Google Android”, 2009. 1. 19
- _____(2009b), “Smartphones: the silver lining of the declining handset market”,

2009. 6. 23

Ovum(2009c), “New dynamics in digital advertising”, 2009. 5. 22

Gartner(2008a), “Dataquest Insight: How to Move the Mobile Advertising Market Forward”, 2008. 3. 3

_____ (2008b), “How to Sell Smartphones to Consumers”, 2008. 10. 21

_____ (2009), “Dataquest Insight, Market Share for Mobile Devices, 1Q09”, 2009. 5. 19

IDC(2008), “Worldwide Spending on Internet Advertising will soar past \$106 Billion in 2011, According to IDC”, 2008. 6. 25

《Forbes.com》(2009. 6. 22), “Second Google Android Phone Unveiled”

《The Japan Times》(2009. 6. 18), “Can an Android conquer Japan’s finicky mobile phone culture?”

《GSM World》(2009. 2. 11), “Mobile World Celebrates Four Billion Connections”

<http://developer.adroid.com>,

<http://www.singtel.com>

<http://www.gsmworld.com>

<http://www.internetworldstats.com>