

현안과 과제

■ '포켓몬GO' 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의

목 차

■ ‘포켓몬GO’ 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의

1. 개요	1
2. ‘포켓몬GO’ 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의	2
3. 시사점	7

Executive Summary

□ '포켓몬GO' 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의

■ 개요

증강현실(Augmented Reality, AR) 기반 게임인 '포켓몬GO'가 출시된 직후 국내에서 폭발적인 반응을 이끌어내고 있다. 이에 본 고에서는 '포켓몬GO' 사례를 통해 국내 경제·산업에의 경제적 함의를 제시하고자 한다.

■ '포켓몬GO' 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의

- ① **(신성장동력) 신사업은 멀리있지 않다.** '포켓몬GO'의 기반기술인 증강현실 기술은 이미 어느 정도 기술적 토대가 마련된 기술이다. 이는 애플의 아이폰처럼, 기존의 기술에 창조적 아이디어를 입혀 전혀 새로운 소비자 경험을 제시하며 폭발적인 시장 반응을 이끌어낸 사례로 남을 전망이다.
- ② **(핵심경쟁력) 플랫폼을 지배하는 자, 시장을 지배한다.** '포켓몬GO'의 성공은 구글과 애플 등 인터넷 플랫폼 비즈니스 기업에게도 상당한 수익을 안겨줄 것으로 기대된다. 이처럼 새로운 재화나 서비스를 독점적으로 제공하는 기반인 플랫폼 비즈니스 모델은 그 자체만으로도 핵심경쟁력으로 작용하며 인터넷 서비스 사업 외에도 제조업 분야로 확장될 것으로 예상된다.
- ③ **(컨텐츠) 차별화된 컨텐츠가 기업을 살린다.** 전통적인 게임업계 강자였던 닌텐도는 모바일시대에 적응하지 못해 위기에 빠졌으나 '포켓몬GO' 출시와 함께 부활 가능성을 예고하고 있다. 이는 '포켓몬GO'가 여타 증강현실 게임들과 달리 20년간 전 세계적으로 인기를 끌었던 '포켓몬'이라는 컨텐츠 파워가 있었기 때문으로 분석된다.
- ④ **(비즈니스모델) O2O 비즈니스가 모바일 시대의 새로운 사업모델로 대두될 전망이다.** 스마트폰 보급 확대로 '포켓몬GO'와 같은 O2O(Online to Offline) 비즈니스 사업이 활성화되고 있다. 현재 소수 업종에 국한된 O2O 비즈니스 모델은 향후 실생활과 관련된 거의 모든 영역으로 사업 분야가 확대될 것으로 예상된다.
- ⑤ **(마케팅) 초고속인터넷·모바일SNS 시대에 유행은 빛의 속도로 전파된다.** '포켓몬GO'는 미국 출시 하루만인 7월 7일 애플 앱스토어 다운로드 순위 1위를 기록하면서 앱스토어 역사상 최단기간에 1위를 달성한 게임앱으로 등극하였다. 초고속인터넷 확산, 모바일기기 보급률 증대, SNS 활성화에 따라 컨텐츠만 훌륭하다면 IT서비스가 보급·전파되는 시간이 획기적으로 축소되는 모습이다.

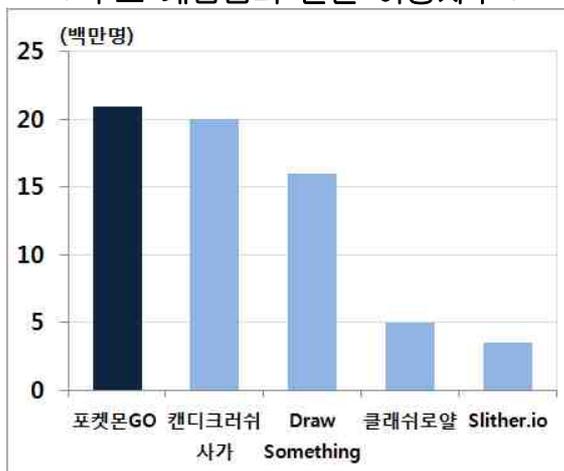
■ 시사점

'포켓몬GO' 열풍으로부터 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다. **첫째**, '기술'을 위한 연구개발 투자가 아닌, 실질적 부가가치를 창출하는 연구개발 투자가 시급하다. **둘째**, 기업들은 플랫폼 사업에 대해 포괄적이고 장기적인 관점에서의 전략을 마련해야 한다. **셋째**, 창조경제시대의 국가·기업 경쟁력 제고를 위해 컨텐츠 산업의 육성이 필요하다. **넷째**, O2O 비즈니스 산업 성장을 지원하는 차원에서 안정적 사업 기반 마련을 위한 선도적인 대책 마련이 요구된다. **다섯째**, 가속화되는 신제품 출시 주기 및 확산 속도에 대응한 기업들의 철저한 준비 및 대응 방안 마련이 바람직하다.

1. 개요

- 증강현실(Augmented Reality, AR)¹⁾ 기반 게임인 ‘포켓몬GO’가 출시된 지 1주일만에 국내외에서 폭발적인 반응을 이끌어내고 있음
 - ‘포켓몬GO’는 증강현실 기술을 이용한 모바일 위치기반 게임
 - 게임 이용자의 실제 위치에 따라 모바일 기기 상에 가상의 캐릭터인 ‘포켓몬’이 출현하게 되며, 이를 포획하고 훈련시키는 캐릭터 육성 게임의 일종
 - 2016년 7월 6일 미국, 호주, 뉴질랜드 등지에서 출시됐으며, 13일까지 약 일주일간 미국에서만 최소 1,500만회 이상 다운로드된 것으로 추정
 - 또한 출시 6일째인 11일 기준 유료 아이템 등 판매로 하루 평균 최소 160만 달러, 누적 1,404만 달러의 수익을 올린 것으로 추산
 - 국내에서는 강원도 속초 등지에서 ‘포켓몬GO’ 서비스 이용이 가능한 것으로 알려지면서 이용자가 몰리는 등 화제를 일으킴
- (연구 배경) 본 고에서는 ‘포켓몬GO’ 열풍을 통해 발견되는 국내 경제·산업에의 경제적 함의를 제시하고자 함
 - ‘포켓몬GO’에서 관찰되는 ①신성장동력의 발굴, ②핵심경쟁력의 이동, ③킬러 콘텐츠의 중요성, ④모바일 시대의 비즈니스 모델, ⑤빠른 속도로 번지는 유행 등 5가지 현상을 살펴보고 시사점을 제시

< 주요 게임앱의 일일 이용자수 >



자료 : SurveyMonkey.Inc.

주 : 16.7.12일 미국 스마트폰 이용자 기준.

< 주요 앱별 일일 평균 이용시간 >



자료 : Sensor Tower.

주 : 16.7.11일 미국 iOS 이용자 기준.

1) 증강현실(Augmented Reality, AR)이란 현실세계에 실체는 아니지만 인공적으로 만들어내 환경이나 상황(가상현실)을 유기적으로 연동하고 결합한 ‘확장된 현실’을 의미.

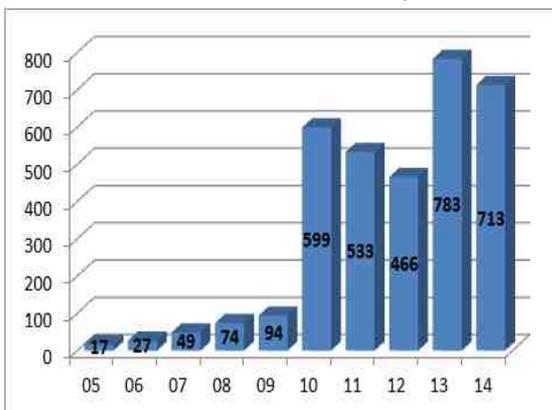
2. ‘포켓몬GO’ 열풍에서 발견되는 5가지 경제적 함의

① (신성장동력) 신사업은 멀리있지 않다

- (현황) ‘포켓몬GO’은 이미 어느 정도 토대가 마련된 기술을 게임에 접목 시켜 전혀 새로운 소비자 경험을 제시하는데 성공
 - ‘포켓몬GO’의 기반기술인 증강현실 기술은 이미 어느 정도 기술적 토대가 마련되어 있으며, 관련 제품·서비스도 시장에 나와있는 상황
 - 이처럼 ‘포켓몬GO’는 기존의 기술에 창조적 아이디어를 입혀 전혀 새로운 소비자 경험을 제공했다는 점에서 애플의 아이폰과 비슷
- (의의) 기술을 위한 기술 개발이 아닌 이미 개발된 기술의 사업화를 통한 신성장동력 발굴의 중요성을 강조
 - 증강현실 관련 국내 특허출원 건수가 2010년~2014년 연평균 619건으로 최근 급격히 증가하는 등 한국의 ‘가상·증강현실기술’의 기술 수준은 최고기술국 대비 83.3%(2014년 기준)로 높은 편
 - 하지만 이전된 기술이 성공적으로 제품, 서비스 생산 및 공정개선에 활용되어 수익을 얻는 경우는 12.4%에 불과한 한편,
 - 이전된 기술의 48.5%는 기술의 활용이나 사업 추진 현황을 파악하지 못하고 있을 뿐 아니라 7.3%는 현재 활용되지 않는 것으로 나타나 상용화가 미흡한 것으로 판단

< 국내 증강현실 기술의 특허출원 > < 기술이전 이후 기술사업화 성과 현황 >

(단위 : 건 수)



자료 : 특허청.

도입한 기술의 활용 현황	기술이전 계약 건수
제품, 서비스 생산 및 공정 개선에 활용되어 수익 발생	1,359건 (12.4%)
활용을 위해 준비 및 진행단계 (시설, 투자, 추가 연구개발 등)	3,478건 (31.7%)
이전된 기술이 현재 활용되고 있지 않음	805건 (7.3%)
이전된 기술의 활용이나 사업화 현황을 알지 못함	5,313건 (48.5%)
유효한 기술이전 계약 건수	10,955건 (100%)

자료 : 산업통상자원부, 한국산업기술진흥원, 2015년 기술이전·사업화 조사분석 자료집, 2016년 7월 8일.

② (핵심경쟁력) 플랫폼을 지배하는 자, 시장을 지배한다

- (현황) ‘포켓몬GO’의 성공은 구글과 애플 등 인터넷 플랫폼 비즈니스 기업에게도 막대한 수익을 안겨줄 전망
 - 인터넷 플랫폼 비즈니스란 개발자와 이용자 사이를 연결해 새로운 가치 및 다양한 생태계를 창출할 수 있는 서비스 기반구조를 의미2)
 - ‘포켓몬GO’는 인터넷 플랫폼 비즈니스 기업인 구글의 플레이스토어 또는 애플의 앱스토어를 통해 구매자들에게 서비스됨
 - 실제 ‘포켓몬GO’를 통해 앱상에서 매출이 발생할 경우 30%의 수익은 구글과 애플에게 수수료로 지급되는 구조
- (의의) 플랫폼 시장을 선점하는 것이 시장을 지배할 수 있는 기업의 핵심 경쟁력으로 부상
 - 플랫폼 시장을 선점함으로써 기업은 이를 이용해 새로운 재화나 서비스를 독점적으로 제공할 수 있는 기반을 형성
 - 예를 들어 구글의 경우 ‘포켓몬GO’의 기반인 구글 지도를 이용해 새로운 광고 수익 모델을 창출할 수 있음
 - 이러한 플랫폼 비즈니스 모델은 인터넷 기반의 서비스 사업뿐만 아니라 사물인터넷 등과 연계되어 제조업 분야에도 확장될 것으로 예상

<주요 인터넷 기업의 플랫폼 사업 전략>

	사업 전략
Google	브라우저, 모바일 OS 무료 배포, 검색 광고에서 수익
Apple	단말기, OS, 앱스토어의 가치사슬을 구성, 사용자의 구매 충성도를 높임
Facebook	소셜미디어 기반으로 사용자층을 확보하고 광고, 게임에서 수익화
Amazon	클라우드-콘텐츠-단말로 이루어진 강력한 고객 생태계를 구축. 온라인콘텐츠, 커머스, 클라우드 서비스에서 수익 창출

자료 : 한국인터넷진흥원.

<구글의 사업 분야별 수익 구조 >



자료 : R&P Research.

2) “인터넷 플랫폼 비즈니스 동향분석 및 정책적 제언”(한국인터넷진흥원, 2014년 5월)에서의 정의를 재정리.

③ (컨텐츠) 차별화된 컨텐츠가 기업을 살린다

- (현황) 닌텐도는 한때 모바일시대에 적응하지 못하고 위기에 빠졌으나 ‘포켓몬GO’ 출시와 함께 부활 가능성이 거론
 - 모바일이라는 시장 환경 변화에 적응하지 못해 매출이 하락하던 닌텐도는 ‘포켓몬GO’ 출시로 다시 부활하는 모습
 - 2016년 14,000~16,000엔 사이를 횡보하던 닌텐도 주가 역시 7월 6일 ‘포켓몬GO’ 출시 이후 급등, 7월 14일 25,300엔으로 마감하며 6일 대비 75.9% 상승
 - 비슷한 예로 아이언맨, 캡틴아메리카, 어벤져스 등을 연이어 히트시킨 마블 엔터테인먼트 역시 90년대 이후 출판 만화시장의 위축으로 파산보호신청을 해야 하는 상황에까지 직면했으나, 기존 캐릭터들을 스크린에 부활시키며 재기에 성공

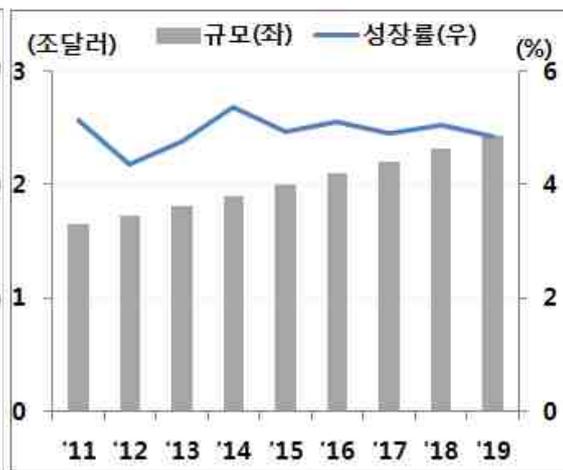
- (의의) ‘포켓몬GO’가 전 세계적인 열풍을 불러올 수 있었던 핵심 요인은 여타 증강현실 게임들과 차별화된 컨텐츠 파워가 있었기 때문
 - ‘포켓몬GO’ 열풍에는 분명 증강현실 기술을 활용한 기존에 보지 못한 새로운 게임이라는 점도 있음
 - 그러나 포켓몬이라는 20년간 축적된 캐릭터가 없었다면 현재와 같은 폭발적인 파급력을 불러오기는 어려웠을 것
 - 실제로 증강현실을 이용한 게임이 출시된 적이 있지만 시장의 반응은 미미했음

< 닌텐도 주가 및 거래량 추이 >



자료 : Bloomberg.

< 세계 컨텐츠 시장 규모 및 전망 >

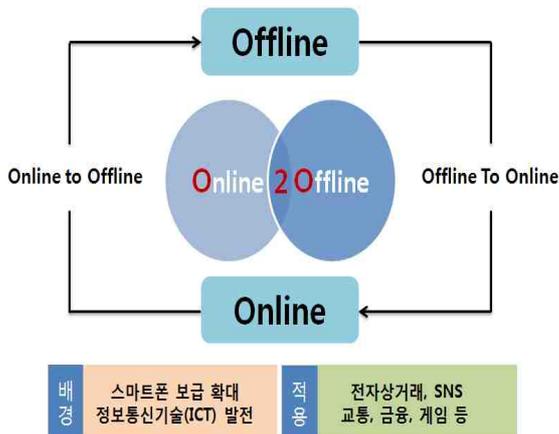


자료 : 한국컨텐츠진흥원.

④ (비즈니스모델) O2O 비즈니스, 모바일 시대의 새로운 사업모델

- (현황) 스마트폰 보급 확대로 ‘포켓몬GO’와 같은 O2O(Online to Offline) 비즈니스 사업이 확대되는 추세
 - O2O 비즈니스란 온라인(online)과 오프라인(offline)매장을 연결하는 사업으로 주로 전자상거래 및 마케팅 분야에 활용
 - O2O 비즈니스 활성화 배경으로는 최근 스마트폰 보급 확대, 증강현실 기술 등 정보통신기술(ICT)³⁾의 발전이 큰 역할
 - 특히 ‘포켓몬GO’의 성공은 증강현실 기술(online)에 지난 20년간 꾸준히 인기를 누리온 포켓몬 모델(offline)을 유기적으로 결합한 것에 기인
 - 국내 O2O 비즈니스 사례로는 카카오택시(교통), 배달의 민족(주문), 숙박(에어비앤비),뱅크월렛카카오(금융), 직방(부동산) 등이 대표적
- (의의) 향후 O2O 비즈니스 모델은 전 분야로 확대될 가능성이 높은 만큼 과도한 수수료, 출혈경쟁 등 문제점들을 보완할 필요
 - 현재 소수 업종에 국한된 O2O 비즈니스 모델은 정보통신기술의 확대로 실생활과 관련된 거의 모든 영역으로 사업 분야가 확대될 것으로 예상
 - 한편 O2O 비즈니스 모델은 정부규제 혹은 기존 사업자와의 갈등으로 난항
 - 또한 동종업체간 출혈경쟁, 낮은 진입 장벽, 열악한 수수료, 과도한 보조금 지급 등도 주요한 문제점으로 지적

< O2O 비즈니스 개념과 활성화 배경 >



< 국내 O2O 비즈니스의 주요 사례 >

업종	서비스명
주문앱	배달의 민족, 요기요 등
쇼핑	네이버 쇼핑윈도 등
콜택시	카카오택시(가입기사 전체 60%)
숙박	에어비앤비(국내숙소 12,000개) 야놀자(GPS기반 주변업소표시)
부동산	직방(하루평균이용시간 10분)
금융	카카오페이, 뱅크월렛카카오

자료 : 정보통신기술진흥센터 자료로 현경연 재구성. 자료 : 각종언론보도로 현경연 재구성.

3) O2O 관련 주요 첨단 기술은 NFC(10cm 이내 근거리에서 다양한 무선 데이터를 주고 받는 통신기술), Beacon (근거리 무선통신인 블루투스 4.0을 활용하는 장치).

⑤ (마케팅) 초고속인터넷·모바일·SNS 시대에 빛의 속도로 전파되는 유행

- (현황) ‘포켓몬GO’는 전례를 찾아보기 어려울 만큼 빠른 속도로 확산 중
 - ‘포켓몬GO’는 미국에서 출시 하루 만인 7월 7일 애플 앱스토어 다운로드 순위 1위를 기록하면서 앱스토어 역사상 최단 기간(14시간)에 다운로드 순위 1위를 달성한 게임앱으로 등극
 - 이는 기존의 히트작인 크래쉬로얄(출시 후 앱스토어 다운로드 순위 1위 등극까지 57시간 소요), Mobile Strike(4,653시간) 등의 기록을 압도하는 수준
 - 지난 7월 9일에는 일일활성이용자(Daily Active Users, DAU) 수가 약 8백만 명을 기록하면서 SNS서비스인 트위터의 6백만명을 추월
- (의의) 초고속인터넷·모바일·SNS 시대에서 콘텐츠만 훌륭하다면 제품·서비스의 확산은 시간문제라는 점을 확인
 - 초고속인터넷 확산, 모바일기기 보급률 증대, SNS 활성화에 따라 IT서비스가 보급·전파되는 시간이 획기적으로 축소되는 양상
 - ‘포켓몬GO’ 외에도 VOD서비스인 ‘HBO Now’(2015.4월 출시), 음원스트리밍 서비스인 ‘Pandora’(2008.7월 출시)의 경우 각각 출시 후 6시간, 28일만에 앱스토어 다운로드 순위 1위에 등극한 바 있음
 - 한편 ‘포켓몬GO’의 급속한 확산과 동시에 불안정한 서비스, 서비스 제외 지역의 소비자 불만 속출, 현실세계에서의 안전사고 발생 등의 문제점도 단기간 내 동시다발적으로 발생하면서 기업에 과제를 제시

< 주요 게임앱의 앱스토어 다운로드 1순위 등극까지 소요 시간 > < 주요 앱의 일일활성이용자 수 추이 >



자료 : Sensor Tower.



자료 : SurveyMonkey.Inc.

주 : 미국 안드로이드 스마트폰 이용자 대상.

3. 시사점

첫째, ‘기술’을 위한 연구개발 투자가 아닌, 실질적 부가가치를 창출하는 연구개발 투자가 시급하다.

- R&D투자가 실질적 부가가치 창출로 연결될 수 있도록 개발된 기술의 사업화를 체계적으로 기획하고 시행하는 정책 및 법제도 개선이 필요
- 국가 R&D 예산 중 일부를 기술이전 및 사업화를 위한 재원으로 별도 조성하여 우수한 R&D 과제의 사업화 환경을 만들어 주어야 함
 - 기술이전 및 사업화 관련 정책은 중복 추진이 우려되고 추진 주체 혼선 발생 가능성이 크므로 부처별 전문성을 고려한 정책 추진이 필요
 - 또한 보유기술의 체계적 관리가 가능한 기술정보체계 마련을 통해 연구기관의 기술이전을 촉진하고 사업화 수준을 제고하는 계기로 삼아야 함

둘째, 기업들은 플랫폼 사업에 대해 포괄적 시각에서 접근해, 장기적인 관점에서의 전략을 마련해야 한다.

- 플랫폼 비즈니스 모델은 인터넷 서비스 시장에만 국한된 것이 아니라 다양한 분야에도 적용 가능
 - 예를 들어 사물인터넷이 적용된 스마트홈의 경우 에너지 업체와 가전 업체, 서비스 업체 등이 참여하는 플랫폼 비즈니스 모델이 적용 가능
- 따라서 기업들은 플랫폼 비즈니스에 대해 좀 더 넓은 시각으로 접근함으로써 새로운 사업 모델을 구축하는 노력이 필요
 - 다만 플랫폼 시장 선점을 목표로 하는 경우 우선 시장 참여자들을 확보하고 플랫폼의 기준을 제시할 수 있도록 장기적 시각에서 접근할 필요

셋째, 창조경제시대의 국가·기업 경쟁력 제고를 위해 콘텐츠 산업의 육성이 필요하다.

- 콘텐츠산업은 사회 구조가 공업중심의 산업경제에서 창의성과 상상력이 중심이 되는 창조경제 패러다임으로 변화하면서 그 중요성이 더욱 부각되고 있음
 - 최근 한류의 성공 역시 콘텐츠의 중요성을 일깨워줬지만, 여전히 연예인 중심의 스타 콘텐츠에 편중되어 있어 생명력이 짧고 아시아 지역에 주로 국한되

는 한계 봉착

- 콘텐츠 산업에 대한 투자와 불합리한 규제 개선과 더불어 창의성과 상상력을 위한 교육 강화, 게임·만화 등 콘텐츠 소비·제작에 대한 인식 전환 등 장기적으로 콘텐츠 산업이 성장할 수 있는 사회 인프라를 구축할 필요

넷째, O2O 비즈니스 산업 성장을 지원하는 차원에서 안정적 사업 기반 마련을 위한 선도적인 대책 수립이 요구된다.

- O2O 비즈니스가 활성화되면서 나타나는 시장 선점을 위한 과도한 출혈경쟁, 산업 생태계 균형을 무너뜨리는 과도한 수수료 문제 등의 해결이 시급한 상황
- 정부는 업계와의 긴밀한 협력을 통해 O2O 비즈니스가 조기에 정착해 안정적으로 성장할 수 있도록 시장 질서 체계를 마련할 필요성이 제기
 - 과도한 수수료 문제 해결을 위해 적정 수수료 가이드라인을 마련
 - O2O 스타트업 간의 출혈 경쟁을 제한하고 건전한 성장세를 지속할 수 있도록 쿼터제 등 도입을 고려

다섯째, 가속화되는 신제품·서비스 출시 주기 및 확산 속도에 대응한 기업들의 철저한 준비 및 대응 방안 마련이 바람직하다.

- 신제품·서비스 출시 주기 및 확산 속도가 가속화되면서 수요 폭등으로 발생하는 서비스 불안정성 및 시장 혼란 등에 대응하는 기업의 어려움이 가중
- 급속한 서비스 확산에 따른 부작용을 최소화하기 위한 철저한 사전 점검, 운용 인력 확충, 대응 매뉴얼 정립, 소비자와의 긴밀한 커뮤니케이션 채널 등 마련이 바람직

전 해 영 선임연구원 (2072-6241, hjeon@hri.co.kr)

정 민 연구 위 원 (2072-6220, chungm@hri.co.kr)

이 용 화 연구 위 원 (2072-6222, yhlee@hri.co.kr)

조 규 립 선임연구원 (2072-6240, jogyurim@hri.co.kr)

백 다 미 선임연구원 (2072-6239, dm100@hri.co.kr)