

애플과 구글의 사업구조 분석

■ 공 영 일*

1. 개 요

최근 스마트폰의 급속한 확산은 전세계 정보통신 시장의 경쟁구도에 큰 변화를 예고하고 있다. 스마트폰은 기존 이동통신단말기 시장은 물론 통신서비스 시장, 검색광고 시장, 컴퓨터 하드웨어 시장, 소프트웨어 시장, 콘텐츠 시장 등 거의 모든 정보통신 시장에 크고 작은 영향을 미치고 있다. 이러한 영향은 스마트폰의 확산으로 더욱 크고 광범위해질 것으로 예상된다.

스마트폰으로 인한 변화의 중심에는 애플과 구글이 자리하고 있다. 애플은 아이폰과 앱스토어의 출시를 통해 전세계적인 스마트폰 확산을 주도하고 있다. 구글은 모바일 운영체제 공개, 이동통신제조업체 및 서비스제공사업자와의 협업 등 오픈전략을 통해 영향력을 확산하고 있다.

향후 스마트폰 확산으로 인한 변화 방향성을 가늠함에 있어서 이들 두 기업의 사업구조와 추진방향에 대한 분석이 필요로 된다. 이에, 본고는 최근 애플과 구글의 인수합병 동향과 사업보고서를 활용하여 이들 기업의 사업구조를 분석하고자 한다.

* 정보통신정책연구원 동향분석실 책임연구원, (02)570-4141, okay7@kisdi.re.kr

2. 애플의 인수합병 동향 및 사업구조

1977년 설립된 애플(Apple Inc.)¹⁾은 최초로 키보드와 모니터를 장착한 애플 I 과 애플 II의 출시를 통해 개인용 컴퓨터 시대를 연 혁신기업이다. 현재 애플은 맥(Mac) 계열의 PC를 통해 개인용 컴퓨터 시장, 아이폰을 통해 이동통신시장, 아이팟 제품군을 통한 소비자가전시장, 아이튠 스토어를 통한 디지털 콘텐츠와 어플리케이션 유통 시장에 참여하고 있다. 창립 30년을 맞은 2007년에 애플은 아이폰의 출시를 통해 다시한번 정보통신시장의 새로운 혁신기업으로 자리매김하고 있다. 2009년 9월 기준 애플의 종업원은 약 3만 5천명 수준이며, 매출액은 429억 달러를 기록하였다.

먼저, 2000년 이후 애플의 인수합병 추이를 살펴봄으로써 애플 사업의 흐름을 살펴 보도록 한다. 2000년 이후 애플 인수합병의 눈에 띄는 첫 번째 특징은 애플이 인수한 많은 기업들이 그래픽 및 음향 등 멀티미디어관련 소프트웨어 업종이라는 점이다. Spruce Technologies, Nothing Real, Silicon Grail Corp-Chalice, Propel Software, Emagic, Silicon Color, Proximity 등이 여기에 해당한다. 이는 그래픽 인터페이스를 비롯한 멀티미디어 인터페이스에 대한 애플의 중시전략과 닿아있다고 할 수 있다. 아이폰의 장점중 하나로 꼽히고 있는 그래픽 유저 인터페이스(Graphic User Interface)도 이러한 애플의 전략과 노력의 결과라고 할 수 있다.

또 다른 특징은 아이팟과 아이폰, 아이패드와 관련하여 fingerworks와 P.A. Semi, Lala.com을 인수함으로써 이들 멀티미디어 기기와 서비스에 대한 통제권을 강화했다는 점이다. P.A. Semi는 팹리스 반도체회사²⁾이며 스티브 잡스는 동 기업의 150명에 달하는 엔지니어들을 아이폰, 아이패드의 칩을 제조하는데 투입하였다.³⁾ 애플은 핵심적인 기능이나 부품에 대해서는 외부에 의존하지 않고 인수합병을 통해 내부화하는 접근 방식(do-it-yourself approach)을 채택함으로써 경쟁사보다 신속하게 시장을 공

1) 2007년 1월 이전 공식명칭은 애플 컴퓨터(Apple Computer Inc.)였음.

2) 반도체 생산설비가 없는 반도체 설계회사

3) Wall Street Journal(2010. 2. 1)

략하고 개발관련 비밀을 유지할 수 있었다. 최근 모바일 광고업체인 Quattro Wireless의 인수합병 결정⁴⁾도 모바일 광고시장 공략에 대한 애플의 의지를 읽을 수 있는 대목이다. 최근 일반 개발자들이 스마트폰의 위성항법장치(GPS)를 이용해 모바일 광고를 구현하는 것을 금지할 방침이라고 발표한 것⁵⁾도 이러한 맥락에서 이해될 수 있다.

<표 1> 2000년 이후 애플의 인수합병 기업

시기	인수합병 기업	분야
2000년 1월	NetSelector	Internet software
2000년 4월	Astarte-DVD Authoring Software	Software
2001년 7월	Spruce Technologies	그래픽 소프트웨어
2001년 12월	PowerSchool	Online info systems services
2002년 2월	Nothing Real	특수효과 소프트웨어
2002년 4월	Zayante	Software
2002년 6월	Silicon Grail Corp-Chalice	그래픽 소프트웨어
2002년 6월	Propel Software	그래픽 소프트웨어
2002년 7월	Emagic	음악 소프트웨어 및 하드웨어
2005년 초	Fingerworks	Gesture recognition(멀티터치)
2006년 10월	Silicon Color	색보정(color correction) 소프트웨어
2006년 12월	Proximity	비디오 소프트웨어
2008년 4월	P.A. Semi	팹리스 반도체(fabless semiconductor) 프로세서
2009년 12월	Lala.com	온라인 음악유통사이트
2010년 1월	Quattro Wireless	모바일 광고

자료: wikipedia, List of mergers and acquisitions by Apple 자료를 보완

애플의 사업구조를 최근 3년간의 매출액과 그 구성으로 살펴보자. 먼저, 애플의 매

4) CNET News(2010. 1. 5)

5) 아이뉴스24(2010. 2. 8)

출액은 2008년 전년 대비 53%가 증가한 375억 달러를 기록하였으며 2009년에는 전년 대비 14% 성장한 429억 달러를 기록하였다. 미국의 금융위기와 글로벌 경기 침체를 고려해 볼 때 이 같은 실적은 매우 이례적이라고 할 수 있다. 제품별 매출액 추이를 보면 2008년의 경우, 모든 품목이 두자리 수 이상의 높은 증가율을 보였다. 그러나, 경제침체가 지속된 2009년에는 데스크탑(-23%), 아이팟(-12%), 주변기기 및 기타 하드웨어(-13%)의 매출이 큰 폭으로 감소하였다. 반면 아이폰, 관련 제품 및 서비스(93%), 기타 음악 관련 제품과 서비스(21%), 노트북(9%), 소프트웨어와 서비스, 기타(9%)는 증가세를 보였다. 결국 2009년 애플 전체 매출액의 14% 증가라는 성과는 아이폰이 이끌어낸 결과라고 볼 수 있다. 애플의 매출총이익률은 더욱 고무적이다. 2007년 33.2%, 2008년 35.2%, 그리고 2009년은 40.1%를 기록하였다.

〈표 2〉 애플의 제품별 매출액 추이

(단위: 백만 달러)

	2009년	2008년	2007년
데스크탑	4,324(-23%)	5,622(40%)	4,023
노트북	9,535(9%)	8,732(38%)	6,313
Mac 계열 컴퓨터 매출 합계	13,859(-3%)	14,354(39%)	10,336
아이팟	8,091(-12%)	9,153(10%)	8,305
기타 음악관련 제품 및 서비스	4,036(21%)	3,340(34%)	2,496
아이폰과 관련 제품 및 서비스	13,033(93%)	6,742(NM)	630
주변기기 및 기타 하드웨어	1,475(-13%)	1,694(30%)	1,303
소프트웨어, 서비스, 기타	2,411(9%)	2,208(46%)	1,508
전체 매출	42,905(14%)	37,491(53%)	24,578
매출 총이익(매출총이익률)	17,222(40.1%)	13,197(35.2%)	8,152(33.2%)

자료: Apple(2010)

주: 1) 본 자료의 기준일은 2009년 9월 26일, 2008년 9월 27일, 2007년 9월 29일임

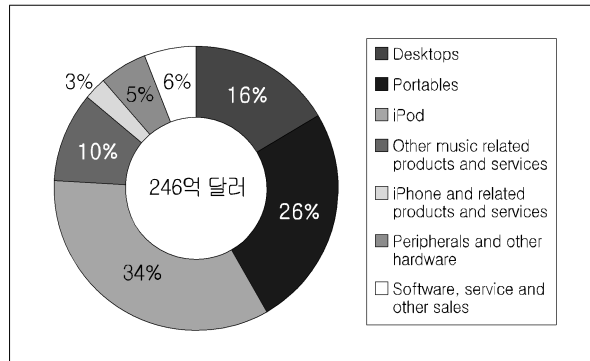
2) 괄호안의 수치는 전년 대비 증가율

3) 기타 음악관련 제품 및 서비스: 아이튠(iTunes Store), 아이팟(iPod) 서비스, 애플브랜드와 제3자 아이팟 악세서리로 구성

4) NM: Not Meaningful

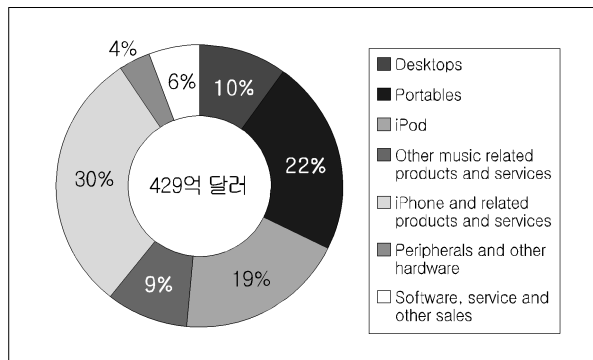
스티브 잡스는 창립 30주년을 맞이한 2007년 1월 9일 맥월드 샌프란시스코 행사에서 기업명(企業名)을 애플 컴퓨터에서 애플로 개명한다고 선언했다. 2009년 제품별 매출비중을 살펴보면 이제 애플이 ‘애플 컴퓨터’를 벗어나고 있다는 것을 확연히 알 수 있다. 2007년에는 그간의 주력제품이었던 데스크탑과 노트북 컴퓨터의 합산매출이 전체 매출에서 차지하는 비율이 42%에 달했다. 그러나, 2009년에는 컴퓨터의 합산 매출 비중은 32%로 줄어들었으며, 2007년 3%에 불과했던 아이폰의 비중은 무려

[그림 1] 2007년 Apple사의 제품별 매출비중



자료: Apple(2010)을 재구성

[그림 2] 2009년 Apple사의 제품별 매출비중



자료: Apple(2010)을 재구성

30%로 높아졌다. 애플은 휴대용 단말기, 소프트웨어, 콘텐츠, 모바일 광고 등을 아우르는 새로운 형태의 ‘모바일 융합사업자’로 진화하고 있음을 알 수 있다.

3. 구글의 인수합병 동향 및 사업구조

1998년 설립된 구글은 2009년 12월 말 현재 종업원 2만 명, 연 매출액 236.5억 달러에 달하는 인터넷 검색 분야의 독보적 기업이다. 구글은 미국의 검색시장에서 65.6%의 시장점유율을 기록하고 있다.⁶⁾ 구글의 주요 검색 서비스로는 웹 문서 검색 서비스, 구글 이미지 검색, 구글 뉴스그룹, 구글 웹 디렉토리, Froogle,⁷⁾ 구글 맵, 구글 어스 등이 있다. 또한, 2004년 시작된 이메일 서비스인 Gmail과 YouTube, 피카사, Google 사진, Google 리더, iGoogle, 기업 사용자를 대상으로 각종 웹 애플리케이션을 제공하는 구글 앱스 등이 있다. 스마트폰 관련하여 구글은 안드로이드 운영시스템을 개발하여 이를 무료로 제공하고 있으며 각종 애플리케이션 유통시장이라고 할 수 있는 안드로이드 마켓을 운영함으로써 애플과의 경쟁을 통해 모바일 혁명을 이끌고 있다.

먼저, 구글의 인수합병 동향 분석을 통해 구글의 사업의 특징과 흐름에 대해 살펴보고자 하자. 구글은 사업 확장의 주요 수단으로 인수합병을 적극적으로 활용하는 전략을 취해왔다. 2001년 유즈넷관련 기업이었던 Deja를 시작으로 2009년 12월까지 구글은 59개 기업을 인수합병하였다.⁸⁾ 구글의 이러한 인수합병 전략은 급속한 기술발전과 소비자 수요의 다원화로 특징지어지는 인터넷시장에서 경쟁우위를 지속하는데 상당한 기여를 한 것으로 평가된다. 구글 맵, 구글 어스, Gmail, YouTube, 안드로이드 운영체제, Chrome 등 이미 해당분야에서 경쟁력을 확보했거나 빠른 속도로 성장하고 있는 서비스 및 제품이 이러한 인수합병에 기반을 두고 있다.

6) comScore(2009. 12. 16)

7) 상품 검색 및 가격비교 사이트

8) Wikipedia, List of acquisitions by Google

2007년에는 무려 16개 기업을 인수하였다. 매달 1개 이상의 인수합병을 한 셈이다. 모바일분야는 2004년 교통량 분석을 전문으로하는 zipdash의 인수를 시작으로, 2005년 reqwireles, 안드로이드, skia, allPAY GmbH, bruNET GmbH, 2007년 Zingku, Jaiku, 2009년 AdMob 등을 인수했다. 뒤에서 언급하겠지만 구글의 수익기반의 대부분이 유선인터넷을 기반으로 하고 있다는 점에서 모바일분야의 준비는 매우 중요한 의미를 가진다.

〈표 3〉 구글의 인수합병 기업

인수시기	인수합병 기업	분야	비고
2001년 2월	Deja	Usenet	Google Groups
2001년 9월	Outride	Web search engine	Google Personalized Search (iGoogle)
2003년 2월	Pyra Labs	Weblog software	Blogger
2003년 4월	Neotonic Software	Customer relationship management	Google Groups, Gmail
2003년 4월	Applied Semantics	Online advertising	AdSense, AdWords
2003년 9월	Kaltix	Web search engine	iGoogle
2003년 10월	Sprinks	Online advertising	AdSense, AdWords
2003년 10월	Genius Labs	Blogging	Blogger
2004년 6월	Baidu	Chinese language search engine	Baidu
2004년 7월	Picasa	Image organizer	Picasa, Blogger
2004년 9월	ZipDash	Traffic analysis	Google Maps for Mobile
2004년 10월	Where2	Map analysis	Google Maps
2004년 10월	Keyhole, Inc	Map analysis	Google Maps, Google Earth
2005년 3월	Urchin Software Corporation	Web analytics	Google Analytics
2005년 5월	Dodgeball	Social networking service	Google Latitude
2005년 7월	Reqwireless	Mobile browser	Google Mobile
2005년 7월	Current Communications Group	Broadband internet access	Internet backbone

인수시기	인수합병 기업	분야	비고
2005년 8월	Android	Mobile software	Android
2005년 11월	Skia	Graphics software	Android, Google Chrome Browser
2005년 11월	Akwan Information Technologies	Search Engines	Internet backbone
2005년 12월	Phatbits	Widget engine	Google Desktop
2005년 12월	allPAY GmbH	Mobile software	Google Mobile
2005년 12월	bruNET GmbH	Mobile software	Google Mobile
2006년 1월	dMarc Broadcasting	Advertising	AdSense
2006년 2월	Measure Map	Weblog software	Google Analytics
2006년 3월	Upstartle	Word processor	Google Documents
2006년 3월	@Last Software	3D modeling software	Google Sketchup
2006년 4월	Orion	Web search engine	Google Search
2006년 6월	2Web Technologies	Online spreadsheets	Google Spreadsheet
2006년 8월	Neven Vision	Computer vision	Picasa
2006년 10월	YouTube	Video sharing	YouTube
2006년 10월	JotSpot	Web application	Google Sites
2006년 12월	Endoxon	Mapping	Google Maps
2007년 1월	XunleiC	File sharing	
2007년 2월	Adscape	In-game advertising	AdSense
2007년 3월	Trendalyzer	Statistical software	Google Analytics
2007년 4월	Tonic Systems	Presentation program	Google Documents
2007년 4월	Marratech	Videoconferencing	Google Talk
2007년 4월	DoubleClick	Online advertising	AdSense
2007년 5월	GreenBorder	Computer security	Google Chrome
2007년 6월	Panoramio	Photo sharing	Panoramio
2007년 6월	FeedBurner	Web feed	FeedBurner
2007년 6월	PeakStream	Parallel processing	Server(computing)
2007년 6월	Zenter	Presentation program	Google Documents

인수시기	인수합병 기업	분야	비고
2007년 7월	GrandCentral	Voice over Internet Protocol	Google Voice
2007년 7월	Image America	Aerial photography	Google Maps
2007년 7월	Postini	Communications security	Gmail
2007년 9월	Zingku	Social network service	Google Mobile
2007년 10월	Jaiku	Micro-blogging	Google Mobile
2008년 7월	Omnisio	Online video	YouTube
2008년 9월	TNC(Tatter and Company)	Weblog software	Textcube.com
2009년 8월	On2	Video compression	
2009년 9월	reCAPTCHA	Security	
2009년 11월	AdMob	Mobile advertising	Google Mobile
2009년 11월	Gizmo5	VoIP	Google Voice
2009년 11월	Teracent	Online Advertising	Adsense
2009년 12월	AppJet(EtherPad)	Collaborative real-time editor	Google Wave

자료: Wikipedia, List of acquisitions by Google

최근 3년 동안 구글의 매출액은 2007년 166억 달러, 2008년 218억 달러, 2009년 236.5억 달러를 기록하였다. 증가율은 2007년 56%, 2008년 31%, 2009년 9%로 높은 수준이지만 증가율이 둔화되는 양상을 보이고 있다. 특히 2009년 매출액 증가율은 상대적으로 낮았는데 이는 심각한 경제침체 지속으로 기업들의 광고비 지출 위축에 기인한 것으로 보인다.

구글의 사업구조는 크게 광고사업부문과 라이선싱 및 기타 등으로 구분가능하다. 광고사업 매출액이 전체 매출액에서 차지하는 비중은 2007년 99%, 2008년 97%, 2009년 97%로 압도적으로 높은 수준임을 알 수 있다. 광고사업 매출은 다시 구글 웹사이트 매출과 구글의 네트워크 웹사이트 매출로 구성되는 데 2009년의 경우, 구글 웹사이트 매출이 가장 큰 비중(67%)을 차지하고 있다. 구글의 영업이익률은 매우 높

은 수준으로 2009년에는 35%를 기록하였다.

구글의 부문별 매출액 추이를 통해 볼 수 있는 점은 먼저, 구글은 검색서비스를 기반으로 한 ‘온라인 광고회사’라는 점이다. 전체 매출의 97%가 광고수익이다. 구글은 본질적으로 검색서비스를 매개로 광고주를 소비자에게 연결시켜주고 광고수익을 얻는 광고회사이다. 온라인 광고시장에서 수익의 원천은 사이트 방문자 수, 회원 수이다. 따라서, 온라인 광고회사의 일차적 과제는 어떤 서비스(또는 가치)를 제공하고 이들을 방문자로 또는 회원으로 끌어들이는 것인가가 될 것이다. 구글=검색서비스 제공 기업으로 인식하게 되면 구글이 제공하고 있는 높은 품질의 다양한 서비스와 프로그램 등을 무료로 제공하는 것을 이해하기 어렵다. 최근 급속히 확산되고 있는 페이스북, 마이스페이스, 트위터와 같은 소셜네트워크서비스(SNS)도 온라인 광고회사라고 할 수 있다. 소셜네트워크서비스는 회원간 ‘소통(疏通) 서비스 제공’을 통해 소비자와 광고주를 연결시켜주고 있는 것이다. 구글과 이들 SNS사업자간에는 소비자와 광고주를 연결시켜주는 매개체의 차이가 있을 뿐이다. 구글의 오픈 플랫폼 전략도 궁극적으로는 구글이 광고회사라는 본질에서 출발한다고 볼 수 있다.

〈표 4〉 구글의 부문별 매출액 추이

(단위: 백만 달러)

	2009	2008	2007
Google Web Sites	15,722(9%)	14,414(36%)	10,625(68%)
Google Network Web Sites	7,166(7%)	6,715(16%)	5,788(39%)
Total Advertising Revenues	22,889(8%)	21,129(29%)	16,413(56%)
Licensing & Other Revenues	762(14%)	667(268%)	181(61%)
Revenues	23,651(9%)	21,796(31%)	16,594(56%)
Google Web Sites 매출액 비중	67%	66%	64%
Google Network Web Sites 매출액 비중	30%	31%	35%
Licensing & Other Revenues 매출액 비중	3%	3%	1%
영업이익(영업이익률)	8,312(35%)	6,632(30%)	5,084(31%)

자료: 구글 IR사이트

주: 괄호안의 수치는 전년대비 증가율

구글의 수익원과 관련하여 또 한 가지 생각해봐야 할 점은 현재 구글의 매출액 즉, 광고수익의 대부분이 ‘유선인터넷’에 기반을 두고 있다는 점이다. 인터넷의 중심이 유선에서 무선으로 전환되면 현재와 같은 높은 매출과 수익률은 성립되기 어렵다. 구글 입장에서는 매우 치명적인 위기가 될 수 있는 것이다. 스마트폰의 보급 확산으로 무선 인터넷 시장이 본격적으로 열리고 있으며 모바일인터넷 광고시장은 아직까지는 무주공산(無主空山)이라고 할 수 있다. 애플이 인수합병을 추진했던 모바일 광고업체 AdMob을 구글이 지난해 11월 전격적으로 인수합병한 사례는 모바일인터넷광고시장을 둘러싼 구글과 애플의 상황을 보여주는 단면이라고 할 수 있다. 또한, 구글이 안드로이드 O/S를 무료로 제공⁹⁾하고, 안드로이드 마켓¹⁰⁾ 운영수입을 취하지 않는¹¹⁾ 이유도 구글의 수익모델은 온라인 광고라는 점과 모바일인터넷광고시장을 둘러싼 제반의 상황과 맥락을 함께하고 있다고 볼 수 있다.

4. 결 어

최근 스마트폰은 글로벌 정보통신업계의 최대의 화두(話頭)로 등장했다. 화두는 이야기의 첫머리이며 어떤 현상이나 본질에 대한 실마리라고도 할 수 있다. 스마트폰이 예고하고 있는 뒷 이야기와 정보통신 변화본질은 아직 불명확하다. 스마트폰은 기존 이동통신단말기 제조업체, 통신서비스 사업자, 컴퓨터 하드웨어 업체, 소프트웨어 업체 등에 심각한 고민을 안겨주고 있는 양상이다. 반면 어떤 기업 특히, 중소 콘텐츠 개발업체는 스마트폰에서 기회와 희망을 보고 있다. 스마트폰은 기업들의 분야와 위치에 따라 각기 다른 의미를 가질 것이다. 스마트폰 자체보다는 스마트폰이 정보통신에 가지는 의미를 읽어내려는 노력이 중요하다고 하겠다.

9) 애플은 아이폰 O/S를 개방하지 않고 폐쇄적으로 운영하고 있으며, 마이크로소프트사는 O/S를 유료로 이동통신단말기제조업체에 제공하고 있음

10) 애플의 앱스토어와 같은 콘텐츠 유통시장

11) 애플 앱스토어의 수익은 개발자가 70%, 애플이 30%를 취하는 반면 안드로이드 마켓 운영 수익은 개발자 70%, 통신서비스사업자 30%로 분배됨(국민일보, 2010. 2. 10)

적어도 이야기의 첫머리에서는 애플과 구글이 주요 등장인물로 나서고 있다. 애플과 구글은 각각 자신의 분야에서 쌓아온 역량을 처해있는 조건에 따라 각기 다른 방식으로 정보통신 변화의 본질에 접근하고 있다. 이 두 기업 중 누가 승자가 될 것인가에 대한 논의도 중요하겠지만 정보통신 업계의 변화현상에 대한 이들 기업의 관점과 대응 분석을 기반으로 대응전략을 마련하는 것이 필요하다.

참고자료

Apple (2010), Annual Report(2010)

Apple IR사이트, <http://www.apple.com/investor/>

Google (2009), Annual Report

Google IR사이트, http://investor.google.com/fin_data.html

wikipedia, List of mergers and acquisitions by Apple

wikipedia, List of mergers and acquisitions by Google

《국민일보》, (2010. 2. 10), “스마트폰 시대 ‘모바일 OS 전쟁’”

《아이뉴스24》, (2010. 2. 8), “애플, 아이폰용 모바일 광고 개발 금지”

《CNET News》, (2010. 1. 5), “Apple acquires Quattro wireless”

《comScore》, (2009. 12. 16), “comScore Releases November 2009 U.S. Search Engine Rankings”

《Wall Street Journal》, (2010. 2. 1), “A Little Chip Designed by Apple Itself”