

국내 플랫폼 기업 현황 분석과 시사점: 플랫폼 기업 유형 분류를 중심으로*

김주희**

국민대학교 혁신기업연구센터 연구본부장

진현서***

국민대학교 혁신기업연구센터 연구원

김도현****

국민대학교 경영학과 교수

국 문 요 약

국내 경제를 포함한 글로벌 경제에서 플랫폼 기업이 지니는 중요성이 매우 커지고 있다. 많은 연구에서도 플랫폼 기업이 이끄는 디지털 경제를 통해 혁신이 창출되고 이들이 경제 성장의 동력으로 작동한다는 것을 강조하고 있다. 하지만, 플랫폼 기업에 대한 모호한 정의로 인해, 플랫폼 기업이 자리잡고 있는 플랫폼 생태계에 대한 정확한 현황 파악이 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이에 본 연구는 플랫폼 기업에 대한 정의를 내리고 플랫폼 기업의 유형을 분류하고자 하였다. 더불어 플랫폼 생태계의 현황에 대한 분석을 통해 향후 생태계의 발전과 활성화를 위한 정책적 제언을 제시하고자 하였다.

핵심주제어: 플랫폼 생태계, 플랫폼 기업 유형, 비즈니스형 플랫폼, 기술형 플랫폼, 하이브리드형 플랫폼

1. 서론

플랫폼 산업 및 플랫폼 비즈니스 확산과 함께 플랫폼 기업들의 성장이 두드러지고 있으며, 플랫폼 기업들이 비즈니스 생태계를 이끄는 데 주도적인 역할을 담당하면서 플랫폼 기업들에 대한 관심이 집중되고 있는 상황이다. 세계 경제포럼(WEF) 발표자료에 의하면, 4차 산업혁명이 인공지능, 사물인터넷, 클라우드, 5G등의 다양한 기술 발달을 촉진시키고 이러한 기술들은 디지털 경제와 플랫폼 경제의 영향력을 증대시킬 것으로 예측된다(**). 특히, 향후 10년간 디지털 경제에서 창출된 신규 가치의 60-70%가 데이터를 기반으로 한 디지털 플랫폼으로 발생할 것으로 전망하였으며, 2025년 디지털 플랫폼은 전체 글로벌 기업 매출액의 30%인 60조 달러에 달하는 매출을 만들어낼 수 있을 것으로 전망하였다. 또한 2021년 10월 기준, 전 세계 시가총액 상위 10개 기업들 중 플랫폼 기업은 7개, 이들의 시

가총액은 9조 달러를 상회하는 것으로 나타났다(<표 1> 참조). 국내의 경우에도 시가총액 상위 기업 순위를 살펴보면, 2015년 네이버가 시가총액 10위내 기업으로 등장한 이후, 순위가 상승하였고, 2021년 시가총액 상위 3위에 자리잡고 있음. 3위와 6위의 네이버와 카카오의 10년간 시가총액은 9.9배 증가하였다는 것을 알 수 있다 (표 2). 국내 유니콘 기업들을 중심으로 살펴봐도 플랫폼 기업의 비중이 총 19개 유니콘 기업 중 11개일 정도로 높은 비중을 차지하고 있다는 것을 알 수 있다(<표 3> 참조).

<표 1> 글로벌 기업 시가총액 Top 10 기업

2009년			2021년			
순위	기업명(국가)	사업 현황	순위	기업명(국가)	시가총액	사업현황
1	페트로차이나(중국)	석유	1	Apple(미국)	\$2.457 T	스마트폰, 모바일, OS(iOS)앱스토어

* 이 연구는 '김주희,진현서(2022), 비즈니스형 플랫폼의 부상, 서울, 국민대 혁신기업연구센터' 내용의 일부를 수정, 보완하여 작성함.

** juhee421@kookmin.ac.kr

*** sarajin07@kookmin.ac.kr

**** drkim@kookmin.ac.kr

2	엑스모빌(미국)	석유	2	Microsoft(미국)	\$2.313 T	PC용 OS, 클라우드 플랫폼
3	마이크로소프트(미국)	IT	3	Saudi Aramco(사우디)	\$1.990 T	석유
4	중국공상은행(중국)	금융	4	Alphabet(Google모회사)(미국)	\$1.843 T	검색 서비스 제공 등
5	월마트(미국)	유통	5	Amazon(미국)	\$1.681 T	온라인 전자 상거래, 클라우드 서비스
6	중국건설은행(중국)	금융	6	Tesla(미국)	\$1.026 T	전기자동차, 청정에너지
7	GHP그룹(호주)	자원	7	메타(전Facebook)(미국)	\$926.72 B	소셜 네트워크 서비스
8	HSBC홀딩스(영국)	금융	8	Berkshire Hathaway(미국)	\$656.02 B	투자목적 지주회사
9	페트로브라스(브라질)	석유	9	Tencent(중국)	\$633.10 B	온라인 광고, 핀테크, 클라우드 컴퓨팅
10	알파벳(미국)	IT	10	TSMC(타이완)	\$589.33 B	반도체 제조

<표 2> 국내 유가증권시장 시가총액 순위 변동

2011년		2016년		2021년	
순위	기업명(국가) 시가총액(단위: 조)	순위	기업명(국가) 시가총액(단위: 조)	순위	기업명(국가) 시가총액(단위: 조)
1	삼성전자 155.8	1	삼성전자 253.5	1	삼성전자 466.8
2	현대차 46.9	2	SK하이닉스 32.5	2	SK하이닉스 89.9
3	POSCO 33.4	3	현대차 32.2	3	NAVER 65.6
4	현대모비스 28.4	4	한국전력 28.3	4	삼성바이오로직스 60.6
5	기아차 26.9	5	현대모비스 25.7	5	삼성전자우 58.1
6	LG화학 21	6	NAVER 25.5	6	카카오 54.6
7	현대중공업 19.5	7	삼성물산 23.8	7	LG화학 52.7
8	신한지주 18.8	8	삼성생명 22.5	8	삼성SDI 48.7
9	한국전력 16.4	9	POSCO 22.5	9	현대차 44.2
10	삼성생명 16.2	10	신한지주 21.5	10	기아 34.1

제공: 국민대학교 혁신기업연구소

<표 3> 국내 유니콘 기업 중 플랫폼 기업 현황

기업명	업종	유형	1조원 돌파시점	등재까지 소요 기간	비고
에이프로젠	헬스케어	비플랫폼	2019	19년	
지피클럽	컨슈머테크	플랫폼	2018	15년	
아놀자	컨슈머테크	플랫폼	2020	15년	
잇츠한불	컨슈머테크	비플랫폼	2015	9년	IPO
크레프톤	게임/미디어 엔터테인먼트	비플랫폼	2017	10년	
엘앤피코스메틱	컨슈머테크	비플랫폼	2017	8년	
위메프	컨슈머테크	플랫폼	2015	5년	

기업명	업종	유형	등재 시점	등재 후 기간	비고
티몬	컨슈머테크	플랫폼	2016	6년	
풀어비스	게임/미디어 엔터테인먼트	비플랫폼	2015	5년	IPO
우아한형제들	컨슈머테크	플랫폼	2014	3년	M&A
쏘카	모빌리티	플랫폼	2020	9년	
CJ게임즈	게임/미디어 엔터테인먼트	비플랫폼	2014	3년	M&A
무신사	컨슈머테크	플랫폼	2020	8년	
엘로모바일	소프트웨어	플랫폼	2015	3년	
센드버드	소프트웨어	플랫폼	2021	9년	
더블유게임즈	게임/미디어 엔터테인먼트	비플랫폼	2015	3년	IPO
쿠팡	컨슈머테크	플랫폼	2014	1년	IPO
카카오게임즈	게임/미디어 엔터테인먼트	비플랫폼	2018	5년	IPO
비바리퍼플리카	핀테크	플랫폼	2018	5년	

제공: 국민대학교 혁신기업연구소

이처럼 플랫폼의 중요성과 영향력이 커지고 있는 데에 반해 국내 플랫폼 기업에 대한 이해 및 유형 분류 그리고 현황 분석은 명확히 이루어지지 않고 있다(Gawer, 2021). 본 연구는 국내에서 플랫폼 기업으로 분류될 수 있는 기업들에 대한 자료를 모으고, 현황과 특징을 정리하는 데에 1차 목적이 있다. 이를 통해 플랫폼 기업과 생태계를 이해할 수 있는 틀을 제시하고자 한다. 나아가 플랫폼 기업의 유형을 분류하고 유형별 플랫폼 기업들의 투자 유치 현황 및 이들의 산업 및 업종 분포를 살펴봄으로써 디지털 경제를 이끌어 나갈 플랫폼 기업들의 성장 방향과 이를 위한 정책적 제언을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

그렇다면 어떤 기업을 플랫폼 기업이라고 말할 수 있는가? 플랫폼 기업을 명확히 이해하기 위해서는, 플랫폼 생태계의 중요 개념들과 플랫폼이라는 개념이 어떻게 발전되어왔는지를 먼저 살펴볼 필요성이 있다. 따라서 먼저 플랫폼 개념의 등장과 변천에 대해서 살펴보고 기존 문헌을 토대로 플랫폼 기업에 대한 정의를 내리고자 한다.

2.1. 플랫폼 개념의 등장과 변천

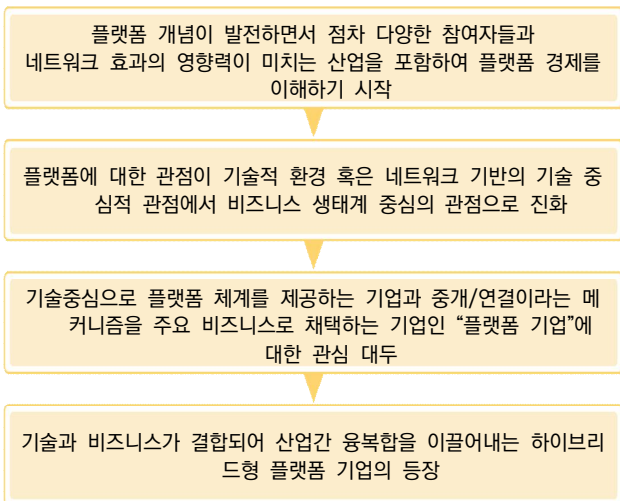
플랫폼에 대한 개념이 시대에 따라 발전하면서 이에 따라 플랫폼 기업에 대한 관점도 변화하였다(Rietveld & Schilling, 2021).

<표 4> 플랫폼 생태계의 핵심 개념

핵심 개념	내용
플랫폼	서비스와 제품을 공급하는 보완자와 엔드 유저를 연결하고 중개하는 핵심 (A stable core (such as a product, service, or standard) that enables and/or mediates the relationship between complementary goods (like applications or content) and prospective end users.)
플랫폼 기업	특정 플랫폼을 소유하거나 조정, 향상시키는 개인이나 조직 혹은 협력체 (An individual, organization, or consortium that owns and/or controls and promotes a particular platform.)
플랫폼 생태계	플랫폼과 보완자, 사용자로 구성된 생태계이며, 생태계 내에서 이들의 활발한 상호작용이 이루어짐 (The system comprising a platform and its stakeholders (users, complementary goods developers, suppliers) in which all entities have some degree of mutual dependence)

출처: Rietveld & Schilling(2021)

플랫폼에 대한 접근(관점)이 하드웨어와 운영체제 위주의 "기술 중심"에서 서비스와 시장에서 중개 매커니즘을 통한 "비즈니스 중심" 활동으로 변화했으며 최근에는 4차 산업 혁명을 토대로 기술과 비즈니스를 융합시키고 산업간 경계를 허물어트리면서 다양한 참여자들의 새로운 가치를 창출하는 일련의 생태계를 지칭하는 의미로 변화하고 있다(Gawer, 2021). 이에 따라 플랫폼을 보는 관점이 기술적 요소에서 네트워크 효과의 영향력이 미치는 산업을 포함하는 '플랫폼 경제'라는 개념으로 비즈니스 생태계를 아우르는 개념으로 진화하였다(<그림 1> 참조).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 1> 플랫폼을 바라보는 관점 변화

이처럼 기술과 산업환경, 비즈니스 환경이 변화하면서 플랫폼 기업에 대한 개념이 진화하였으며, 플랫폼 기업은 다

양한 참여자들에게 연결과 네트워크 환경을 제공하는 플랫폼을 지니고 있으며, 이를 토대로 기술 활동과 비즈니스 활동을 영위하며 공급, 수요자 측면의 참여자들, 그리고 이해 관계자들 간의 상호작용을 촉진시켜, 혁신과 새로운 비즈니스 가치를 창출하고 비즈니스 생태계를 조성하는 기업으로 이해될 수 있다.

2.2. 플랫폼 기업에 대한 정의와 유형

2.2.1. 플랫폼 기업에 대한 정의

플랫폼 기업은, 연결과 네트워크 환경을 제공하는 플랫폼을 지니고 있으며, 이를 토대로 기술 활동과 비즈니스 활동을 영위하며 공급, 수요자 측면의 참여자들, 그리고 다양한 이해 관계자들 간의 상호작용을 촉진시키며, 혁신과 새로운 비즈니스 가치를 창출하고 비즈니스 생태계를 조성하는 기업으로 정의될 수 있다.

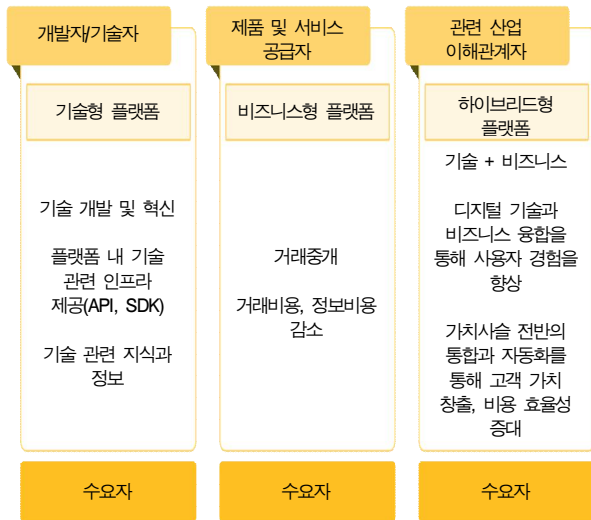
플랫폼 기업의 특징은 파이프 라인 구조의 기업들과는 여러 측면에서 다르다. 파이프라인 구조하에서의 비즈니스 생태계는 생산자 기업에 의한 제품과 서비스를 소비자에게 전달하는 공급자 중심의 가치사슬을 기반으로 생태계가 구성되는 데에 반해, 디지털 경제 아래에서는 데이터를 기반으로 수요자 중심의 고객가치사슬을 중시하는 생태계가 구축되고 있다(McIntyre & Srinivasan, 2017; Stallkamp & Schotter, 2018; Teece & Linda, 2017). 이에 따라 자원의 통제보다는 조정 조정, 상호작용 촉진 중심의 운영방식, 전 반적인 생태계 가치의 추구라는 특징을 보이고 있다.

2.2.2. 플랫폼 기업의 유형과 특징

초기에 윈도우 OS, 스마트폰 운영체제의 애플(iOS)와 같은 운영체제를 제공하는 기술 중심 기업들을 플랫폼 기업으로 정의하던 흐름이, Uber, Airbnb, 배달의 민족과 같이 시장 내 서비스 공급자와 소비자/사용자를 연결하고 중개하는 활동을 통해 시장과 새로운 비즈니스 생태계를 조성하는 비즈니스 중심 플랫폼 기업들을 지칭하는 쪽으로 옮겨오고 있다. 디지털 기술의 발달은 이들 플랫폼 기업의 활동 범위, 참여자의 범위, 인터페이스 범위를 확장시켰으며 최근에는 기술을 중심으로 비즈니스 생태계를 만들어 가는 하이브리드 유형의 플랫폼 기업이 등장하게 된 것이다.

이에 따라 본 연구에서는 기존 연구들과 플랫폼 기업들의 활동을 토대로 기술 네트워크 환경을 제공하는 "기술형 플랫폼 기업 (기술 중심 관점)"과 다양한(양면/다면) 참여자들에게 정보 혹은 제품, 서비스를 중개하고 연결하는 비즈니스를 영위하는 "비즈니스 플랫폼 기업 (비즈니스 중

심 관점); 그리고 기술을 토대로 데이터 및 정보 생태계를 구축하여 다양한 서비스를 제공하는 “하이브리드 플랫폼 기업”으로 나누어 살펴보고자 한다. 이들 플랫폼 기업은 1)디지털 경제에 기반하고 있으며, 2)해당 분야에서 생태계를 조성하여 여러 참여자들을 생태계 내로 유입시킨다는 점을 특징으로 하고 있다.



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 2> 플랫폼 기업의 유형

<표 5> 플랫폼 기업의 유형과 특징

	기술형	비즈니스형	하이브리드형
가치	<ul style="list-style-type: none"> • ‘혁신’을 촉진하여 가치 창출하는 것을 주 목적으로 한다. 플랫폼을 통해서 기존 재화나 서비스의 혁신을 추구함 예. 구글, 안드로이드, Apple, iOS, MS 	<ul style="list-style-type: none"> • 참여자들간의 거래를 촉진시키는 것이 주목적이며 플랫폼 내에서 실질적인 재화나 서비스의 교환이 이루어짐 예. 마켓플레이스 혹은 SNS 	<ul style="list-style-type: none"> • 기술 혹은 정보 플랫폼 활용하여 고객/사용자에게 서비스 제공 • (디지털) 기술을 이용한 비즈니스 모델과 전략으로 플랫폼 생태계가 구현됨(Bukht & Heeks, 2017) 예. 비버리퍼블리카
특징	<ul style="list-style-type: none"> • 정보와 데이터 플랫폼을 통해 운영체제, 클라우드 컴퓨팅 서비스의 형태로 사용 혹은 활용되며 컴퓨터 혹은 스마트폰 생태계를 구성함 	<ul style="list-style-type: none"> • 거래 수수료, 광고료 등으로부터 수익 창출됨 • 플랫폼에 더 많은 데이터와 정보가 쌓일수록 더 많은 가치가 창출됨 • 이들은 관련 비즈니스 분야에 비즈니스 생태계를 조성함 	<ul style="list-style-type: none"> • 기술형의 비즈니스 생태계를 조성함 예. 핀테크 기술 활용한 금융 비즈니스 생태계를 조성하는 핀테크 플랫폼 기업
플랫폼 기업 역할	거래 촉진 시장 형성 상호작용 촉진	참여자들간 정보를 공유하거나 가치 있는 정보를 창출	새로운 비즈니스 과정/비즈니스 모델 통해 신산업 생태계 구축

주요 참여자들	개발자 개발관련 파트너	구매자와 판매자 대부자와 대출자 서비스 공급자와 사용자 콘텐츠 생산자와 시청자	정보의 사용자들인 고객
예시	그라운드 엑스, 더화이트 커뮤니케이션	쿠팡, 우아한형제들	비버리퍼블리카

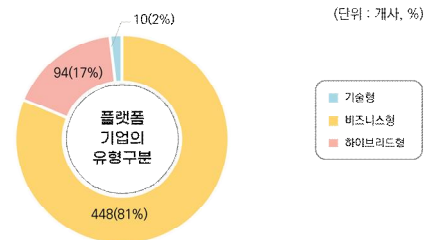
제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

III. 플랫폼 기업 현황 및 분석

3.1. 유형별 분포

본 연구에서는 한국 플랫폼 생태계만의 주요한 특성이 반영될 수 있도록 복합데이터를 활용하여 기존 연구와는 차별화된 데이터를 구축하였다. 중소벤처기업부, 벤처기업협회, 법인등기부등본, 주요 소셜네트워크서비스(SNS)등을 통해 2017년 1월부터 2021년 9월까지 4년 9개월 간 외부 투자 유치에 성공하여 1차적으로 사업성을 입증한 스타트업 1,318개사에 대한 자료 수집하여 플랫폼 기업의 유형별 현황과 특징을 살펴보았다.

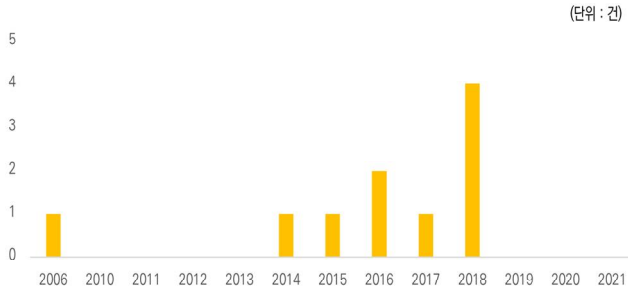
552개 플랫폼 기업들을 기술형과 비즈니스형, 하이브리드의 3가지 유형으로 나누어 살펴본 결과, 가장 높은 비중을 차지한 유형은 비즈니스형(448사, 81%)이며, 다음으로는 하이브리드형 (94개사, 17%), 기술형(10개사, 2%)의 순서로 나타났다(<그림 3>).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 3> 플랫폼 기업의 유형 구분

연도별 기술형 플랫폼 기업의 등장 현황을 살펴보면, 2016년에서 2018년에(7건) 창업이 몰려 있음. 이는 2016년 4차 산업 혁명 기반 기술 환경이 발달하면서 기술 플랫폼 기업의 성장 환경이 조성되었고 이를 기반으로 등장한 것으로 볼 수 있음(<그림 4>)

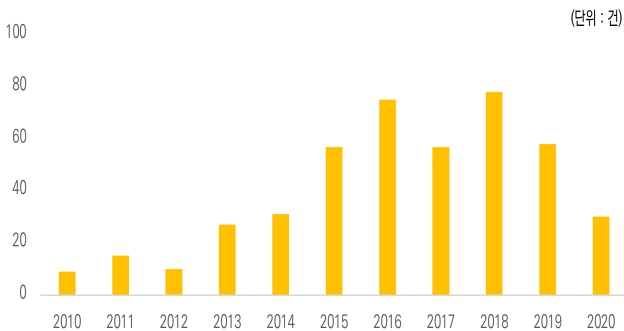


제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 4> 기술형 플랫폼 창업년도 추이

기술형 플랫폼 기업들의 비즈니스 분야는 게임, 광고/마케팅, 금융, 바이오/헬스케어, 클라우드 소프트웨어솔루션 기업들이 해당됨. 이들은 기술과 네트워크 환경과 관련된 인프라를 제공하거나 개발 환경을 제공하여 기술 혁신 생태계를 조성하고 있음을 볼 수 있음. 대표적인 사례로 그라운드엑스를 들 수 있다.

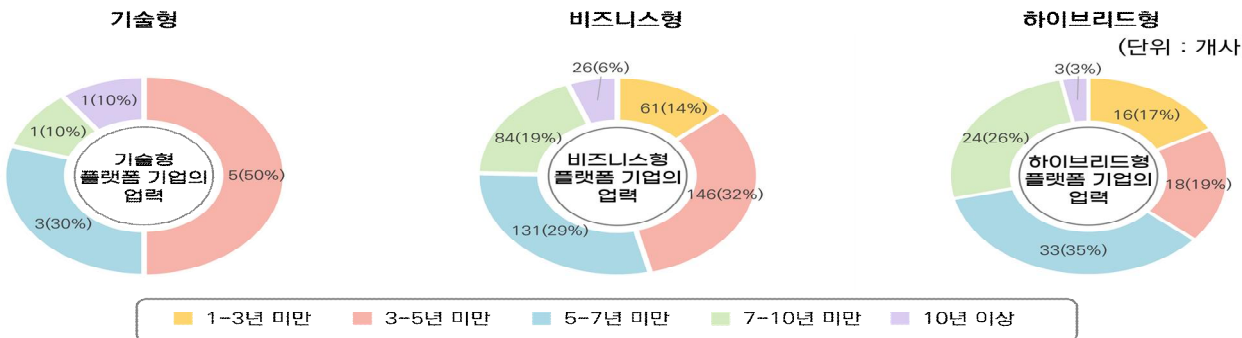
연도별 비즈니스형 플랫폼 등장 현황을 살펴보면, 2015년부터 2019년까지(5년간) 매년 평균 65개의 비즈니스형 플랫폼 기업이 등장하였다는 것을 알 수 있다.<그림 5>



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 5> 비즈니스형 플랫폼 창업년도 추이

비즈니스형 플랫폼 기업의 대표 케이스로는 쿠팡, 우아한 형제들을 들 수 있는데, 이들은 공급자 측면의 플랫폼

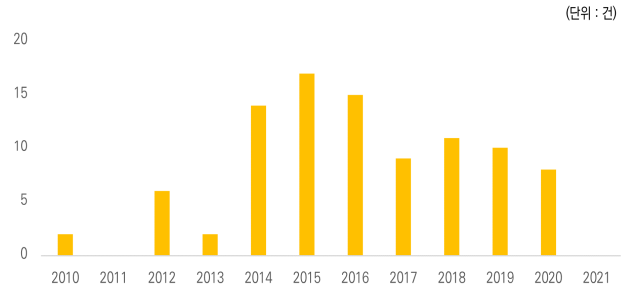


제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 7> 플랫폼 기업의 유형별 업력 비교

참여자인 보완자들과 수요자 측면의 참여자인 소비자들을 연결하며, 참여자들의 활발한 상호작용을 촉진시키고 새로운 플랫폼 생태계 구축하고 있다(예, 고도화된 리뷰 시스템).

하이브리드 플랫폼 기업의 경우, 2014년부터 2020년까지 7년동안 매년 평균 12개사가 창업하고 있다(<그림 6>)



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 6> 하이브리드형 플랫폼 창업년도 추이

대표케이스로 비바리 퍼블리카와 켈리가 해당한다. 비바리 퍼블리카가 운영하는 서비스인 토스는 기술을 기반으로 간편 송금 서비스와 더불어 금융 데이터와 정보의 통합적인 관리와 다양한 서비스를 선보이는 혁신적인 금융 서비스를 제공하고 있다. 켈리는 물류 테크라는 분야를 창출하며 업계 최초로 셋별배송이라 불리는 새벽배송을 선보이면서 물류업계의 혁신을 선도하고 있다.

3.2. 업력, 업종 및 서비스 분야 현황에 대한 분석

기술형 플랫폼 기업과 비즈니스형 플랫폼 기업의 경우 3-5년 미만의 업력 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며, 하이브리드형의 경우 5-7년 미만 업력의 비중이 가장 높다는 것을 알 수 있다(<그림 7>).

표준 산업분류를 기준으로 한 전체 플랫폼 기업의 업종을 살펴보면 정보통신업(364개사, 65.9%)의 비중이 가장 높게 나타나며, 다음으로 도매 및 소매업(89개사, 14.5%), 자문, 과학 및 기술 서비스업(29개사, 5.3%), 사업시설관리, 사업 지원 및 임대 서비스업(22개사, 4.0%) 등의 순서로 나타났다(<표 6>).

<표 6> 전체 플랫폼 기업의 업종 비교

플랫폼 기업 전체			기술형 플랫폼			비즈니스형 플랫폼			하이브리드형 플랫폼		
업종	개수	비중	업종	개수	비중	업종	개수	비중	업종	개수	비중
정보통신업	364	65.9	정보통신업	8	80.0	정보통신업	274	61.2	정보통신업	82	87.2
도매 및 소매업	89	14.5	도매 및 소매업	1	10.0	도매 및 소매업	75	16.7	도매 및 소매업	4	4.3
자문, 과학 및 기술 서비스업	29	5.3	자문, 과학 및 기술 서비스업	1	10.0	자문, 과학 및 기술 서비스업	25	5.6	자문, 과학 및 기술 서비스업	3	3.2
사업시설관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	22	4.0	전체	10	100	사업시설관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	22	4.9	금융 및 보험업	3	3.2
교육 서비스업	16	2.9			교육 서비스업	16	3.6	운수 및 항공업	2	2.1	
제조업	12	2.2			제조업	12	2.7	전체	94	100	
운수 및 항공업	9	1.6			운수 및 항공업	7	1.6				
금융 및 보험업	6	1.1			예술, 스포츠 및 여가관련 서비스	5	1.1				
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스	5	0.9			부동산	4	0.9				
부동산	4	0.7			금융 및 보험업	3	0.7				
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스	3	0.5			협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스	3	0.7				
보건업 및 사회복지 서비스업	1	0.2			건설업	1	0.2				
건설업	1	0.2			보건업 및 사회복지 서비스업	1	0.2				
전체	552	100			전체	448	100				

제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<표 6>을 자세히 살펴보면, 기술형 플랫폼 기업의 경우 대부분이 정보통신업 업종에 속해 있는 것으로 나타난 데 반해, 비즈니스형 플랫폼 기업의 경우 "도매 및 소매업"의 비중도 16.7%로 나타나 플랫폼 기술이외에도 중개 중심의 비즈니스 서비스를 기준으로 업종 선택을 하고 있다는 것을 파악할 수 있다. 하이브리드형 플랫폼 기업의 경우, 업종 등록시 "정보통신업"을 선택하는 비중이 높은 것을 알 수 있다.

플랫폼 기업의 서비스 분야에 대한 분류는 연구 기관 및 분석 기관마다 조금씩 차이를 보이는데, 본 연구에서는

WSJ, CB Insight, PitchBook와 Y-Combinator 및 기존 연구 보고서) 등을 참고하여 플랫폼 기업의 서비스 분야를 17 가지로 나누어 분석을 진행하였다 (<표 7>).

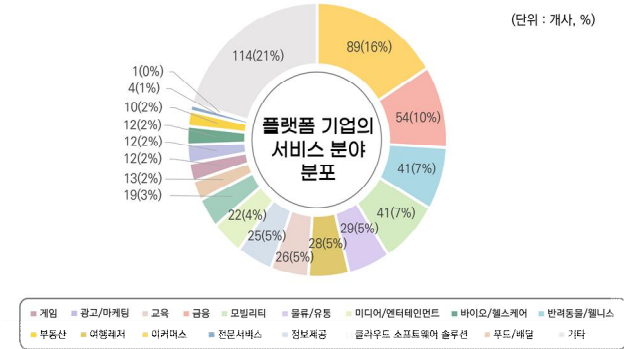
<표 7> 플랫폼 기업 서비스 분야 정의 및 세부분야

분야 분류	분야의 정의	세부분야
이커머스	전자 상거래를 기반으로 다양한 상품을 소비자와 연결	패션/뷰티, 명품, 중고거래, 라이브 방송 커머스
금융	핀테크를 활용한 비즈니스	간편결제, 자산관리, 맞춤형 보험 설계, 부동산 투자 플랫폼, 해외 송금, 금융상품 추천 등
반려동물/웰니스	반려동물과 관련된 비즈니스와 건강 및 육아, 스포츠와 관련된 비즈니스	반려견 관련, 다이어트 식품, 운동 관련, 요양, 심리상담
모빌리티	자동차 관련 다양한 서비스	중고차 직거래, 렌터카 가격 비교, 차량공유, 렌탈, 수리
교육	교육과 관련된 서비스	학원 비교, 학습앱, 온라인 코딩교육, 튜터링 서비스, 수업 소통 플랫폼
물류/유통	배송 등과 관련된 물류와 다양한 제품의 유통을 포함	배송 서비스, 이커머스 풀필먼트 서비스, 유통(화훼류, 패션, 식자재),
여행레저	여행과 레저를 포함	투어 서비스, 여행자 전용 앱, 레저 상품 추천 앱, 환전, 액티비티 플랫폼, 호텔 가격비교, 여행 콘텐츠 플랫폼, 호텔 한달살기 플랫폼
바이오/헬스케어	바이오/헬스케어 관련	원격진료 중개 플랫폼, 언어 재활 서비스 중개
미디어/엔터테인먼트	다양한 미디어가 활용되며, 웹툰 소셜 등을 포함한 엔터테인먼트적인 요소가 있는 비즈니스	뉴스레터, 웹툰, 온라인 오디오 플랫폼, 웹소설 플랫폼 팟캐스트 방송 플랫폼
광고/마케팅	광고주와 소비자를 광고/마케팅을 통해 연결	리워드앱, 인플루언서 마케팅 플랫폼, 마케팅 플랫폼
푸드/배달	음식 배달 대행과 음식 주문 관련 내용	간식 정기 배송, 음식 배달
클라우드 소프트웨어 솔루션	기업에서 자체적으로 소프트웨어 솔루션을 개발하고 클라우드 기반으로 SaaS(Software-as-a-Service)를 제공	전력 수요관리 서비스, 클라우드 인사관리 소프트웨어, 클라우드 기반 로봇 관리 플랫폼
공간공유	공간공유를 비즈니스 모델로 가지는 다양한 경우	미용실 공유, 창고 공유, 사무실 공유,
전문 서비스	생활서비스와 대비되는 개념으로 법률, 의료, 번역 서비스 등 관련 전문가가 필요한 경우	법률, 세무, 번역
게임	게임 관련된 다양한 중개	게임 전문 MCN 매니지먼트, 게임평가 및 추천, PC방 게임 디지털 유통, 이스포츠 플랫폼, 게임아이템 거래 중개
부동산	프롭테크 기업	부동산 시세 분석, 부동산 중개
정보제공	소비자 및 이용자들에게 도움이 되는 다양한 정보들을 제공	제품 리뷰, 병원 검색, 화장품 성분 분석, 전자제품 비교 등
기타	기존에 분류구분에 속하지 않는 비즈니스	구인구직, 동영상, 커뮤니티, 멘토링, 예술, 습관형성, 팬덤, 음악추천, 인테리어, 집안일, 렌탈(가전제품), 취미, 꽃구둑,

제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

1) 통계청 통계분류포털 https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/index.jsp#.
WSJ 홈페이지 https://www.wsj.com/news/business?mod=n_av_top_section.
Y Combinator 홈페이지 <https://www.ycombinator.com/companies/>

서비스 분야 분포 현황은 다음과 같다. 552개의 플랫폼 기업들은 이커머스(89개사, 16.3%) 분야 비중이 가장 높게 나타났으며, 금융(54개사, 9.0%), 반려동물/웰니스(41개사, 7.4%), 모빌리티(41개사, 7.4%), 물류/유통(29개사, 5.3%), 교육(26개사, 4.7%) 등의 순서로 비중이 나타났다(<그림 8>).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 8> 플랫폼 기업의 서비스 분야 분포

서비스 분야 분포 현황을 통해 이커머스, 금융 서비스 분야의 집중 현상 및 새로운 서비스 분야의 등장을 주목해 볼 수 있다. 가령, 이커머스 분야에서 명품, 리빙, 기프트콘 등의 새로운 분야의 서비스가 등장하고 있으며, 금융분야에서는 클라우드펀딩, 보험, 자산관리, 블록체인 기반 결제 시스템, 암호화폐 거래소 등 다양한 서비스의 핀테크 기업들이 나타나고 있다. 또한 구인구직, 음악, 영상, 팬덤, 습관형성, 취미, 인테리어 기존 분류 체계들로 구분할 수 없는 새로운 비즈니스 모델들이 생겨나고 있다는 현상도 주목할 만하다.

기술형 플랫폼 기업(전체 10개사)의 경우 2015년 기준에는 2개사(바이오/헬스케어 및 기타 분야에서 각각 1개사)가 있었으나, 20년 기준에서 살펴보면 게임, 금융, 클라우드 소프트웨어 솔루션, 기타 분야에서 창업한 기업들이 생겨 기술형 플랫폼 기업들의 비즈니스 분야가 다양해진 것을 알 수 있다(<그림 9>).

비즈니스형 플랫폼 기업들은 다양한 비즈니스 분야에 골고루 분포되어 있고, 이커머스(28개사→85개사) 분야가 꾸준히 가장 높은 비중을 보인다(<그림 10>).

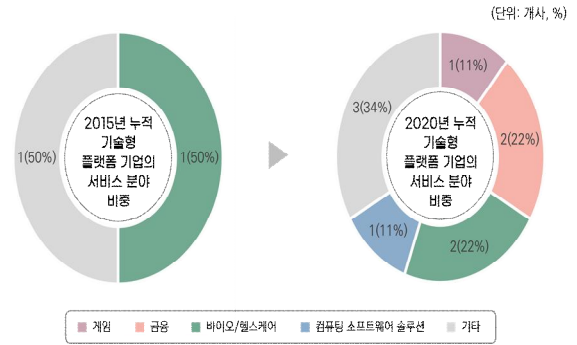
기타(17개의 비즈니스 분야로 구분이 불가능한 경우) 구분에서 플랫폼 기업들은(15년 누적 기준: 31개 →20년 누적 기준: 102개) 3.3배 증가했는데, 이는 기존의 비즈니스 분류로 구분할 수 없는 새로운 비즈니스들이 지속적으로 생겨나고 있음을 의미한다.

*가상공간전시, 비즈니스 네트워킹, 팬덤, 취미, 인테리어,

도서 큐레이션 등의 비즈니스가 나타남

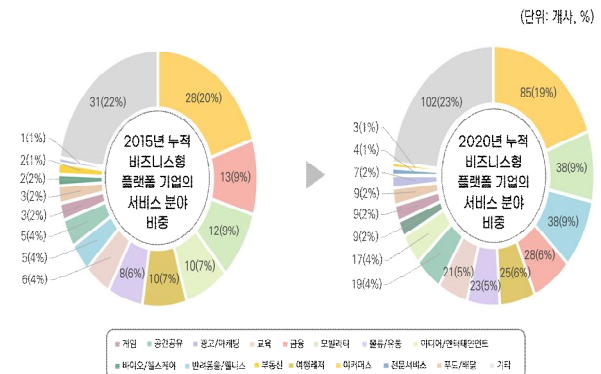
*반려동물/웰니스 분야는 16년 이후에 생겨난 비즈니스 분야이며, 20년 기준에는 8% 정도 차지하며, 이커머스, 여행레저, 모빌리티에 이어 상위권의 비즈니스로 편입

하이브리드형 플랫폼 기업 유형에서는 기간 구분에 관계 없이 금융과 정보제공 분야의 비중이 각각 26% 이상, 20% 이상으로 높게 나타난다(<그림 11>).

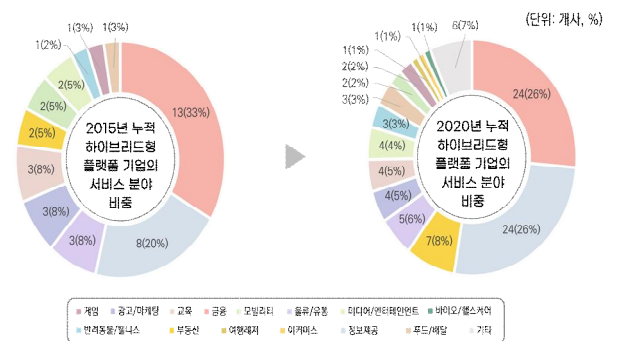


제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 9> 기술형 플랫폼 기업의 서비스 분야 비중 추이



<그림 10> 비즈니스형 플랫폼 기업의 서비스 분야 비중 추이

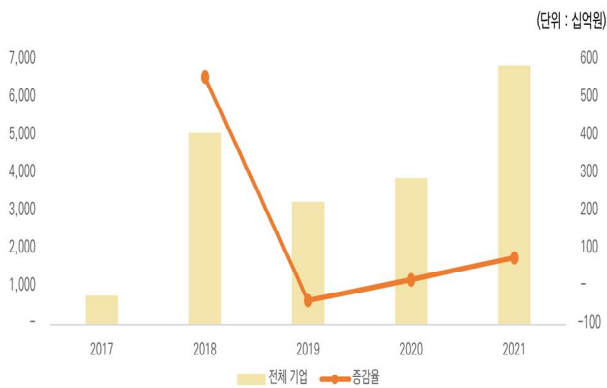


<그림 11> 하이브리드형 플랫폼 기업의 서비스 분야 비중 추이

IV. 플랫폼 기업 투자 트렌드

4.1 .투자 금액 및 투자 건수

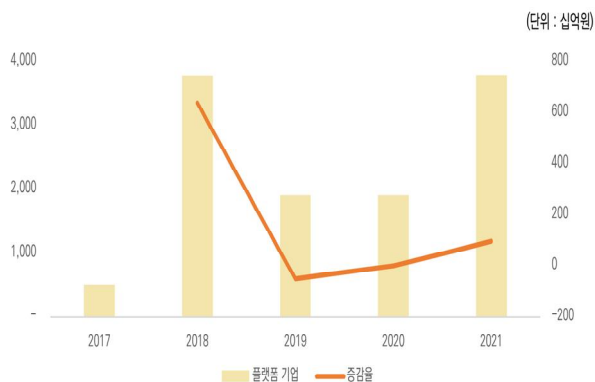
플랫폼 기업과 비플랫폼 기업을 포함한 전체 기업의 연도별 투자유치금액을 살펴보면 18년에 17년 대비 554.2배 증가했던 투자유치금액은 19년에는 35% 이상 감소했다가 20년부터 다시 증가하는 추세를 보이고 있다는 것을 알 수 있다(<그림12>).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 12> 전체 기업의 연도별 투자금액 증감

플랫폼 기업의 경우, 2018년에 3,777 십억원의 투자 유치 금액을 달성 이후 2년간은 18년 대비 절반 수준의 투자유치 금액 성과의 흐름을 보였고, 21년부터 18년의 최고 투자 유치금액을 넘어서는 활발한 투자 유치 달성 흐름이 나타난다(<그림 13>).

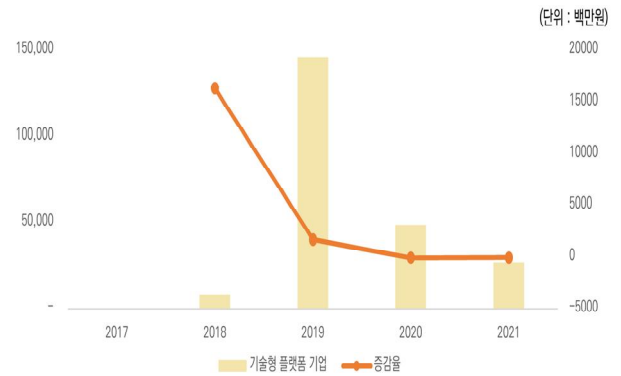


제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 13> 플랫폼 기업의 연도별 투자금액 증감

기술형 플랫폼의 경우, 투자유치 금액은 19년에 145,900 백만원으로 최고치를 달성했으나, 이후에는 활발한 투자유치가 이루어지고 있지는 않다(<그림 14>).

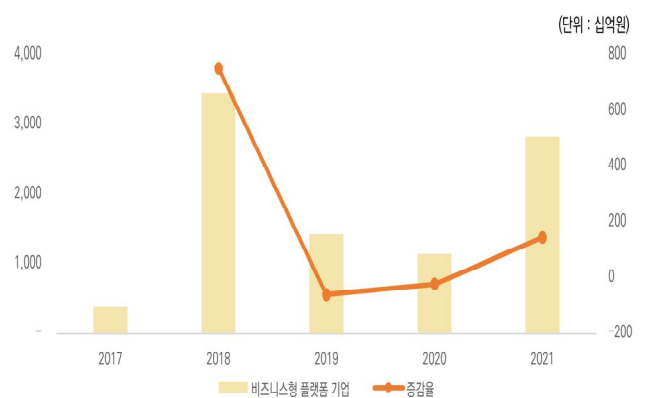
*전체 투자유치금액을 살펴볼 때, 전체 플랫폼 기업(552개사)에서 기술형 플랫폼 기업의(10개사, 2%) 비중이 매우 적은 상황



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 14> 기술형 플랫폼의 연도별 투자금액 증감

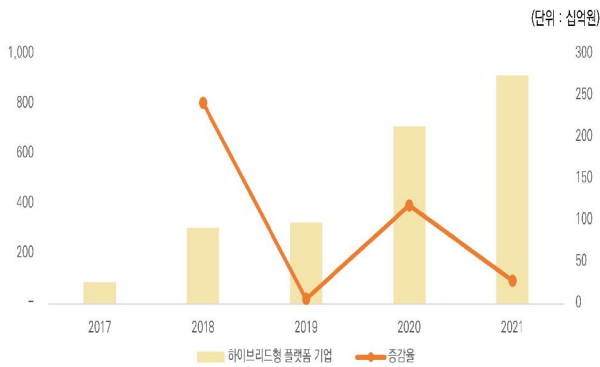
비즈니스형 플랫폼의 경우, 플랫폼 기업 유형 중에서 투자유치 금액이 가장 큰 유형으로, 투자유치금액에 대한 증감폭이 큰 편이며, 18년에는 3,462십억원으로 17년 대비 8배 이상 증가했으나, 19년과 20년에는 최고 투자유치 금액 대비 절반 수준의 투자 유치를 이끌어 냈고, 21년에는 투자유치금액이 전년 대비 2.47배 증가하는 것으로 나타난다(<그림 15>).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 15> 비즈니스형 플랫폼의 연도별 투자금액 증감

하이브리드형 플랫폼은 투자유치금액이 꾸준히 증가하는 추세를 보이는 유형으로, 18년에 17년 대비 3.4배 투자유치금액이 증가했고, 20년에도 전년대비 2배 이상 투자유치금액이 증가하며 활발한 투자 유치 성과를 보인다(<그림 16>).



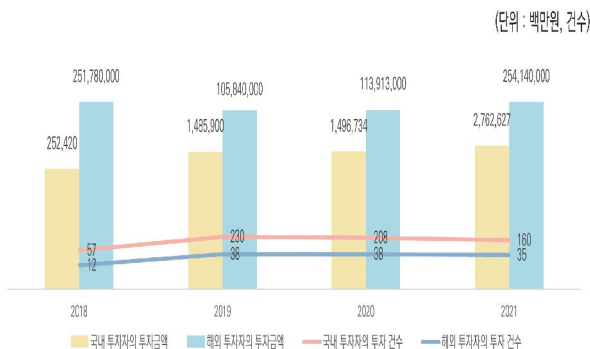
제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 16> 하이브리드형 플랫폼의 연도별 투자금액 증감

국내 투자와 해외 투자 현황은 다음과 같다. 국내 투자자의 경우 해외 투자자보다 투자 건수는 높게 나타나지만, 전체 투자금액에서는 해외 투자자의 투자금액보다 현저히 낮은 상황임, 1건당 투자금액을 살펴보면 국내 투자자의 1건당 투자금액은 증가하는 추세를 보이고 있으나, 해외 투자자의 1건당 투자금액과 비교해보면 절대적으로 투자금액이 적은 편임

*국내 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 4,138→('19): 6,460→('20): 7,196→('21): 17,266 (단위: 백만원)

* 해외 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 20,981,667→('19): 2,785,263→('20): 2,997,711→('21): 7,261,143 (단위: 백만원)

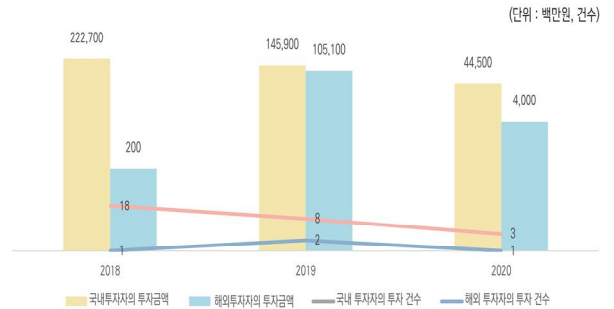


<그림 17> 플랫폼 기업에 투자한 국내 및 해외 투자자의 투자금액 및 건수

투자금액 및 투자 건수 모두 국내 투자자의 경우에서 높게 나타나며, 1건당 투자금액을 살펴보면 국내 투자자와 해외 투자자의 경우 모두 1건당 투자금액은 증가와 감소의 편차가 크게 나타난다(<그림 18>).

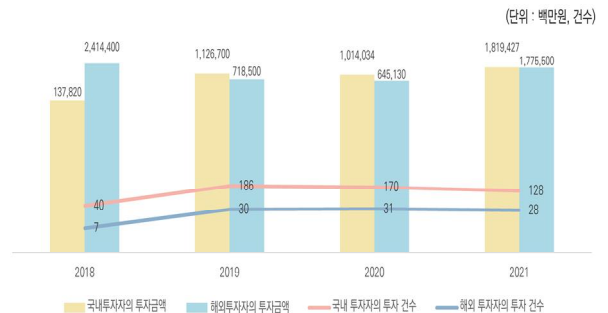
*국내 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 12,372→('19): 18,238→('20): 14,833 (단위: 백만원)

*해외 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 200→('19): 52,550→('20): 4,000 (단위: 백만원)



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 18> 기술형 플랫폼 기업에 투자한 국내 및 해외 투자자의 투자금액 및 건수



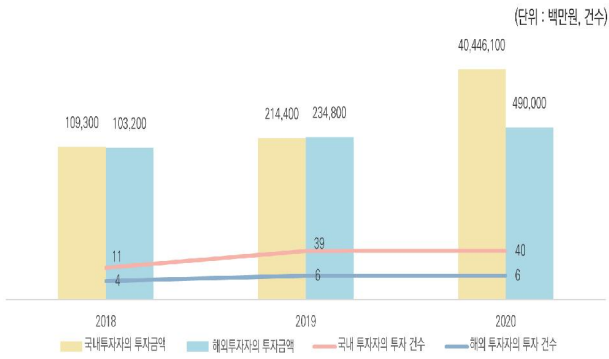
제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 19> 비즈니스형 플랫폼 기업에 투자한 국내 및 해외 투자자의 투자금액 및 건수

하이브리드형 플랫폼은 투자금액의 경우 국내 투자자과 해외 투자자보다 투자금액이 높게 나타나고, 투자 건수도 국내 투자자의 투자 건수가 높게 나타난다. 1건당 투자금액으로 살펴보면 국내 투자자는 2020년에 타 년도 투자금액의 최소 36배 이상의 투자를 진행했고, 해외 투자자의 경우 꾸준히 1건당 투자금액이 증가 추세이다(<그림 20>).

*국내 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 9,936→('19): 5,497→('20): 1,011,153 (단위: 백만원)

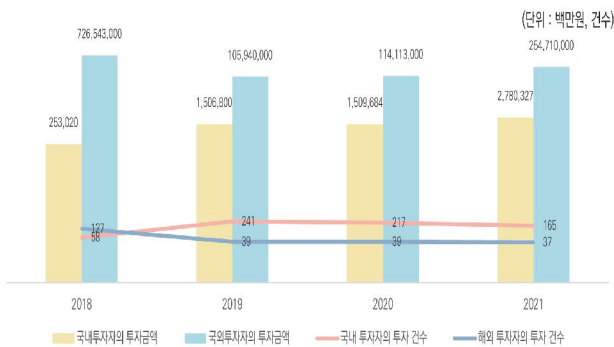
*해외 투자자의 1건당 투자금액: ('18): 25,800→('19): 39,133→('20): 81,667 (단위: 백만원)



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 20> 하이브리드형 플랫폼 기업에 투자한 국내 및 해외 투자자의 투자금액 및 건수

전체 기업에 투자한 투자자의 투자금액과 투자 건수에서도 플랫폼 기업 투자 동향과 동일하게 국내투자사의 투자 건수가 더 높지만, 투자금액은 해외 투자사의 투자금액이 더 높게 나타난다(<그림 21>). 1건당 투자금액을 살펴보면 국내 투자사의 1건당 투자금액은 증가하는 추세를 보이고 있으나, 해외 투자사의 1건당 투자금액과 비교해보면 절대적으로 투자금액이 적은 편이다.



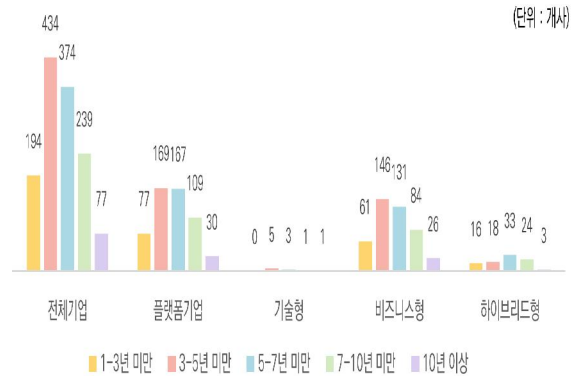
제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 21> 전체 기업에 투자한 국내 및 해외 투자자의 투자금액 및 건수

전체 기업의 업력별 투자 유치 현황은 다음과 같다. 업력이 5년 미만인 기업들은 전체의 47.6%(628개사)로 나타나며, 세부적으로 업력을 살펴보면 1~3년 미만(194개사, 14.7%), 3~5년 미만(434개사, 32.9%)으로 구분된다(<그림 22>).

플랫폼 기업은 업력이 5년 미만인 플랫폼 기업의 비중은 44.6%(246개사)로 나타나며, 3~5년 미만(169개사, 30.6%)과 5~7년 미만(167개사, 30.3%) 업력 기업들이 투자유치를 받은 1~2순위에 해당된다. 기술형 플랫폼은 3~5년 미만의 기업(5개사, 50%)과, 5~7년 미만의 기업수(3개사, 30%)가 다

수를 차지하고 있다. 비즈니스형 플랫폼의 경우, 5년 미만 업력 기업이 46.2%(207개사)로 나타나며, 전체 기업의 업력 구분 비중과 유사하게 나타난다. 마지막으로 하이브리드형 플랫폼의 경우, 5년 미만 업력 기업이 36.2%로 나타나며, 비즈니스형과 비교시에 3~5년미만 업력 기업수가 18개사(19.1%)로 낮게 나타난다(비즈니스형 3~5년 미만 기업수: 146개사(32.6%))

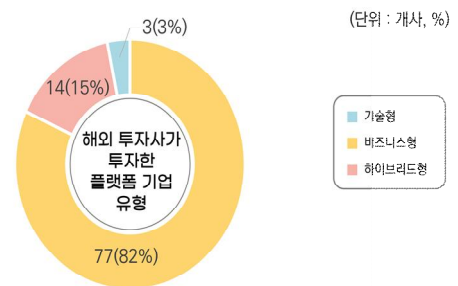


제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 22> 투자유치 기업의 업력 구분

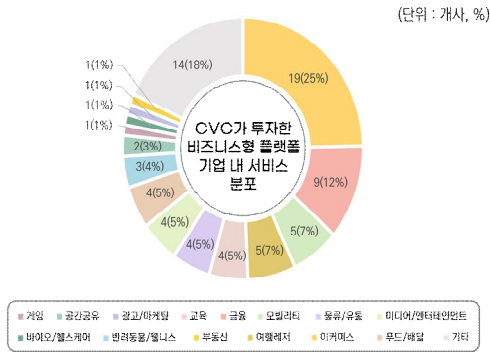
4.2. 해외 투자 및 CVC 투자 현황

해외 투자사 62개사는 94개의 플랫폼 기업에 투자했으며, 유형별로 살펴보면 비즈니스형(77개사, 82%), 하이브리드형(14개사, 15%), 기술형(3개사, 3%)로 나타난다(<그림 23>).



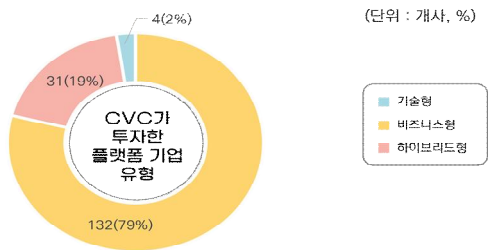
<그림 23> 해외 투자사가 투자한 플랫폼 기업 유형

해외 투자자가 투자한 비즈니스형 플랫폼 기업들의 서비스 분야는 이커머스(19개사, 25%), 금융(9개사, 12%)의 순서로 높은 비중이 나타나며, 기존에 존재하지 않던 다양한 서비스에 대한 투자도 일정 부분 차지한다는 것을 알 수 있다(기타: 14개사, 18%)(<그림 24>).



<그림 24> CVC가 투자한 비즈니스형 플랫폼 기업 내 서비스 분포

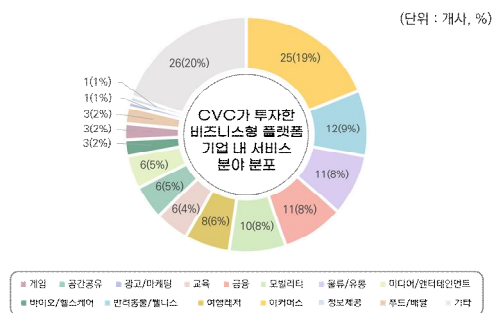
CVC는 51개사(국내:48개사, 해외:3개사) 167개사의 플랫폼 기업에 투자했으며, 유형별 투자 대상을 살펴보면 비즈니스형 132개사(79%), 하이브리드형(31개사, 19%), 기술형(4개사, 2%)로 나타난다(<그림 25>).



제공: 국민대학교 혁신기업연구센터

<그림 25> CVC가 투자한 플랫폼 기업 유형

CVC가 투자한 비즈니스형 플랫폼 기업의 분야를 살펴보면, 이커머스가 25개사(19%), 반려동물/웰니스 12개사(9%) 등의 순서로 나타나며, 기존에 존재하지 않던 다양한 서비스에 대한 투자도 일정 부분 차지한다는 것을 알 수 있다 (기타: 26개사, 20%)(<그림 26>).



<그림 26> CVC가 투자한 비즈니스형 플랫폼 기업 내 서비스 분야 분포

V. 결론 및 시사점

디지털 플랫폼 생태계가 확장되면서 플랫폼 기업의 성장도 두드러지고 있다. 본 연구는 플랫폼 기업의 유형을 파악하고 동시에 플랫폼 생태계에 대한 현황 파악과 분석에 필요한 이해의 틀을 제시하고자 하였다. 이에 따라 플랫폼 기업의 특성에 따라 유형을 ‘기술형 플랫폼’, ‘비즈니스형 플랫폼’, ‘하이브리드형 플랫폼’으로 나누어 생태계 현황을 파악하였다. 그 결과, 전체 플랫폼 기업 중 ‘비즈니스형’이 81%로 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있었고 뒤를 이어 ‘하이브리드형’ 플랫폼(17%), ‘기술형’ 플랫폼(2%)의 기업 순서로 생태계가 구성되었다는 결과를 얻었다. 국내 플랫폼 생태계에서 대부분의 플랫폼 기업들은 참여자들을 중개하고 연결하는 활동을 핵심활동으로 하는 비즈니스형 비즈니스모델을 기반으로 하고 있는데, 이들 기업은 ‘연결의 기술’을 향상시킴으로써 보완자와 고객의 가치를 창출시킬 수 있고 시장에 혁신을 제공할 수 있다는 점에서 중요한 역할을 담당하고 있다. 하이브리드형 플랫폼도 지속적으로 증가하는 추세를 보였다. 이는 기술을 기반으로 정보 및 데이터를 활용하는 비즈니스가 기존 시장에서 해결하지 못했던 문제와 고객의 불편함을 해소하는 비즈니스 모델을 가지고 있기 때문인 것으로 보인다. 하이브리드형 플랫폼은 정보와 데이터를 효율적으로 활용함으로써 산업의 혁신과 고객 가치 향상을 유도할 수 있기 때문에 앞으로 이들의 활약에 따라 디지털 경제의 경쟁력이 좌우될 것으로 전망된다. 기술형 플랫폼의 경우에는 플랫폼 생태계에서 차지하는 비중이 낮게 나타났다. 이러한 결과는 기술 플랫폼 양성을 위한 정책적 지원과 산업분야의 노력이 앞으로 더욱 필요하다는 점을 시사한다.

서비스 분야 분포 현황 분석을 통해, 이커머스, 금융 서비스 분야 플랫폼이 두드러지게 나타난다는 현상과 새로운 서비스 분야들이 등장하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이를 통해 시장과 서비스 분야의 빅블러(Big Blur) 현상이 나타나고 있다는 것을 유추할 수 있었다.

본 연구에서는 플랫폼 기업들에 대한 투자 트렌드를 파악하기 위하여 연도별 투자금액, 투자자(국내 및 해외 구분)를 기준으로 플랫폼 기업에 투자한 금액 및 건수를 살펴보았으며, 업력별 투자 유치 현황 및 CVC(Corporate Venture Capital)의 투자현황 분석하였다. 플랫폼 기업에 투자한 투자자를 국내와 해외로 구분하여 투자금액 및 투자 건수를 비교한 결과, 투자 건수는 국내 투자자가 꾸준히 높게 나타나지만 투자금액의 경우 해외 투자자의 투자금

액이 높게 나타났다. 1건당 투자금액의 경우에도 해외 투자사의 투자가 절대적으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 건수에 비례하여 현재보다 더 양질의 투자금액을 투자할 수 있는 국내 투자 환경의 조성이 필요하다는 것을 시사한다.

참고문헌

- 박강민·김준영(2020). *온라인을 넘어 오프라인으로 확대되는 플랫폼 전략*. 소프트웨어정책연구소 월간SW중심사회.
- 유서경(2021). *코로나 19 시대의 투자 동향 및 시사점*. 한국무역협회 *TRADE FOCUS*, 2021년2호. 서울: 한국무역협회.
- 황혜정(2020). *플랫폼 비즈니스의 부상과 시사점*. 대한상의브리프 제113호. 서울: 대한상공회의소.
- Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., & Paul Choudary, S. (2016). *플랫폼 생태계 부상에 따른 새로운 전략의 규칙*. 서울: HBR Korea.
- De Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R. C.(2018). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124-135.
- Gawer, A.(2021). Digital platforms and ecosystems: remarks on the dominant organizational forms of the digital age. *Innovation*, 1-15.
- McIntyre, D. P., & Srinivasan, A.(2017). Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps. *Strategic management journal*, 38(1), 141-160.
- Rietveld, J., & Schilling, M. A.(2021). Platform competition: A systematic and interdisciplinary review of the literature. *Journal of Management*, 47(6), 1528-1563.
- Stallkamp, M., Pinkham, B. C., Schotter, A. P., & Buchel, O.(2018). Core or periphery? The effects of country-of-origin agglomerations on the within-country expansion of MNEs. *Journal of International Business Studies*, 49(8), 942-966.
- CB Insight (2022). *platform* Retrived 20220115 from <https://www.cbinsights.com/research/infographics/page/3/>.