

2. 클라우드 서비스 이용현황

김민철
연구위원, ICT통계센터장

◆ 데이터

- 2013년 한국미디어패널조사에서의 클라우드 서비스 이용현황에 대한 설문 문항을 중심으로 분석
- 4,386가구 내 약 10,464명(6세 이상)에 대한 데이터를 활용하여, 이용자의 인구통계학적 특성에 따른 클라우드 이용률과 클라우드 서비스 제공사업자에 대한 분석을 실시

◆ 클라우드 서비스 이용률과 인구통계학적 특성

- 2013년도 한국미디어패널조사에서 클라우드 서비스를 이용하고 있다고 응답한 사람의 비율은 7.6%로 전년 대비 약 2.6%p 증가한 것으로 나타났으나 전체적으로 낮은 수준에 머물러 있음

※ 클라우드 서비스 정의(2013 한국미디어패널조사): 영화, 사진, 음악 등의 미디어 파일/문서/주소록 등 사용자의 콘텐츠를 서버에 저장해 두고 스마트폰이나, 스마트TV를 포함한 여러 기기에서 접근하여 사용할 수 있도록 하는 서비스

〈표 1〉 클라우드 서비스 사용 현황

구분	2012년	2013년(n=10,464)	단위(% , %p) 증감('13년~'12년)
클라우드 서비스 이용률	5.0	7.6	2.6

자료: 2012, 2013 한국미디어패널조사

- 성별로 살펴보면, 남성의 이용률은 8.2%로 여성의 이용률 6.9%보다 다소 높았음
- 연령대별로 살펴보면 20대의 이용률이 20.8%로 가장 높았으며 다음으로 30대가 11.2%, 10대가 10.1%의 순으로 나타난 반면, 50대는 1.3%, 60대 이상은 0.5%로 매우 낮게 나타나서 클라우드 서비스의 이용은 극단적으로 젊은 층을 중심으로 이루어지고 있음을 시사

〈표 2〉 연령대별 이용률

연령대	이용률
10대(n= 1,229)	10.1%
20대(n= 1,572)	20.8%
30대(n=1,753)	11.2%
40대(n=1,900)	6.0%
50대(n=1,718)	1.3%
60대 이상(n=1,909)	0.5%

자료: 2013 한국미디어패널조사

- 직업군별로 살펴보면, 과학/정보통신/공학 전문직 및 기술직군과 인문/경영/예술 전문직 및 관련직군에 속한 사람들이 각각 27.9%, 16.3%로 월등히 높은 이용률을 보였으며, 사무직, 고위직/관리직군이 그 뒤를 이었음¹⁾
- 서비스/영업/판매직을 비롯한 그 외 직업군에 속한 사람들의 이용률은 크게 낮았음
- 학생의 11.6%가 클라우드 서비스를 이용하고 있었으며 전업주부는 3.5%정도만 클라우드 서비스를 이용하고 있었음

〈표 3〉 직군별 이용률

직업군	이용률
고위직/관리직	9.5%
전문직 및 기술직(과학/정보통신/공학)	27.9%
전문직 및 관련직(인문/경영/예술)	16.3%
사무직	12.3%
서비스/영업/판매직	5.0%
농업/임업/축산업/어업직	0.5%
기능직 및 기계조작직	5.7%
단순노무직	1.9%
전업주부	3.5%
학생	11.6%

자료: 2013 한국미디어패널조사

1) 응답자들이 속한 약 50종의 직업분류를 크게 8개의 직업군으로 묶고 학생과 전업주부 범주를 추가하여 분석

◆ 클라우드 서비스 제공 사업자 분석

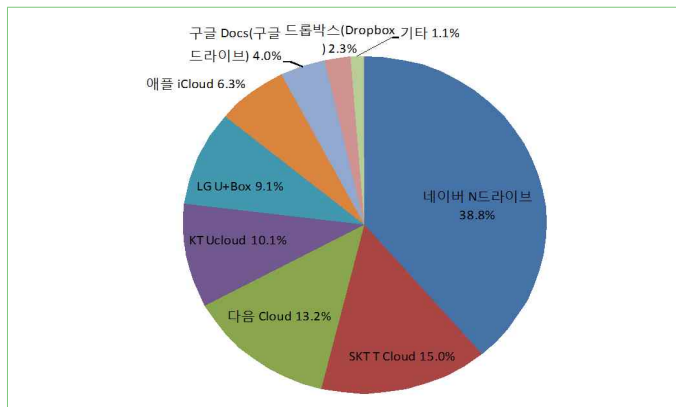
- 가장 많이 이용하는 클라우드 1순위 응답을 중심으로 클라우드 서비스 제공사업자의 점유율을 살펴보면 네이버의 N드라이브가 38.8%의 점유율로 1위를 차지하였으며 이어서 SKT의 T Cloud(15.0%), 다음의 다음 Cloud(13.1%)가 뒤를 이었음(〈표 4〉, [그림 1])²⁾

〈표 4〉 사업자별 점유율(1순위 응답)

클라우드 서비스 제공 사업자	1순위 응답
네이버 N드라이브	38.8%
SKT T Cloud	15.0%
다음 Cloud	13.2%
KT Ucloud	10.1%
LG U+Box	9.1%
애플 iCloud	6.3%
Docs(구글 드라이브)	4.0%
드롭박스(Dropbox)	2.3%
기타	1.1%
세컨드라이브	0.1%
합계	100%

자료: 2013 한국미디어패널조사

[그림 1] 사업자별 점유율 분포(1순위 응답)

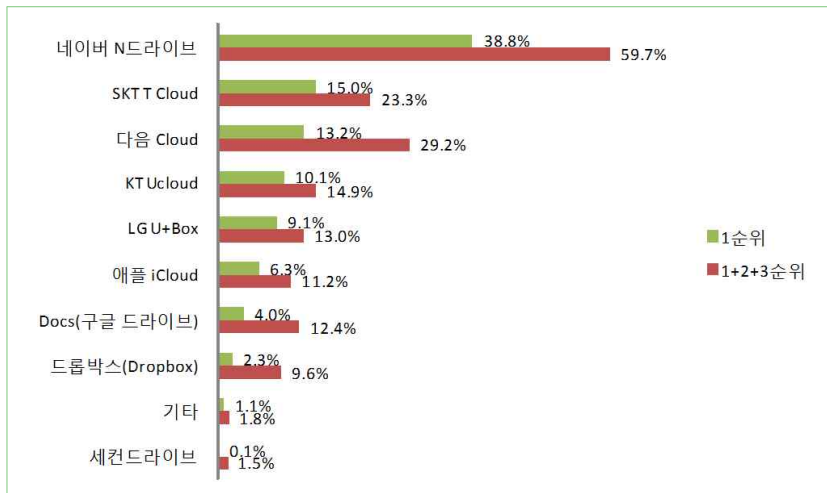


자료: 2013 한국미디어패널조사

2) 애플의 iCloud와 같은 서비스의 경우 아이폰 유저들에게 기본적으로 제공되는 경향이 있어서 본 조사의 수치보다 실제 이용률은 높다고 보는 것이 타당함. 다만 본 조사의 경우 보다 적극적인 유저의 개입과 선택에 따른 이용여부가 조사된 것으로 볼 수도 있음

- 국내 주요 인터넷 포털 사업자인 네이버와 다음의 점유율이 합하여 50%를 상회하며 국내 통신3사의 점유율 합계가 약 34%를 차지하고 해외기반 단말 및 플랫폼 사업자인 애플과 구글의 점유율 합계가 약 10%임
- 3순위 응답까지를 모두 고려한 이용률에서는 네이버의 이용률이 59.7%로 클라우드 이용자 10명 중 6명은 네이버 N드라이브를 사용하고 있었으며 다음 Cloud도 크게 증가하여 인터넷 포털의 강세가 더욱 두드러짐
- 3순위까지 고려하면 1순위 응답의 경우에 비해서 구글 드라이브와 드롭박스의 이용률 증가가 특히 두드러짐

[그림 2] 클라우드 제공사 이용률(1순위 vs. 1+2+3순위)



자료: 2013 한국미디어패널조사

- 클라우드 서비스에서 국내 포털이 강세를 보이는 원인으로 국내 포털사들이 클라우드 서비스와 밀접한 관계가 있는 이메일 서비스의 제공자라는 점을 들 수 있음
- 이메일은 각종 문서, 미디어 파일, 기타 데이터를 주고받는 중요한 관문이므로 이메일 서비스와 클라우드 서비스는 결합되어 제공되기 쉬움
- 네이버 N드라이브 이용자들 중 네이버 메일을 1순위 이용 메일로 응답한 응답자의 비율은 57.1%, 다음 클라우드 이용자 중에서 다음 메일을 1순위로 이용한다고 응답한 사람의 비율은 52.7%로 높게 나타나서 국내 인터넷 포털의 클라우드 고객들의 절반 이상이 해당 포털의 이메일을 가장 많이 사용하는 사람들임을 시사³⁾

- 적어도 현재까지의 국내환경에서는 메일주소의 제공이 클라우드 서비스의 제공과 상당히 깊은 관련을 지닌 것으로 보임

● 시사점 및 결론

- 2013년을 기준으로 클라우드 서비스는 20대를 비롯한 젊은 연령층과 전문직을 비롯한 특정 직종 종사자들을 중심으로 극히 좁게 이용되는 경향이 강하여 약 7.6%만 사용하고 있음
- 일단 클라우드 서비스의 확산에 가장 큰 걸림돌은 인터넷 활용능력 측면에서 찾아 볼 수 있음
- 현재 클라우드 서비스를 이용하기 위해서는 기본적인 파일 업로드/다운로드 작업을 수행할 수 있어야 하는데, 2013년 한국미디어패널조사의 인터넷 활용능력 조사결과를 보면 이메일에 첨부된 파일을 열어 볼 수 있다고 응답한 사람의 비율은 58.6%에 불과함
- 이외에도 개인정보보호 이슈, 대용량 파일기반의 미디어 및 업무 이용여부, 데이터 백업의 필요성에 대한 인식부재 등 여러 가지 원인이 복합적으로 작용하여 국내 클라우드 서비스의 이용률은 7%대로 낮게 나타나는 것으로 추정됨
- 국내 클라우드 시장에서 가장 강한 경쟁력을 보이는 사업자는 네이버를 비롯한 포털사업자들이며 통신3사와 애플이나 구글과 같은 구미 사업자들의 영향력은 아직까지는 상대적으로 약함
- 다만, 최근에 급부상하고 있는 바이두를 비롯한 중국업체들에 주목할 필요가 있는데, 기존 사업자들의 제공량보다 크게 증가한 TB급의 공간을 무료제공하면서 일종의 미디어 파일 스트리밍 서비스까지도 제공하는 것으로 알려지고 있음
- 단순히 데이터 백업을 제공하는 클라우드 서비스에서 벗어나, 다양한 소프트웨어가 결합되는 진보된 클라우드 서비스가 확산되기 시작하고 있음
- 클라우드 서비스 이용률이 아직 낮은 관계로 역설적으로 향후 성장 잠재력이 큰 시장이므로 우리 클라우드 서비스 시장의 진흥을 위한 대책을 다각적으로 마련하고 이러한 중국업체들의 공세에 대비하여야 할 것으로 보임

3) 2013 한국미디어패널조사에서 조사한 이메일 이용 1순위 응답과 연계분석