

IT 트로이카 Apple, Google, Microsoft의 경쟁력 점검 -재무실적과 주가를 중심으로-

[목 차]

1. IT 대표기업 Apple, Google, MS는 서로 유사한 서비스를 출시함에 따라 유무선 전 분야에서 경쟁 영역 확대 중
2. ICT 업계의 최강자 MS를 추월직전까지 따라잡은 Apple
3. Apple은 차세대 패권을 두고 경쟁하는 Google도 압도
4. 아직 끝나지 않은 그들의 경쟁, 제2막의 장이 열리는 중

김 연 주(Kim, Yeun-Ju), koheln@kt.com

이 성 춘(Lee, Sung-Choon), may@kt.com

1. IT 대표기업 Apple, Google, MS는 서로 유사한 서비스를 출시함에 따라 유무선 전 분야에서 경쟁 영역 확대 중

□ 검색 및 광고, 모바일, 플랫폼 시장에서 세 기업의 본격적인 경쟁이 시작

- 온라인 검색 강자로 입지를 굳힌 Google은 모바일과 데스크탑 OS 영역으로 사업을 확장하는 중
- 데스크탑, 클라우드, SW, 모바일 단말 등 다방면에 진출한 MS는 가장 많은 사업분야에서 경쟁에 직면한 상태
- Mac, iPod, iPhone에 이어 iPad까지 시장안착에 성공한 Apple은 모바일 분야에서 Google과의 경쟁 심화를 겪는 중이며, 최근 광고 등 신규 분야로의 진출을 시도 중

주요 사업영역별 진출 현황								
구분	Google	Microsoft	Apple	구분	Google	Microsoft	Apple	
모바일 하드웨어	■		■	뉴스	■	■		
모바일 OS	■	■	■	지도	■	■		
모바일 App Store	■	■	■	RSS Reader	■	■	■	
모바일 애플리케이션	■	■	■	E-Mail	■	■	■	
뮤직 하드웨어		■	■	Ad Network	■	■	■	
동영상/음성/IM Chat	■	■	■	소셜 네트워킹	■	□		
Office Suite	■	■	■	온라인 상거래	■	■	■	
동영상 콘텐츠	■	■	■	Music Store		■	■	
웹 브라우저	■	■	■	온라인 동영상 렌탈	□	■	■	
데스크탑 OS	□	■	■	기업용 SW	■	■	■	
Photo Storage	■	■	■	게임 SW		■	■	
온라인 검색	■	■		게임 HW		■		
캘린더	■	■	■					

(출처 : Strabase, 2010년 2월)

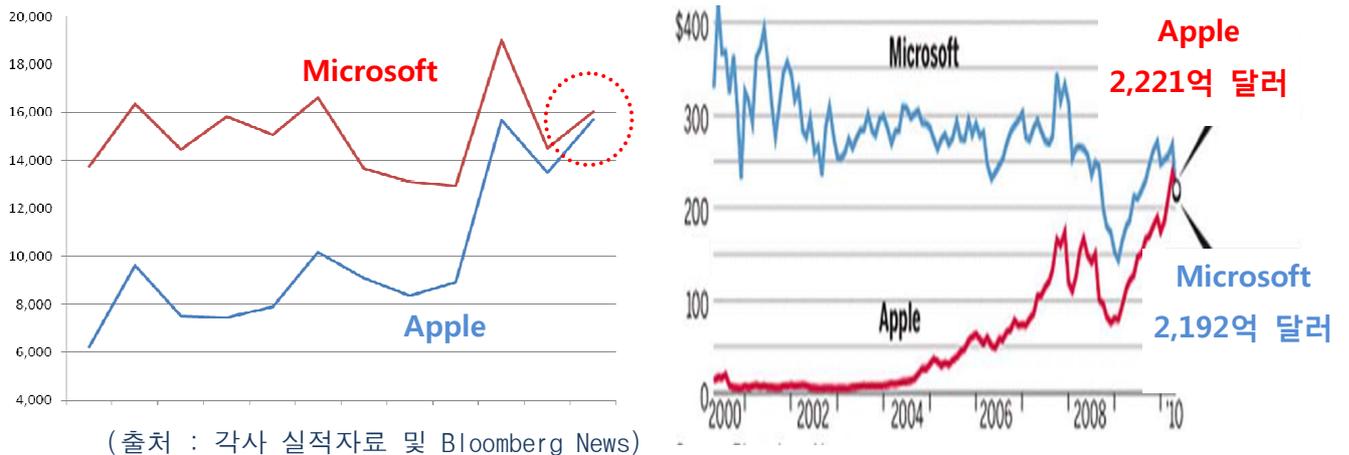
□ 다르지만 같은 길을 가는 세 기업의 실적 및 주가 비교를 통해 각 사의 경쟁력과 미래 성장 가능성에 대해 조명해 보고자 함

2. ICT 업계의 최강자 MS를 추월직전까지 따라잡은 Apple

□ 매출에서는 거의 같지만 주식 시가총액에서는 이미 MS를 추월

- Apple은 매출액에서 2009년 이후 MS와의 격차를 좁혀오고 있으며, 시가총액으로는 지난 5월 MS를 추월하고 Exxon에 이어 미국 내 2위로 등극

[MS와 Apple의 매출 및 시가총액 추이]

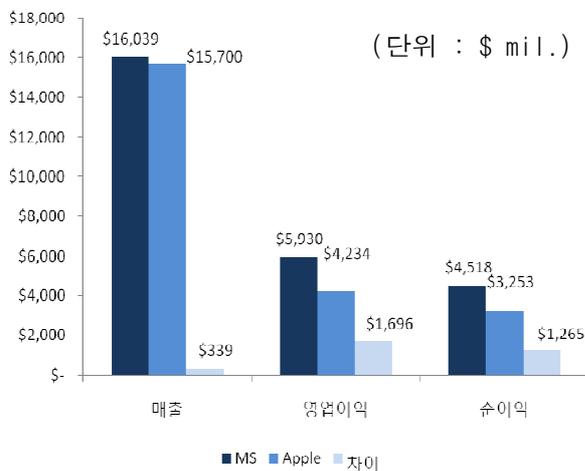


- 그러나 금년 2분기 기준으로 MS는 여전히 매출액(\$ 339 mil.)과 영업이익(\$1.7 bil.), 영업이익률(10%p) 차이로 Apple을 앞서고 있음

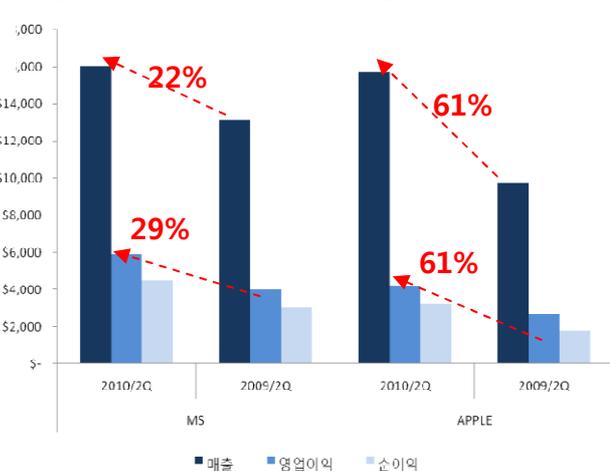
□ Apple은 성장성 지표에서도 MS를 큰 차이로 앞지르고 있음

- Apple은 매출과 영업이익에서 전년 동기대비 61%의 기록적 성장을 기록
- 절대적 매출액과 영업이익 액수에서는 애플을 따돌린 MS이지만 각 부분의 성장률에서는 Apple의 1/3 수준을 기록하는 데 그침

[2010년 2분기 실적]



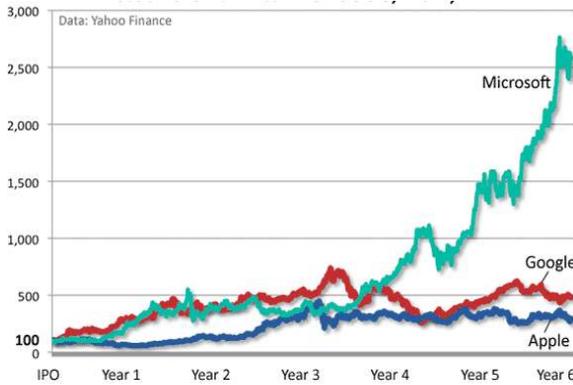
[전년 동기 대비 실적]



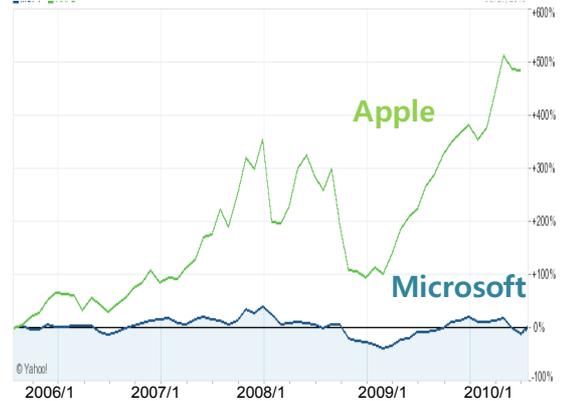
○ 시장의 상대적 성장분석에서도 애플이 MS보다도 약 25배의 성장세를 기록

- 주식 상장 후 6년간 MS는 괄목할 성장을 달성하였으나, 최근 5년 동안에는 Apple이 약 500%의 성장을 달성한 반면 MS는 20%성장에 그침

[주식 상장 후 6년간 주가변동]



[최근 5년간 상대적 주식 수익률]



- 이는 Apple의 미래 성장가능성이 주식시장에 반영된 결과로 볼 수 있음

□ Apple의 주력상품은 전반적 판매호조로 고른 매출성장 기록 중

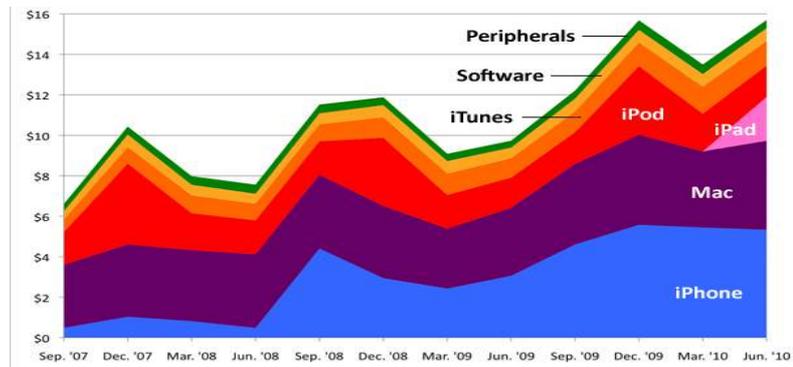
○ 매출 성장의 견인차는 전체 매출의 34%를 차지하는 iPhone

- iPhone 및 관련제품 매출은 전년 동기대비 74% 성장한 약 53억달러를 기록하였으며 약 840만대가 판매된 것으로 집계됨

○ Apple의 새로운 수익원으로 등장한 iPad

- iPad는 출시 3개월만에 330여만대가 판매되어 약 22억달러의 매출을 발생
- 출시 3개월 만에 iPad는 전체 매출의 13.8%를 차지하였으며 판매대수에서는 이미 Mac을 앞지르고 있음
- iPad는 2010년에 100만~300만대, 2012년까지 2천만대까지 판매될 것으로 예측되어 Apple의 주요 수익원으로 자리잡을 것으로 보임

[Apple의 사업별 매출 현황]



(출처: Apple 실적자료)

○ Desktop과 Portable 컴퓨터도 판매 실적 호조로 매출 성장

- 전년 동기대비 매출은 Desktop 부분이 15%, Portable은 40% 성장
- iPod은 판매대수가 감소하였으나 여전히 1백만대 가까이 판매되고 있음

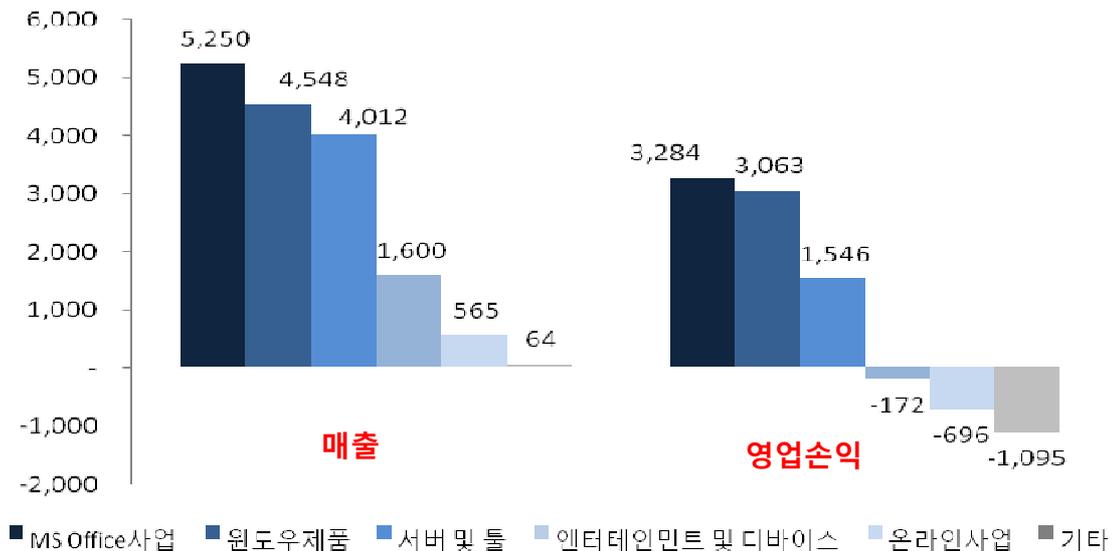
○ 그 외 iTunes Store(27%), 기타 하드웨어 및 소프트웨어도 고른 매출 성장

□ MS는 매출편중 및 비PC 부문의 손실로 성장성이 낮다고 평가

○ MS 성장은 매출 86%를 차지하는 Windows, Office 및 Server부문이 주도

- 최근 세계 PC 출하량 증가와 새로 출시된 Windows 7 및 Office 2010의 판매 실적이 동반 상승함으로써 매출 성장을 주도
- Server & Tools 구분 매출 역시 전년대비 14% 증가하며 매출성장에 기여

[2010년 2분기 MS 사업부문별 실적] (단위:백만달러)



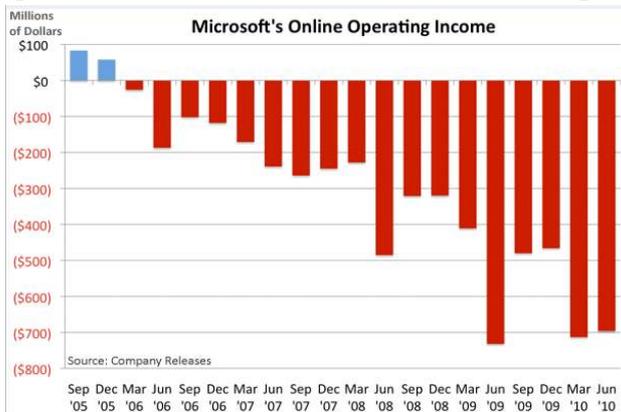
○ Bing 및 광고사업에서의 대규모 투자손실은 온라인 부문의 누적 손실을 초래하여 성장 모멘텀에 부정적 영향

- Bing은 \$ 8 mil의 마케팅 비용을 투자하고도 수익창출 및 시장점유 확대에 실패

○ Xbox의 판매호조에 불구하고 Windows Mobile의 어두운 미래는 결국 엔터테인먼트 & 디바이스 부문의 손실을 야기

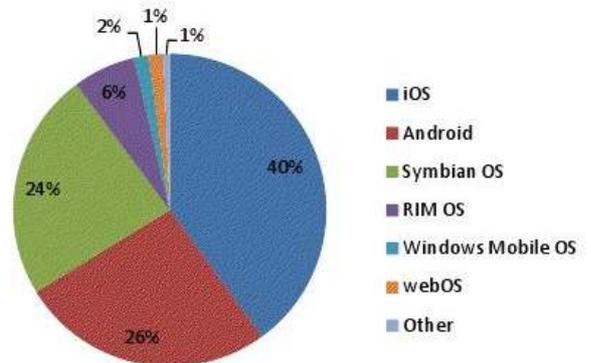
- Windows Mobile OS는 Apple 및 Android의 약진 속에 부진을 면치 못해 5월 현재 시장점유율은 2%대 미만에 불과
- Windows Mobile을 탑재하여 야심차게 출시한 스마트폰 KIN은 출시 3개월 동안 8천대 판매라는 저조한 실적으로 단종과 함께 2억 4천만 달러의 손실 기록

[MS의 온라인 사업부문 영업손실 추이]



(출처 : Business insider, chart of the day, 2010.6)

[2010년 5월 모바일 OS 점유율]



(출처 : Admob, 2010.7)

□ **종합적으로 MS는 영업이익률에서 10%p 앞서고 있지만 주가 관련 지표들을 통한 투자매력도 측면에서는 Apple이 우량**

- MS는 Apple에 비해 SW에 치중한 기업으로 사업자체의 영업이익이 높음
 - HW 제조업과 SW제조업은 사업구조의 차이로 인해 영업이익의 규모도 다름
 - 두 기업의 영업이익률 차이는 영업효율의 차이보다 사업구조의 차이에서 발생
- 2분기 EPS(주당순이익)는 Apple이 MS에 비해 6배 가량 높음
 - 주식 1주당 벌어들인 순이익은 MS는 \$0.51, Apple은 \$3.51을 기록
 - 주당 순이익이 높은 Apple이 주주에게 주는 가치 측면에서도 효율적인 기업
- PER 역시 Apple이 MS 보다 약 3배 높은 투자 매력도를 보이고 있음
 - 각 사의 실적발표일 증가를 기준으로 계산한 PER은 Apple이 71.5배로 MS에 비해 약 2.8배 높은 수준
 - Apple : $\$251/\$3.51 = 71.5$ 배, MS : $\$25.81/\$0.51=50.6$ 배
 - 주가가 주당순이익의 몇 배인지를 보여주는 PER는 주식투자의 선택기준

3. Apple은 차세대 패권을 두고 경쟁하는 Google도 압도

□ **구글은 혁신제품 출시와 신규BM 창출에 어려움을 겪고 있지만 Apple은 파괴적 혁신제품을 지속적으로 출시하며 시장 주도 중**

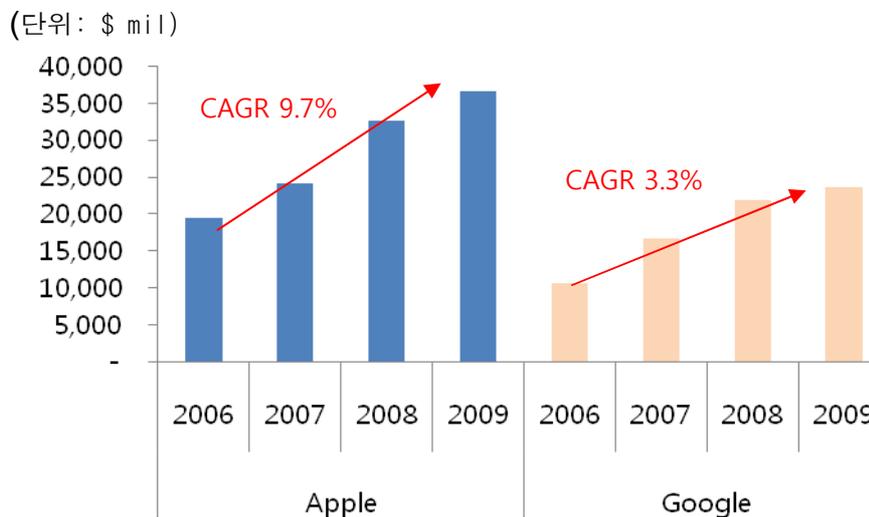
- 애플은 iPod, iPhone에 이어 금년 iPad라는 혁신적 상품을 계속 출시하며 단기 매출성장 뿐 아니라 기업의 미래가치 기대치도 상승시키고 있음
 - Apple의 기업가치 상승은 신제품의 성공적 출시와 더불어 반복적으로 상승하는 패턴을 보여주고 있음

[Apple과 Google의 평균 주식 투자수익률 자료]



- Google도 MS에 비해서는 상대적으로 우수한 실적을 보여주고 있으나 Apple의 성장세에 비해서는 미미한 성과를 기록 중

[Apple과 Google의 수익 추이]



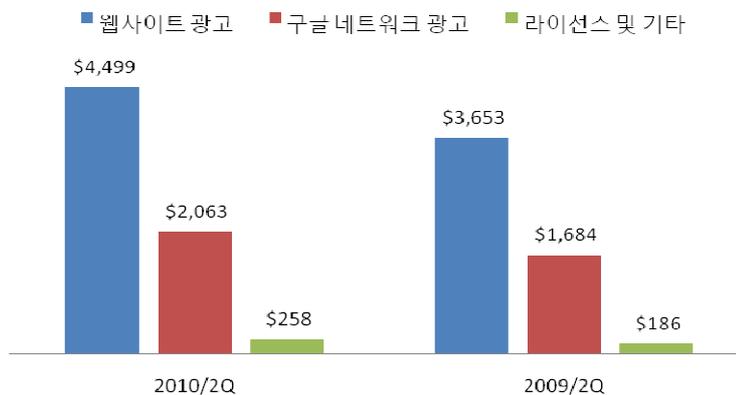
- 구글 주가는 2008년 이후 하향하고 있으며 다수의 애널리스트가 수익의 지속성과 혁신적 신상품 출시의 불확실성에 감점을 부여
- Google의 높은 영업이익률에도 불구하고 시장의 컨센서스는 Apple에게 상대적으로 더 높은 가치를 부여

- 금융위기를 제외할 경우, Apple은 iPhone 출시 후 지속적으로 수익률이 상승한 반면, Google은 2008년의 최고점을 하회하며 오히려 하향추세

○ 특히 Google의 <수익의 지속 가능성 여부>와 <신상품 출시의 불확실성> 등은 애널리스트들이 구글에 대해 부정적 컨센서스를 형성하는 주요인임

- 특히 매출의 97%가 광고에서 발생하는 편중구조는 다양한 상품을 통해 매출을 창출하는 Apple과 대비되는 점임

[Google 매출 구조 (단위: \$mil.)]



○ App 기반 및 SNS 가입자 기반 광고가 부상하며 Google의 BM과 충돌

- 스티브 잡스의 말처럼 모바일에서 앱기반 브라우징이 대세가 되며 모바일 검색 시장의 성장성이 크지 않을 것이란 전망이 대두
- 실제 Apple은 앱기반 광고로 하반기 모바일 광고시장의 약 50%를 수주하는 놀라운 실적을 보여주고 있음
- 5억명의 회원을 가진 Facebook과 1억의 가입자를 가진 Twitter 회원들의 검색이 SNS 사이트 내에서 이루어지며 웹 트래픽의 상당부분을 잠식하며 Google의 검색 기반 광고 BM에 큰 영향을 줄 것으로 전망됨

○ 검색시장에서 Google의 독보적인 지위에 따른 독점 우려가 커지고 있는 것도 회사에 부담으로 작용

4. 아직 끝나지 않은 그들의 경쟁, 제 2 막의 장이 열리는 중

□ 2010년, 경쟁 1막에서의 승자는 Apple

- Apple은 지속적 혁신제품 출시로 최고의 성과를 보이며 기존의 패자인 MS를 따라 잡고 차세대 패권경쟁자로 지목되어 온 Google의 성과도 압도
- MS는 검색과 모바일 시장에서 괄목할 성과를 보여주진 못하였으나, 주력

사업의 꾸준한 성장을 통해 안정적인 실적 성장은 달성

- Google은 높은 매출과 이익에도 불구하고 성장의 지속성과 신성장 동력의 부재로 시장에서 낮은 평가를 받음

□ 경쟁 2막은 미래 성장 동력의 확보 여부가 관건이 될 것

- 세 기업은 최근 IT 기업 인수를 통해 핵심 역량 강화를 노리는 중
 - Apple은 모바일 칩, 애플리케이션, 광고 등 타 영역의 주도권 확보를 위한 공격적 인수전에 돌입
 - Google은 검색과 광고 시장의 강화와 함께 사업 포트폴리오 확대를 위한 다 방면의 기업 인수 시작
 - MS는 OS와 오피스 외에 게임과 SNS 서비스 사업 확대를 위한 기업 인수에 몰두
- 세 기업의 인수 경쟁은 스마트폰 및 스마트TV 등 멀티 디바이스 시대를 위한 플랫폼 및 신성장 동력의 확보를 위한 것
- 기업 인수를 통해 강화된 역량을 보유할 세 기업의 경쟁은 향후 더욱 치열한 양상을 낳을 것으로 예상됨