

2023. 1. 12

[국내 기업]

실리콘 밸리에서 인정받은
머신러닝 애드테크 스타트업, 몰로코의 모든 것

Copyright©ROA Intelligence, Inc.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means—electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise—without permission. This document provides an outline of a presentation and is complete without the accompanying oral commentary and discussion.



1. 기업 개요

주식회사 몰로코(이하 몰로코)는 2014년 11월 설립된 모바일 광고 기반의 머신러닝 솔루션 기업입니다. 유튜브(YouTube)의 추천 알고리즘을 개발하였던 안익진 대표가 2013년 미국 실리콘 벨리에 몰로코 본사를 세웠으며, 현재는 서울, 런던, 북경 등 전 세계 9개 지사를 두고 있습니다.

몰로코는 매년 90% 가량의 매출 성장을 달성하며, 모바일 광고 기술 분야의 대표 기업으로 자리매김하고 있습니다. 몰로코 솔루션은 고객사가 보유한 소비자의 앱 이용 행태를 인공지능(AI)으로 분석하여 맞춤형 광고를 제공하는 수익화(Monetization) 모델에 기반을 두고 있습니다.

국내외 유명 퍼블리셔의 558만 개의 앱을 통해 매월 전 세계 100억 명 이상의 모바일 이용자에게 도달하는 광고를 처리 중입니다.

| | | | |
|------|--------------------|------|------------------|
| 산업 | 광고 대행업 | 대표자 | 안익진 |
| 기업구분 | 중소기업 | 설립일 | 2014.11.01 |
| 자본금 | 19.4억 원 (2021년 기준) | 매출액 | 127억원 (2021년 기준) |
| 주요사업 | 머신러닝 기반 광고 집행 플랫폼 | 상장여부 | 비상장 |

- 투자 유치 내역: 총 투자 유치 금액 약 2억 달러(한화 약 2,355억 원)

몰로코는 2013년 10월 개인 투자자로부터 45억 원 규모의 시리즈 A 라운드 투자를 받았으며, 2018년 5월 시리즈 B 라운드에서는 디에스씨인베스트먼트, 스마일게이트인베스트먼트,

삼성벤처투자 등 6개 투자사로부터 120억 원을 유치하였습니다. 이후 2020년 10월에는 실리콘 벨리에 위치한 엘지테크놀로지벤처스로부터 시리즈 C 라운드 투자가 시작되었고, 2021년 5월 스마일게이트인베스트먼트와 삼성벤처투자, 신한투자증권으로부터 220억 원을 추가로 투자 받았습니다. 같은 해 8월에는 미국의 유명 기술 투자사인 타이거 글로벌 매니지먼트 주도로 1,734억 원 규모의 투자가 이루어졌습니다.

언론사와의 인터뷰에 따르면 시리즈 C 라운드 투자로 몰로코의 누적 투자 유치 금액은 총 2억 달러(한화 약 2,355억 원), 기업가치는 약 1.8조 원에 도달하여 설립 8년 만에 유니콘 반열에 올랐습니다. 한국인이 실리콘 벨리에 창업한 기업으로는 첫 번째 인공지능 기반 유니콘 기업입니다.

| 투자시기 | 투자 단계 | 투자금 | 투자사 |
|---------|-------|----------|---|
| 2013.10 | 시리즈 A | 45억 원 | 개인 투자자 |
| 2018.05 | 시리즈 B | 120억 원 | 디에스씨인베스트먼트, 스마일게이트인베스트먼트, 드레이퍼아테나, 미래에셋벤처투자, 케이티비네트워크, 삼성벤처투자 |
| 2020.10 | 시리즈 C | 비공개 | 엘지테크놀로지벤처스 |
| 2021.05 | 시리즈 C | 220억 원 | 스마일게이트인베스트먼트, 신한투자증권, 삼성벤처투자 |
| 2021.08 | 시리즈 C | 1,734억 원 | 타이거 글로벌 매니지먼트 |

출처: [로아인텔리전스](#)

2. 사업 현황

몰로코는 소비자의 앱 이용 행태를 인공지능 기술로 분석하여 맞춤형 광고를 제공합니다. 인터넷 검색 기록 등 민감한 개인정보 대신 앱 이용 시간, 사용 기기 등 비식별 정보만 활용하여 개인정보보호 이슈에 상대적으로 자유로운 것으로 알려져 있습니다. 몰로코는 도어대시(DoorDash), 스냅(Snap), 그랩(Grab) 등 대형 글로벌 고객사를 보유하고 있으며, 국내 기업 중에서는 넷마블, 우아한형제들(배달의민족), 위메프 등이 몰로코의 솔루션을 이용하고 있습니다. 고객사 확대와 더불어 몰로코의 매출액도 꾸준히 상승하는 추세입니다. 2013년 설립 이후 매년 약 90%의 매출 상승 및 9분기 연속 흑자를 기록해온 몰로코는 2022년도 기준 2억 달러 규모의 매출을 창출한 것으로 추산됩니다.

몰로코의 성장은 글로벌 광고 시장의 확대와 관련되어 있습니다. 예를 들어, 아마존(Amazon)의 2022년 3분기 광고 매출은 1년 전보다 25% 증가한 95억 5,000만 달러(한화 약 12조 1,065억 원)

규모입니다. 2023년에는 광고 매출이 아마존 웹 서비스(Amazon Web Services, AWS)의 클라우드 서비스 매출을 추월할 것이라는 전망도 제기됩니다. 온라인 광고·마케팅의 중요성이 점차 강조되며, 비용 효율적이고 최적화된 방식으로 광고를 운영할 수 있는 솔루션에 대한 수요 역시 점차 높아질 것으로 예측됩니다.

몰로코는 꾸준한 매출 증가를 바탕으로, 사업 확장 및 연구개발(R&D) 투자도 지속할 계획입니다. 2022년에는 전자상거래 기업이 보유한 소비자 데이터를 바탕으로 개인 맞춤형 광고를 제작하는 광고 솔루션을 강화하였습니다. 고객사는 몰로코 솔루션 도입을 통해 광고비 대비 매출액(Return On Advertising Spend, 이하 ROAS) 상승 효과를 직접적으로 누릴 수 있습니다. 예를 들어, “오늘의집” 서비스 운영사인 버킷플레이스는 2,000%, 지에스샵(GS SHOP)은 900%의 ROAS 상승 효과를 달성한 것으로 알려졌습니다. 한편, 몰로코는 2022년에만 1,000억 원 규모의 연구개발 투자를 실행하고, 전 직원 중 60% 이상을 개발자로 운영하는 등 기술 중심 경영을 이어 나가고 있습니다.

2022년 글로벌 광고 성과를 평가하는 “싱글러 ROI 인덱스(Singular ROI Index)”에서 구글(Google), 메타(Meta)에 이어 세계 5대 광고 네트워크로 선정된 몰로코는 구글 클라우드 고객어워즈 수상, 코리아 대표 AI 스타트업 선정, 과기정통부 장관상 수상 등 대외적인 공신력도 쌓고 있습니다.

3. 주요 서비스 및 성과 추이

1) 주요 서비스

몰로코는 머신러닝 엔진을 중심으로 고객사 광고·마케팅을 최적화할 수 있도록 지원하며, “몰로코 클라우드 DSP”와 “몰로코 리테일 미디어 플랫폼(RMP)” 두 가지 제품을 기반으로 서비스를 제공합니다.

- 몰로코 클라우드 DSP



몰로코는 자체 개발한 머신러닝 엔진을 바탕으로 광고 자동화 플랫폼 “몰로코 클라우드 DSP(Moloco Cloud DSP)”를 제공하여, 기업의 손쉬운 해외 진출 및 글로벌 마케팅을 지원합니다. 광고주는 구글 클라우드를 기반으로, 모바일 앱 광고 인벤토리를 프로그래매틱 방식으로 구매할 수 있습니다. 고가치의 사용자를 확보할 수 있는 예측 모델을 통해, 고객사는 마케팅 캠페인 실적을 효율적으로 개선할 수 있습니다. 아울러 광고 업계 최초로 도입한 “광고 입찰가 최적화(Bid Optimizer)” 기능과 광고 추적 제한 단말 대상으로도 타겟팅 광고를 집행할 수 있는 “LAT(Limit Ad Tracking) 타겟팅” 기술을 기반으로, 각 광고 거래소의 경매 가격 제도를 반영 및 광고 입찰 금액을 자동으로 조정하여 광고 비용 낭비를 줄여줍니다.

몰로코 클라우드 DSP는 기존에 구글, 아마존, 메타 등 글로벌 대기업을 중심으로 운영되던 광고 퍼포먼스 관리 기능을 소규모 기업들도 이용할 수 있도록 제공하였다는 데에 의의가 있습니다. 퍼포먼스 마케팅이 주요 성장 전략인 다양한 업종의 기업들이 몰로코 솔루션을 채택하며, 게임, 이커머스, 소셜 미디어, 핀테크, D2C(Direct-to-Customer) 커머스에 이르기까지 적용 영역이 확장되는 추세입니다.

- 몰로코 리테일 미디어 플랫폼(RMP)

“몰로코 리테일 미디어 플랫폼(RMP)”은 온라인 리테일 및 마켓플레이스 기업이 보유한 퍼스트파티(First-party) 데이터와 트래픽 자산을 바탕으로 광고 비즈니스를 구축해 수익 창출을 돕는 솔루션입니다. 사용자의 구매 여정을 고려한 최적 판매 상품 노출로 구매 전환율을 상승시키고, 사용자의 쇼핑 경험 향상과 더불어 판매자 리텐션(retention) 및 ROAS 증가도 기대할 수 있습니다. 이커머스 플랫폼이 직접 광고를 운영하여, 초개인화된 광고 캠페인을 실행할 수도 있습니다.

고객사의 퍼포먼스 마케팅은 몰로코의 솔루션을 통해 직관적으로 데이터를 확인하고 활용할 수 있습니다. 마케터가 인하우스로 직접 캠페인을 운영하고, 노출 단위 데이터를 투명하게 확인할 수도 있습니다. 몰로코 리테일 미디어 플랫폼은 특히 데이터 사이언스 기술을 도입하는 것에

부담을 느끼는 초기 기업들이 효율적으로 광고 비즈니스를 구축하는 데에 도움이 됩니다.

- 몰로코 엔진

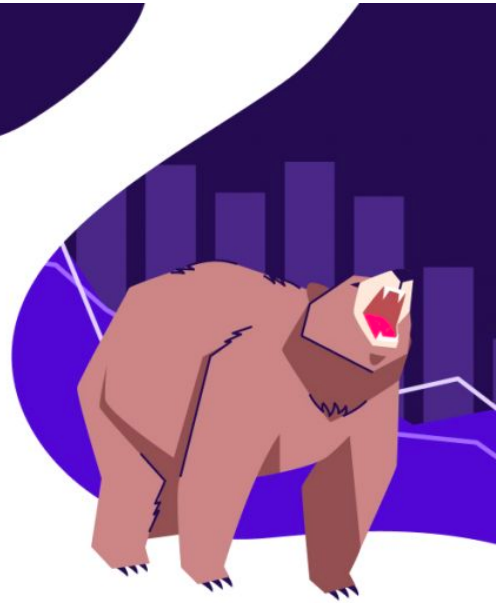
몰로코의 머신러닝 엔진은 1시간 간격으로 업데이트되는 딥 뉴럴 네트워크(Deep Neural Networks, DNN) 모델을 통해 실시간으로 광고를 최적화합니다. 머신러닝 예측 엔진은 고객 행동 관련 비식별 데이터 등 여러 데이터를 분석하여 광고 송출 여부를 결정합니다. 몰로코는 전 세계에서 들어오는 초당 500만 개 이상의 광고 요청을 100밀리세컨드(ms) 내에 분석하여 광고를 거래합니다. 이러한 몰로코의 머신러닝 알고리즘은 개발자가 사용 가능한 인프라 형태로 제공되며, 고객사는 모바일 비즈니스의 광고 기능 강화를 위해 이를 활용할 수 있습니다.

추가적으로, 몰로코는 온라인 동영상 서비스(Over-the-Top, OTT)를 위한 맞춤형 광고 솔루션도 개발 중인 것으로 알려졌습니다. 넷플릭스(Netflix)를 중심으로 광고 기반 무료 스트리밍 서비스(Free Ad-Supported Streaming TV, FAST) 도입이 가속화되는 만큼 동영상 서비스 이용자 대상 광고 시장을 선점하겠다는 의도로 보입니다.

2) 사업성과추이

몰로코는 미국 내 초고속 성장 민간기업에 순위를 매기는 'Inc. 5000 2022' 리스트에서 95위, 광고·마케팅 기업 중 9위, 캘리포니아 기업 중 15위, 샌프란시스코 기업 중에서는 5위를 기록하였습니다. 그 밖에도 온라인 광고 벤더의 성과를 측정하는 세 가지 글로벌 인덱스를 통해 몰로코의 사업 성과를 엿볼 수 있습니다.

- 앱스플라이어(AppsFlyer) 퍼포먼스 인덱스



*베어 마켓(bear market): 경기 침체기

전 세계 580개 미디어 소스와 1만 6,000개 앱 등을 분석하여 모바일 마케팅 솔루션에 대한 다양한 카테고리별 성과 순위를 발표하는 “앱플라이어 퍼포먼스 인덱스(AppsFlyer Performance Index)”는 앱 마케터들이 신뢰하는 모바일 광고 업계의 성적표로서, 전 세계의 모바일 미디어 소스 퍼포먼스를 보여주는 지표입니다. 몰로코는 2018년 이후 앱플라이어 퍼포먼스 인덱스에서 꾸준히 우수한 평가를 받고 있습니다.

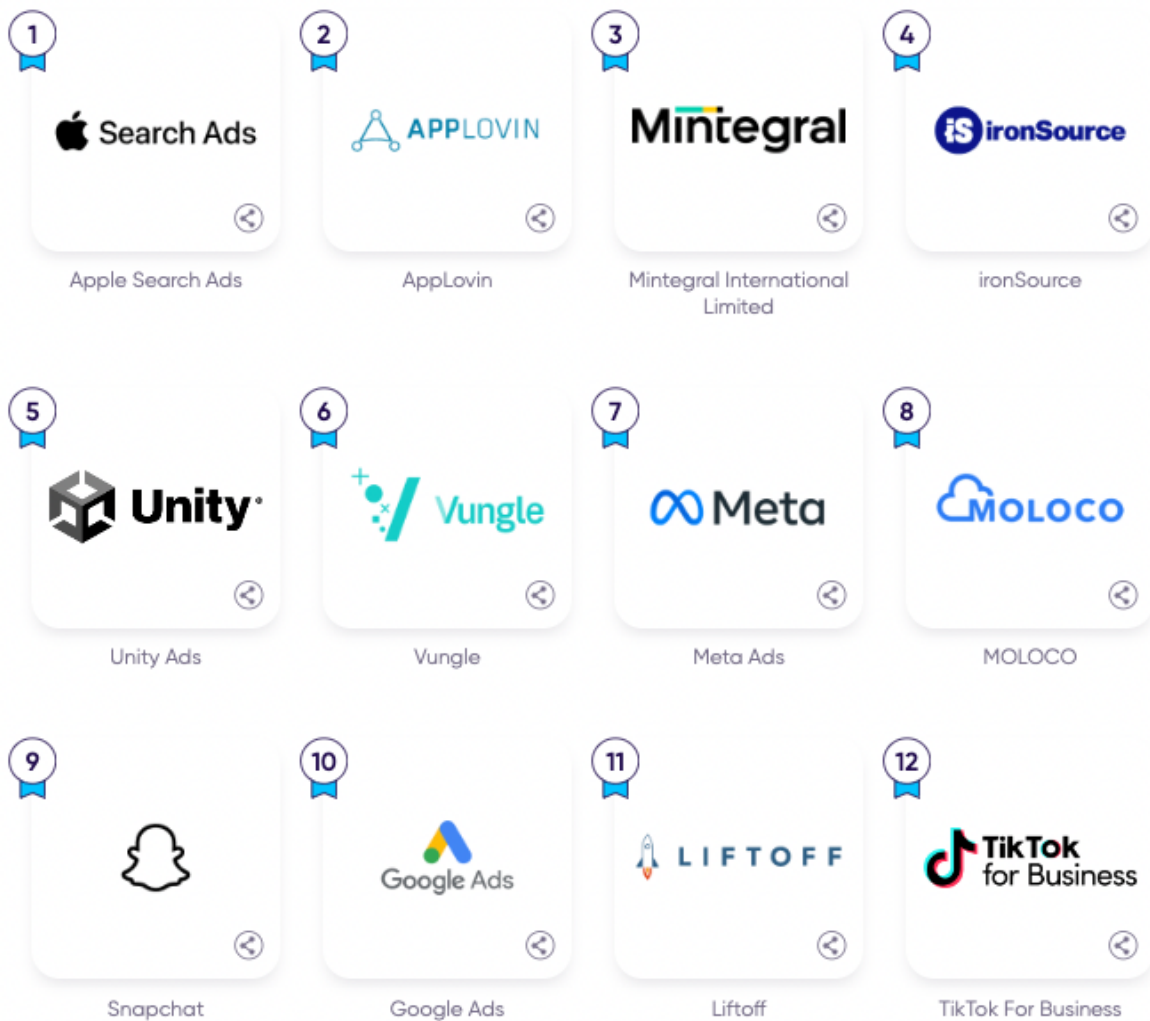
2018년 발표한 “2017 퍼포먼스 인덱스”에서 몰로코는 한국계 애드테크(Adtech) 기업 최초로 글로벌 TOP 10에 진입하였습니다. 애드테크란, 인공지능, 빅데이터, 딥러닝 기술 등을 통해 소비자의 성향을 분석하여 개인 맞춤형 광고를 제공하는 기법을 통칭합니다. 2019년 하반기 전 세계 성장세 순위에서는 5위로 선정되었으며, Growth(성장: 총 앱 설치 수, 앱 당 평균 설치 수 등 기준), Power(효과: 리텐션 및 설치 수 통합 기준), Volume(수량: 총 고객 수 및 앱 설치 수 등 기준) 랭킹 전반에 걸쳐 많은 카테고리별 지역에서 상위 선정되었습니다.

아울러, 2020년 전 세계 리텐션 파워 랭킹에서는 9위, 비게임 리텐션 부문에서 5위, 성장세 순위 6위, 퍼포먼스 파워 랭킹 10위를 차지했으며, 이외에 다수의 카테고리에서 10위 안에 이름을 올렸습니다. 2021년 3월 기준, 리텐션 부문에서 글로벌 파워 랭킹 전체 7위를 기록하며 구글 마케팅 플랫폼(Google Marketing Platform)을 앞질렀고, 글로벌 인 앱 구매 부문 파워 랭킹에서는 전체 11위, 인 앱 광고 부문에서는 스냅챗(Snpachat)에 이어 10위를 차지했습니다. 그 외에도 게임/비게임 리텐션 등 6개 분야에서 글로벌 파워 랭킹 10위 안에 랭크되었습니다.

앱플라이어 리텐션 순위

Sub Region: Global | OS: iOS | Industry: All Categories | Category: All Categories

Power ranking | Volume ranking



2022년에는 iOS 리텐션 부문에서 스냅챗을 제치고 파워 랭킹 8위, 볼륨 랭킹 9위에 올랐으며 SKAN(StoreKit Ad Network) 순위에서도 메타, 틱톡(TikTok), 트위터(Twitter) 및 유니티(Unity) 등 기존 강자들과 어깨를 나란히 하였습니다.

- singlar(Singular) ROI 인덱스



싱글러는 마케팅 인텔리전스 및 분석 플랫폼으로, 전 세계 광고 파트너와 연동하여 앱 마케팅 데이터를 추적하고 분석하고 있습니다. 싱글러에서 발표하는 “싱글러 ROI 인덱스(Singular ROI Index)”는 모바일 광고 네트워크를 대상으로 100억 달러의 광고 지출에 대한 투자 대비 수익률(Return On Investment, 이하 ROI)을 분석하는 연간 연구 보고서입니다. 싱글러 ROI 인덱스는 30억 건 이상의 앱 설치를 분석하여, 광고 집행 금액 및 광고 기여도를 측정합니다. 구체적으로, 광고 비용과 프로드(Fraud) 비율, 도달 범위, 리텐션 등 마케팅의 핵심 변수들을 평가하여, 모바일 광고 산업 전반에 대한 통찰력을 제공하고 있습니다.

물로코는 2020년 2월, 9개 부문에서 싱글러 인덱스 랭킹에 이름을 올렸고, “최고 미디어 소스”로 선정되었습니다. 2021년 2월에는 ROI, 리텐션, 프로드 등을 아우르는 전체 27개의 지표 중 21개 부문에 최고 미디어 소스로 이름을 올리며, 종합 순위 상위 7대 광고 네트워크(ad network)로 선정되었습니다.

By individual companies

| Rank | Ad network | Number of rankings |
|----------|------------------|--------------------|
| 1 (tie) | AdSense | 24 |
| 1 (tie) | Meta | 24 |
| 3 | ironSource | 23 |
| 4 | TikTok | 22 |
| 5 (tie) | LIFTOFF | 21 |
| 5 (tie) | MOLOCO | 21 |
| 7 | Unity | 20 |
| 8 (tie) | APPLOVIN | 20 |
| 8 (tie) | Snapchat | 20 |
| 10 | Twitter | 19 |
| 11 (tie) | AARKI | 12 |
| 11 (tie) | Apple Search Ads | 12 |
| 13 | Tapjoy | 11 |
| 14 | Vungle | 10 |
| 15 (tie) | BlueStacks | 9 |
| 15 (tie) | MISTPLAY® | 9 |
| 17 (tie) | adjoe | 6 |
| 17 (tie) | Blind Ferret | 6 |
| 19 (tie) | digital turbine | 5 |
| 19 (tie) | Mintegral | 5 |

2022년에는 전 세계 광고 네트워크의 종합적인 성과를 기준으로 1위를 달성한 구글과 메타에 이어, 공동 5위에 오르며 유니티와 스냅챗, 트위터보다 좋은 성과를 보여주었습니다.

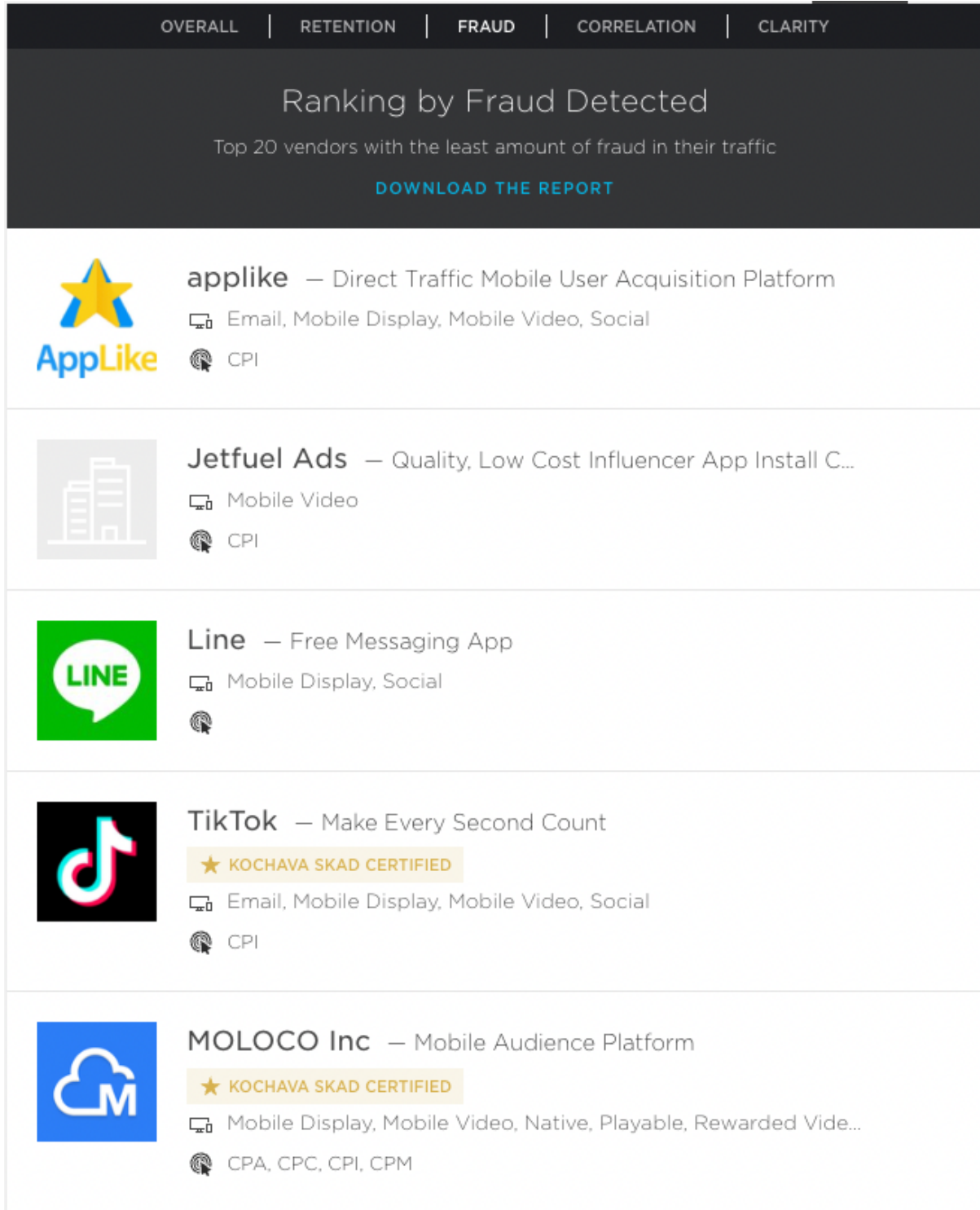
- 코차바(Kochava) 트래픽 인덱스



“코차바 트래픽 인덱스(Kochava Traffic Index)”는 모바일 광고 집행 시 필요한 4가지 요소인 시그널 선명도, 프로드, 퀄리티, 상관관계 매트릭스를 지역, 플랫폼 및 카테고리별로 평가해주는 지표입니다.

몰로코는 해당 지표에서 2018년 10월 전체 미디어 파트너사 부문 7위에 이름을 올렸고, 부정 광고 없는 매체 카테고리에서 5위, 북미와 아시아 지역 1위, iOS와 여행 카테고리에서 2위를 차지했습니다. 2020년 상반기 “시그널 선명도(Signal Clarity)” 카테고리 내 “임프레션(Impression)” 부문에서 전체 최고 미디어와 최고 광고 구매 플랫폼(DSP)으로 선정됐으며, “부정 광고 방지(Fraud Detected)” 카테고리 등 코차바 트래픽 인덱스 내 9개의 퍼포먼스 카테고리에서 언급되었습니다.

코차바 인덱스의 광고 벤더 랭킹에 따르면, 2023년 1월 기준 4가지 카테고리에서 몰로코가 글로벌 TOP 20위 내에 있으며, 특히 부정 광고 방지 부문에서 5위를 기록하며 성과를 증명하였습니다.

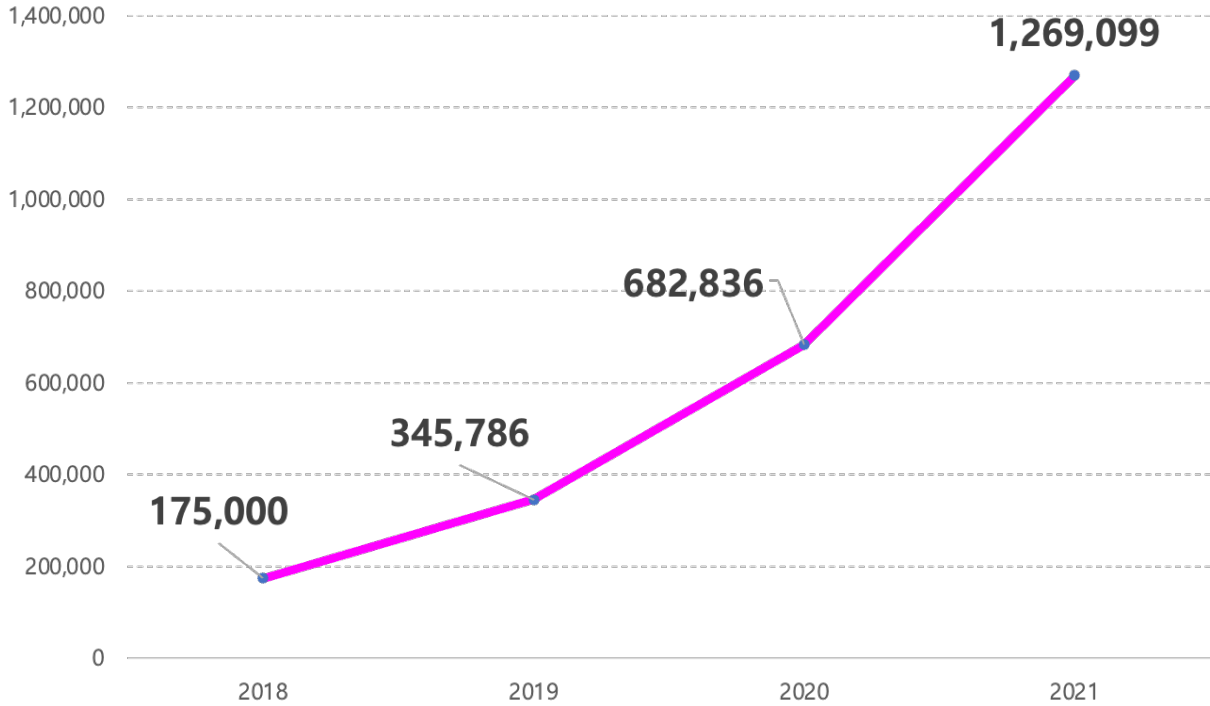


3) 재무제표 분석

- 총 매출액, 영업이익 추이

| (단위: 만 원) | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------|---------|---------|---------|-----------|
| 총 매출액 | 175,000 | 345,786 | 682,836 | 1,269,099 |
| YoY 증가율 | - | 98% | 97% | 86% |

총 매출액 (단위: 만 원)



출처: 로아인텔리전스 (몰로코 공시 자료 재가공)

*단위는 만 원이며 천 원에서 반올림하였음

몰로코의 매출액은 2018년 약 18억 원에서 2019년 35억 원, 2020년 68억 원, 2021년 127억 원으로 7배 이상 성장하였습니다. 매년 약 2배 가량의 매출액 증가를 기록하며, 꾸준한 성장세를 보여주고 있습니다. 2018년 1억 2,000만 원의 영업손실이 있었지만, 2019년에는 1억 8,105만 원의 영업이익을 기록(영업이익률 5%)하여 흑자 전환에 성공하였습니다. 이듬해에 다시 2,369만 원의 영업손실이 발생하였으나, 2021년 17억 원 이상의 영업이익을 기록하여 흑자를 달성하였습니다. 2022년에도 2배 이상 매출이 증가한 것으로 추산되어, 향후에는 안정적인 흑자 유지가 기대됩니다.

| (단위: 만 원) | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------|---------|---------|---------|-----------|
| 총 매출액 | 175,000 | 345,786 | 682,836 | 1,269,099 |
| 총 매출액 YoY 증가율 | - | 98% | 97% | 86% |
| 영업이익(손실) | -12,000 | 18,105 | -2,369 | 170,906 |
| 영업이익률 (매출액 대비) | -7% | 5% | -0.3% | 13% |
| 당기순이익(손실) | -4,148 | 20,836 | 17,607 | 187,779 |

출처: 로아인텔리전스 (몰로코 공시 자료 재가공)

*단위는 만 원이며 천 원에서 반올림하였음

미국을 비롯하여 9개 지사를 운영 중인 몰로코는 약 400명의 인력을 보유하고 있으며, 영업비용의 50% 이상을 급여로 지출하고 있습니다. 인력의 63%가 연구개발(R&D)에 투입되고 절반은 머신러닝과 데이터 사이언스에 주력하고 있습니다. 향후 600명 이상의 인력을 더 충원할 계획이라고 밝혔습니다.

2022년 8월 강남구 센터필드 건물에 아시아 지역 첫 단독 사무실을 확장 이전하며 인력 확장에 대비하고 있습니다. 또한 최근 1년간 경영진 3명과 부사장급 8명을 영입하는 등 사업 규모를 키우려는 움직임을 보이고 있습니다. 특히, 몰로코의 신임 최고사업책임자(CBO)로 임명된 수닐 라얀(Sunil Rayan)은 동영상 스트리밍 서비스 디즈니 플러스(Disney+)의 인도 사업인 “디즈니 플러스 핫스타(Disney+ Hotstar)” 사장직을 역임하였으며, 사업 확장 전문가로 알려져 있습니다.

| (단위: 만 원) | 2020 | | 2021 | |
|-----------|---------|---------|---------|-----------|
| 영업비용 | | 676,284 | | 1,098,195 |
| 급여 등 | 361,152 | | 722,644 | |
| 일용급여 | 20,938 | | 18,841 | |
| 퇴직급여 | 64,037 | | 63,510 | |
| 복리후생비 | 78,050 | | 122,251 | |
| 지급임차료 | 34,303 | | 37,825 | |
| 세금과공과 | 12,765 | | 5,973 | |
| 감가상각비 | 937 | | 24,303 | |
| 수선비 | 21 | | 15,875 | |
| 광고선전비 | 8,105 | | 14,438 | |
| 교육훈련비 | 900 | | 19,392 | |
| 지급수수료 | 21,513 | | 20,098 | |
| 경상개발비 | 49,190 | | - | |
| 소모품비 | 17,543 | | 21,199 | |
| 기타 | 6,830 | | 11,846 | |

출처: 로아인텔리전스 (몰로코 공시 자료 재가공)

단위는 만 원이며 천 원에서 반올림하였음

몰로코는 9분기 연속 긍정적인 현금 유동성 및 상각 전 영업이익(Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization, EBITDA)을 이어가고 있으며, 2022년에는 2억 달러 이상의 매출 집계는 예상됩니다.

4. 총평

1) 경쟁 업체 현황

2021년 모바일 마케팅 업계에 찾아온 가장 주목할 만한 변화 중 하나는 개인정보보호 규제 강화에 따른 애플(Apple)의 iOS 14.5 업데이트입니다. 사용자 대다수가 광고 추적 제한 기능(Limit Ad Tracking, LAT)을 활성화하며, 광고 퍼포먼스 향상에 있어 핵심이었던 광고주 식별자(ID for Advertisers, IDFA) 수집 및 활용이 어려워졌고, 정밀한 사용자 데이터를 제공하지 않는 애플의 어트리뷰션 프레임워크 SKAN(StoreKit Ad Network)이 iOS 디바이스의 표준 어트리뷰션 툴이 되며 마케터는 전례 없는 위기를 마주하게 되었습니다.

한편, 코로나19 팬데믹을 거치면서 산업 전반의 디지털 전환이 확산하고, 온라인 커머스 시장이 가파르게 성장하며 애드테크에 대한 관심 역시 높아졌습니다. 글로벌 투자정보 분석업체 마그나 글로벌(Magna Global)에 따르면, 2020년 기준 애드테크 시장 규모는 3,360억 달러로 추산됩니다. 이러한 기술·사회적 배경 하, 모로코 외에도 다양한 애드테크 기업들이 시장에서 경쟁하고 있습니다.

- 애플러빈(AppLovin)

“[애플러빈\(AppLovin\)](#)”은 2011년 미국 팰로앨토에 설립된 기업으로, 나스닥 상장사입니다. 모로코의 안익진 대표는 인터뷰를 통해 모로코의 주요 경쟁사이자 파트너사로 애플러빈을 언급한 바 있습니다. 애플러빈의 시가총액은 2023년 1월 기준 38억 5,000만 달러 수준으로 확인됩니다. 게임 앱을 중심으로 모바일 앱 성장을 위한 종합 솔루션을 제공 중인 애플러빈은 고객사 개발자들이 직접 자사 시스템에 연결하여 앱의 수익화, 분석 및 배포를 진행할 수 있도록 지원하고 있습니다.

개발자를 위한 솔루션

업계를 선도하는 솔루션으로 모바일 비즈니스 성장

AppLovin 엔드 투 엔드 소프트웨어는 수익 창출을 최적화, 데이터를 통한 의사결정 지원, 머신러닝 기술을 활용한 수익성 높은 유저획득 확보를 지원하며, 전 세계 유저에게 개인 맞춤형 사용자 경험을 제공할 수 있도록 돕습니다.

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>수익화</p> <p>앱 광고 수익 창출 가능성 극대화</p> | <p>Attract</p> <p>퍼포먼스 높은 크리에이티브로 최고의 마케팅 성과를</p> | <p>성장</p> <p>효율적인 유저 획득으로 앱 성장 가속화</p> | <p>측정</p> <p>강력한 애널리틱스 도구로 마케팅 퍼포먼스 최적화</p> |
|---|--|---|--|

애플러빈은 크게 6가지 제품 및 서비스를 제공하고 있습니다. 먼저 “앱디스커버리(AppDiscovery)”는 애플러빈의 독자적인 머신러닝 엔진을 통해 고가치 사용자 대상 퍼포먼스 마케팅을 실행하는 플랫폼입니다. 고객사는 ROI, ROAS 등 목표 지표를 설정하고 마케팅 성과를 관리할 수 있습니다. “맥스(MAX)”는 광고 수익을 극대화하기 위한 제품입니다. 맥스의 온디맨드 리포팅 도구를 통해 마케터는 퍼포먼스 측정 및 수익화 전략을 테스트할 수 있습니다. “애플러빈 익스체인지(AppLovin Exchange)”는 인앱 RTB(Real Time Bidding) 익스체인지로서 6만 개 이상의 앱과 150개 이상 광고 구매 플랫폼(DSP)을 연결합니다. 다음으로, “애플러빈 어레이(AppLovin Array)”는 엔드 투 엔드 앱

관리 프로젝트이며, 사용자들에게 최적화된 앱을 추천하여 수익을 창출하도록 지원합니다. 마지막으로, 고객사는 “어드저스트(Adjust)”를 통해 광고 기여 성과를 분석할 수 있으며, “스파크랩스(SparkLabs)”를 통해 고객사에 최적화된 광고 제작을 제공받을 수도 있습니다.

2020년 기준, 앱러빈 매출의 49%는 소프트웨어 관련 비즈니스에서, 51%는 소비자의 인앱 구매를 통해 발생하는 것으로 알려졌습니다. 2020년 14억 5,000만 달러 수준이었던 앱러빈 매출액은 이듬해 27억 9,000만 달러 규모로 증가하였으며, 2022년에는 약 29억 달러의 매출을 창출한 것으로 추산됩니다.

- 크리테오(Criteo)

“크리테오(Criteo)”는 2005년에 설립되었으며, 프랑스 파리에 본사를 두고 있습니다. 2010년에는 실리콘 벨리에 오피스를 설립하여, 2013년 기업공개(IPO) 후 나스닥 시장에 상장하였습니다. 상장 당시 2억 5,100만 달러를 모집하였으며, 2023년 1월 기준, 크리테오의 시가총액은 16억 7,000만 달러 수준입니다. 크리테오는 고객 모집, 리텐션 강화 및 리타겟팅을 위한 솔루션을 제공 중입니다.

현재 커머스 미디어 수요자 중심의 제품을 제공 중이나, 공급자 솔루션까지 확장할 예정입니다. 크리테오는 일일 활성 사용자 6억 8,500만 명에 대한 데이터를 바탕으로 새로운 고객에게 광고가 도달할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 자체 인공지능 엔진을 통해 더욱 관련성 높은 광고가 제시되도록 최적화가 진행됩니다.

모두를 위한 커머스 미디어를 만듭니다.

크리테오의 커머스 미디어 플랫폼은 마케터와 미디어 소유자의 고유한 요구 사항을 충족하는 다양한 솔루션을 제공합니다. 대규모 브랜드에서 소규모 리테일러까지, 크리테오의 플랫폼은 커머스 미디어를 통해 모두가 성공을 거둘 수 있도록 지원합니다.

| 수요측 | 공급측 |
|---|--|
| <p>커머스 맥스(Commerce Max) 대규모 브랜드, 리테일러 및 대행사가 커머스 미디어를 계획하고 어디에서나 구매할 수 있도록 지원하는 크리테오의 커머스 미디어 수요측 플랫폼입니다.</p> <p>→</p> | <p>커머스 월드(Commerce Yield) 대규모 리테일러와 마켓플레이스를 위한 크리테오의 리테일 미디어 네트워크 수익화 플랫폼입니다.</p> |
| <p>커머스 그로스(Commerce Growth) 퍼포먼스 마케터와 대행사가 지속적으로 신규 고객을 확보하고 기존 고객을 유지할 수 있도록 지원하는 솔루션입니다.</p> <p>→</p> | <p>커머스 그리드(Commerce Grid) 미디어 소유자를 위한 크리테오의 차세대 공급측 플랫폼입니다.</p> |

크리테오의 “커머스 맥스(Commerce Max)”는 리테일러, 브랜드 및 대행사를 단일 플랫폼으로 연결하여 오픈 커머스 생태계 전반에서 미디어 구매가 가능하도록 지원합니다. 마케터는 셀프서비스 구매 플랫폼을 통해 인터넷 매체사들을 선택할 수 있으며, 온·오프라인 리테일러의 퍼스트파티 데이터를 기반으로 고객 전환율 향상이 가능합니다. 한편, “커머스 그로스(Commerce Growth)”는 자동화된 광고를 통해 고객 획득 및 리텐션 목표를 달성하도록 지원하는

솔루션입니다. 2만 2,000여 광고주 및 매체사를 통해 축적한 세계 최대 규모의 오픈 커머스 데이터 세트를 기반으로 새로운 잠재 고객을 지속 타겟팅합니다. 아울러 데이터 기반 리텐션 전략을 통해 기존 고객이 지속해서 서비스에 방문할 수 있도록 유도합니다.

크리테오의 매출액은 2019년 약 22억 7,000만 달러에서 2020년 약 20억 7,000만 달러로 감소하였으나, 다음 해에는 다시 22억 5,000만 달러 수준을 회복하였습니다. 2022년 매출액은 약 21억 달러인 것으로 추산됩니다.





- 지니웍스(Genieworks)

2015년에 설립된 “지니웍스(Genieworks)”는 이커머스, 광고·마케팅 이벤트 플랫폼을 제공하는 국내 기업입니다. 2022년 6월, 90억 원 규모의 시리즈 B 투자를 성사한 지니웍스는 지금까지 110억 원의 투자금을 유치하였습니다. 시리즈 B 라운드 투자에는 LG유플러스가 전략적 투자자로, 한국투자파트너스와 티에스인베스트먼트가 재무적 투자자로 참여하였습니다. 각 투자사가 30억 원 상당의 전환상환우선주(RCPS) 신주를 인수하는 방식으로 투자가 진행되었습니다.

genieworks HOME ABOUT SERVICE NEWS CONTACT

자유롭고 창의적인 문화를 통해
다양한 서비스를 제공합니다.

창조적인 서비스 고객의 요구에 부합되는 최고의 서비스 제공하며
지니웍스 구성원과 고객이 함께 성장하고 성공하는 미래를 만들어 나갑니다.

| | | | |
|---|---|--|---|
|  SELLERD |  654 |  ADMERCE |  GENIE FUN |
| <p>셀러드는 매체사와 판매사를 연결시켜 새로운 수익화를 제공해주는 네트워크 커머스형 플랫폼입니다.</p> | <p>사용자의 소비패턴, 결제 이력 등의 데이터 분석을 통해 개인별 큐레이션 서비스를 제공합니다.</p> | <p>애드머스는 광고 기획부터 소재 활용 제작, 결과 확인까지 손쉽게 제작할 수 있는 셀프 서비스형 마케팅 플랫폼입니다.</p> | <p>지니펀은 게임형 리워드 이벤트를 제공해 락인효과 및 광고를 통한 추가 수익도 발생시킬 수 있는 이벤트 플랫폼입니다.</p> |

지니웍스의 “애드머스(ADMERCE)”는 광고 기획부터 소재 활용, 제작, 결과 확인까지 손쉽게 진행할 수 있는 서비스형 마케팅 자동화 플랫폼입니다. 특히, 게임형 광고를 도입하여 사용자들의 캠페인 참여율을 높였습니다. 애드머스는 100여 종의 일반 게임과 20여 종의 커스텀 게임을 제공 중이며, 고객사는 브랜드 로고나 상품을 등장시킨 마케팅 이벤트를 진행할 수 있습니다. 아울러, 400여 개의 이벤트 경품을 선택할 수 있으며, 자동 경품 추첨 및 배송 기능까지 제공합니다. 고객사는 애드머스의 통계 분석 기능을 통해 이벤트 진행 관리 및 효과 분석을 실행할 수 있습니다. 대표적으로 KB국민카드, 올리브영, 듀오 등이 애드머스를 통해 마케팅 캠페인을

진행하였습니다.

이 외에도 지니웍스는 커머스 네트워크 플랫폼 “셀러드(Sellerd)”와 개인별 큐레이션 서비스를 제공하는 모바일 커머스 플랫폼 “픽앤유니크(pick & uniq)”를 제공 중입니다. 지니웍스의 셀러드 플랫폼에는 3,000여 개의 셀러 및 100만여 개의 상품이 등록되어 있으며, LG유플러스, CJ ONE, 아이지에이웍스 등 20여 개의 매체사가 이용 중인 것으로 알려져 있습니다.

지니웍스의 매출액은 2021년 기준 290억 원으로, 전년 대비 480% 성장하였습니다. 같은 기간 직원 수도 60% 증가하였습니다. 지니웍스는 독창적인 커머스 네트워크 사업 모델 및 게임형 마케팅 이벤트 플랫폼 기반으로 빠르게 성장 중이며, 시리즈 B 라운드 투자금을 바탕으로 우수 인력 채용, 플랫폼 UI/UX 개선 및 사업 확장에 집중할 예정입니다.

2) 향후 전망

몰로코는 스타트업으로 출발하였음에도 건실한 재무 성과를 보여주고 있습니다. 최근 3년간 매출액이 약 90% 씩 성장하였고, 영업 흑자도 지속 발생하는 추세입니다. 기업 투자도 이어져 고급 인재 영입이 더욱 활성화될 전망입니다. 박세혁 공동창업자는 딥러닝 분야의 세계적 대가인 앤드류 응(Andrew Ng) 교수 밑에서 수학하였으며, 오라클(Oracle)에서 엔지니어로 근무한 경력이 있습니다. 인텔(Intel) 소프트웨어 부문 최고기술책임자(CTO) 출신 엔지니어, 넷플릭스(Netflix) 출신 인사 전문가 등 글로벌 기업에서 몸담았던 각계 전문가들도 몰로코로 영입되고 있습니다. 연 250만 원 수준의 자기계발비 지급, 자율근무제 등 실리콘 밸리식 복지와 상장 후 높은 차익을 실현할 수 있는 양도제한 조건부주식(RSU) 지급이 고급 인재 영입을 위한 주요 유인책으로 알려졌습니다.

향후 몰로코는 모바일 광고뿐만 아니라, 이커머스, 물류, 미디어, 공장 자동화 등 데이터 기반 수익화가 가능한 전 세계 디지털 기업 대상으로 “비즈니스머신러닝(BML)” 적용을 확대할 계획입니다. 비즈니스머신러닝이란, 몰로코에서 만든 용어로 비즈니스에 적용할 수 있는 머신러닝을 의미합니다. 대표적으로 몰로코 엔진을 들 수 있습니다. 매출의 90% 가량이 글로벌에서 발생하고 있으며, 데카콘 기업 다수를 고객사로 보유하고 있는 만큼 몰로코의 성장은 한동안 지속될 것으로 전망됩니다. 몰로코는 나스닥 상장을 계획하고 있다고 밝혔으나, 구체적인 시기는 공개하지 않았습니다.

5. 참고자료

- ["데이터 잘 쓰면 구글만큼 돈 번다...OTT 맞춤형 광고 서비스 내놓을 것"](#) (22.12)
- [\[AI 스타트업 100\] 구글·메타의 머신러닝 기술을 누구나 사용가능하게 만드는 몰로코](#) (22.10)

- [유니콘 '몰로코', 1734억 원 규모 시리즈 C 투자유치](#) (21.08)
- [앱스플라이어 퍼포먼스 인덱스 15차 에디션](#) (22.10)
- [몰로코 "올해도 R&D 1천억원 투입...성장 모멘텀 이어갈 것"](#) (22.08)
- ["3360억 弗 디지털 광고시장을 잡아라"... 국내 애드테크 스타트업 투자 활기 ↑](#) (22.06)
- [Moloco's strong ad performance recognized in the 2022 Singular ROI Index](#) (22.02)
- [몰로코, 딜로이트 테크놀로지 패스트 500 선정...혁신성 인정받아](#) (21.11)
- [지능정보산업인의 밤 첫 열려...몰로코, 과기정통부 장관상 수상](#) (21.11)
- [몰로코 안익진 대표, 2021 대한민국브랜드대상에서 한국의마케터상 수상](#) (21.10)
- [몰로코, 구글 클라우드 고객 어워즈 수상](#) (21.10)
- [몰로코, 1억 5000만 달러 규모 시리즈 C 투자유치 쾌거](#) (21.08)
- [실리콘밸리 거물, 구글·디즈니 떠나 한인 스타트업 합류한 이유](#) (22.08)
- [\[AI 기업\] 몰로코 "데이터를 돈으로 만들어줘...올해 매출 5천억"](#) (21.05)
- [Moloco continues their momentum with top rankings in AppFlyer's Performance Index](#) (21.03)
- [몰로코, 2년 연속 싱귤러 ROI 인덱스 '최고 미디어 소스'로 선정](#) (21.02)
- [몰로코, '앱스플라이어 퍼포먼스 인덱스' 서유럽 지역 성장세 1위 달성](#) (20.10)
- [몰로코, 2020 상반기 다수 모바일 광고성과 지표에서 상위권 등극](#) (20.04)
- [몰로코, 앱스플라이어 2019 퍼포먼스 인덱스 전 세계적인 성장세\(Global Growth\) 랭킹 5위 등극](#) (19.08)
- [몰로코, Kochava 선정 '북미-아시아 1위, 글로벌 7위' 미디어](#) (18.10)
- [몰로코, 앱스플라이어 퍼포먼스 인덱스 글로벌 TOP10 진입](#) (18.08)
- ["상장하면 대박"...인재 몰리는 몰로코](#) (22.07)