WHITE PAPER

글로벌 명상 시장과 명상 앱 시장, 한국 시장에서의 시사점

2020.12.22

mabo
마음보기 명상앱

TABLE OF CONTENTS

CHAPTER #1. 글로벌 명상 시장 조망

- 멘탈 웰니스의 시대, 더 각광받는 명상
- 명상에 열광하는 글로벌 기업과 CEO
- 세계 최대 명상 시장 미국에서의 명상 통계

CHAPTER #2. 글로벌 명상 앱 시장 현황

- 기술과 명상의 만남, 명상 앱 시장의 급성장
- 디지털 치료제로서의 마음챙김 명상

CHAPTER #3. 한국의 명상 시장 및 명상 앱 시장

- 국내 명상 시장 주요 현황
- 국내 명상 앱 시장 현황
- 마보 앱으로 본 한국인의 명상 통계

CONCLUSION

CHAPTER #1. 글로벌 명상 시장 조망

멘탈 웰니스의 시대, 더 각광받는 명상

전 세계적으로 명상 인구가 빠르게 늘고 있다. 점점 더 빠르고 복잡하게 변하는 사회에서 받는 스트레스와 불안감을 해소하고, 정신 건강 관리를 통해 삶의 질을 향상시키기 위한 방법으로 명상을 찾고 있는 것이다. 명상은 '눈을 감고 깊이 생각하는 것을 의미하며, 마음의 고통에서 벗어나 순수한 마음 상태로 돌아가기 위한 실천'이라는 사전적 의미를 가지고 있다.

2018 년 하버드 대학교에서 진행한 리서치 결과에 따르면, 민성 대장 증후군, 섬유 근육통, 건선, 불안, 우울증 및 외상 후 스트레스 장애를 비롯한 다양한 신체적 정신적 상태에 있는 사람들에게 명상이 큰 효과를 보이는 것으로 나타났다.[1] 이처럼 명상이 스트레스 해소, 기억력 향상, 수면의 질, 통증 완화에 도움을 준다는 사실이 과학적으로 입증되자 미국에서 가장 먼저 명상 열풍이 불었다. 여기에 故스티브 잡스, 오프라 윈프리, 빌 게이츠 등 유명 인사들이 명상을 통해 마음의 안정을 찾는다는 것이 대대적으로 알려지면서 명상이 더욱 일상으로 파고 들고 있다.

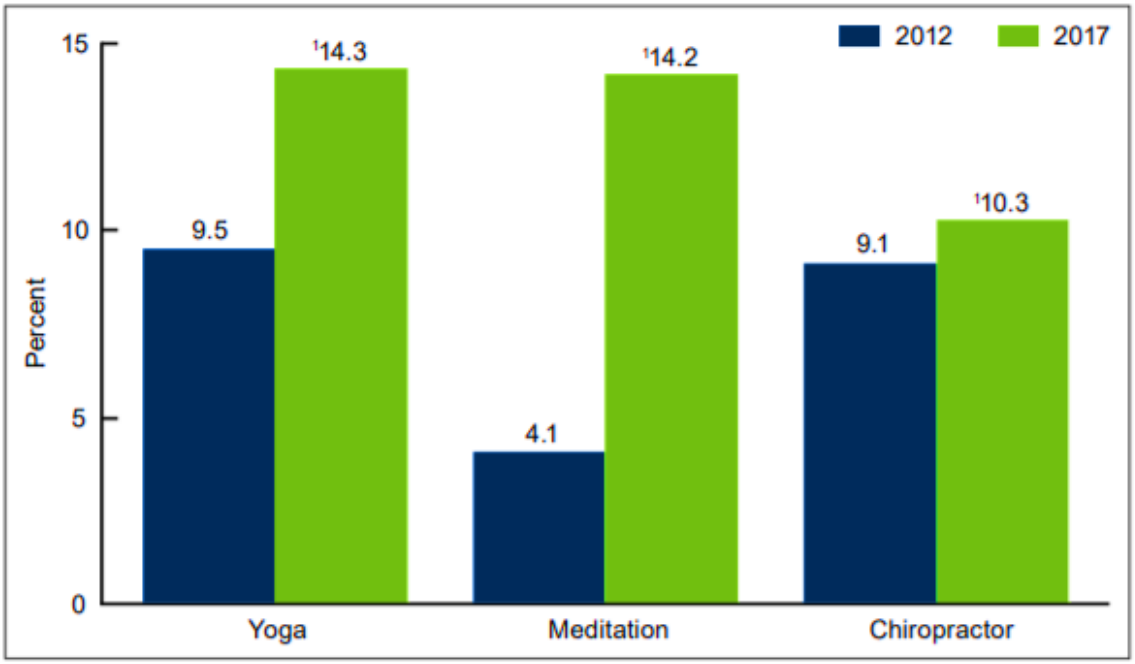
특히, 지금 이 순간에 일어나는 일에 어떠한 판단도 하지 않고, 지금 이 순간 일어나는 일들을 있는 그대로 받아들이며 통찰력을 키우는 명상법인 '마음챙김 명상'은 늘 마음이 분주하고 바쁜 현대인들에게 스스로 마음의 힘을 길러 일상을 더 행복하고 충만하게 살 수 있도록 돕는다. 명상, 요가, 먹기 혹은 걷기, 호흡, 자애, 바디스캔 등 다양한 활동을 통해 마음챙김 명상을 해 볼 수 있으며, 이를 통해 지금 이 순간에 존재하는 법을 연습하고 당면한 활동에 집중할 수 있다. 이러한 마음챙김 명상은 단순히 좋은 이야기를 들으며 이완이나 힐링을 하는 것이 아니라, 현실을 바라보는 관점을 바꾸는 인지훈련으로, 심리학과 뇌과학, 생리학 등 다양한 분야에서 그 효과가 입증되고 있다.

정신 건강에 대한 새로운 접근 방식을 주제로 글로벌 웰니스 서미트(Global Wellness Summit)에서 발표한 'Mental Wellness : Pathways, Evidence and Horizons(2018)' 리포트의 편집자이자 콜롬비아 대학교 및 옥스포드 대학교 게리 보데커 Gerry Bodeker 교수는 "명상이 점차 대중화되고 있으며, 우리 사회에 만연한 스트레스에 대응할 수 있다"고 강조했다. 특히 2020 년 코로나 19 의 발발로, 마음과 정신 건강을 위해 명상의 중요성이 더욱 부각되면서 명상 인구 관련 또한 더 유의미한

[1] https://news.harvard.edu/gazette/story/2018/04/harvard-researchers-study-how-mindfulness-may-change-the-brain-in-depressed-patients/

증가를 보일 것으로 예상된다. 이렇듯 전 세계적으로 수 백 명의 인구가 명상의 가치와 이점을 체감하고 있을 뿐 아니라 명상이 신체와 정신 건강에 미치는 긍정적인 영향이 과학적으로 증명되면서 명상이 전 세계적으로 가장 빠르게 성장하고 있는 주요 웰니스 트렌드로 부상했다.[2]

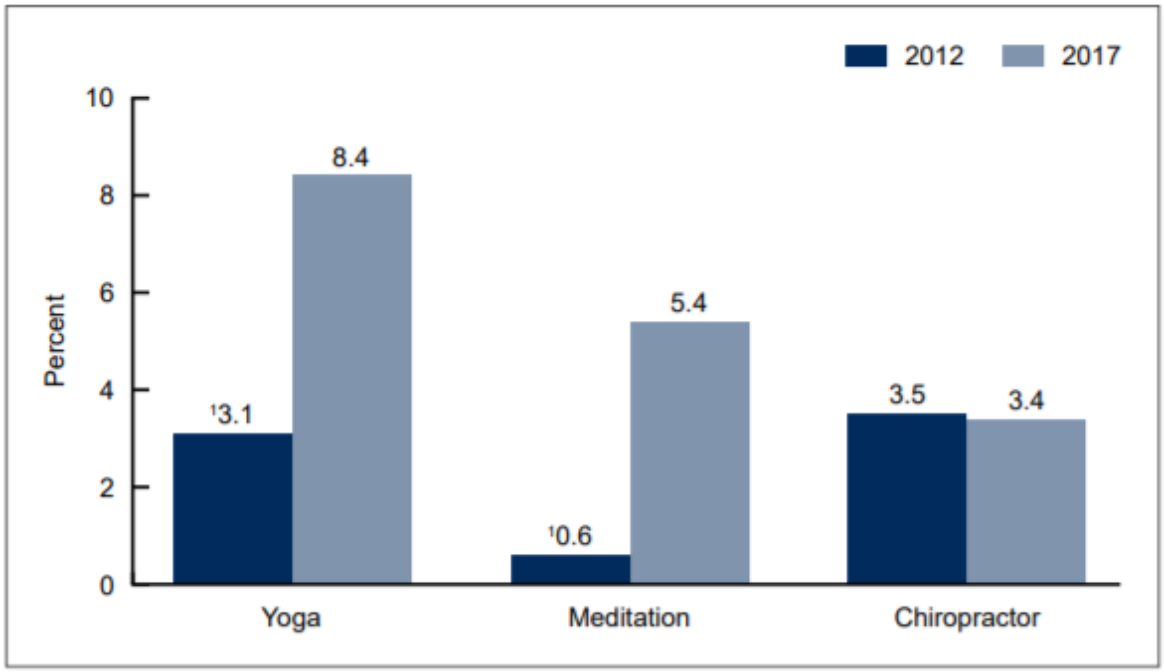
미국 질병통제예방센터(CDC, Centers for Disease Control and Prevention)에서 5 년 간격으로 조사해 발표하는 자료에 따르면, 2017 년 미국 인구의 14%가 명상을 하는 것으로 조사되었다. 이는 2012 년 결과인 4.1%에 비해 무려 3 배 이상 증가한 수치다. 연령대별로 보면 45~64 세 사이의 중·장년층 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.[3]



[그래프 #1] 2012 년 VS 2017 년 미국 내 성인 요가 및 명상 인구 증가 추이 (출처: CDC)

점점 더 많은 청소년들이 스트레스, 불안, 정서적 문제를 겪으면서 10 대 청소년 명상 인구도 크게 늘었다. 미국 질병통제예방센터(CDC)의 동일한 설문 통계에 따르면, 명상을 하는 청소년 수는 2012 년 0.6 %에서 2017 년 5.4%로, 5 배 이상 증가했다. 일부 학교의 교사들은 명상과 요가를 커리큘럼에 통합해 수업을 진행하고 있으며, 명상 앱인 헤드스페이스(Headspace)와 캄(Calm)과 같은 글로벌 명상앱은 모두 어린이 친화적인 콘텐츠를 보유하고 있다.[4] 캄은 특히 어린이들이 매일 명상 앱을 사용할 수 있도록 글로벌 규모의 “The Calm Schools Initiative”를 선 보이기도 했다.[5]

[2] https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/GWI-MWI-WhitePaper2018.pdf
[3] https://www.cnbc.com/2018/11/07/meditation-use-rises-as-apps-such-as-headspace-calm-become-popular.html
[4] https://www.cnbc.com/2018/11/07/meditation-use-rises-as-apps-such-as-headspace-calm-become-popular.html
[5] https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/mindfulness-meditation-apps-market



[그래프#2] 2012 년 VS 2017 년 미국 내 어린이 요가 및 명상 인구 증가 추이 (출처: CDC)

미국 질병통제예방센터(CDC) 설문 조사는 사람들이 명상을 "정신 운동"으로 간주하며, 몸과 마음을 관리하려는 방법으로 주목하고 있음을 보여준다. 글로벌 시장조사 전문기관인 마켓리서치닷컴(MarketResearch.com)에 따르면, 미국 명상 산업 규모는 2017 년 기준으로 약 12 억 달러 (약 1 조 3600 억원)에 달하며, 연평균 매출 성장률은 11.4 %을 기록, 2022 년에는 20 억 8 천만 달러 규모로 성장할 것으로 예측하고 있다.[6] 명상 시장 카테고리 또한 명상센터, 책, CD, 스마트폰 앱 등 다양한 분야와 채널로 확산되고 있다.

특히, 2020 년 초 발발한 코로나 19 판데믹이 장기화로, 사람들의 우울감과 불안감, 고립감 등이 커지면서 신체 뿐 아니라 심리적 방역의 필요성도 커지고 있다. 이로 인해 글로벌 명상 시장 또한 2020 년에서 2027 년까지 가파른 성장을 보일 것으로 예측된다. 2020 년 데이터 브리지 마켓 리서치(Data Bridge Market Research)가 조사한 데이터에 따르면, 글로벌 명상 시장은 2020 년부터 2027 년 10.40 %의 연평균 성장율을 보이며, 2027 년에는 90 억 달러의 시장 규모로 성장할 것으로 보인다.[7]

[6] https://blog.marketresearch.com/1.2-billion-u.s.-meditation-market-growing-strongly-as-it-becomes-more-mainstream
[7] https://www.globenewswire.com/news-release/2020/06/22/2051509/0/en/Meditation-Market-2020-Edition-Report-with-Impact-of-COVID-19-Top-Leaders-Smiling-Mind-HEADSPACE-INC-Inner-Explorer-Committee-for-Children-Stop-Breathe-Think.html

명상에 열광하는 글로벌 기업과 CEO

명상이 처음 시작된 동양에서는 명상을 대부분 종교적 수행법이나 건강관리 방법으로 인식하고 있는데 반해, 서구에서는 명상을 개인과 기업의 역량계발 관점에서 적극 활용하고 있다. 특히, 고강도 업무와 스트레스에 시달리는 실리콘밸리에서 명상이 가장 활발하게 도입되고 있다. 끊임없이 창의적인 아이디어가 필요하고, 디지털 기기에 항상 묶여 있는 실리콘밸리 사람들에게 명상이 잠시 숨을 돌리고, 자신을 돌아보며 '생각할 시간'을 만들어 주기 때문이다. 일례로, 링크드인은 자사의 서니베일, 샌프랜시스코, 뉴욕, 시드니 오피스에 명상 룸을 운영하고 있다. 미국 실리콘밸리에서는 매년 '위즈덤 2.0'이라는 명상 컨퍼런스가 정보기술 업계 종사자들은 물론 기업인, 각 분야의 전문가들의 높은 호응 속에서 인기리에 개최되고 있을 정도다.[8]

실리콘밸리의 구글, 애플, 페이스북, 링크트인과 같은 대표적인 ICT 기업은 물론, 로이터, 제너럴 밀스, 프라이스워터하우스 쿠퍼스, 도이치방크, KPMG, 글락소 스미스클라인, 크레디트 스위스 등 글로벌 은행과 컨설팅사들도 명상 프로그램을 도입해 직원들의 생산성을 향상시키고 정신 건강을 관리하고 있다. 이들 기업들은 전문 명상 트레이너가 기업을 방문해 직원들에게 명상을 지도하는 강의를 제공하거나, 직원들이 명상 앱을 다운로드 받아 원하는 시간에 직접 명상을 할 수 있는 프로그램을 운영하고 있다. 최근에는 코로나 19 로 인해 회사 내에서 오프라인 명상 수업 진행이 힘들어지면서, 명상 프로그램을 온라인 화상 회의 플랫폼인 줌 등을 이용해 제공하는 사례도 많아지고 있다. 기업들의 명상 프로그램은 실제 명상을 사용하는 직원들에게도 호응을 얻고 있다. 명상 앱 헤드스페이스 조사한 결과, 응답자 중 70% 이상이 명상이 업무 스트레스를 줄이는 데 도움이 된다는 긍정적인 답변을 내 놓았다.[9]

코로나 19 는 기업들이 명상의 가치와 효용에 새롭게 눈을 뜨게 된 또 하나의 중요한 계기가 되었다. 자가 격리에서부터 사회적 거리두기까지 코로나 19 로 인해 많은 이들이 정신적인 고통을 호소하고 있기 때문이다. 2020 년 6 월 말 진행된 CDC 설문조사 결과에 따르면, 미국의 성인의 40%가 코로나 19 로 불안감, 스트레스 관련 장애 증상과 약물 남용으로 어려움을 겪고 있다고 응답했다.[10] 특히 코로나 19 로 많은 기업이 갑자기 온라인 전환 업무과 재택근무 등 새로운 시도를 하면서 개인에게 쏟아지는 자극이 기하급수적으로 많아졌다. 끊임없이 울리는 메신저와 이메일 알람, 전화, 뉴스 속보 등 'PAID(Pressure, Always On, Information Overload, Distracted·압박, 초연결, 정보 과부하, 정신

[8] https://www.wisdom2summit.com/
[9] https://jmagazine.joins.com/forbes/view/332083
[10] https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/12/11/finding-ways-to-support-workforce-mental-health-in-the-new-normal/

산만) 현실'에 개인이 그대로 노출되고 있는 것이다.[11] 코로나 19 의 장기화와 함께 기업에서도 직원들의 정신건강 관리를 위해 체계적이고 장기적인 계획이 필요함을 시사하는 대목이다.

최근 마이크로소프트는 팀즈에 명상 앱 헤드스페이스의 서비스를 결합해 관심을 모았다. 2021 년부터 마이크로소프트는 개인, 관리자, 리더 등 모든 사용자가 웰빙에 신경을 쓰며 생산성을 높일 수 있는 인사이트를 제공할 예정이다. 해당 시스템을 통해 원격근무 환경에서 가상 출퇴근 기능을 이용하면 시간을 체계적으로 활용할 수 있게 되어 잠시 짬을 내 머리를 식힐 수 있다. 또 바쁜 와중에 잠시 멈춰서 오늘 하루가 어땠는지, 나의 감정 흐름은 어땠는지 돌아볼 수 있는 '기분 알리미' 기능도 추가된다.[12]

세계 최대 명상 시장 미국에서의 명상 통계

스트레스 관리와 불안감 해소 등 멘탈 헬스에 대한 콘텐츠를 다루는 미국의 온라인 미디어 멜로우드닷컴(Mellowed.com)이 2020 년 조사한 명상 통계 리서치는 세계 최대 명상 시장인 미국인의 명상 통계에 대한 유의미한 조사와 분석 내용을 제시하고 있다.[13]

해당 리서치 결과에 따르면, 미국인들은 일주일에 평균 3-4 일 명상을 하고 있는 것으로 나타났다. 51%의 사람들이 일주일에 3 일 이하로 명상을 하고 16% 사람들은 매일 명상을 한다. 명상을 한 번 할 때 얼마나 오래 하는지에 대한 질문에 대해서는 41%의 사람들이 15 분 이하 시간 동안 명상을 한다고 답했다. 15 분 이상에서 30 분은 약 47%, 30 분에서 60 분 이하 시간 동안 명상을 하는 이들은 전체 응답자의 총 12%를 차지했다. 이는 명상 인구의 대부분이 30 분 이내의 명상을 할애하고 있는 것으로 풀이된다. 응답자들은 또한 특별히 정해진 시간과 장소, 횟수에 구애받지 않고, 자신이 원하는 시간에 원하는 장소에서 명상을 하고 있다고 응답했다.

명상을 하는 이유에 대한 답변으로는 84%의 응답자가 스트레스와 불안을 줄이기 위해서라고 응답했다. 그 외 집중력 및 기억력 향상(53%), 직장에서 업무 혹은 학교에서의 학업능력 향상(52%), 에너지 증가(39%), 일반적인 건강 및 정신건강 상태(30%), 건강한 생활태도(28%) 등을 이유로

[11] https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/12/03/2020120302556.html
[12] https://jmagazine.joins.com/forbes/view/332083
[13] https://mellowed.com/meditation-statistics/

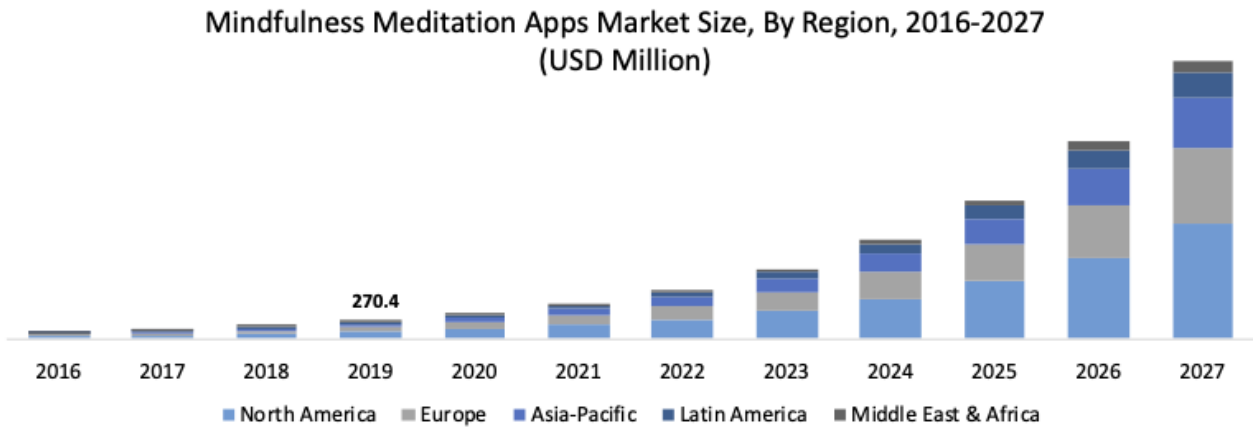
꼽았다. 해당 통계는 미국의 명상 인구가 정신 건강 뿐 아니라 라이프스타일과 직장 생활에서도 명상의 이점을 경험하고 명상의 이점을 적극 활용하고 있다는 사실을 보여준다.

해당 조사는 또한 명상을 하지 않는 사람들에게 명상을 하지 않는 이유 또한 물었다. 가장 많은 비율을 차지한 응답은 '어떻게 하는지 모른다' (33%)로 나타났고, '명상할 시간이 부족하다 (27%), '명상이 이롭다고 생각하지 않는다' (25%)라는 답변도 눈에 띄었다. 해당 조사 내용은 미국 내 명상 인구의 증가에도 불구, 여전히 명상을 어렵고 멀게 생각하는 의견들이 여전히 존재한다는 점을 시사하며, 사람들이 원하는 편리한 시간에 부담없이 명상을 올바르게 또 건전하게 배울 수 있는 방법의 필요성을 방증하고 있다. 이는 최근 미국 내에서 비약적인 성장을 보이고 있는 명상 앱 시장과도 높은 연관성이 있는 것으로 보인다.

CHAPTER #2. 글로벌 명상 앱 시장 현황

기술과 명상의 만남, 명상 앱 시장의 급성장

글로벌 명상 시장의 성장 추이와 함께 마음챙김 명상 앱 시장 또한 꾸준한 증가세를 보일 것으로 예측된다. 글로벌 시장 조사 기관인 폴라리스 마켓 리서치 Polaris Market Research 의 조사 결과에 따르면, 글로벌 마음챙김 명상 시장의 가치는 2019 년에 2 억 739 만 달러였으며 2027 년까지 42 억 6 백만 달러에 달할 것으로 예상된다. 아울러 2020-2027 년 간 연 평균 41.01%의 성장률을 보일 것으로 예측된다.[14] 거의 전 연령대에서 늘고 있는 기분 장애, 마음챙김 명상 앱에 대한 인식과 함께 급증하는 가처분 소득이 시장 성장의 주요 요인으로 분석된다.[15]



[그래프#3] 글로벌 마음챙김 명상 앱 시장 성증 추이 (출처: Polaris Market Research)

특히 웰빙과 셀프 케어에 민감한 밀레니얼 세대는 글로벌 명상 앱 시장의 성장에서 중요한 역할을 맡고 있다. 미국 심리학 협회 (American Psychological Association)에 따르면 밀레니얼 세대는 21 세기에 가장 스트레스를 받는 세대다. 점점 더 많은 밀레니얼 세대가 불안, 스트레스, 우울증 등을 극복하기 위해 마음챙김 명상 앱을 사용하고 있고, 이들 밀레니얼 세대가 전반적인 마음챙김 명상 앱 다운로드에서도 상당한 영향력을 발휘하고 있다.[16]

[14] https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/mindfulness-meditation-apps-market
[15] https://www.globenewswire.com/news-release/2020/06/10/2046383/0/en/Global-Mindfulness-Meditation-Apps-Market-is-Estimated-to-be-341-9-Million-by-2029-and-is-Anticipated-to-Grow-with-a-CAGR-of-8-3-PMI.html
[16] https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/mindfulness-meditation-apps-market

글로벌 명상 앱의 수익 증가는 기존 사용 고객 뿐 아니라 명상 앱을 처음 다운로드 받는 사용자 인구에서 발생하고 있다. 2019 년에는 5,200 만 명의 최초 사용자가 10 대 명상 앱 중 하나를 다운로드했으며, 이는 2018 년 수치보다 15.6 % 증가한 것이다. 캄과 헤드스페이스도 2019 년에 각각 2,400 만 명과 1,300 만 명의 신규 사용자를 기록하며 이러한 트렌드를 주도하고 있다. [17]

[그래프 #4] 2019 년 매출 및 다운로드 수 기준 10 대 글로벌 명상 앱 순위
(출처: Sensor Tower)

명상 앱 시장의 성장은 사람들의 심리적 스트레스 증가와 과도한 정보 주입으로 인한 주의력 결핍으로 보는 의견이 많다. 사람들이 정신 건강 관리를 위해 스마트 애플리케이션을 적극적으로 찾고 있으며, 이는 마음챙김 명상과 ICT 기술을 접목한 명상 앱 시장의 성장을 이끌고 있다. 명상 앱의 인기는 앱을 스마트 기기에 다운로드 받으면 언제 어디서나 시간과 장소에 구애받지 않고 편안하게 명상 시간을 가질 수 있게하는 명상 앱 특유의 장점 때문이기도 하다. 이처럼 현대인의 바쁜 일상에서 하루 중 잠시 시간을 내 가볍고 또 편리하게 명상을 통해 마음을 다스리고 행복해질 수 있다는 심리치료 효과가

[17] https://techcrunch.com/2020/01/30/top-10-meditation-apps-pulled-in-195m-in-2019-up-52-from-2018/?guccounter=1

작용된 것으로 분석된다.[18] 아울러 코로나 19 와 함께 증가 추세에 있는 명상 인구가 언택트에 적합한 명상 앱으로 더 많이 유입될 것으로 보인다.

미국 월스트리트저널 (WSJ)의 보도에 따르면 지난 3 년간 약 2 천 개 이상의 명상 앱이 출시되었으며, 빗소리, 새가 지저귀는 소리 등 자연이 만들어내는 오디오와 영상을 보는 명상 앱부터 종류와 방법도 다양하다. 마음챙김 명상 앱을 운영하는 기업들은 사용자의 편의를 배려한 새로운 기능을 갖춘 서비스를 출시하는데 특히 심혈을 기울이고 있다. 애플리케이션 브랜드는 개별 사운드 타이머 및 사운드 볼륨과 같은 스마트 기능을 출시하는데 주력하고 있으며, 유익하고 보다 개선된 고객 경험을 창출하는데도 적극적이다. 또한, 인앱 사용 및 결제에 대한 사용자의 반응도 주의깊게 살피고 있다.

기존 개인 사용자 고객을 넘어서 기업과 교육 기관 등 B2B 와 B2G 영역에서 활발한 전략적 협력과 파트너십을 확대하는 것도 글로벌 명상 애플리케이션 시장에서 주목할 만한 트렌드다. 글로벌 명상 앱 시장에서 선두 자리를 놓고 치열하게 경쟁하고 있는 헤드스페이스와 캄의 활동이 대표적이다. 헤드스페이스는 2018 년 유니레버, 어도비 등 300 여개 기업과 제휴 관계를 맺은데 이어, 최근에는 마이크로소프트는 팀즈에 자사의 앱 서비스를 결합해 화제를 모았다. 캄은 미국 항공사인 아메리카 에어라인과 파트너 계약을 하고 비행기 좌석 스크린을 통해 명상 영상을 제공하고 있다.

교육 기관의 학업 커리큘럼과 명상 교육의 결합 또한 명상 애플리케이션 시장의 중요한 기회 요소로 작용하고 있다. 미국 내 많은 대학교와 일반 학교는 명상 애플리케이션을 활용, 학생들의 학습 능력을 재정비하고 학업에서 성공할 수 있도록 지원하고 있다. 2017 년 5 월 연구 기반 사회-감성 학습 커리큘럼의 글로벌 리더인 어린이위원회 (Committee for Children, CFC)는 iPhone 및 iPad 용 Mind Yeti 를 선 보였다. 5 세-12 세 어린이들을 겨냥해 재미있고 흥미로운 스토리, 캐릭터, 소리와 음성을 사용하여 어린이들에게 마음챙김을 가르치는 무료 앱이다. 교사와 학부모가 아이들과 함께 사용할 수 있도록 개발된 애플리케이션으로 아이들의 집중력을 높이고, 마음을 진정시키고, 수면 장애를 해소하며, 주변 사람들과 더 잘 소통 할 수 있도록 도와주는 안내 오디오 세션을 제공한다. 어린이위원회 (CFC)는 또한 월리스 재단 (The Wallace Foundation)의 지원을 통해 여름 캠프, 방과 후 보호 및 기타 학습 환경을 위한 새로운 사회 정서 학습 (SEL) 프로그램을 개발 중이다.

[18] https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/782/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=175705

[표#1] 글로벌 대표 명상 애플리케이션 정보

기업명	세부 정보
Calm	• CEO: Michael Acton Smith, Alex Tew • 본사: San Francisco, CA • 2012 년 영국 출신 마이클 액턴 스미스(Michael Acton)와 알렉스 튜(Alex Tew)가 미국 샌프란시스코에 공동 설립한 명상 애플리케이션 스타트업 • 불안과 스트레스, 불면증을 포함한 현대인들이 겪는 심리적 문제를 진정시키는 것을 목표로 바다, 숲, 산 속 등 자연 친화적인 배경화면과 자연의 소리들이 좋은 반응
headspace	• CEO: Andy Puddicombe, Rich Pierson, Richard Pierson • 본사: Santa Monica, San Francisco, CA and London, UK • 2010 년 5 월 영국 런던에서 스님 앤디 푸디콤브와 파트너 리처드 피어슨이 공동 설립한 명상 애플리케이션 스타트업 • '하루 10 분 명상을 위한 서비스'라는 슬로건으로 창의성, 집중력, 행복 등 다양한 테마를 가진 수 백개의 명상 콘텐츠 제공 • 사용자가 설정한 명상 단계에 따라 진행하거나 사용자의 심리상태나 라이프 스타일에 맞는 명상모드를 선택해 명상 진행
SIMPLE HABIT	• CEO: Yunha Kim • 본사: San Francisco, CA • 듀크대학교(Duke University) 졸업 후, 월스트리트 투자은행에서 헬스케어 분야 애널리스트로 활동했던 한국인 김윤하가 2016 년 미국 팔로알토에 설립한 명상 애플리케이션 스타트업 • 하버드대학교(Harvard University) 심리학자와 구글 명상 프로그램 엔지니어와 협업해 만든 5 분, 10 분, 20 분 단위의 짧은 명상 세션이 큰 인기 • 한 명이 다양한 콘텐츠를 공급하고 있는 경쟁사들과 달리 플랫폼 형태로 운영해 명상 강사들의 직접 참여, 강사들이 세션을 제공하고 직접 운영하면서 부가적인 수익을 창출할 수 있고 고객들은 명상 전문가들이 제안하는 개성있는 세션들을 체험 가능

디지털 치료제로서의 마음챙김 명상

마음챙김 명상앱이 대표적인 디지털 멘탈 헬스케어앱으로 떠오르고 있다. 디지털 헬스케어는 '약'의 개념으로 확장되어 환자를 치료하는 약으로 사용된다. 즉 마음챙김 어플리케이션을 통해 질병을 예방하고 환자를 치료하는 것이다. 디지털 헬스케어로서 마음챙김 명상 어플리케이션이 디지털 치료제가 되기 위해서는 임상 실험을 통해 효과를 증명하고 규제기관의 인허가를 거쳐야한다.

이 가능성을 증명하고 있는 가장 대표적인 명상 앱은 헤드스페이스로, 명상이 생활 양식에서 넘어가 이제는 실제 임상적으로 검증하기 시작했다. 2020 년 글로벌 비영리협회인 '디지털 치료제 협회(Digital Therapeutics Alliance, DTA)의 자료에 근거하면, 환자, 의사, 환자 옹호 단체와 공동으로 별도의 프로그램을 개발하고 이 프로그램은 예방과 치료를 위해 만들어지고, 의사의 처방하에 시행된다. 2017 년 작성된 포브스 Forbes 기사에 따르면, 헤드스페이스 헬스는 2018 년 여름 질병 상태에 대한 임상 실험을 시작했고 임상시험이 끝나면 2019 년 FDA 에 제출, 2020 년까지 첫 제품을 출시할 수 있을 것으로 예상된다.[19]

디지털 기술이 익숙해진 사람들은 어플리케이션으로 일상 생활의 문제를 해결하고 주변 세계와 연결되기 시작했고 스마트워치·스마트스크린을 활용해 정신건강과 웰빙에 대한 모니터를 하고 데이터를 쌓아간다. 삼성 헬스 모니터 앱의 '마음챙김' 기능, 아이폰의 건강 앱의 '마음챙기기' 기능은 마음챙김 앱의 시장이 성장할 수 있는 엄청난 가능성을 제시한다.

[19] https://www.forbes.com/sites/eladnatanson/2017/07/24/digital-therapeutics-the-future-of-health-care-will-be-app-based/?sh=286509607637

CHAPTER #3. 한국의 명상 시장 및 명상 앱 시장

국내 명상 시장 주요 현황

상대적으로 성숙기에 있는 글로벌 명상 시장과 비교할 때, 한국의 명상 시장은 초기 단계로 세부적인 시장 정보는 전무한 실정이다. 다만, 명상은 우리 생활 속으로 깊이 들어오고 있다. 이미 지자체와 초·중·고교에서 '명상 숲' 조성 등 다양한 명상 사업이 진행되고 있고, 전국 초·중·고에 이미 상당수의 명상 숲이 만들어져 있다. 예전엔 생태환경이나 삼림욕을 강조했었다면 요즘은 명상이란 명칭으로 통일되는 모습이다.[20]

명상에 대한 사람들의 관심이 늘면서 도시를 떠나 굳이 숲을 찾지 않아도 아파트 단지 내에 있는 조경 공간이나 정원에서 명상을 할 수 있도록 마련된 공간도 점점 많아지고 있다. 삼성물산은 미국 샌프란시스코 스탠퍼드 대학교에 있는 '윈드호버 (Windhover)'라는 명상 공간에서 영감을 받아 명상 아파트 내 특화 조경 공간을 시공하기도 했다. 대림의 프리미엄 주거 브랜드 아크로 또한 집안 내부에 다양한 각도에서 바라볼 수 있는 중정을 배치, 요가를 하거나 명상을 즐길 수 있는 메디테이션 가든 컨셉을 제시해 화제를 모았다.[21]

글로벌 명상 시장과 마찬가지로 한국에서도 코로나 19 로 인해 명상 인구가 크게 증가했다. 코로나 19 로 인한 불안감, 답답함, 고립감, 우울감 등으로 코로나 블루를 겪는 이들에게 마음챙김 명상이 마음의 평안과 안정을 가져오는데 도움이 되기 때문이다. 김성삼 대구한의대 상담심리학과 교수는 "코로나 19 이전에도 명상은 대중화되고 있던 추세였다. 불안과 피로를 느끼는 현대인이 많아서다. 올해 들어 코로나 19 가 확산되며 명상이 인기를 끄는 데 기폭제 역할을 했다"고 분석했다.[22] 마음챙김 명상 앱 마보에 따르면 코로나 19 의 첫 집단발발시기인 3 월에 가입자수가 104% 증가하였다.

이러한 트렌드에 부합, 임직원들의 복지를 챙기려는 기업들도 속속 명상 프로그램을 도입하고 있다. 삼성전자는 1,000 억원을 투자해 경북 영덕에 명상 연수원을 열어 삼성 임직원에게 다양한 명상 프로그램을 제공하고 있고, LG 디스플레이도 경북 문경의 한 폐교 부지를 활용한 힐링센터를 열었다. 롯데인재개발원은 일부 임원과 해외 주재원을 대상으로 진행되던 마음챙김 프로그램을 코로나 블루

[20] https://news.joins.com/article/22877631
[21] https://star.mt.co.kr/stview.php?no=2020060715015124579
[22] http://news.mk.co.kr/v2/economy/view.php?year=2020&no=403826

극복 차원에서 더 많은 임직원에게 확대해 제공하고 있다. SK 텔레콤은 지난 3 월 마음챙김 명상 앱 마보와 함께 임직원들의 행복을 위한 마음챙김 프로그램의 일환으로 '누구 마음보기' 명상 콘텐츠를 개발, 사내 구성원은 물론 일반 이용자에게 오픈하기도 했다.

국내 명상 앱 시장 현황

2016 년 첫 선을 보인 국내최초 마음챙김 명상 앱 '마보'가 생긴 이후로 한국에도 많은 마음챙김 명상 앱이 출시되고 있다. 현재 마보와 '코끼리', 그리고 캄(Calm)이 국내 명상 앱 선두 자리를 다투고 있으며, '루시드아일랜드', '블림프'와 '사운드짐' 등이 서비스 중이다.

마보의 경우 연간 매출이 약 150% 이상 지속적으로 성장하고 있다. 현재 앱 다운로드 26 만, 가입자수 19 만을 돌파한 상태이며, 유저들의 활성화 지표인 DAU(Daily Active User)와 MAU(Monthly Active User)도 각각 3,890 과 21,015 로 상당히 높은 수치를 보이고 있다. 앞으로 한국에서도 디지털이 익숙한 밀레니얼 세대와 디지털 네이티브 세대가 커가면서 디지털 명상이 자연스러운 현상이 되어 명상 앱 시장성이 커질 것으로 예상된다.

특히 올 해는 코로나 19 로 인한 재택근무 등으로 집에서 보내는 시간이 증가하면서 B2C 고객들의 증가가 두드러지고 있다. 최근에는 코로나 바이러스로 인하여 명상의 관심도가 높아지면서 2 월 대비 3 월 가입자 수가 2 배 이상 증가하기도 했다. 또한, 대기업에서 직원 교육 및 복지 차원의 단체 이용권 구매문의 증가로 B2B 매출도 많이 성장할 것으로 예상된다. 실제, '마보'에 따르면, 올 1 월에서 10 월까지 기업의 명상 프로그램 도입이 전년 대비 400% 이상 폭발적으로 증가했다. 현대자동차, 기아자동차, SKT, LG 유플러스, 아모레퍼시픽 등 대기업은 물론 병원과 공공기업, 교육 기관에서도 직원들을 위한 복지의 일환으로 마보 앱 구독권을 지원, 명상을 통해 직원들의 건강을 챙기고 있다.

[표#2] 국내 주요 명상 애플리케이션 정보

기업명	세부 정보
mabo 마음보기 명상앱	• 구글의 내면검색 프로그램을 국내에 처음으로 도입한 유정은 마보 대표가 만든 명상 앱 • 콘텐츠 제작에 관여하는 인력 전원이 심리학을 비롯한 유관 분야 전공자로 석사 학위 이상을 보유한 전문성 강조 • 우선 7 일간 기초 훈련으로 명상을히도록 안내 • 불안할 때, 우울할 때, 면접이나 발표를 앞뒀을 때 등으로 카테고리를 나눠 자신의 기분과 상황에 따라 선택 가능 • 다른 명상 앱과 달리 이용자가 명상 후 소감을 남길 수 있음
코끼리	• 혜민 스님이 헤드티처로 참여한 명상 앱으로 혜민 스님의 명상 강연 '매일 명상'을 하루 한 편씩 제공 • 기본 명상, 스트레스 해소에 좋은 명상, 잠이 잘 오는 명상 등 여러 가지 카테고리로 분류된 오디오 콘텐츠를 제공 • '수업'은 곽정은 작가, 장재열 청춘상담소 소장을 비롯한 전문가의 사랑, 자존감, 행복, 부모와 화해 등을 주제로 한 강연 콘텐츠 보유
Calm	• 삼성헬스 앱 '건강 콘텐츠' 코너의 '마음챙김' 에서 제공하는 명상 콘텐츠 • △명상 △수면스토리 △음악으로 카테고리를 나눠 콘텐츠를 제공하며 타이머 맞춤, 갤럭시 워치와 연동 기능 보유 • 명상과 수면 스토리를 포함해 모든 콘텐츠는 한국어로 서비스
BLIMP	• 휴식과 사색을 위한 오디오 셀프케어 앱 • 소리를 활용해 공간을 빚어내는 사운드 스케이프와 깊은 사색을 돕는 이야기 콘텐츠로 구성 • 일상 속 짧고 임팩트 있게 핵심을 전달하는 콘텐츠 보유

마보 앱으로 본 한국인의 명상 통계

2019 년부터 2020 년 명상 앱 마보 사용자들의 통계를 분석한 결과, 명상 앱 이용은 여성 사용자(63.5%)로, 남성 사용자(36.5%)보다 높게 나타났으며, 연령대별로는 25-34 세 이용자가 전체 이용자 수의 약 30.38%를 차지, 가장 높은 사용률을 보였다. 또한, 한국인들은 일요일에서 월요일로 넘어가는 새벽 시간대에 가장 명상을 많이 하는 것으로 나타났다.

마보의 인기 콘텐츠의 경우 잠자기 전 바디 이완스캔 (1 위), 마보 7 일 기초 훈련 (2 위), 침대에서 눈뜨자마자 하는 짧은 명상 (3 위)로 조사됐다. 해당 결과는 많은 이들이 이른바 월요병이라 불리는 월요일을 앞두고 겪는 수면 장애나 스트레스 등을 명상을 통해 해결하려는 의지로 해석된다. 아울러, 7 일 기초 훈련에 대한 높은 사용율은 명상 앱을 통해서라도 명상의 기본기를 다지며 차근차근 명상을 시도하려는 의도가 담긴 것으로 풀이된다.

마보 사용자들이 마보에 자주 오는 사연과 질문의 키워드를 분석한 결과 '불안', '우울증', '불면증', '회사', '명상은 무엇인가요', '올바른 명상 방법', '공황장애' 등의 순으로 많았다. 이는 마보를 통해 명상을 하는 이들이 불면증, 우울증, 불안, 공황장애 등을 겪을 때 명상을 통해 도움을 도움을 받고 있으며, 심지어 마음챙김 명상을 하고 난 후 복용하는 약의 양을 줄일 수 있었다는 긍정적인 후기도 있었다.

차를 타고 이동하거나 엘리베이터 등에서 잠시 시간을 짧지만 효과적인 명상법을 선호하는 의견도 있었다. 마보는 이를 위해 '차가 막힐 때 하는 슬기로운 명상', '하루를 시작하는 운전 명상', '하루를 마치고 주차장에서 혼자 하는 명상', '15 초 정신없이 바쁠 때 하는 호흡 명상', '15 초 바디 스캔', '15 초 자애 명상' 등 15 초 이상에서 5 분 이내의 짧은 미니 명상 콘텐츠를 제공해 좋은 반응을 얻기도 했다.

CONCLUSION

한치 앞을 예상할 수 없을 정도로 점점 더 빠르게 변하는 사회에서 느끼는 불안감, 극심한 경쟁에서 오는 허탈감, 정신적인 가치보다 물질적인 효용이 더 우선시되는 사회에서 오는 공허감 속에서 점차 자신이 누구인지에 대한 본질적이고 심층적인 질문에 대한 해답을 명상을 통해 찾으려는 사람들이 많아지고 있다.

특히, 올 해는 전 세계적으로 경제와 사회는 물론 개인의 일상을 완전히 뒤바꾸어 놓은 코로나 19 판데믹의 장기화로, 사람들의 우울감과 불안감, 고립감 등이 커지면서 신체 뿐 아니라 심리적 방역 수요도 크게 늘었다. 이로 인해 글로벌 명상 시장 또한 2020 년에서 2027 년까지 가파른 성장세를 보일 것으로 예측된다.

사람들은 정신 건강 관리를 위해 스마트 애플리케이션을 적극적으로 찾고 있으며, 이는 마음챙김 명상과 ICT 기술을 접목한 명상 애플리케이션 시장의 성장을 주도하고 있다. 명상 앱의 인기는 앱을 스마트 기기에 다운로드 받으면 언제 어디서나 시간과 장소에 구애받지 않고 편안하게 명상 시간을 가질 수 있게 하는 명상 앱 특유의 장점 때문이기도 하다.

아직 한국명상 시장의 규모를 가늠할 데이터가 부족하는 점이 안타깝지만 국내에서도 시장이 커지는 움직임이 관찰되고 있다. 국내최초 마음챙김 명상 앱 '마보'가 생겨난 이후로, 많은 명상 어플리케이션이 생겨나고 사람들이 가지는 '마음챙김 명상'에 대한 인식 또한 커지고 있다. 특히, 끊임없이 다른 이들과 비교되고 또 경쟁에 내 몰리는 한국인들의 스트레스 지수는 늘 전세계 상위권을 놓치지 않는다. 이런 한국인들에게 마음챙김 명상은 마음속의 불안감과 외로움을 다스리며, 긍정적인 내면을 가꾸고, 스스로 마음의 힘을 길러 일상을 더 행복하고 충만하게 살아가게 해 줄 수 있다. 미국 등 명상이 비교적 빠르게 자리잡은 국가에 비해 한국의 명상 시장은 이제 시작 단계이지만, 그만큼 더 발전 가능성이 높다고 볼 수 있다. 향후 시장이 더 커지면 한국 명상 앱 시장을 조사할 수 있는 데이터들이 수집이 훨씬 더 수월해질 것으로 예상된다.