

□사례발표□

한솔 M.com의 모바일 인터넷 서비스

김 훈 배[†]

◆ 목 차 ◆

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| 1. 서 론 | 4. 한솔 M.com의 유무선 포털 서비스. |
| 2. 모바일 인터넷의 기술동향 | 5. 결 론 |
| 3. 한솔M.com의 모바일 인터넷 이력과 현황 | |

1. 서 론

새로운 밀레니엄 시대의 화두는 무엇인가. 20세기 말 인류 최고의 관심사는 역시 컴퓨터와 인터넷이었다. 컴퓨터 하드웨어의 비약적인 발달로 인한 보급 증가와 활용과 필요에 의한 소프트웨어 분야의 발달은 20세기의 마지막 20년을 보냈던 우리 세대들에게는 흥분과 기회의 시대였다고 해도 과언은 아닌 듯 싶다. 이에 이어 최근 업계의 관심은 바로 모바일 인터넷으로 집중되고 있다. 이에 대한 동향과 향후 관심사항에 대해 논의하고자 한다.

1997년 10월 우리나라에서 PCS서비스의 시작은 우리의 생활 패턴과 무선전화에 대한 인식을 한 순간에 바꾸어버린 일대 사건이 되어 버렸다. 아날로그 서비스는 전파사용의 한계와 부가 서비스 제공의 기술적 한계로 인하여 단시간에 사라지게 되었고, 서비스 제공 업체의 입장에서는 엄청난 경쟁과 새로운 서비스의 창출이 필요한 시기였다. 한솔 M.com은 이러한 시대의 모바일 인터넷 리더로서의 자리 매김을 위하여 다양한 종류의 서비스를 제공하고 있고, 준비중에 있는데, 이번 기회를 통하여 모바일 인터넷의 선두라 할

수 있는 한솔 M.com의 모바일 인터넷 서비스에 대한 내용과 관련된 부가서비스에 대하여 소개하고자 한다.

2. 모바일 인터넷의 기술동향

ARC Group은 2000년 3월 발표한 자료에서 2005년 모바일 인터넷 사용자의 수가 10억을 돌파하여 7억 3천만 명으로 예상되는 기존 데스크탑 PC를 이용한 유선 인터넷의 사용자를 능가할 것이라는 예측을 하고 있다. 이는 모바일 인터넷을 브라우징하기 위한 모바일 인터넷폰의 증가와 국내 콘텐츠시장의 폭발적인 증가가 불가피하다는 상황을 우리에게 시사하고 있다. 사실 현재의 모바일 인터넷 이용 상황은 아직은 걸음마 단계라 할 수 있다. 현재 각 사업자별로 차이는 있지만 전체 가입자의 5% 정도만 모바일 인터넷을 사용할 수 있는 폰을 소유하고 있는 것으로 파악되고있고, 사용자가 많지 않기 때문에 다양한 콘텐츠를 사업자가 구비하고 있어도 실제 사용량은 매우 저조한 편이다. 또한 대화형 서비스에 비해 접속료를 지불해야 하는 부담이 있어 아직은 이 부분의 매출도 전체 통화료에 비해 미미한 편이다. 최근 시판되는 폰의 대부분이 모바일 인터넷의 기능을 지원하고 모바일 인터넷 서비스요금의

† 정회원 : 한솔 M.com 팀장

지속적인 인화로 사용량의 증가세는 폭발적으로 늘어날 것이라 예측되고 있다. 또한 유선 콘텐츠 제공업체들의 수익모델의 한계로 인한 무선 인터넷으로의 관심이 커지고 있어 콘텐츠의 질적인 면과 양적인 면에서 많은 발전을 이루고 있어 모바일 인터넷의 사용 증가세에 가속을 더할 것으로 보고 있다.

우선 모바일 인터넷의 필요성에 대해 살펴보고자 한다. 데스크탑 컴퓨터의 위치적 이동성의 결여로 노트북 컴퓨터가 이용되고 있지만 이 또한 이동성에 많은 제약이 뒤따른다. 컴퓨터에 있어서 소형화, 경량화가 어느 선에서 수렴되고 있는 상황에서 PDA같은 중간단계의 솔루션이 제시되었지만 인터넷과의 접속은 PDA와 폰 등 두 가지 이상의 디바이스를 가지 있어야 함으로 이동성에 있어서 용이하지가 않은 실정이다. 인터넷에 항상 접속하고 싶어하는 욕구는 컴퓨터 생산업체의 시각으로는 해결해 줄 수 없는 것이 현실이라고 할 수 있다.

모바일폰은 그 시작이 음성의 전달을 위해서 출발하였다. 하지만 불과 2~3년 전부터 음성의 전달역할 뿐만이 아닌 메시지의 전달, FAX의 전달, 데이터와 파일의 전달 매체로써 탁월한 성능과 역할을 하고 있고, 1999년 8월부터는 유선 전화선을 이용한 56Kbps의 속도보다 한 단계 빠른 64Kbps의 속도로 인터넷을 접속할 수 있는 환경도 제공하고 있다. 물론 초기단계에서는 노트북, PDA의 인터넷 접속수단으로서의 역할이 주된 목적이 이었지만 최근에는 모바일폰의 작은 화면 자체로써 인터넷에 바로 접속하고 원하는 메일과 정보를 바로 얻어 낼 수 있는 여러 가지 방법이 제시되면서 이 부분에 엄청난 반향을 일으키고 있다. 전송속도 역시 비약적인 발전을 거듭하고 있고, IMT-2000으로의 시장 흐름은 모바일폰의 전송속도가 2Mbps로 발전하게 되는 상황으로 이어지고 있다.

모바일 인터넷의 기본이 되는 서비스 플랫폼과 관련 기술의 동향에 관한 사항을 보도록 한다. 새로운 서비스를 이용하기 위해서는 항상 새로운 스펙과 이와 연관된 표준이 요구된다. 1999년도 우리나라의 각 서비스 업체들도 이 새로운 표준에 의거 서비스를 제공하고 있는데, 크게는 HTML방식과 WAP 방식(Wireless Application Protocol)의 두 가지 흐름으로 나누어져있다. 이 시점에서 두 가지 모바일 인터넷 구현방법에 대해서 간단히 정리해보고자 한다.

HTML 방식은 현재 한솔 M.com과 한국통신프리텔이 서비스하고 있는 방식이다. 이 방식의 장점은 HTML의 기본적인 구조와 구현방식을 이해하고있으면 쉽게 구현이 가능하다는 점이다. 미국의 마이크로소프트가 이 기술을 선도하고 있고, 보안과 표현기술에 대한 지속적인 보장이 이루어지고 있다. 기존의 인터넷 콘텐츠 제공 업체들이 자신들의 HTML 코드를 이용하여 바로 모바일 인터넷 서비스를 제공할 수 있고, 마이크로소프트에서 제공되는 Mobile Explorer를 모바일폰에 이식시켜 데스크탑의 Explorer와 같은 인터페이스를 제공해준다는 장점이 있다. 한솔M.com에서는 인터넷 개발 editor를 개발하는 나모 인터렉티브와 공동개발로 누구나 쉽게 모바일 인터넷용 HTML 문장을 구성하고 퍼블리싱 기능까지 수행하는 도구를 개발하여 무료로 배포하고 있다. 현재 일본의 NTT Docomo의 i-mode서비스가 HTML방식을 이용한 모바일 인터넷서비스를 제공하고 있는데 현재 가입자가 500만에 이를 정도로 호응이 높다고 한다. 이러한 사실은 HTML을 기반으로 한 서비스의 제공은 제공자와 사용자 모두에게 쉽게 모바일 인터넷에 접근할 수 있다는 점이 크게 작용한 것으로 알려지고 있다.

WAP 방식은 1997년 에릭슨, 노키아, 폰닥컴, 모토로라 등 4개 모바일폰 공급사가 모바일 인터넷을 제공하기 위해 만든 포럼이다. 기존 인터넷

의 콘텐츠를 WAP 게이트웨이를 거치도록 하여 WAP 단말기가 인터넷에 접속 할 수 있도록 만든 규격이 포함된다. 현재 SK텔레콤, 신세기통신, LG텔레콤이 이 방식을 이용하고 있는데, 이 방식은 기존의 9600bps의 모바일폰의 방식에 맞게 설계되어 있고 실제 스크립트의 실행 등의 지원과 보안기능 등이 구현되어 있는 장점이 있다. WAP 게이트웨이 부분에서 내용이 변화되면서 보안이 풀리는 단점이 존재하고, 기존의 HTML 문장을 WAP 전용 문장으로 전환하여 코딩해야 하므로 유선용 HTML과 무선용 WAP 방식의 두가지 코딩을 해야하는 번거로움이 존재한다.

크게 두 가지 방식으로 나누어 서비스되는 모바일 인터넷 시장을 보는 한솔 M.com의 시각은 어느 한쪽이 도태될 것이라 보지는 않고 있다. 현재 서로의 방식에 대한 비판과 함께 서로 부족한 부분을 최대한 빠르게 보강하여 서비스시장에 내어놓고 있기 때문이다. 불과 2~3개월 사이에 새로운 버전이 발표되고있고 계속 새로운 버전으로의 스펙이 예정되고 있어 급격한 변화가 이루어지고 있는 상황으로 볼 때 향후 몇 년간은 두 가지 표준이 함께 갈 것이라고 예측하고 있다. 각 사업자의 고객입장에서는 모바일폰을 가지고 인터넷을 향해서 하는 데는 아무런 불편함이 없을 것이다. 브라우저와 사업자 측의 제공 서버만이 다른 방식이기 때문에 사용자에게 보이는 화면은 대동소이하기 때문이다. 향후 이 방식들이 XML (eXtended Markup Language)라는 하나의 표준으로 수렴될 것이라는 시장 예측이 나오고 있고, XML이 결국 완성된 표준으로 수렴될 것이라 예상하고 있다.

3. 한솔 M.com의 모바일 인터넷 이력과 현황

1997년 10월 PCS 음성서비스를 시작으로 한솔 M.com은 국제전화 서비스, 해저 국제 광케이블

사업 등에 영역을 넓혀 왔다. 실제 제공되는 부가서비스의 흐름도 음성 부가서비스에서 문자 부가서비스, 유무선 포털 서비스로 이어지고 있다. 유무선 포털 서비스를 비롯한 부가서비스의 질적인 면과 양적인 면에서는 5개 이동통신 서비스 업체에서 단연 앞서있던 것이 사실이다. 문자-음성 연동서비스, 인터넷-벨소리 연동서비스, 채팅서비스 등은 다른 사업자들이 벤치마크 하여 서비스할 정도로 현재도 인기가 있는 서비스이다.

한솔 M.com의 모바일 인터넷 서비스의 이력을 살펴보면 1998년 7월 접속시간만 30초 이상 걸리던 기존의 불편한 모뎀연결방식의 인터넷서비스를 한솔 M.com에서는 5초 내에 접속이 가능한 PPP방식의 모바일 인터넷서비스를 국내 최초로 시작하였다. 이는 인터넷 서비스 시장의 본격적인 시작을 의미하는 동시에 이동성을 필요로 하는 모바일 오피스환경을 태동 시켰다. 기존 셀룰러폰의 데이터 전송속도가 9600bps인 것에 비해 14.4 Kbps의 속도를 제공하여 당시로서는 모바일 인터넷 서비스의 접속에 1.5배 이상의 속도를 앞당기는 역할을 하였고, 업무를 위하여 무선으로 인터넷을 연결할 수 있는 환경이 조성되었다.

1999년 5월에는 국내 최초로 PDA를 이용한 모바일 인터넷 서비스를 시작하였는데 당시 시판되던 PDA중 가장 인기 있는 모델이었던 셀빅을 한솔 M.com의 전용 PDA로 포팅하고 인터넷 브라우저, telnet, 5개 증권사 주식거래, 프로그램 다운로드, 메일 서비스, 개인 정보서비스 등 다양한 부가서비스를 제공하게되었다. 내용 면에 있어서 당시로서는 가장 혁신적인 서비스를 제공하였고, 최근 단말기로 이러한 서비스를 제공하게 되기 직전까지 훌륭한 인터넷 접속 도구로서의 역할을 충실히 할 수 있었다. 하지만 PDA와 폰 두 가지 장비를 가지고 다녀야 하는 불편함과 가격적인 측면에서의 장벽으로 최근에는 폰으로 이러한 PDA기능이 흡수되고 있고, 모바일폰의 디스플레이

이 화면이 지속적으로 확대되면서 불과 1년여만에 그 자리를 모바일 인터넷 폰에게 내어주고 있는 실정이다.

1999년 8월 한솔M.com은 업계 최초로 IS-95B 서비스를 시작하였다. 14.4Kbps 속도의 모바일 인터넷 서비스가 기존 전화선의 한계로 보고있는 56Kbps속도를 앞질러 진정한 인터넷 접속 도구로써의 자리 매김을 하게된 사건이었다. 접속요금 또한 업계 최저의 가격으로 제공하였고, 이 서비스를 위한 여러 가지 혜택이 주어지는 요금상품이 같이 개발되어 다양한 계층이 사용할 수 있는 기반을 마련하였다. 당시 단말기 업체에서 퀄컴의 MSM3000 칩을 채택한 단말기들이 발표되어 현재까지 많은 당사의 가입자들의 이 서비스를 이용하고 있다. 이와 맞추어 모바일 오피스를 원하는 인트라넷 사용환경을 위하여 VPN방식을 제공하여 보다 다양한 서비스로의 확대가 용이하도록 구성되었는데, 진정한 모바일 오피스가 이 시기부터 구성되기 시작하였다고 해도 과언은 아닌 듯 싶다.

1999년 9월 한솔 M.com은 업계 최초로 유무선 포털사이트를 OPEN하였는데 진정한 모바일 인터넷의 시작이라 볼 수 있다. 역시 이 시기에 Mobile Explorer 브라우저를 탑재한 모바일폰이 시장에 나오면서 유선과 무선의 제약이 없어졌고, 단지 폰만으로 인터넷 사이트를 브라우징 할 수 있는 환경이 갖추어지게 되었다. 당시 한솔 M.com 가입자들은 www.click018.co.kr이라는 포털사이트의 등장으로 유선과 같은 환경의 모바일 인터넷 서비스를 받게되었고 폭발적인 이용증가와 함께 한솔 M.com의 미래의 비전을 제시하는 전환점이 되었다. 이 시기에 이러한 분야에 대한 가능성에 대하여 내부, 외부의 시각이 바뀌게 되었고, 한솔 M.com이 인터넷 리더로써의 재정립을 필요로 하게 되어 회사의 명칭조차 한솔PCS에서 한솔 M.com으로 바뀌게 되는 계기로 작용하였다.

2000년 2월 공식적으로 한솔 M.com으로 사명이 바뀌면서 유무선 포털사이트도 대대적인 개편이 이루어졌다. 포털사이트도 www.hansolm.com으로 사명과 같은 이름으로 바뀌었고, 유무선 인터넷 분야의 인원확충과 더불어 참신하고 다양한 포털사이트로의 면모도 갖추게 되었다. 현재 모바일 인터넷과 접속된 CP(Contents Provider)의 수만 140여 개에 이르고 메뉴서비스의 종류만 약 400여 개에 이르고 있는 실정이다. 이러한 수적인 팽창과 더불어 질적인 발전 또한 비약적으로 이루어졌는데, 실제 이용자와 이용횟수의 폭발적인 증가가 이를 대변해주고 있다.

최근 코스닥시장의 침체와 인터넷기업의 거품론이 제기되면서 유선인터넷 사업체들이 많은 어려움을 겪고 있다는 뉴스를 접하고 있다. 사실 배너광고와 거래수수료만으로 인터넷 사업을 유지하는 데는 많은 한계가 있기 때문에 수익모델이 없는 유선 인터넷 업체들의 시선이 모바일 인터넷으로 옮겨지고 있는 이유도 이 때문이다. 모바일 인터넷 사업자들은 가입자를 통하여 통화료와 부가서비스 사용료를 받고 있고, 또한 대화형 서비스 등에 대해 이미 콘텐츠 정보의 사용료에 대한 회수대행을 하고 있기 때문에 확실한 수익모델이 제시되고 있다고 볼 수 있다. 이러한 상황에서 한솔 M.com은 최근 CP 정책발표회를 통해 CP와 한솔M.com의 Win-Win전략을 발표하였다.

한솔 M.com의 가입자에 대한 현황을 살펴보면, 주 가입자 층이 10~20대 초반이 거의 60%를 육박하고 있다. 한솔 M.com의 주 가입자 계층인 이 세대가 상대적으로 부가서비스의 이용확률이 높고, 실제 통화료를 비롯한 부가서비스 이용료도 다른 세대에 비해 많은 요금을 지불하고 있다. 이러한 이유로 인하여 한솔 M.com과 CP들의 대응 방식도 다른 사업자와는 내용과 질적인 면에서 다르게 서비스되고 있다. 한솔 M.com에서 현재 제공되고있는 서비스를 살펴보면 커뮤니티분야가

가장 많은 사용횟수를 보이고 있다. 다른 사업자의 경우 주식, 뉴스 등이 큰 비중을 차지하고 있는 것에 비해 한솔 모바일 인터넷서비스는 회원간의 정보전달, 채팅, 미팅서비스, 메일, 자기의 정보검색 등에 많은 사용실적을 보이고 있다. 주식, 뉴스 등의 서비스 내용도 다른 사업자보다 한발 앞선 서비스를 제공하고 있음에도 불구하고 사용 연령층의 관심의 초점이 이러한 커뮤니티분야로 집중되고 있어 이 분야에 대한 많은 투자와 개발이 이루어지고 있다.

앞에서 언급하였던 CP와의 Win-Win 전략에 대해 간단히 설명하면, 한솔 M.com의 주 고객 층이 10대와 20대 초반으로 구성되어있는 현실에 비추어볼 때 유료서비스의 접속에 대한 부담이 우선 문제점으로 떠오르고 있다. 사실 통화 및 부가서비스 비용을 지불하는데 있어 이 세대들이 사용하는 요금은 결코 기존 세대들에 비해 적지 않은 것은 사실이지만, 유료서비스에 대한 부담은 상대적으로 기존세대보다 더욱 크게 느끼고 있다는 점을 바탕으로 전략을 수립하게 되었다. 한솔 M.com의 기존 마케팅 전략에서 토티요금제, 토티리브레터 등 비교적 적은 요금체제로 젊은 세대들을 공략하고 있는 점이 이러한 현실을 대면해 주고 있다. 한솔 M.com의 경우 이러한 사실을 토대로 무료 콘텐츠의 비중이 늘어날 수 밖에 없어 무료콘텐츠 제공에 대한 수익모델을 만들어 가게 되었다. 사실 지속적으로 요금인하의 압박이 가해지고 있는 현실에서 모바일 인터넷 서비스 사업자들에게 에어타임 및 망의 사용료의 일정부분을 나누어주는 것은 매우 어려운 상황이다. 하지만 한솔 M.com은 모바일 인터넷 사용으로 인한 에어타임 및 망사용료로 구성되는 수익의 일부를 인센티브화 하는 전략을 발표하면서 이러한 상황을 극복하고자 하였다. 무료서비스 정보를 제공하는 CP들을 주기적으로 평가하여 등급을 나누고 등급별 인센티브를 지불하는 방식을 채택하였고,

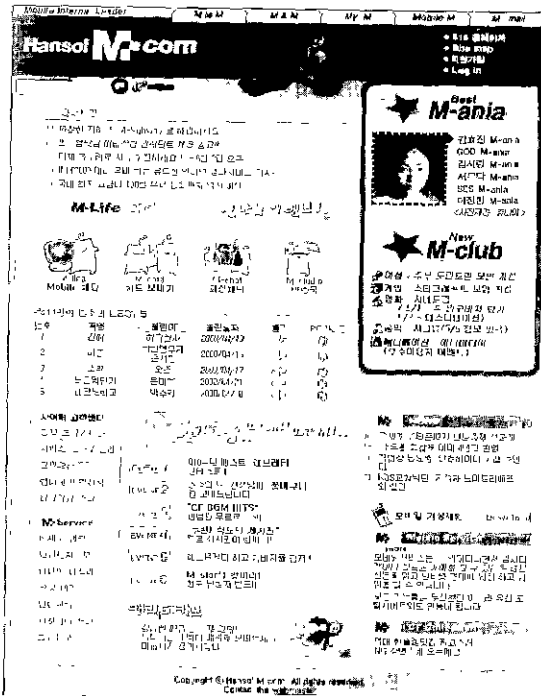
사용횟수와 질적인 측면으로 나누어 평가하고 이를 합산하여 서비스에 대한 평가를 투명하게 발표하고, 이러한 평가를 이용하여 메뉴개편과 도출 순서에 활용하고자 하는 전략인 것이다. 유료서비스를 제공하는 업체에게는 유료서비스 사용 요금에 대한 부분을 회수 대행해주고 15%이하의 회수대행료를 받도록 한 점도 이러한 CP들의 수익 구조를 보장해주고자 하는 취지에서 결정된 사항이라 할 수 있다.

최근 이러한 전략발표 후 많은 CP들이 한솔 M.com으로의 콘텐츠 제공 협의를 하고 있는데, 제공 메뉴의 수적 한계와 중복 콘텐츠의 제공 지양, 기존 우량 CP의 보호 등의 몇 가지 문제점으로 인하여 조심스럽게 대응하고 있다. 한 예로 CP의 채택 후 콘텐츠의 제공을 3개월 간 무료로 제공한 후 유료화 또는 인센티브제공의 제공을 결정하는 것도 CP에 대한 가입자들의 평가와 내용의 건전성 등을 검증하기 위한 방편이라 할 수 있다.

4. 한솔 M.com의 유무선 포털 서비스

한솔M.com은 1999년 9월 click-018이라는 브랜드로 유무선 포털서비스를 업계최초로 제공하기 시작하였다. 유선인터넷과 무선인터넷의 연계서비스와 기존 부가서비스의 쉬운 접근 등 다양한 내용의 알찬 콘텐츠를 제공하였고, 10~20대 초반 가입자들의 폭발적인 사용증가와 함께 이 분야에 대한 시각이 바뀌게 되었다. 결국 2000년 2월 회사의 명칭이 한솔 M.com으로 바뀌면서 유무선 인터넷 서비스를 회사의 명칭으로 하는 대대적인 변신을 하게 되었다. 물론 이 시점에서 제공서비스의 확대와 대대적인 투자가 이루어졌고, 업계 최고의 방문수를 자랑하는 유무선 포털서비스를 갖추게 된 것이다. (그림 1)

현재 모바일 인터넷 서비스는 유선 인터넷서비



(그림 1)

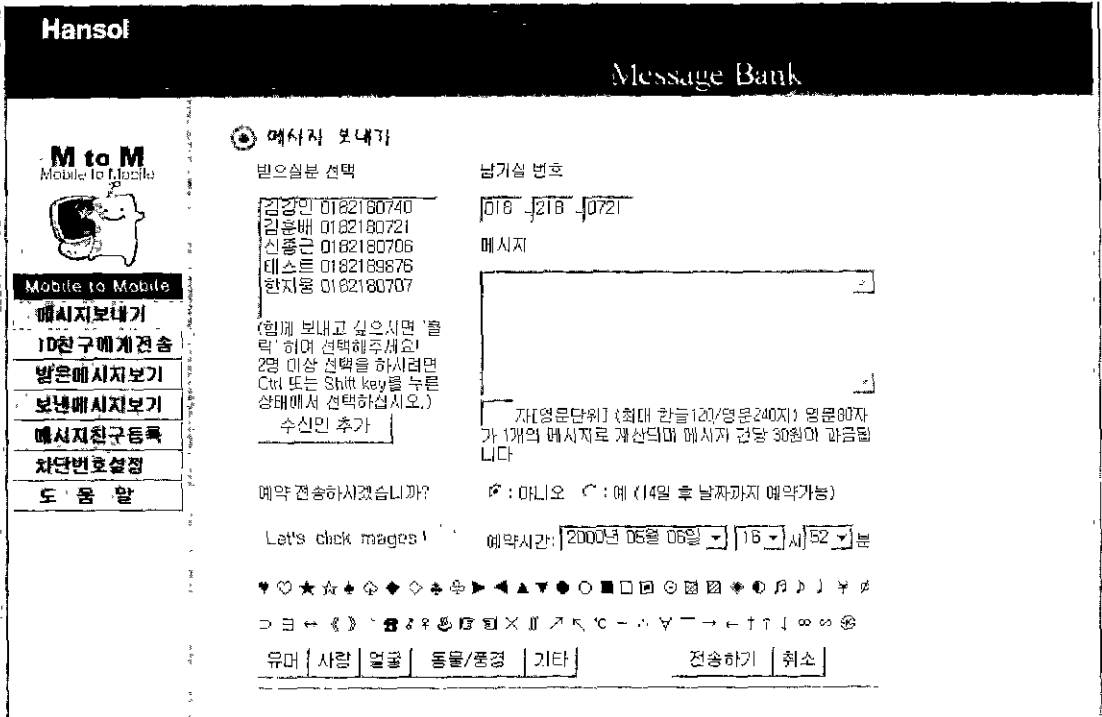
스와의 다양한 연계서비스를 제공하고 있고, 이를 근간으로 제작되어 있으므로, (그림 1)의 유무선 포털서비스의 메뉴를 보면서 하나씩 살펴해보도록 하겠다.

한솔 M.com의 포털사이트의 특징을 살펴보면 젊은 층을 위주의 다양한 이벤트와 커뮤니티 서비스를 특징으로 할 수 있다. 크게는 MtoM, M&M, My M, Mobile M, M-mail 등 모바일 인터넷과 연계된 다양한 서비스를 탭메뉴방식으로 접근할 수 있는데 이들 모두가 모바일 인터넷과 연계되어 있고, 모바일 인터넷에서는 더욱 다양한 콘텐츠가 준비되어 있다. 10~20대 초반을 메인 화면의 타깃으로 설정하였으나 기존세대들에게도 꼭 필요한 서비스도 타사에 비해 알차게 준비되었음을 알 수 있다. 가입절차도 한솔 M.com 폰사용자와 비사용자가 모두 가입할 수 있도록 구성되어 있다. 기존 한솔 M.com 폰사용자인 경우 메시징 서비스를 이용하여 검증된 가입자만이 가입이 허락된다.

MtoM 서비스와 M&M 서비스는 모바일과 인터넷의 연관 서비스가 주류를 이룬다. 특히 최근 한솔 M.com의 CF로 "사랑은 움직이는 거야"라는 유행어를 낳고 있는 움직이는 나만의 캐릭터서비스는 폭발적인 인기를 누리고 있다. 또한 업계 최초로 서비스하고 있는 메시지 캡처서비스는 본인의 모바일폰에서 받은 메시지와 보낸 메시지를 시간 대별로 정리하여 보여주고 있고, 쉽게 메시지를 꾸며 전송하는 기능도 포함하고 있다. (그림 2)

또한 업계 최초로 서비스하고 있는 나만의 벨소리는 인터넷 상에서 5선지로 작곡할 수 있는 환경과 게시판기능을 접목한 등록기능까지 갖추고 있고, 1년 이상 최고의 인기 접속을 나타내고 있다. 미팅을 추천하는 M-ting 서비스와 화상이 함께 제공되는 채팅서비스는 모바일 인터넷과 연계되어 최근 폭발적인 사용률을 나타내고 있고, 게시판기능을 하는 M-memo 서비스 또한 유선과 무선을 넘나들면서 읽고, 쓸 수 있는 환경을 제공하고 있고 다양한 메뉴로 구성되어 있다. 최근에는 이모티콘과 배경음악까지 제공되는 M-card 서비스를 개시하였으며, 다양한 메시지 꾸림 기능까지 제공하여 많은 가입자들의 사랑을 받고 있다. 이 모두가 유,무선 인터넷을 연계토록 한 기록제의 역할을 하고 있으며 다양한 동호회의 참여로 이동통신 5개사의 포털서비스 중 사용률 1위를 차지하고 있다.

특징적인 서비스의 하나인 M-studio는 M&M의 서브메뉴로 구성되어 있는데 최근 세계적으로 떠들썩한 그라우엔 새장이라는 드라마를 매일 1분씩 365일 동안 제공하는 이벤트 서비스를 제공하고 있다. 물론 아직은 모바일 인터넷을 통한 동화상서비스는 제공되지 않고 있어 모바일 인터넷으로는 스토리와 드라마의 배경 등을 살펴볼 수 있다. 또한 I-cine와 공동개발로 유무선 영화서비스를 제공하고 있는데, 최근 상영되는 영화까지 모두 감상할 수 있는 메뉴이다. 이 또한 아직은 영



(그림 2)

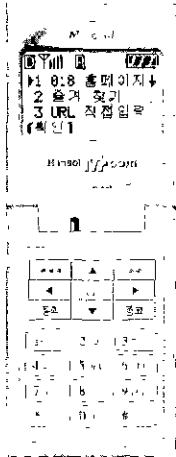
화스크린을 모바일 인터넷으로는 감상이 불가능 하지만 영화 스토리와 배경등 영화와 관련된 모든 서비스를 모바일 인터넷으로 브라우징이 가능하다. 향후 IMT-2000으로 이어지는 화상 서비스에 대한 콘텐츠로 기획되어 있어 모바일 인터넷으로도 영화를 볼 수 있는 토대를 마련하는 발판으로 삼고 있다.

My M서비스는 종합 개인 일정 및 정보서비스를 제공하는 메뉴이다. 모바일 인터넷의 필수라 할 수 있는 개인 정보의 알람기능과 주식 연동 알람기능, 관심뉴스선택 및 제공, 메일서비스의 유무선 연동 서비스, 운세, 바이오, 메뉴, 북마크 서비스 등 인터넷에서 표현될 수 있는 거의 모든 종류의 개인 맞춤 서비스를 하나의 서비스로 묶어 제공하고 있다. 모바일 인터넷의 필수라 할 수 있는 쉬운 인터페이스 및 상황 알람기능은 미래의 모바일 인터넷서비스를 한발 앞서 제공하고

있는 서비스로써 최근 다른 사업자들의 집중적인 벤치마크로 이용되고 있을 정도로 인기가 있는 서비스이다. 이곳의 주소록 서비스는 메일 서비스와 연동되어 이용이 가능하고 자신의 모바일폰에서도 모바일 인터넷서비스를 이용하여 쉽게 접근할 수 있다. 젊은 층들에게 관심이 많은 다이어트, 스포츠정보, 여성만을 위한 다양한 정보도 모바일 인터넷 서비스를 통해 제공되고 있는데 향후 이러한 특화된 계층을 위한 서비스도 대폭 확대 시켜나갈 계획이다.

또한 모바일 인터넷에서는 유선에서 제공되지 않는 금융관련서비스를 제공하고 있다. 무선 인터넷으로 주식거래 및 계좌이체, 조회 서비스가 제공되어지는데, 최근 Mobile Explorer에 SSL (Secure Socket Layer) 기능이 탑재되어 End-To-End 방식의 완벽한 금융서비스의 제공을 위해 개발작업이 진행되고 있다. 현재는 4개의 증권회사(LG, 동원,

교보, 굿모닝)와 외환은행 연동 서비스를 제공하고 있는데 거의 모든 증권회사와 은행들과 서비스를 준비중에 있다.



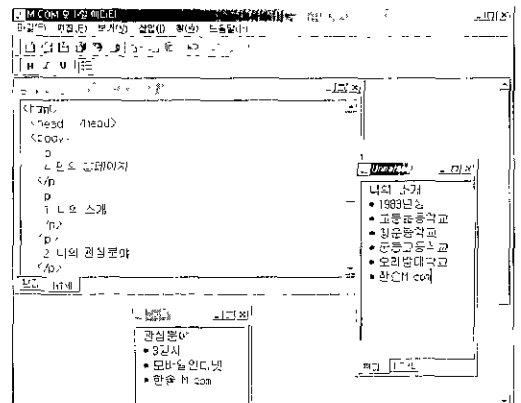
(그림 3)

Mobile M서비스는 모바일 인터넷을 체험할 수 있는 공간을 제공한다. 모바일 인터넷을 쉽게 이해할 수 있도록 모바일폰의 모양과 똑같은 시뮬레이터를 제공하여 바로 한솔 M.com에서 제공하는 모바일 인터넷 화면을 사용할 수 있고, 여러 가지 체험을 통하여 실제 모바일 인터넷을 사용할 때 불필요한 접속요금을 아낄 수 있도록 하려는 배려로 제공하고 있다. (그림 3)

앞에서도 언급한 바와 같이 한솔 M.com이 WEB에디터의 대명사격인 나모인터렉티브와 공동 개발하여 무료로 제공하고있는 모바일 홈페이지 제작도구를 바로 이 서비스에서 제공하고 있다. 모바일 인터넷 사이트를 구축하고자 하는 사용자들은 이 제작 도구를 이용하여 홈페이지를 구성할 수 있는데, 모바일 인터넷에서만 사용 가능한 몇 가지 태그들 (전화접속 태그, 두 가지 링크 접속 가능한 btm 태그)들이 제공되어 모바일 인터넷 사이트 구축에 쉽게 이용 할 수 있다. 또한 이 제작도구에서는 아직 Mobile Explorer에서 제공하

지 못하고 있는 태그들에 대한 설명 및 제한이 걸려있어 보다 쉽게 자기만의 모바일 인터넷 사이트를 구축 할 수 있는 환경을 제공하고 있다. 또한 이 제작 도구는 향후 제공되는 Mobile Explorer의 버전 향상이 이루어질 때마다 업그레이드하여 제공할 예정으로 있다. 앞서서도 논의되었지만 HTML에 익숙해져 있는 가입자들에게 더 이상의 지식이 필요 없이 기존의 자신의 홈페이지를 제공하거나 수정하여 이용이 가능하므로 많은 사용자층을 확보할 것으로 기대하고 있다. (그림 3)

이 메뉴에서 제공되고있는 M-Game은 현재 시판되는 모바일폰과 연계하여 게임을 다운로드받거나 코인 크레딧서비스를 제공하고 있다. 또한 게임의 점수를 이용하여 전체 게임사용자들을 연계한 랭킹서비스를 제공하고 있고 언제든지 자신의 점수를 확인하여 제도전할 수 있도록 구성하고 있다. 또한 게임을 위한 정보와 tip을 사용자들끼리 공유할 수 있도록 게시판 서비스를 제공하고 있다. 게임은 향후 모바일 인터넷시장에서 상당한 수익을 발생시킬 것으로 예상되어지는데, 현재 한솔 M.com에서도 인터넷 연계게임을 비롯한 다양한 모바일 게임을 개발하고 있다. 게임 분야에 대한 다양한 아이디어는 향후 큰 카테고리의 하나로써 모바일 인터넷 사업의 일환으로 다



(그림 4)

루어져야 할 것으로 기대된다.

위치정보서비스도 Mobile M의 범주에서 서비스되고 있는데, 지도 서비스와 주변 상가, 음식점, 주유소 등 위치 응용서비스의 분야도 유선과 무선을 통하여 서비스되고 있다. 본인의 모바일 인터넷폰으로 접속하면 현재 자신이 위치한 주변 정보가 제공되고, 근처의 음식점, 공공기관, 기타 시설 등 전화번호와 관련된 정보가 제공된다. 지하철 역사권정보, 버스 노선 정보 등 생활과 밀접한 정보도 모바일 인터넷으로 제공하고 있다. 이와 더불어 원하는 가입자의 위치추적서비스도 이루어지고 있는데, 개인뿐만이 아닌 다양한 비즈니스환경과 비용절감의 효과를 노리는 운송업체 및 보험회사 등 위치와 관련된 영업위주의 회사들도 이 서비스를 받고 있다.

M-mail 서비스는 크게 두 가지 방식으로 제공된다. 기존의 인터넷과 Outlook 등에서 이용할 수 있었던 모든 메일서비스를 하나로 묶은 전통적인 메일서비스와 기존의 VMS (Voice Mail Service) 등을 포함한 음성, 문자, E-mail을 총괄하는 UMS (Unified Message Service)의 두 가지 방식이 제공된다. 물론 두 가지 서비스 모두 무료로 제공되는데, 향후 모바일 인터넷 서비스분야와 연계되는 다양한 서비스가 오픈이 될 예정으로 있어 많은 사용자 층을 확보할 것으로 예상되고 있다. VMS 연계 서비스의 경우 자신의 VMS에 도착한 음성을 인터넷으로 확인 가능하고 자신의 음성을 녹음하여 타인에게 메일로 전송이 가능한 음성과 인터넷 연계서비스도 제공하고 있다. 또한 모바일 인터넷으로의 접속으로도 거의 모든 서비스를 받을 수 있도록 구성되어 있어 쉽게 어디서나 접속이 가능한 점도 크게 어필되고 있다. 향후 다양한 서비스가 추가되면 매우 인기 있는 사이트로 자리 매김을 할 것으로 기대된다. 물론 POP3 기능을 제공하여 다른 사이트의 자신의 메일을 끌어올 수 있으며, 메일도착 시 메시징서비스를 이용

하여 바로 모바일 인터넷환경으로 확인 할 수 있는 기능도 가지고 있다.

현재 제공되고있는 전자상거래 분야는 업계에서 가장 인기있는 한솔CSN을 통한 쇼핑 서비스를 하고 있고 기존의 전자상거래 사이트는 물론 경매 및 역경매 정보가 제공되고 있다. 현재는 물품가격의 회수대행까지는 불가능하나, 거래 금액의 회수대행, 타겟마케팅 등 다양한 분야의 비즈니스가 가능한 플랫폼을 개발하고 있어 2000년 중반이후 보다 다양한 모바일 인터넷을 이용한 전자상거래의 비즈니스 모델이 창출될 것으로 예상된다.

5. 결 론

기존 5개 이동통신사업자의 전체 가입자가 2700만으로 거의 포화상태에 이르고 있는 현실에서 모바일 인터넷시장은 많은 기대와 노력 속에 폭발적으로 확대되어 갈 것이다. 또한 이동통신사업자가 제공하는 콘텐츠에 대한 접속 편이성, 다양함과 질적 수준에 따라 많은 수의 가입자들이 이동할 것이라고 예상하고 있다. 한솔 M.com은 이러한 현실을 직시하고 모바일 인터넷리더로서의 책임과 콘텐츠 제공업체와의 Win-Win전략을 통하여 더욱 다양한 양질의 서비스를 준비하고 있다. 지면을 통하여 한솔 M.com의 모바일 인터넷서비스의 절반도 소개하지 못한 아쉬움이 남지만, 보다 다양하고 질적인 면에서 우수한 콘텐츠와 앞선 기술을 선보이도록 노력할 것을 약속드리는 바이다.

참고문헌

- [1] 한솔 M.com Home Page, <http://www.hansolm.com>
- [2] 한솔 M.com 홍보 Page, <http://www.018.co.kr>

- [3] ARC Group "the reports of Wireless Internet".
<http://www.the-arc-group.com/reports>
- [4] Strategis Group "Internet User Trends", <http://www.strategisgroup.com/press/pubs/IUTFinal.htm>
- [5] 전자신문 4/20자 이동통신 사업자 가입현황.



김 훈 배

1990년 연세대학교 전산과학과
졸업 (이학사)
1990년-1994년 삼성전자 통신연구소
연구원
1994년-1996년 한국 오라클 통신팀
데이터베이스 컨설턴트

1996년-현재 한솔 M.com 무선 인터넷팀 팀장
1999년-현재 세종대학교 IMT-2000 석사과정 재학중
관심분야 : 모바일 인터넷, 데이터베이스, 영상압축기술,
IMT-2000