



# “2004 모바일 난세(亂世), 新수익모델을 창출하라!”

K모바일이 주최하고 정보통신부 등이 후원한 '제8회 코리아 모바일 그랜드 컨퍼런스'가 지난달 11일과 12일 이틀간에 걸쳐 약 700여명의 업계 관계자가 참석한 가운데 성황리에 개최됐다. '2004 모바일 난세(亂世), 新수익모델을 창출하라!'는 주제로 한국과학기술회관 국제회의장에서 개최된 이번 컨퍼런스에서는 SK텔레콤, KTF, LG텔레콤 등 이동통신 3사를 비롯해 모바일콘텐츠 업체와 포털업체 관계자들이 차례로 나와 최근 모바일 시장의 흐름과 자사의 전략에 대해 발표했다. 특히 이번 컨퍼런스에서는 모바일 관련 정책 및 서비스, 플랫폼, 단말기 등 산업 전 분야에 대한 발표와 토론이 이뤄져 모바일 산업의 흐름을 한 눈에 살펴볼 수 있는 자리였다는 점에서 의미를 가진다.

글 / 신중훈 기자



▲ 한국과학기술회관 대회의실에서 개최된 '2004 코리아 모바일 그랜드 컨퍼런스'에는 700여명의 업계 관계자들이 참석해 성황을 이뤘다.

가장 앞서 발표된 주제는 국내 모바일정책 및 방향에 대한 것으로 한국콘텐츠산업연합회 기획관리실장으로 있는 최동진 실장은 '무선망 개방에 따른 모바일 유해콘텐츠 심사현황 및 향후계획'을 발표했다.

최 실장은 무선인터넷 망개방의 개요와 추진단계 및 현황, 서비스체계, 콘텐츠 등록 및 심의 인증 절차 등에 대해 설명하고, 콘텐츠 검증을 위한 자율심의제도에 대해 발표했다.

그는 "지난해 11월부터 변동현 위원장(서강대 교수)을 포함해 법조계, 시민단체, 언론계 등 각 분야 전문가 7인으로 구성된 자율심의위원회를 운영하고 있다"며 "3월 현재 총 22개사에서 37

개 서비스에 대한 심의를 신청받아 이 가운데 31개 서비스에 적합판정을, 6개 서비스에 대해서는 보완을 통보했다"고 밝혔다.

최 실장은 또 "자율심의제도를 활성화하기 위해 사전심의 절차를 간소화해 문제소지가 없는 일반적인 콘텐츠에 대해서는 간단한 등록절차만으로 심의인증번호를 통보하고, 성인 콘텐츠 및 복권, 게임, 미팅 등의 콘텐츠에 대해서는 휴대폰 화면상에서 사전 심의를 추진할 계획"이라며 "2분기부터는 콘텐츠에 대한 사후 감시활동도 시작할 예정"이라고 밝혔다.

## 이통사 신규 비즈니스 창출에 전력투구

이어진 이동통신사업자들의 2004년 무선인터넷 전략에서는 공통적으로 신규 비즈니스 창출에 대한 계획이 발표됐다.

특히 이통사들은 무선 망개방이 위기이자 기회라는 점에 인식을 함께 하고, 새로운 콘텐츠들의 등장에 따른 뉴 비즈니스 창출에 노력하겠다고 밝혔다.

SK텔레콤에서는 포털기획팀 최문석 과장이 SKT의 2004년 무선인터넷 추진전략을 발표했다.

최 과장은 “이동전화 시장은 2003년 70%의 보급률을 넘어 포화상태에 접어든 반면, 무선인터넷 시장은 2004년말 매출액 기준 2조4,000억여원 규모로 성장하는 등 지속적 성장세가 예상된다”며 “올해는 네트워크의 진화와 단말기의 고기능화, 플랫폼 표준화 및 솔루션 고도화 등에 따라 고기능의 신규 서비스 제공이 가능할 전망”이라고 말했다.

그는 또 “이러한 시장환경에 따라 이동통신사들이 기존의 네트워크 사업 외에 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 터미널의 각 가치사슬에서 사업영역 확장 및 신규 사업 발굴을 위한 뉴 비즈니스 모델 창출에 나서고 있다”며 “SKT는 이러한 뉴 비즈니스 모델 창출 전략의 일환으로 유선과 무선의 통합을 통한 3A(Any Time, Any Place, Any Device)로서의 NATE를 구현하고, 커뮤니케이션과 엔터테인먼트, 파이낸스, 인포메이션의 4가지 영역에 대한 서비스를 강화해 나갈 방침”이라고 밝혔다.

KTF에서는 전기라 콘텐츠팀장이 발표자로 나서 KTF의 무선인터넷 전략을 발표했다. 전 팀장은 “포화상태에 이른 음성 통신 시장에서 이동통신사들의 매출과 이익을 확장하기 위해 무선인터넷 시장의 활성화는 필수적”이라며 “지난해 12월 기준으로 멀티팩 서비스의 가입자 수는 477만명에 이르렀고, 데이터 ARPU 비중은 14%를 넘어섰다”고 밝혔다.

그는 “무선인터넷망의 개방과 요금인하 요구, 컨버전스의 가속화에 따라 이동통신사들은 이제 새로운 위협과 기회를 동시에 맞이하고 있다”며 “지난해 KTF 모바일 서비스에서 가장 많은 매출을 기록한 서비스는 벨소리 다운로드 서비스였으나 앞으로는 메시징 서비스와, 컨버징 서비스, 멀티미디어 서비스 등이 주요 서비스로 자리를 잡게 될 것”이라고 밝혔다.

LG텔레콤에서는 김범승 콘텐츠사업팀장이 나와 “무선인터넷망의 개방은 이통사들의 독점을 막고, 공정한 경쟁을 유도함으로써 다양한 양질의 콘텐츠를 고객에게 공급할 수 있도록 한다”고 설명하고, “LGT는 올해 경쟁력 있는 콘텐츠의 지속적 확보와 고객 실질가치 중심의 신규 서비스 개발, 컨버전스 애플리케이션

강화 등을 통해 한 발 앞선 모바일 서비스 기업으로의 입지를 다져나갈 계획”이라고 밝혔다. 그는 또 “모바일 응용서비스는 향후 2, 3년간 새로운 단절적 변화가 예상되며, 특히 모바일 음악 서비스와 같은 웹투폰 기능이 떠오르게 될 것”이라며 “3G 서비스는 화상통신, LBS, 글로벌라이제이션 등에서 큰 시장성을 지닌 것으로 예측했으나, 실제 이용할 애플리케이션의 부재로 인해 사업성에 대한 근본적인 재검토가 필요한 실정”이라고 덧붙였다.

### 무선인터넷 콘텐츠 시장 3조6,429억원 규모 전망

중식 휴식후 이어진 발표에서는 무선인터넷 콘텐츠 시장의 시장규모와 최근 이슈가 되고 있는 콘텐츠들에 대한 시장전망과 사례분석이 이어졌다.

에틀라스리서치그룹의 박종봉 사장은 ‘2004년 무선인터넷 콘텐츠 시장 분석’이라는 주제발표에서 2003년 무선인터넷 시장 규모가 2조2,595억원으로 성장했으며, 올해 3조6,429억원 규모로 성장하게 될 것으로 내다봤다.

그는 “국내 무선인터넷 단말기 보급대수가 3,100만대로 총 인구의 63%가 무선인터넷 단말기를 보유하고 있으며, 이 가운데 30%는 카메라폰을 보유하고 있다”며 “이동통신사들의 매출 가운데 데이터 서비스 매출 비중도 20%까지 육박하는 등 무선인터넷 서비스가 새로운 성장동력으로 부상했다”고 설명했다.

박 사장은 2004년 콘텐츠 시장의 주요 이슈에 대해 브로드밴드와 정액제, 망개방, 컨버전스, 콘텐츠 유통경로의 다양화 등을 꼽았다. 그는 “번호이동성에 따른 데이터 요금인하 경쟁 및 정액제 도입 가능성이 증가하고 있으나, 망개방에 있어 현 수준의 게이트웨이 개방만으로는 발전적인 시나리오 도출에 한계가 있다”며 “통신요금의 개방을 통해 콘텐츠 가격파괴가 아닌 트래픽 증대 자체만으로 비즈니스 모델 성립이 가능한 환경으로 유도할 필요가 있다”고 지적했다.

모바일게임 전문업체인 게임빌의 조성문 본부장은 모바일게임 산업의 트렌드와 환경변화, 시장전망 등에 대한 발표를 진행했다. 그는 “지난해 모바일게임 시장은 정보이용료 시장 860억원, CP 매출이 667억원으로 총 1,527억원 규모를 형성했다”며 “올해부터는 플랫폼의 고도화와 단말기 성능의 발전으로 고품질 3D 모바일게임 시장이 형성될 것”이라고 내다봤다.

위치기반서비스(LBS) 기업인 포인트아이 김원태 LBS사업본부장은 이날 ‘LBS 발전전망, 위치정보 활용 신규 콘텐츠 개발 트렌드 분석 및 수입창출 전략’에 대해 발표했다.



김 본부장은 “위치기반 서비스는 모바일 서비스 산업의 성장을 위한 주요 킬러 애플리케이션으로 급부상 중”이라며 “국내 LBS 관련 시장은 약 271.4%의 성장을 보이고 있다”고 밝혔다. 그는 “LBS 발전을 위한 망사업자의 비전 및 전략 부족, 기술적 구현 지연, 표준화 및 상호운용성 문제 등으로 인해 시장활성화가 지연되고 있으나 고객위주의 서비스 개발, 긴급구호 서비스의 필요성 인식, 서비스 요금 인하 등의 필요조건이 충족되면 오는 2006년에는 1,900만명이 이 서비스를 이용하게 될 것”이라고 전망했다. 도츠모바일의 지상철 사장은 휴대폰을 이용한 생활서비스(웰빙)에 대한 동향을 밝혀 참가자들의 관심을 모았다.

휴대폰 생활서비스란 지난해 이통 3사를 통해 선보인 ‘휴대폰 모기퇴치’ 서비스 등을 말하는 것으로 지 사장은 “무선인터넷 이용자들은 새로운 콘텐츠의 등장과 저렴한 가격, 편의성 증대 등을 가장 원하고 있다”며 “모바일콘텐츠 역시 10~20대를 타깃으로 한 엔터테인먼트 중심의 콘텐츠 시장에서 탈피해 20~50대를 타깃으로한 포괄적 콘텐츠 시장으로 발전하고 있다”고 밝혔다.

그는 “모기퇴치 콘텐츠의 경우 발상의 전환과 특성조사, 음원개발 및 철저한 테스트를 통해 출시된 서비스로 국내 및 해외 언론으로부터 집중적인 관심을 받았다”고 설명하고 “앞으로 숙취해소, 졸음탈출, 손가락안마기, 수면 도우미 등 다양한 웰빙 콘텐츠들이 각광을 받게 될 것”이라고 내다봤다.

에어크로스 박용찬 본부장은 ‘모바일 광고/마케팅 최신기법, 성공사례 & 수익모델 및 향후 전망’에 대해 발표했다. 박 본부장은 “이동통신 매체의 특성을 활용한 무선 광고는 다양한 욕구를 충족시킬 수 있어 향후 전체 광고시장에서 중요 위치를 차지할 것으로 예상된다”며 “에어크로스를 중심으로 시작된 무선광고 시장이 많은 광고주들로부터 새로운 미디어로 자리잡기 시작했다”고 설명했다.

그는 모바일 광고의 특징과 SKT의 NATE 에드모아 서비스의 특징점, OB·GM대우·코카콜라 등의 광고 활용사례를 소개하고, 모바일 광고의 수익모델에 대해 설명했다.

박 본부장은 “모바일 광고는 무선데이터 시장 전체의 성장엔진이며, 저비용·고효율의 다섯 번째 미디어”라고 강조했다.

### 포털사업자, 전면적 망개방 촉구

둘째 날 발표를 진행한 포털사업자에서는 다음과 야후코리아, SK커뮤니케이션즈 등이 참석해 자사의 무선인터넷 사업전략을

발표했다.

다음은 무선인터넷팀 김용훈 팀장이 발표자로 나서 무선인터넷 전략을 밝혔다. 김 팀장은 “최근 무선인터넷은 폰꾸미기 시장의 쇠퇴와 이용자 생산 콘텐츠 시장이 본격적으로 성장하고 있다”며 “폰샷, 무선카페 등의 서비스를 통해 이용자 네트워킹 효과를 극대화하고, 안정적인 웹투폰 기반 및 경쟁력 있는 콘텐츠를 확보해 신규 멀티미디어 사업을 추진할 계획”이라고 밝혔다.

야후코리아의 고동현 모바일팀장은 “정부와 이통사의 소극적인 망개방 대응으로 현재 한정된 범위 내에서만 매출이 발생하고 있다”며 “올해는 야후 내부서비스의 무선 연동, 멀티미디어형 서비스, 공동제휴를 통한 직/간접 매출 비중을 확대해 나갈 계획”이라고 말했다. 야후!는 특히 무선인터넷 사업을 위해 사업군을 5개로 구분, 순차적으로 사업을 추진해 나갈 것이라고 밝혔다.

이들 포털사업자들은 공통적으로 현재의 무선 망개방 제도가 제한적이며, 이통사들에 유리하게 전개되고 있다고 밝히고, 이통사 포탈과의 공정한 경쟁 구도 확립을 통한 자율시장 질서의 정착과 독립적이고 안정적인 무선 포털 시장 창출을 위한 무선망 개방의 제도적 보장을 당면과제로 꼽았다.

### 업그레이드된 모바일 시장 기대

한편, 이날 발표된 내용들 가운데 모든 발표자들로부터 공감대가 형성된 것은 번호이동성 제도 및 무선 망개방 등으로 인해 2004년에는 새로운 차원의 무선인터넷 시장이 형성될 것이라는 전망이다. 참석자들은 최근 단말기 성능과 플랫폼의 표준화, 합리적인 시장가격 형성 등에 따라 무선인터넷 시장이 급성장하는 계기를 맞이할 것으로 내다 봤다.

한국데이터하우스의 김현묵 전략기획팀장은 “2004년에는 모바일 디바이스 중심의 기술과 함께 모바일 네트워크를 벗어난 개념의 뉴 모바일 비즈니스에 대한 논의가 집중될 것”이라며 “외장형 메모리의 활성화, PC Sync 기능의 일반화, 3D 모바일콘텐츠의 성장, RFID(Radio Frequency Identification) 기술의 등장 등에 따라 한 차원 높은 모바일 서비스가 속속 등장할 것”이라고 전망했다.

그는 또 “이러한 기술의 발전에도 불구하고 이용자의 관점에서 볼 때 중요한 것은 다양한 서비스가 아니라 ‘나’에게 얼마나 유용하고, 편리한지 등이 더욱 중요하다”며 “때문에 모든 기술들은 결국 이용자 지향적인 서비스를 향해 발전돼 갈 것”이라고 덧붙였다.