

# 통신사업자의 신규사업 개발을 위한 트렌드분석 모형

장미\*, 김민경\*\*  
한국전자통신연구원  
noccha@etri.re.kr

## A Trend Analysis Model for Carrier's New Business Development

Mi Jang\* and Min Kyung Kim\*\*  
ETRI

### 1. 서론

최근 정부는 IT 839전략을 수립하고 미래의 신성장 산업을 찾는 노력이 활발히 전개하고 있고 기업들은 지속적인 성장을 위해 신사업, 신기술을 앞 다투어 발굴하고 있다. 동시에 유무선 통합, 방송통신융합과 같은 새로운 트렌드가 대두되면서 기존의 산업 구조 및 경계의 파괴가 가속화되고 있다. 이제 기업은 고유의 사업영역을 지키는 입장에서 한발 더 나아가 보다 적극적으로 새로운 영역을 개척해 나갈 필요와 맞닥뜨린 것이다. 이것은 비단 통신업계 뿐만이 아니라 전체 기업이 공통적으로 처한 상황일 것이다.

흔히 신사업 발굴에는 밸류체인 분석, 트렌드 분석, 내부역량 분석 등의 기법이 사용된다. 이중 트렌드 분석은 사업 발굴에서 가장 흔히 쓰이는 것으로 논문 및 보고서를 살펴 보면 고객이나 시장의 트렌드를 살피고 이에 따라 사업 영역을 찾는 식의 단순한 접근이 대부분임을 알 수 있다. 본 연구에서는 이러한 단순 분석에서 탈피해 트렌드 분석 모형을 개발, 보다 정량적으로 접근할 수 있는 기틀을 만들기 위해 노력하였다. 그 첫 번째로 신규 사업기회를 도출하기 위해서 정보통신업 이외의 산업을 포함한 국내 전체 산업계와 고객 소비 트렌드에 관한 전반적인 메가트렌드 분석을 시행하였고 두 번째로 트렌드를 고객트렌드와 산업트렌드로 나누어, 각 트렌드의 특징을 축으로 하는 사업도메인도출 프레임을 사용하여 정보통신업체의 사업영역을 도출하였다.

### 2. 신사업 도출을 위한 트렌드 분석모형

#### 2-1 메가트렌드 분석

본 연구의 최종 목적은 기존 환경 분석을 통해 도출된 최근의 트렌드를 토대로 기업의 사업다각화에 기여할 수 있는 유망사업을 찾아내는 것이다. 이러한 목적에 따라 우선, 트렌드 경향을 크게 고객트렌드와 산업트렌드로 나누어 분류하였고, 기존 트렌드 분석과는 다르게 고객영역과 산업영역의 트렌드 특징을 축으로 하는 도메인도출 프레임을 사용하여 신규사업영역을 도출해 보았다.

##### 2-1-1 고객트렌드 분석

고객트렌드를 분석하는 이유는 트렌드 속에 나타난 소비자의 욕구가 무인가를 탐색하여 그 안에서 사업기회를 찾기 위한 것으로, 트렌드 내에서 일정한 흐름을 찾아내는 것이 중요하다.

기존의 고객트렌드 분석 결과, 각각의 트렌드들을 비슷한 특징을 가진 4가지의 대표적인 메가

트렌드로 분류할 수 있었다.

고객트렌드 분석	
감성적 소비	▪복고상품/ 커뮤니티/ 오리엔탈리즘/ 자기개발
Nomad	▪휴대문화/ 개인화/ Outdoor
자연주의	▪건강지향/ Slowness/ 다양한 문화생활 ▪여가활동/ 환경중시
스마트 소비	▪고급정보, 디지털 콘텐츠/ 고품질의 실감형 콘텐츠 ▪유저 인터페이스 고도화/ 지능형서비스/ 맞춤소비

(그림 1) 고객트렌드 분석 결과

고객트렌드의 가장 큰 특징은 먹고사는 것이 중요한 소비 이유였던 고객들의 소비 패턴이 이제 보다 향상된 삶의 질, 편리함 등을 추구하는 방향으로 바뀌게 되면서 감성적 소비, Nomad, 자연주의, 스마트 소비와 같은 소비행태가 나타나고 있다는 점이다.

대내외 여건의 불확실성과 물질문명의 가속화로 인해 최근의 소비 트렌드는 삶의 질과 가치를 중요시하며, 정서적 안정과 안도감을 추구하는 보수적인 회귀성향을 보이고 있다. 가격, 품질 등 기본적 속성 외에 이미지, 디자인, 브랜드 등 감성적 요소를 중시하는 동시에 휴대 기기를 일상적으로 사용하고 편의성 및 신속성을 추구하는 유희적 성향이 확산되었다.

또한 주 5일제 근무제의 시행으로 여가시간이 늘어남에 따라 문화적 여가 생활에 대한 욕구가 커지는 경향을 보이고, 상품 구매, 서비스 이용에 있어서 편의성과 시간 절약을 중시한다. 동시에 건강, 환경 등 본질적인 니즈에 대한 관심이 높아지고 있고, 이동전화나 인터넷의 사용이 보편화되면서 개인의 제품 및 정보에 대한 지식과 숙련도가 증가하고 서비스에 대한 기대수준이 높아짐에 따라 고품질, 고성능의 제품을 선호하는 특성을 보여주었다.

### 2-1-2 산업트렌드 분석

산업트렌드 분석의 목적은 산업의 변화를 탐색하여 트렌드를 찾아낸 후 산업의 변화에서 나타나는 사업기회를 찾는 것으로, 산업트렌드 분석은 산업을 구성하고 있는 인프라, 제품과 서비스, 기술, 규제를 그 대상으로 하였다. 산업트렌드 분석 결과, 각각의 트렌드들을 비슷한 특징을 가진 4가지의 대표적인 메가트렌드로 분류해볼 수 있었다.

산업트렌드 분석	
산업간 융합	▪네트워크산업과 e-비즈니스 융합가시화/ 방송통신의 융합 ▪유·무선 통합서비스 가시화/ NT,BT,IT의 융합
신기술기반 성장	▪NT,BT,ET, ST 등이 미래의 성장축으로 각광
세계화	▪하이테크 기술의 글로벌화/ Global Standard
규제완화	▪요금자유화/ 요금인가 규제완화/ M&A규제완화 ▪외국인 투자한도 상향 조정/ 시장 진입장벽 완화

(그림 2) 산업트렌드 분석 결과

최근 국내 산업계는 산업 전반에 걸쳐 산업과 산업 간의 융합을 통해 새로운 산업이 발생하는 산업간 융합이 활발히 진행되고 있고, 새로이 진화한 기술을 바탕으로 나타날 산업이 미래의

유망산업으로 각광받고 있으며, 기술, 자본 및 표준의 국제화, 세계화, 나라 간 또는 산업 간의 규제완화가 활발히 진행되고 있었다.

## 2-2 도메인 도출

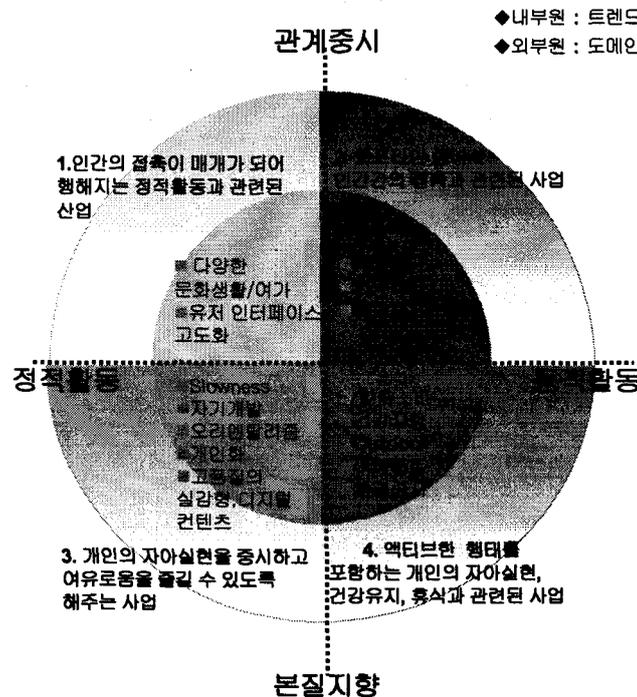
### 2-2-1 고객트렌드를 통한 사업도메인 도출

고객트렌드를 통해 사업도메인을 도출하기 위해, 고객이라는 대상을 구성하고 있는 대표적인 요소를 소비자의 의사결정을 수행하는 정신적인 측면(욕구)과 의사결정을 현실화하는 육체적인 측면(현실화, 행동화)으로 나누어 이해하고 분석을 수행하였다.

고객트렌드 분석 틀은 고객의 정신적인 측면과 육체적 측면에서의 특징을 도출하여 그 특징을 축으로 한 트렌드 분석 맵을 작성한 후, 각 트렌드를 포지셔닝하는 하는 절차로 만들어진다.

고객트렌드 분석 결과, 고객 특성의 한 축으로 현대인은 정신적인 측면에서 다른 사람과 차별화된 자신만의 공간, 시간, 생활을 중시함에도 불구하고 동시에 타인과의 관계유지를 위해 애쓰는 것으로 나타났다. 이러한 특성을 반영하여 관계중시-본질지향으로 이뤄진 분석 틀의 한 축을 구축하였다. 또한, 고령화와 주5일 근무제 도입 등의 라이프스타일 변화로 인해 늘어난 여가시간을 활용하기 위한 새로운 소비행태가 등장하면서, 활동적인 측면에서 정적활동-동적활동으로 이뤄진 특성이 나타났다.

이렇게 도출된 두 특성을 축으로하는 분석 틀에 고객 트렌드 분석 결과를 포지셔닝한 결과는 아래의 그림과 같다.



(그림 3) 고객도메인 도출결과

도메인1의 경우, 인간의 접촉이 매개가 되어 행해지는 정적활동과 관련된 산업으로 타인과의 관계를 통해 불안감을 극복하고, 동질감을 확인하고자 하는 욕구와 고객욕구의 다양화를 반영한 도메인이다.

도메인2는 오프라인 상에서 인간간의 접촉과 관련된 사업을 의미하며 빠르게 변화하는 환경에서 심적 안정(익숙함, 편함)을 추구하고 타인과의 연결수단을 통해 심적 안정감을 형성하려고 하

는 인간의 욕구와 이러한 욕구를 만족시키기 위해 인간적 접촉활동에 대한 제약을 제거하고자 하는 특성을 반영한 도메인이다.

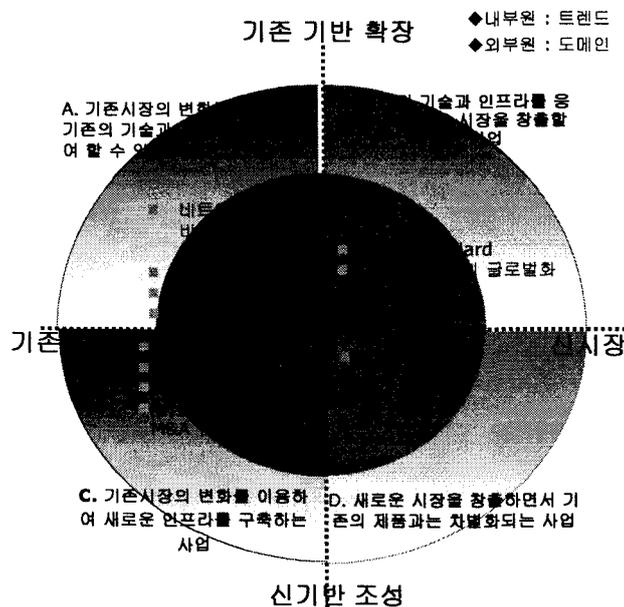
도메인3은 개인의 자아실현을 중시하고 여유로움을 즐길 수 있도록 해주는 사업으로 소유 및 차별화를 통해 자신만의 본질 확인하고 정신적인 비중을 강조, 서구문화에 대한 반작용이 나타나고 있는 사업 영역으로 고객의 욕구와 삶의 질 중시, 자아실현 및 여가를 즐기하고자 하는 욕구가 결합되어 나타난 도메인이다.

도메인 4는 개인의 자아실현, 건강유지, 휴식과 관련된 사업으로 스트레스가 심한 환경에서 사는 현대인들이 스스로를 지키고자 하는 욕구를 표출시키고 있고 여유시간 증대와 함께 바깥 활동 비중 강화되면서 동시에 가공되지 않은 자연적인 것에 대한 매력을 선호하는 특성을 반영한 도메인이다.

### 2-2-2 산업트렌드를 통한 도메인 분석

산업을 구성하고 있는 요소들의 특성을 분석한 결과, 기존기반을 이용하여 새로운 사업기회가 나타나는 현상과 새로운 기반을 바탕으로 한 신사업기회가 나타나는 경우로 구분되었고 이러한 특성을 기존기반-새로운 기반의 축으로 구축하였다.

또한, 세계화, 신기술 기반의 성장 등으로 신시장이 형성되고 규제완화, 융합화 등으로 기존시장이 변화되는 특성을 기존시장-신시장의 축으로 보고 트렌드 분석 맵을 작성하였다. 이렇게 도출된 맵에 각 트렌드를 포지셔닝한 후 도출한 도메인은 다음과 같다.



(그림 4) 산업도메인 도출결과

도메인A는 기존시장의 변화를 이용해 기존의 기술과 인프라를 응용할 수 있는 사업으로 기존 산업 간의 융합화를 통해 새로운 산업이 도출되고 있고 산업의 규제완화의 추세와 맞물려 새로운 사업 기회가 부상하고 있는 현상을 반영한 사업 도메인이다.

도메인B는 기존의 기술과 인프라를 응용하여 새로운 시장을 창출할 수 있는 사업으로 세계화의 추세에 맞물려 전 세계 시장으로의 기술 및 인프라의 확대가 가능하고 시장의 글로벌화에 따른 표준화 경쟁 심화되면서 나타난 사업 도메인이다.

도메인C는 기존시장의 변화를 이용하여 새로운 인프라를 구축하는 사업으로 정부의 규제완화로 인해 기존 사업자간의 고유사업영역이 붕괴되고 통신업체의 고유영역이라 할 수 있는 통신시

장이 개방되면서 동시에 새로운 영역인 금융업 등에서의 진출이 가능해짐에 따라 나타난 도메인이다.

도메인D는 새로운 시장을 창출하면서 기존의 제품과는 차별화되는 사업으로 신기술에 의한 신시장이 창출되고 발전하면서 나타나는 영역이다.

### 2-3 신사업영역 도출

앞에서 도출된 고객 도메인과 산업도메인을 서로 교차 혹은 병합시켜 더욱 다양한 사업도메인을 발굴해 볼 수 있다. 이러한 과정을 바탕으로 알맞은 신사업 영역을 도출해보면 다음과 같은 신사업 영역이 나타난다.

<표1> 신사업 영역 도출

섹터	신사업영역	내용
2	엔터테인먼트산업	여가시간의 증대와 관계지향적 특성을 활용한 산업
1	온라인포탈산업	자기개발에 대한 관심을 충족시킬 수 있고 더불어 다른 사람과의 커뮤니케이션에도 효과적인 산업
1,3	컨텐츠산업	문명화된 현대사회에서 정신지향적인 삶을 추구하고 환경친화적, 감성적인 소비행태를 보이는 고객특성을 활용한 산업
2,4	레저산업	여가시간의 활용과 즐기고자하는 심리를 활용한 산업
4,D,A	건강의료산업	고객의 건강에 대한 관심을 이용한 산업
A	통방융합산업	산업 간의 융합을 통해 새롭게 나타나고 있는 산업
A	유비쿼터스산업	차세대 IT 패러다임인 유비쿼터스와 관련된 산업
B	해외수출	글로벌 스탠더드 등 세계화에 힘입어 진출 가능한 산업
C	금융산업	정부의 사업진입 규제완화로 인해 새롭게 진입할 수 있는 산업
D	미래신기술 산업	미래성장의 중심축이 되어온 미래신기술 응용 산업

① 엔터테인먼트산업은 소비자의 늘어난 여가시간을 공략할 수 있는 산업으로 Product로는 게임업, 오락업 등이 Zone으로는 테마파크, 커뮤니티, 이벤트사업 등이 유망하다.

② 온라인포탈산업의 경우 사람들 속에서 스스로를 인정받고 싶어 하는 욕구가 증가하고 자기개발에 대한 관심이 지속적으로 나타남에 따라 앞으로 시장 전망이 매우 밝다. 유망사업으로는 온라인 커뮤니티, 온라인 소매유통업, 온라인 교육사업 등이 있다.

③ 컨텐츠산업은 정신적인 측면을 중시하고 자기개발에 적극적인 고객을 대상으로 하는 사업으로 교육 및 각종 컨텐츠 사업이 유망하다. 컨텐츠 유통사업, 교육사업, 유/무선 부가서비스 사업, 지능형 서비스 사업이 여기에 속한다.

④ 레저산업은 주5일근무제 확산과 실외(outdoor)지향의 생활패턴 변화에 따라 집밖의 생활과 관련된 산업으로 숙박업, 외식업 등이 여기에 속하는데 기존 통신회사의 인력활용 측면에서도 프랜차이즈업에 진출하는 것이 좋을 것으로 사료된다.

⑤ 건강의료산업은 수명연장과 삶의 질 증시에 따른 건강 관련 산업이 급성장하고 BT등의 신기술이 개발되는 것과 맞물려 유망사업군으로 성장하였다. 앞으로 고령화, 핵가족화 등의 영향으로 노인전문 의료시설 수요는 더욱 증가할 것이므로 바이오산업, 건강식품 산업, 환경사업, 다이어트사업, 노인전문 의료시설 등에 대해 투자하는 것도 고려해볼직 하다.

⑥ 통방융합산업의 경우 산업융합이 진행되면서 통신업체에게 새로운 시장기회를 제공해 주는 영역으로 DMB산업, CATV산업, STB 등의 사업이 있다.

⑦ 유비쿼터스 산업은 유비쿼터스 시대에 대비해 통신업체들이 준비해야할 영역으로 기존의 기술 및 경험을 살려 유비쿼터스 환경에서도 기존의 우위를 지켜나갈 필요가 있다. 유망사업으로는 유비쿼터스 영역내의 유무선 통합기반 서비스, 홈네트워킹 사업 등이 있다.

⑧ 해외수출산업은 통신기술 및 산업이 글로벌화 되면서 시장이 확대됨에 따라 나타나는 신사업 영역으로 기업이 표준화 전쟁에서 살아남기 위해서도 적극적으로 개척할 필요가 있는 산업이다. 해외 SI/NI사업, 해외IT컨설팅사업, IT아웃소싱사업 사업 등이 그 예이다.

⑨ 금융산업의 경우, 예전에는 통신업체가 진입한다는 자체가 거의 불가능했지만, 규제완화로 인해 통신업체가 새롭게 진입할 수 있는 산업의 범위에 편입될 수 있었다. 유망사업으로는 신용카드사업, 보험업 등이 있다.

⑩ 미래신기술산업은 미래 성장의 원동력이 될 수 있는 신기술의 개발이 가시화됨에 따라 조 기진출을 통해 시장에서의 위치를 선점할 필요성이 증대되면서 나타나는 사업 영역이다. 통신업체 입장에서는 IT원천기술, NT, BT 등에 투자해볼만 하다.

### 3. 결 론

통신과 방송이 유선과 무선이 융합되면서 다양한 부가서비스 관련 시장 기회가 등장하고 있다. 또한 이러한 추세에 부응해 고객의 다양한 욕구를 반영한 새로운 개념의 제품/서비스가 등장하고 있다. 이것은 곧 고객이 원하는 상품과 서비스만 팔리는 수요자 중심 시장(Pull market)으로 전환하는 추세라는 것을 의미한다.

고객파워의 증대를 배경으로 고객의 요구로부터 모든 상품의 컨셉이 확정되고 그에 따라 기업 프로세스가 결정되는 가치사슬의 역류현상이 발생하고 맞춤상품과 서비스를 바탕으로 기본적, 기능적 만족에서 나아가 고객 자신만의 상품을 소비함으로써 얻는 감동을 통해 고객 만족을 극대화시킬 수 있게 되었다. 따라서 산업뿐만 아니라 고객의 트렌드 변화에 능동적으로 대응해 신규 수요를 창출할 수 있는 신 수종 사업을 도출하고 이러한 외부 환경의 변화를 기업전략에 적극적으로 반영해야 할 것이다. 특히 트렌드 분석의 경우 관련 다각화뿐만 아니라 비관련 다각화의 영역까지 제시해 줄 수 있는 효과적인 분석 기법임에도 불구하고 단순 분석에만 그치는 경향이 있었다. 하지만 이번 연구에서 제시한 트렌드 분석 틀을 사용하면 보다 정밀한 트렌드 분석을 수행할 수 있을 것이다.

물론 신사업 발굴에 있어서 트렌드 분석만 가지고는 제대로 된 신사업 도출이 어렵다. 신사업 연구는 밸류체인 분석 및 내부역량 분석과 같은 서로 상호 보완이 될 수 있는 기법을 함께 사용하여 보다 포괄적인 접근을 해야 할 것이다. 이러한 한계점은 향후 관련 연구를 통해 해결할 수 있을거라 사료된다.

#### [참 고 문 헌]

- [1] 나준호, 김성환: “2003년 국내 IT 산업의 5대 이슈”, LG경제연구원(2003)
- [2] 윤종연: “IT산업의 Mega Trend”, 전자산업 동향예보제 세미나, 삼성경제연구소(2002.6.28.)
- [3] 이용화: “2005년의 기술과 유망사업 예측”, 삼성경제연구소, (1996.5)
- [4] 이지평, 강선구: “디지털 컨버전스에 따른 뉴트렌드”, LG경제연구원, (2002.10.)
- [5] 최순화 외: “미래유망상품 키워드”, 삼성경제연구소, (2003.3.24.)
- [6] 최순화 외: “소비시장의 양면성”, 삼성경제연구소, (2002.9.24.)

- [7] 최순화 외: “시장에서 무슨 일이 일어나고 있나”, CEO Information, 삼성경제연구소, (2002.6.12.)
- [8] 한국전자통신연구원: “2003 정보통신 기술·산업 전망 (2003년~2007년), (2003.4.)
- [9] 황인성: “2003년 국내 10대 트렌드”, CEO Information, 삼성경제연구소, (2003.1.2.)