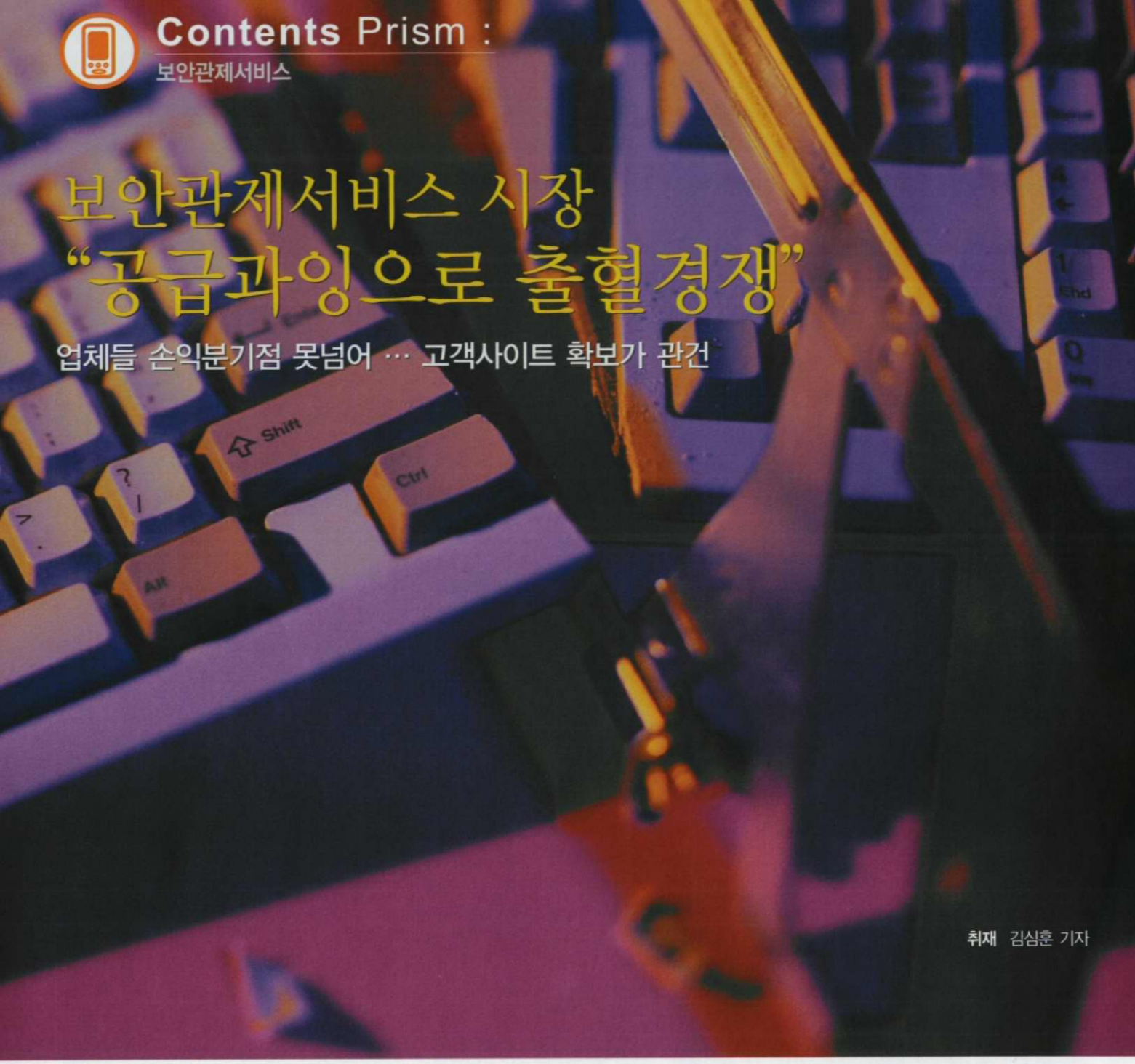

보안관제서비스 시장 "공급과잉으로 출혈경쟁"

업체들 손익분기점 못넘어 … 고객사이트 확보가 관건

취재 김심훈 기자

시장조사기관 가트너의 발표에 따르면, 2004년 일반 기업의 80%가 사업 수단으로 인터넷을 사용할 것이고 이들 기업 중 50%가 2004년까지 인터넷과 연관된 사고로 손실을 입을 가능성이 있다고 내다보고 있다. 포레스터리서치 역시 기업들의 정보보안을 위한 지출이 오는 2004년에는 197억달러로 증가할 것이라고 발표했다.

우리나라 역시 주요 정보통신기반시설에 대한 보안대책 수립이 의무화되면서 이를 수행하기 위한 핵심시설로 '보안관제센터(SOC)' 구축 시장이 급부상하고 있다. 이에 따라 정보보안업계는 올해 SOC 시장규모가 300억~500억원대까지 성장할 것이라는 분석에 따라 시장 선점을 위한 전략수립에 박차를 가하고 있다.

실제로 올해 신한은행을 비롯한 은행권과 증권사 · 공공기관 · 국방부 · 기간통신사 · 그룹사 · 정보공유&분석센터 · 교육기관 등이 잇따라 SOC 구축을 추진한다는 방침이어서 이를 둘러싼 치열한 수주전이 예상된다.

낙관적 전망은 아직 금물

하지만 이러한 낙관적인 전망에도 불구하고 많은 전문가들은 아직도 시장 자체에 대한 의구심을 떨쳐버리지 못하고 있는 것이 현실이다. 2000년부터 본격적으로 사업을 시작한 보안관제서비스 업체들이 아직도 손익분기점을 넘지 못해 사업성에 대한 의문이 제기되고 있다.

보안관제서비스 시장은 선발 관제서비스 업체를 위시해 후발 관

불필요한 겉치레에 과도한 투자를 할바엔 차라리 기업 실정에 맞는 SLA를 정하고 기업의 네트워크, 시스템 등 관리 환경에 최적화된 서비스를 제공하는데 주력해야 할 필요가 있다

제서비스 업체들이 각축전을 벌이고 있지만 손익분기점을 넘은 회사는 아직 한 군데도 없는 것으로 나타나고 있다.

대부분의 업체들이 올해를 손익분기점을 넘기는 한해로 목표 설정을 하고는 있으나 현재 시장 현황과 관제서비스의 특성상 쉽지만은 않을 것이라는 전망이다. 보안관제서비스가 손익분기점을 넘기 위해서는 많은 고객 사이트를 확보해야 한다. 하지만 보안관제서비스 시장은 IDC가 90% 이상을 차지하고 있을 정도로 고객이 편중돼 있으며 지난해 시장 규모도 56억원 정도로 미미한 편이다.

관련업계에 따르면 관제서비스가 수익을 내기 위한 최대의 관건은 고객 확보이며, 이것은 결국 눈으로 보이는 서버 대수와 관련이 있으며, 적어도 1000~2000대 이상의 서버를 확보해야 수지 타산이 맞는다는 결론이 나온다고 말하고 있다. 하지만 관제서비스를 받고자 하는 고객은 적은데 상대적으로 서비스를 제공하는 업체가 많다보니 비교가격 경쟁이 생기고 결국 시장 가격은 무척 낮아져 업체들은 더욱 수익을 내기 힘든 상황이 돼가고 있다. 즉, 고객은 아직 보안 서비스를 투자의 개념이 아닌 비용에 대한 개념으로 보기 때문에 언제나 좀 더 싼 가격의 서비스를 요구한다는 것이다. 이로인해 업체들은 제살 깍아먹기식의 가격 경쟁을 할 수밖에 없으며, 이는 곧 원가 문제라는 심각한 결과를 야기하게 된다고 말하고 있다.

보안관제서비스는 초기 투자가 많아야 하고 고정적으로 투입돼야 하는 비용이 있어 업체들이 원가를 뽑기 위해서는 시간이 많이 소요되는 특성이 있다.

우선 보안관제서비스를 하기 위해서는 자체 관제 센터를 구축해야 하며 이를 위한 시스템, 회선임대, 솔루션 구입, 개발 등에 초기 투자비용이 많이 들어간다. 또한 관제서비스 업체가 자체 솔루션을 가지고 있다면 솔루션 구입비는 줄일 수 있지만 결국 개발을 위한 연구인력과 개발비 투자가 불가피하다.

이외에도 관제서비스를 운영하기 위한 인력의 확보를 위해 인건비 및 제반 경비 등이 고정적으로 소요된다. 보안 관제 사업이 활성화되지 못한 이유로는 보안 서비스에 대한 기업들의 마인드 부족 또한 빠질 수 없다. 기업은 자사의 중요한 시스템을 외부에 위탁하는 것에 대한 마인드가 아직 열려있지 않아 고객의 신뢰성 확보는 관제서비스 업체들이 짊어져야 할 과제다.

보안관제 SI 및 솔루션 판매에 눈돌려

물론 보안 마인드 부족으로 인한 시장 미성숙 못지 않게 관제서비스 시장이 활성화되지 못한데는 업체들이 고객의 요구에 맞는 서비스를 제공하는데 부족함이 있었다는 자성의 목소리도 있다. 즉, 고객들이 보안서비스 위탁에 대한 마인드가 확산되지 못한 데는 보안서비스 업체들이 고객에게 보안관제로 인한 비용 절감, 즉 ROI(투자회수율)에 대한 확신을 심어주지 못한데도 책임이 있다는 주장이 바로 그것이다.

또한 불필요한 겉치레에 과도한 투자를 할바엔 차라리 기업 실정에 맞는 SLA를 정하고 기업의 네트워크, 시스템 등 관리 환경에 최적화된 서비스를 제공하는데 주력해야 할 필요가 있다는 관계자들의 말에도 귀를 기울일 필요가 있을것으로 보인다.

이렇듯 보안 관제서비스 사업이 아직 손익분기점을 넘지 못하고 시장도 그리 크지 않다는 분석하에 업체들은 관제서비스 하나만으로 수익을 내기에는 불가능하다고 판단, 보안관제 SI와 솔루션 판매로 눈을 돌리고 있다.

보안관제업계 "시장 재편 신호탄 올렸다"

지난해 상반기까지 10여개사에 달했던 보안관제업계는 하반기에 코코넛 · 해커스랩 · 이글루시큐리티 · 사이버패트롤 · 한시큐어 등 5개사로 대폭 축소된 데 이어 올 들어선 흡수합병과 지분변화 등으로 3, 4개 업체가 주도하는 구도로 재편될 전망이다.

이같은 보안관제서비스 업계의 재편 움직임은 그동안 고질병으로 지적돼온 군소업체의 난립과 중복투자 등이 크게 해소된다는 긍정적인 평가도 함께 얻고 있다.

업계가 대폭 정리된 이후 올해도 시장수요는 크게 확대되지 않을 전망이다. 대다수의 업체들이 기존 고객들을 대상으로 한 서비스 강화 및 내년도 시장 확대에 대비한 선점준비에 주력한다는 계획이다.

내실다지기의 우선순위를 기존 고객사에 대한 서비스 강화로 꼽고 기존 고객들의 이탈을 막기 위해 24시간 서비스 체제로 전환하는 등 단위고객별 서비스 다양화를 준비하고 있다.

이와 함께 관제서비스의 수요가 IDC내 닷컴 중심에서 엔터프라이즈 시장으로 점차 옮아갈 것으로 전망하고 이에 대비한 관제센터 구축과 운영대행 서비스 등에 역량을 모은다는 전략이다.

특히 보안 수요 증가로 자체 관제센터를 구축하려는 대규모 프로젝트 수요가 그룹사, 공공, 금융업 중심으로 서서히 늘고 있어 이를 대비한 '보안 아웃소싱' 업체로의 전환도 준비하고 있다.