

2

무선인터넷 망 개방



무선인터넷 망 개방 현주소, 사업자별 손익계산 '분주'

사업자와 이용자 모두 이득되는 방향으로 제도 수립해야

무선인터넷 비즈니스에서 망 개방은 어느 기업이든 가입자가 무선으로 인터넷 사업과 각종 정보 서비스의 이용을 극대화하기 위해 무선인터넷 망의 접속에 대한 각종 '제한을 푼다'는 것을 뜻한다. 그러나 망 개방을 위해서는 몇 가지 부문에서 시장 현황을 근거로 한 원칙이 전제되어야 한다.

이양중 오픈타운 상무이사

▲ 망 개방 약관 등 공정한 제도의 수립

망 개방은 사업을 추진하는 데 있어서 연관 업체간 '주종'의 관계에서 벗어나 역할과 입장을 존중하는 차원으로 발전되어야 한다. 결국 네트워크 망 제공사업자와 이용자를 중심으로 협력사업자간 고유 비즈니스에 이익이 되는 방향으로 제도와 약관 등 관련 법규가 제정되어야 한다.

사실상 2000년부터 부분적으로 논의가 시작됐던 이동통신사의 무선인터넷 망 개방은 2002년 하반기에 접어들면서 눈에 띄게 급속히 추진돼 왔다. 공청회, 설명회, 세미나 등과 정보통신부 주도의 관련 사업자들의 토론 등을 거친 후 2002년 11월 '게이트웨이 접속 이용약관'을 작성, 채택하기에 이르렀다.

초기에 수립된 약관은 제 1단계 망 개방에 따른 내용으로 통신사와 콘텐츠 공급사업자와의 망 이용 시 수수료를 지급하고 통신사의 게이트웨이에 접속한다는 내용이 골자였다. 하지만 이는 아주 기본적인 단계로 실질적인 독자사업을 하기에는 매우 미흡한 약관내용이라고 할 수가 있다.

이렇듯 1단계 망 개방은 통신사의 표면적인 개방과 여론, 그리고 정부의 압력에 의해 수동적이고 소극적으로 추진한 실효성 없는 선심이라고 할 수가 있다. 이는 공정한 게임의 룰을 바탕으로 독자적인 무선 사업을 추진하려는 많은 콘텐츠 사업자와 연관 사업자들에게 공정한 제도로서 자리잡지 못하게 한 원인이 됐다.

▲ 공공 서비스 인프라로의 발전

국내 이동통신가입자 시장은 2003년 5월 현재 3,300만명으로 추산될 정도로 가용 수요가 거의 충족된 시장이다. 이제는 휴대폰이 없으면 삶이 불안하고 답답할 정도로 생활의 일부가 됐다. 이로 인한 새로운 산업과 비즈니스의 탄생 등 사회 환경이 매우 급격하게 통신기술 기반으로 변화되고 있다.

2003년 이후의 무선인터넷 망의 접근성과 이용 편의성과 경제성의 확보는 보편적으로 추구해야 할 국가 정보기술 발전의 미래의 한 축이다. 이런 관점에서 무선 인터넷망의 개방은 기업은 물론이고 개인에게도 폭넓게 열려있어서 누구나 21세기의 정보기술의 혜택을 고루 받을 수 있도록 추진되어야 한다.

▲ 원-원 게임

무선인터넷 산업과 인프라 발전은 산업간의 커뮤니케이션 극대화와 효과의 개선 등 우리가 미처 생각하지 못하는 분야까지 침투해 매우 긍정적인 부가가치를 생산하고 있다. 하지만 무선인터넷 발전을 저해하는 몇 가지 요인이 있다. 가장 큰 요인 중의 하나는 통신접속 이용요금이며, 망의 폐쇄로 인한 기업간 교류장애, 협력 시스템 구축의 어려움, 이용자와 소비자 위주의 서비스 개발 등이다. 또한 단말기 모델별로 통신사와 통신사간의 호환성 차단 발생과 네트워크의 장애 또한 기본적인 망의 폐쇄성에서 출발한 현상으로 사업자간 산업간의 협업에

망 개방은 사업을 추진하는 데 있어서 연관 업체간 '주종'의 관계에서 벗어나 역할과 입장을 존중하는 차원으로 발전되어야만 한다.

커다란 장애가 되고 있다. 하지만 무선랜 관련 장비와 서비스, 그리고 접속기술의 발전에 힘입어 확대되고 있는 것이 현실이다.

결국 무선인터넷 망의 부분적이든 전면적이든 개방의 효과는 국내 전통산업과 온라인 산업, 온라인 산업과 모바일 산업 등 산업간 윈-윈 모델 개발을 촉진시켜 전반적인 국가 산업의 활성화에 크게 이바지할 것으로 기대된다.

주요 사업자 대응 추세

▲ 이동통신사업자

망 개방에 있어서 가장 소극적인 사업자가 아이러니하게도 네트워크 사업자인 이동통신사업자이다. 통신사업자는 유·무선포털을 지향하면서 가입자의 브랜드 스위치와 이용을 저하할 사전에 차단하고자 적극적인 망 개방에 나서고 있지 않다.

이통신사들은 유무선 통합을 지향하면서 확보한 고객DB를 활용한 종합 유통, 금융, 정보, 교통 등 제반 사업을 총괄하는데 역점을 두고 있다. 그러나 '망 개방'은 누구나 통신사의 직·간접 망 접속을 통해 비즈니스를 할 수 있으며, 연관사업으로의 확장성 등이 용이해진다고 볼 수 있다. 결국 게이트웨이 오픈은 통신사업자에게 유리한 구조가 아닌가 싶다.

이통신사들은 무선인터넷 망 개방에 따라 이동통신 서비스 '식별번호의 공동화'로 인해 브랜드 가치의 저하와 사용자의 충성도가 낮아질 것을 우려하고 있다. 이런 문제점을 극복하기 위해 이통신사는 경쟁사보다 폭넓게 그리고 독립포털 사업자들이 시장에 참여할 수 있는 프로그램을 수립하고, 연관 사업자를 확보할 수 있는 방안을 조속히 만들어야 할 것이다.

▲ 기간 통신사업자

KT, 테이콤, 하나로통신 등 국내 기간 통신사업자들은 2003년의 1차 망 개방에 따른 후속조치로 망 연동장치 개방이 조속히 실현되기를 기다렸다. 그러나 1차 게이트웨이 접속 이용약관에 따른 실효성에 의문이 가시화되고, 신규 참여업체 저조는 2차 망 개방을 기다려 신규 무선독립 포털 사업을 추진하려는 기간통신 사업자들이 하여금 사업 참여를 포기하도록 만들고

있다.

기간통신사업자들은 유선사업의 치열한 경쟁 환경과 모바일 시장의 확대에 따라 신규 사업에 대한 기대가 높았으나 2차 개방이 예상보다 상당기간이 소요될 것이라는 전망에 따라 신규 사업분야로 방향을 돌리고 있는 상황이다.

▲ 장비 사업자

망 개방이 본격화되면 대/중/소규모 단위의 독립 사업자들의 참여가 증가하면서 서버로부터 게이트웨이 및 각종 인터넷 부속 장비의 판매 시장이 단기적으로 증가할 것으로 보인다.

눈을 해외로 돌렸을 때, 국내 망 개방 사례가 성공적으로 도입 활용된다면 무선인터넷 장비와 더불어 다양한 솔루션과 콘텐츠가 결합된 전문 포털 패키지 상품 시장의 개척이 가능해지면서 일본과 글로벌 시장에서의 경쟁이 본격화될 것으로 보인다. 특히 동남아 시장과 남미 시장의 경우는 무선인터넷 시장이 본격적으로 활성화돼 있지 않은 상황에서 보다 적극적이고 신속하게 사업을 추진한다면 우리나라의 다양한 무선 관련 비즈니스 모델의 해외 수출 성공사례를 만들 수 있을 것이다.

▲ 단말기 제조사

올해 들어 이동통신사 '핫키 방식'의 단말기 출시가 증대되면서 하반기부터는 WINC 서비스의 활성화가 기대된다. 그러나 올해 상반기 핫키 단말기 사용실태를 보면 당초 예상보다 매우 저조한 현상을 나타내고 있다. 이는 무선사이트 도메인명과 콘텐츠 번호의 인식과 정보 입수에 많은 문제점이 있기 때문이다. 또한 전면적인 망 개방이 아닌 극히 기본적인(다양한 애플리케이션과 플랫폼의 미 개방 등) 망 개방으로 인한 독립포털 사업자의 참여가 저조한 관계로 일부 기존 통신사 포털 위주의 사이트와 콘텐츠만 이용하고 있는 것이 현실이다. 그러므로 망 개방과 단말기 제조사 및 시장의 관련성은 PDA를 중심으로 한 시장의 점진적 증가가 나타나고 있으나 핸드폰 류의 신규 구매 시장의 증가는 눈에 두드러지지 않고 있다.

▲ 솔루션/플랫폼 사업자

독립 포털 과금 시스템의 출시가 증가하면서 독립 포털 시장

을 향한 구애가 시작됐다. 현재의 1단계 망 개방에 따른 게이트웨이 접속 이용약관을 보면 과금대행 수수료는 기존의 10%를 유지하고 있다. 그러나 기타 망 사용료와 부대 서비스 제공료 등으로 25%~30%의 수수료를 요구하고 있는 것이 현실이다.

독립 포털 사업자의 사업 참여의 핵심은 정확히 따져 보면 과금 시스템의 중요성보다는 청구 및 수금대행 서비스인 것이다. 아울러 플랫폼 개방과 고객DB 활용이 그와 유사한 비중으로 중요한 내용인 것이다. 그러므로 망 개방이 본격화되면 솔루션과 플랫폼 공급자는 그들이 주요 수입원으로 삼고 있는 플랫폼 사용 로열티 수입이 증가하고, 이를 재투자함으로써 사업의 선 순환발전에 도움이 될 것으로 보인다. 망 개방은 이렇듯 연관 산업의 연쇄적인 발전과 성장의 기회를 만드는 계기가 될 것으로 전망된다.

▲ 콘텐츠 개발 사업자

WINC란?

무선인터넷 콘텐츠 접근번호체계(Wireless Internet Numbers for Contents)의 준말로 '국가인터넷주소자원관리기관'인 한국인터넷정보센터(KRNIC)에서 무선인터넷이용환경의 개선을 위해 실시하는 공공서비스이다.

2002년 4월 15일부터 기존의 도메인 소유자에게 번호를 자동 배정, 중복배열함으로써 휴대폰 사용자가 단말기에 URL 대신 번호(숫자)를 입력하는 것만으로 인터넷 접속이 가능한 1단계 검색에 의한 시범서비스를 실시했고 2002년 7월 2일부터 본서비스를 실시하고 있다.

먼저 원하는 무선사이트 URL에 해당하는 번호(숫자)를 입력해 나 열되는 무선사이트 URL 중 원하는 사이트를 선택하면 해당 사이트로 이동한다. 즉, 입력하는 번호(숫자)는 2자에서 63자 이내의 첫 자리가 0이 아닌 www와 최상위 도메인(co.kr, com 등)을 제외한 URL에 해당하는 휴대폰 자판번호를 입력하시면 된다.

무선인터넷에 접속해서 원하는 사이트에 접속하기 위해서는 url을 직접 입력해야 한다. 그러나 휴대폰의 자판으로 문자를 입력하는 것은 상당히 번거롭다. 예를 들어 한국인터넷 정보센터의 도메인은 www.nic.or.kr이다. 기존에는 이 url을 입력하기 위해서 23번의 버튼을 입력해야 했다. 그러나 winc 서비스를 이용하면 www와 최상위 도메인을 제외한 nic의 대표번호인 642를 입력하고 접속버튼을 누르면 바로 www.nic.or.kr에 접속하게 된다.

망 개방을 가장 민감하게 받아들이는 사업분야가 콘텐츠 개발 및 공급사일 것이다. 무선인터넷 사업의 꽃이자 핵심 분야가 다양한 콘텐츠 서비스이기 때문이다. 또한 현재 데이터정보 시장의 90%가 엔터테인먼트 콘텐츠 시장으로 형성돼 있기 때문에 아무리 강조해도 지나침이 없을 것이다.

현재 콘텐츠 시장을 주도하는 분야는 게임 및 벨소리와 SMS를 포함한 커뮤니케이션 콘텐츠 시장이다. 분야별 콘텐츠 업체의 망 개방에 따른 이해득실은 미묘한 입장차이가 있다. 특히 콘텐츠 사업자들은 대형 인터넷 포털을 중심으로 한 무료 콘텐츠의 파상적 공급 방식의 시장전선에 대해서 매우 두려움을 느끼고 있다. 이런 움직임과 위협적인 시장 현상에 대응해 전문 콘텐츠 업체들은 '대형포털과의 전략적 제휴'를 추진함과 동시에 '전문 포털 구축'으로 콘텐츠의 전문화, 차별화를 위한 다각적인 전략을 구상하고 있다.

구체적으로 보았을 때 콘텐츠 포트폴리오의 다양화(백화점 방식)와 유무선 결합 및 연동, 전문 브랜드의 마케팅 강화 등이 주요 내용이다. 그러나 전문 콘텐츠 사업자들은 콘텐츠의 멀티미디어화와 유무선 연동, 복합화 등으로 현재의 1단계 플랫폼 개방만으로는 실질적인 독립 포털 서비스 사업을 추진할 수 없다는 것이 가장 큰 장애요인이라고 한다.

이통사에 한정된 무선인터넷 시장이 콘텐츠의 채택과 서비스 개시에 여러 가지 어려움이 있는 상황에서 무선 망 개방은 또 다른 시장의 문을 두드린다는데 있어 도전인 셈이다. 초기 시장에서 우려되는 콘텐츠 무료화도 일정 기간이 지나면 사라질 것이고, 대형포털의 위세도 전문성에서 열세라고 업계는 예상한다. 실질적인 망 개방에 따른 공정한 제도의 도입과 실현이 전제된다면 '무선 망 개방'은 긍정적으로 산업활성화에 도움이 될 것으로 기대된다.

▲ 유선 대형 포털 사업자

이미 유선 기반의 대형 인터넷 포털 사업자는 망 개방과 관계없이 2년 전부터 자체 사이트 구축으로 이동통신사의 포털을 통해 서비스 사업을 시작해 왔으나 망 개방의 폭이 예상보다 좁고 시기도 늦어지면서 전면적인 사업 참여를 계속 관망하고 있는 추세다.

초기에 일부 대형 포털업체에서는 막강한 브랜드 파워와 인지도로 배경으로 이통사 포털과의 전면전까지도 각오한 적도 있었다. 그러나 1차 망 개방의 내용을 파악한 후 직접 경쟁하기에는 엄청난 콘텐츠 개발비와 인력과 기술 등 전문성 확보, 무선브랜드 접근성의 미개선 등과 맞물리면서 상당부분 후퇴전

실질적인 망 개방에 따른 공정한 제도의 도입과 실현이 전제된다면 '무선 망 개방'은 긍정적으로 산업활성화에 도움이 될 것으로 기대된다.

락을 실행하고 있다.

강력한 유선 기반의 회원수와 충성도를 바탕으로 유무선 연동 서비스 프로젝트 추진에 대한 미련과 야심한 계획 자체는 포기한 상태는 아닌 것으로 보이며, 망 개방 제도의 전면적인 보완과 조속한 실현을 기다리면서 물밑에서 다양한 준비와 정책을 추진하고 있다고 분석된다.

예상컨대 망 개방이 전면화되더라도 대형화와 브랜드인지도, 회원수 등의 요인으로 성공이 판가름나는 것이 아니라 콘텐츠 차별화, 개인화, 접근 용이성, 경제성 등의 본질적인 요인으로 경쟁이 결정될 것이기에 전문포털과 대형포털의 무선 인터넷 시장경쟁은 한번 해볼만한 싸움이라고 본다.

▲ 모바일 IDC 사업자

무선 망 개방과 2004년부터 서비스가 예상되는 '휴대인터넷 서비스' 시대의 전개에 기대를 걸고 MIDC라는 개념으로 추가 장비의 확보, 다양한 솔루션 개발과 콘텐츠에 맞는 각종 플랫폼의 구축에 전념하고 있다. 그러나 이런 움직임에도 불구하고 1단계 망 개방의 실효성과 2단계 망 개방의 지연 및 시기문제로 본격적인 서비스 시장이 활성화되기에는 다소 시기가 이르다는 지적이 있다.

전면적 개방을 전제로 시장의 형성과 전개 과정을 예측한다면 초기에는 소규모의 독립사이트를 중심으로 한 MIDC 의존도가 높아지면서 아울러 전통 및 비무선사업을 추진하고 있는 대형업체를 중심으로 크게 이원화된 참여가 높아질 것이다. 한편, 유선과 무선의 연동 네트워크화와 서비스가 점차 보편화된다면 독립사업자의 서버 등 인프라에 대한 직접 투자와 소유의 개념이 감소하면서 IDC 사업자의 시장 창출기회는 상대적으로 점차 증가할 것으로 확신한다.

무선 망 개방, 글로벌 경쟁력 고려해 도입해야

앞서 언급했던 현황과 내용들은 대부분을 국내 시장 현실에 초점을 맞추었다. 일부에서 글로벌 시장으로의 진출과 사업추진의 중요성과 가능성에 대해서 언급한 바 있듯이 국내 망 개방의 문제는 국내 시장의 활성화를 대전제로 한다. 그러나 국내 모델 시장의 도입에만 초점을 두고 온 정력을 다 쏟아 붓고 이해

관련 사업자간의 파이만 가지고 논쟁을 거듭한다면 해외 국가들의 무선인터넷 사업 시장을 놓치게 되는 우를 범하게 된다.

일본은 지속적으로 글로벌 지향의 플랫폼과 서비스 모델, 표준기술의 주도 및 다양한 아이디어형 콘텐츠의 수출 등 활발한 해외 사업을 개척하고 있다. 또 점진적으로 시장과 기술을 선점하고 있다. 1차적인 우리의 경쟁상대는 일본이란 국가이며, 벤치마킹을 해야 할 것은 그들이 만들어 가고 있는 무선인터넷 시장이다.

일본에서 망 개방 논의가 시작된 주요 요인은 사이트와 비공식사이트의 입장과 비공식 사이트의 증가로 인한 사업 참여의 어려움과 실효성 문제로 대두된 것이다. 콘텐츠의 질적인 문제는 별도로 우리나라의 경우도 '사업참여의 공정성'과 '제도의 공개성'을 요구한 측면에서 망 개방의 문제가 대두됐다. 이런 문제는 무선인터넷을 도입하는 전 세계 통신사업자와 연관사업자에게 동일하게 부각될 것이다. 그러므로 국내의 망 개방에 대한 논의와 제도의 수립, 그리고 시행의 진보성으로 향후 도입 및 성공사례의 축적을 통해 글로벌 시장의 진출을 보다 정확하고 신속하고 경쟁력 있게 만드는 성장요인이 될 것으로 확신한다.

향후 망 개방의 추진 방향 제언

망 개방 초기에 전향적인 제도의 도입과 실행이 추진되어야 한다. 1단계, 2단계의 범위를 철폐하고 전면적으로 시행되어야 한다. 이동통신사의 핵심 사업과 권한을 제외한 시장 성장에 방해가 되는 독점적 요소를 전면적으로 개방해 관련 사업자들의 참여지수를 절대적으로 증진시켜야 한다.

아울러 망 개방이 사업으로 직결돼 가시화되기 위해서는 몇 가지 부문에서의 제도적인 검토가 동시에 진행되어야 할 것이다. 첫째, 고객의 데이터베이스의 보유 및 독점소유와 활용 범위 둘째, 과금 청구 및 수금대행 서비스의 전문 기업화 승인 셋째, 이동통신사간 제공하는 데이터/콘텐츠의 호환적 이용 넷째, 국내 및 해외를 겨냥한 망 개방 모델의 수립 다섯째, 3세대 포함 향후 도입되는 이동통신기술의 수용 여섯째, 단말기 표준화와 플랫폼 표준화를 반영 - 로컬과 글로벌형 