



“대한민국~ 디지털 세상으로”

2002년 8월 콘피아(www.conpia.com) 사이트 개설 기념식에서 내걸렸던 구호 중 하나이다. 그런데 인터넷의 현실은 항상 그러했듯이 구호가 앞서갔다. 월드컵, 촛불추모, 대선, 초고속인터넷 가입자 1000만명, 그리고 주요 인터넷 서비스 업체의 대규모 이익 실현 등 2002년 대한민국의 인터넷의 발걸음 하나 하나는 전인미답(前人未踏)의 영역이었다. 과연 얼마나 많은 사람들이 대한민국 디지털 세상의 이 같은 현실을 예상했을까? 불과 1년 전, 즉 2002년 초만 해도 대부분의 언론매체나 연구기관, 심지어 업계 당사자들조차 인터넷 관련 경기전망을 그리 밝게 보고 있지 않았던 것이 필자의 기억이다. 그렇다고 여기서 만족할 수 있을 것인가? 그렇지 않다. 일본이 따라오고 있다.

우리는 어떻게 해야 하는가? 콘텐츠에 답이 있다는 것은 주지의 사실이다. 이를 위해 제도적으로 뒷받침하기 위해 정부는 지난 2003년 2월 6일 정보통신부, 문화관광부 등 9개 부처 공동명의로 앞서 언급한 제1차 온라인 디지털콘텐츠 산업발전 기본계획안(2003~2005)을 발표했다. 이 기본계획은 디지털콘텐츠 산업을 21세기 핵심산업으로 육성해 우리나라를 오는 2010년까지 세계 5위 디지털콘텐츠 강국으로 만들기 위한 청사진이기도 하다. 이에 따라 정부는 향후 3년 간 ▲ 시장활성화를 통한 산업기반 강화 ▲ 창업과 성장 지원 ▲ 기술개발 ▲ 인력 양성 ▲ 해외진출 촉진 등 5개 분야에 정책의 중점을 두어 추진할 방침이라고 한다.

보다 현실적인 이슈로 들어가 보자. 그간 디지털콘텐츠 사업 추진을 가로막는 요인으로 유료화 미정착, 통신인프라의 미비 등이 가장 중요하게 지적돼 왔는데, 지난 1~2년 사이에 이런 장애요인은 상당부분 해소됐다는 것이 업계의 일반적인 인식이다. 이제는 양질의 콘텐츠를 적시에 확보해 서비스하고, 저

작권을 보호하는 것이 디지털콘텐츠 업계의 이슈가 되고 있다.

네티즌에게 양질의 콘텐츠를 제공하라!

콘피아의 출범은 이런 맥락 속에서 이해될 수 있다. 네티즌에게는 고품격 고화질의 콘텐츠를 제공하면서 콘텐츠 사업자에게는 새로운 수익원을 창출시켜 대한민국의 초고속 인터넷 환경을 차세대로 한 단계 업그레이드시키는 견인차 역할을 자임하고 나선 것이 콘피아인 것이다. 콘피아는 네티즌에게 양질의 콘텐츠를 적기에, 가장 경쟁력 있는 가격으로 서비스하는 것을 1차 목표로 삼고 있다.

콘피아에서는 최근 유·무선 인터넷에서 큰 인기를 끌고 있는 생활 사투리, 공포의 쿵쿵따, 산장미팅 장미의 전쟁 등을 700Kbps, 1.5Mbps의 고화질로 스트리밍 받거나 다운로드받을 수 있다. 방송뿐만 아니라 최근 네티즌들에게 가장 인기 있는 ‘결혼은 미친 것이다’ 외에 극장에서 개봉 중인 <체리쉬> <팬티 속의 개미 2> 등의 영화를 볼 수 있다. 또 찰리 채플린 전작을 볼 수 있는 국내 유일의 사이트이기도 하다. <아기공룡 둘



리) <달려라 하니> 등의 유명 애니메이션을 비롯해 만화, 플래시 애니메이션을 볼 수 있으며 동시에 게임도 즐길 수 있다.

콘텐츠 거래상황 실시간 확인

또한 콘피아에서는 B2B 방식의 콘텐츠 사업도 가능하다. 현재 서비스 중인 콘텐츠 사업자, 자사 사이트에서 홍보 또는 대고객 서비스 제고 등의 목적으로 콘텐츠 서비스를 필요로 하는 기업 및 기관 그리고 콘텐츠 사업을 준비중인 사업자 및 예비창업자 등은 필요로 하는 콘텐츠를 콘피아에서 공급받을 수 있다. 현재 콘피아에는 30여개의 업체가 콘텐츠 유통업체로 등록돼 필요시 콘텐츠를 공급받을 수 있도록 운영되고 있다.

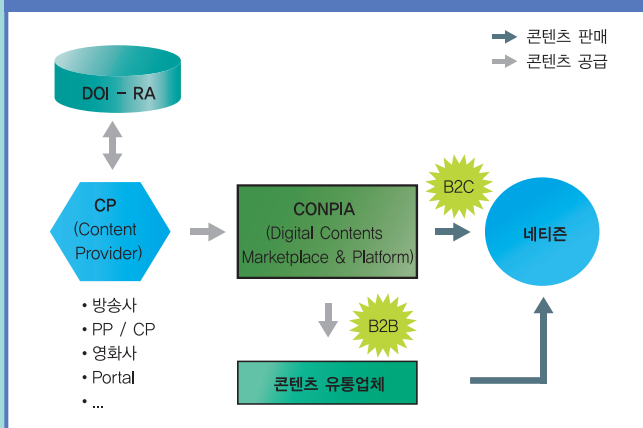
한편 동아TV, 파이오니어픽처스, 한아름, 한신코퍼레이션, 디지털미, 가나엔터테인먼트 50여개 업체가 콘피아에 콘텐츠를 공급 중이며, 각 업체는 자신들의 콘텐츠가 B2C, B2B로 얼마나 팔리고 있는지 실시간으로 확인할 수 있다.

콘피아 플랫폼은 디지털 콘텐츠 유통보호 전문 기업인 엔피아시스템즈 주관 하에 개발됐다. 콘피아 플랫폼은 크게 6가지 모듈로 구성돼 있다.

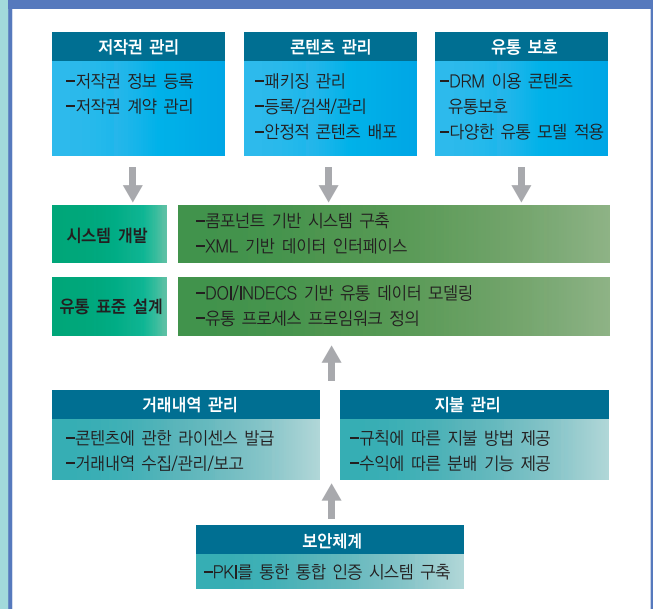
저작권 관련 정보를 등록하고 계약하는 행위를 관리해주는 '저작권 관리 시스템', 콘텐츠 패키징/등록/검색 및 배포를 해주는 '콘텐츠 관리 시스템', 디지털 저작권을 관리하고 다양한 유통 모델을 가능케 해주는 '유통 보호 시스템 (DRM)', 거래내역을 관리해주는 '클리어링 시스템', '과금 시스템' 그리고 '보안 시스템' 으로 구성돼 있다.

디지털 콘텐츠의 불법 복제 막아주고 투명한 거래 환경을 지원해주는 최신 기술 지원에 힘입어 콘피아는 세계 최초로 대용량 방송, 영화, 애니메이션, 플래시 콘텐츠를 다운로드 서비스 하고 있다. 현재 시범서비스 기간에 10만 건의 콘텐츠가 판매

<그림2> 콘피아의 서비스 개념도



<그림3> 시스템 개요



되면서 단 한 건의 불법 복제도 이루어지지 않을 정도로 강력한 기능을 보여주고 있다.

VDSL 보급이 700Kbps 서비스 확산 관건

DVD급의 고품질 스트리밍 및 다운로드가 가능한 콘피아 서비스와 플랫폼의 특성을 한마디로 요약하면 "차세대 초고속 인터넷 서비스"라 할 수 있다. 콘피아의 차세대 초고속 인터넷 서비스에 대해서는 해외에서도 관심이 많다. 2002년도에는 일본 NHK, 아사히TV, 교도통신 등 언론사뿐만 아니라 이미지카 등 다양한 기관과 업체에서 취재 및 견학을 했으며 멀리 노르웨이에서까지 콘피아를 취재해 갔다.

그 결과 2003년은 콘피아에게 해외 진출 원년이 될 것으로 예상된다. 실제로 일본, 대만 및 호주에서는 ASP(Application Service Provider) 방식 또는 플랫폼 전체를 사용하는 방식으로 콘피아 플랫폼과 모듈을 도입하려 하고 있으며 대만, 인도, 미국의 우수 업체에서 서비스 제휴를 타진해오고 있다.

그간의 상용 시범서비스를 마치고 2003년 2월부터 본격 서비스에 돌입한 콘피아는 최근 매출 및 회원가입이 급증세를 보이고 있다. 하지만 진로가 순탄한 것만은 아니다. 아직 VDSL과 같은 차세대 초고속 인터넷이 광범위하게 보급되지 않은 상황에서 700Kbps 화질을 끊김 현상 없이 원활하게 서비스를 받을 수 있는 네티즌이 다수는 아니며, 일부 네티즌에게는 고품질 서비스가 오히려 불편사항이 되고 있기 때문이다. 이 때문에 콘피아에서는 300Kbps 서비스를 병행하고 있으나 이는 상

당한 비용지출 요소가 되고 있다.

때로는 편당 1Gbyte를 초과하는 대용량 콘텐츠 수십 편을 자신의 PC에 다운로드받아 어느 때고 즐길 수 있는 네티즌이 아직은 많지 않다. MS 윈도 계열의 Internet Temporary의 초기 값을 늘리는 일도 적지 않은 네티즌에게는 생소한 일이다. 그동안 e메일 계정, 검색 또는 동호회 서비스를 기반으로 성장해온 대형 포털들이 동영상 콘텐츠 서비스를 강화하고 있는 것은 콘피아로 하여금 격렬한 경쟁 압박을 느끼게 하는 요인이 되고 있다.

그럼에도 불구하고 차세대 초고속 인터넷 환경이 조성되면서 콘피아의 고화질 스트리밍 및 다운로드 서비스는 시간이 갈수록 더욱 빛을 발하리라 예상된다.

우선 국내 통신사들의 VDSL 마케팅이 본격화되고 있다. 최근에는 50Mbps급의 대역폭을 제공하는 VDSL도 출시되고 있다. FTTH(fiber to the home ; 맥내광케이블)를 기반으로 하는 차세대 초고속 인터넷 보급 사업도 정보통신부 산하 기관을 중심으로 활발하게 전개되면서 일부 지역에서는 HD급의 고화질 콘텐츠를 PC상에서 서비스 받을 수 있게 됐다. 또한 PC 제조사들의 고성능 PC 출시, 美 마이크로소프트社의 WMT 9 출시, 美 인텔社의 지속적인 고성능 CPU 개발 등 차세대 초고속 인터넷 서비스 관련 제품과 기술들이 속속 선을 보이고 있다.

국내 최대 콘텐츠 유통 사이트

콘피아는 KBS의 자회사인 KBS인터넷이 운영함으로써 지상파 방송사 KBS 프로그램의 전송권을 확보하고 있다. 따라서 우리나라 동영상 콘텐츠의 50% 이상을 보유 제작하고 있다.

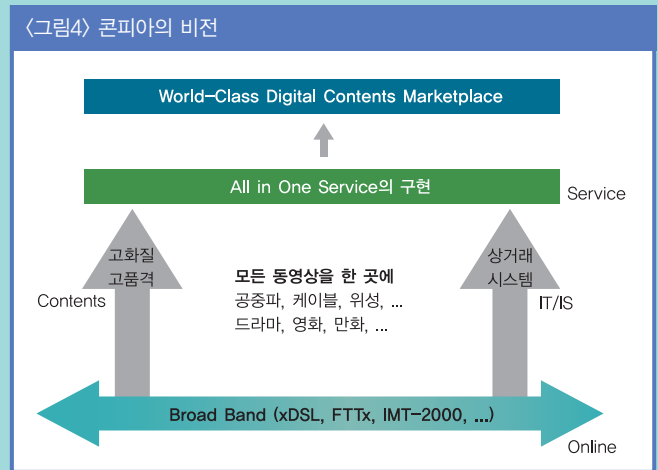
KBS1, KBS2, KBS위성 등 방송 프로그램과 KBS AM, KBS FM 등의 라디오 프로그램, MP3 12만곡 등 음악, 성인영화 1200편 등 영화, GIF와 JPG 형식의 만화, 플래시 애니메이션 340편, 애니메이션 600편, 세계명화 등 그림 3000편, 그 외 바둑, 의료, 코미디, 시트콤, 이벤트 등 국내에서 콘텐츠 분량으로는 따라올 곳이 없을 정도다.

2002년 디지털 위성방송 서비스 개시, 지상파와 케이블 TV의 디지털화, 모바일 동영상 서비스의 확산, DMB(디지털 멀티미디어 방송)의 도입 추진 등 가속화되고 있는 방송과 통신의 융합 현상도 콘피아에게는 분명 유리한 시장 환경이라 할 수 있다.

차세대 초고속 인터넷 서비스 관련 시장 및 기술환경의 개선에 힘입어 최근 콘피아는 서비스 비전을 가다듬고 있다. 세계 최고 수준의 초고속 인터넷 환경을 바탕으로 지상파, 케이블,

위성, 극장, 서점, PC방 등을 통해서 제공되고 있는 드라마, 영화, 만화, 게임을 비롯한 동영상 위주의 멀티미디어 콘텐츠를 한 곳에서 서비스하는 “All in One Service”를 구현함으로써 세계 최고 수준의 디지털콘텐츠 마켓플레이스가 되겠다는 것이다.

<그림4> 콘피아의 비전



PDA, 휴대폰 등 모바일 서비스 초읽기

이를 위해 현재 1만 편의 콘텐츠를 서비스하고 있는 콘피아는 2003년 내에 10만 편의 콘텐츠를 확보할 계획이다. 2/4분기 중 중국어 서비스를 필두로 2003년 내에 일어, 영어 서비스를 개시할 예정이다. 일본, 대만 및 호주에 ASP 또는 플랫폼 공급계약은 2003년 2/4분기 중 가시화될 전망이며, 연내에는 자체 투자가 동반된 미국 진출을 계획하고 있다.

2002년에 남북축구 등 3차례에 걸쳐 시범 서비스했던 ‘고화질 라이브 서비스’도 중국과 일본에 중계하는 등 보다 진보된 모습으로 발전시킬 것이며, 2003년 들어 국내 최초로 시도되고 있는 고화질 POD(Program On Demand) 서비스도 현재의 지상파 중심에서 케이블, 위성 PP들로 확대시켜 갈 것이다.

또한 2003년 2/4분기 중에는 소위 유비쿼터스 환경에 맞도록 PDA 서비스를 제공하기 위해 시스템 설치를 끝내고 현재 테스트 중에 있으며, 무선망 개방에 맞춰 휴대폰 서비스도 제공할 예정이다.

방송, 영화, 애니메이션, 만화 등 고화질 스트리밍 콘텐츠를 보다 저렴하게 제공받을 수 있도록 획기적인 가격대의 정액제 서비스를 도입한 콘피아는 2/4분기 중 동호회 서비스를 도입해 보다 편안하고 즐겁게 네티즌들이 디지털 콘텐츠를 즐길 수 있도록 할 예정이다. 동시에 지금까지 그래왔던 것처럼 앞으로도 노골적인 성인물은 배제함으로써, 혼자 숨어 즐기기도는 온

가족이 함께 즐기는 그린 사이트라는 컬러도 강화해갈 것이다.


무엇보다 콘피아가 역점에 두고 있는 것은 통신사의 초고속 인터넷 접속료 배분을 통해 콘텐츠 사업자에게 적절하게 보상한다라는 새로운 비즈니스 규칙을 만들어 가는 것이다. 디지털 콘텐츠 산업의 양 축인 통신사업자와 콘텐츠 사업자간의 현재와 같은 불균형 상태는 산업 전체적인 발전을 위해 바람직하지 않다는 것은 주지의 사실이다.

통신사업자와 콘텐츠 사업자의 균형 발전은 재원부족 → 제작 여력 미비 → 양질의 콘텐츠 부족 → 매출 저조 → 수익성 악화라는 디지털 콘텐츠 산업의 악순환 고리를 끊고 선순환 고리를 창출하기 위한 가장 중요한 과제 중 하나이다.

국내 소프트웨어 산업의 도입기에 있었던 세칭 '공짜 구매'가 현재는 거의 해소되고 있는 것처럼 인터넷 보급과 함께 광범위하게 유포되었던 '콘텐츠는 공짜'라는 사회적 심리가 최근

에 상당히 해소되고 있다. 네티즌 사이에 유료화는 더 이상 중요 이슈가 되고 있지 못하며, 각급 정부 기관도 적절한 보상을 하고 콘텐츠를 구매하는 사례가 늘어가고 있다.

통신사업자들도 양질의 콘텐츠가 많이 제작되면 될수록 초고속 인터넷 가입에 대한 수요도 늘어난다는 사실을 인지하고 있을 터인데, 시장 기여자들에 대한 적절한 보상을 통해 시장 규모를 지속적으로 키워간다는 획기적인 인식확산이 절실한 때이다.

산업의 선순환 고리가 창출되면 콘텐츠 사업자들은 디지털 콘텐츠 처리/저장/유통 등 기반기술투자도 활성화하고, 컴퓨터 그래픽 저작 도구 등 핵심 응용 기술 개발에도 적극 투자할 수 있게 된다. 이렇게 해야만 초고속 인터넷 분야에서 무섭게 따라 오고 있는 일본과 중국에 대해 경쟁 우위를 지속적으로 확보할 수 있는 것이다. 

디지털콘텐츠 커머스 플랫폼(Digital Contents Commerce Platform)

콘피아 플랫폼은 디지털 콘텐츠 유통보호 전문 기업인 (주)엔피아시스템즈 주관 하에 개발됐다. 콘피아 플랫폼은 크게 6가지 모듈로 구성돼 있다. 저작권 관련 정보를 등록하고 계약하는 행위를 관리해주는 '저작권 관리 시스템', 콘텐츠 패키징/등록/검색 및 배포를 해주는 '콘텐츠 관리 시스템', 디지털 저작권을 관리하고 다양한 유통 모델을 가능케 해주는 '유통 보호 시스템 (DRM)', 거래내역을 관리해주는 '클리어링 시스템', '과금 시스템' 그리고 '보안 시스템'으로 구성돼 있다.

》 e-CMS(Contents Management System)

e-CMS는 저작물 계약 정보의 관리와 유통업자와의 계약에 관련된 모든 절차를 수행하고, 유통업자의 판매 정책에 유연하게 대처해 콘텐츠 판매 정책을 적용할 수 있는 시스템이다. e-CMS는 대화형 계약방식 제공, 저작권등록, 권한부여, 사용판매에 이르기까지 One Stop Shop 구성, 저작권자의 의견을 신속, 정확하게 반영, 세계 표준화 요소 반영을 통한 시스템 구축, 디지털 콘텐츠 온라인 유통에 대한 비즈니스 모델 정립 등의 장점을 갖고 있다. 배포, 전시, 복제, 2차 저작물 제작, 독점계약, 저작권 판매 등의 다양한 계약형태를 지원한다.

》 콘텐츠보호유통(Digital Rights Management)

DRM은 문서, 동영상, 음악, 이미지, 플래시 등 각종 디지털 콘텐츠의 유통 권리를 안전하게 보호하고 관리하는 DRM 기술 시스템이다. Enpia-DRM은 DOI, Indecs 기반의 플랫폼으로 MPEG-21의 기본 사상인 DRM에 관계된 국제 표준을 지원한다. 여러 DRM 서버간 인증 및 관리를 상호 연동할 수 있는 Multi-DRM

기능을 지원하며, 라이선스 이전제어 기능제공으로 최종 유통업자가 정의하는 판매 규칙에 따라 소비자는 본인의 라이선스를 다른 소비자에게 이전하거나 한정된 기간동안 대여할 수 있는데 이를 제어하고 인증한다.

》 클리어링 시스템(Clearing System)

클리어링 시스템은 저작권자와 유통 판매자간의 거래의 투명성을 보장하기 위한 시스템으로 e-CMS 시스템, DRM 시스템과 상호 연계해 신뢰를 바탕으로 한 전자 상거래를 가능케 하는 시스템이다. e-Book, 플래시, 이미지, MP3, Moving picture 등 다양한 콘텐츠의 클리어링 기능을 갖고 있다. 또 B2B 계약을 바탕으로 콘텐츠 판매 시에 계약에 적합한 이행 여부를 관리할 수 있다. e-CMS 시스템을 통해 계약된 계약내용에 위배되지 않고 콘텐츠가 안전하게 유통될 수 있도록 제어하는 콘텐츠 판매 인증 기능을 제공한다. 또 B2B사용자, B2C사용자, 콘텐츠 판매금액별, 일자별, PG社별 등의 거래내역에 대한 다양한 조회 및 통계 기능을 제공한다.