



점검

DRM 솔루션 시장 ‘가속페달’ 밟는다

콘텐츠 유료화로 적용 분야 확대... 시장 선점 위한 업체간 경쟁 가열

디지털콘텐츠 시장의 확대와 더불어 DRM 적용에 대한 요구가 증가함에 따라 DRM 솔루션 시장 역시 동반 상승세를 타고 있다. DRM은 디지털콘텐츠 유통, 상업성에 대한 완전성을 보장할 것이라는 기대감 때문이다. 아직 유료화 시장이 완전히 정착되지 않아 관련업체들의 수익은 미비한 편이고 그 규모 또한 영세하지만 향후 높은 성장률이 예상된다. 관련업체에 따르면 그간 냅스터, 소리바다 등 음원 시장을 중심으로 여러 공방전이 펼쳐지고 인식의 전환이 이뤄지면서 DRM 시장도 이제 어느정도 안정화 단계에 접어들고 있는 것으로 보인다. 업계 한 전문가는 “지금까지가 기술개발 및 시장 형성의 과도기였다면 올해는 인식 전환에 따른 DRM 기반 상용서비스가 붓물을 이뤄 시장 활성화 원년이 될 것”이라고 내다봤다. 이처럼 콘텐츠 유료화에 대한 인식 제고, 디지털멀티미디어방송(DMB) 등 신규 콘텐츠 생성, 기업 내 기밀문서에 대한 보안의 중요성이 증대되면서 올해 국내 DRM 솔루션 시장 규모는 지난해보다 30% 성장한 600억원대를 형성할 전망이다. 특히 올해는 업체들이 개인정보보호법이 발효된 일본을 위시한 해외시장 판로가 열리면서 더 큰 성장세가 예고되고 있다. 관련업체들은 시장을 선점하기 위한 사업다각화에 나서고 있고 앞으로의 비즈니스 모델 개발에 매진하고 있다.

글 신선자 객원기자

유

선과 무선 네트워크를 통합하는 본격적인 유무선 통합의 유비쿼터스 시대가 개막하고 있다. 따라서 해당 콘텐츠 서비스도 본격적인 유무선 통신, 방송 융합시대를 들어서며 새로운 전환기를 맞고 있다.

이와 같이 디지털콘텐츠 시장의 확대와 더불어 DRM 기술에 대한 요구가 증가함에 따라 다수의 DRM 업체가 생겨나고 있다. 아직은 콘텐츠의 유료화가 완벽하게 정착되지 않아 DRM 업체들의 수익확보는 미비한 실정이나 향후 높은 성장률이 나타날 것이라는 데 이의를 제기하는 이는 없다.

다양한 DRM 솔루션 벤더 등장

DRM 솔루션 시장은 초기에는 원천기술을 확보한 인터트러스트, 컨텐트가드 등이 시장을 리드해 왔으나 최근에는 벤더 DRM이 나오면서 이들 업체들이 점차 시장을 장악하고 있는 추세다.

대표적인 벤더 DRM으로는 윈도 OS 기반의 WMT(Window Media Technology) 기술을 보유한 마이크로소프트, 아크로벳 리더로 전자문서 시장을 장악하고 있는 어도비 등이 있다.

국내업체로는 파수닷컴, 마크에니, 실미디어, 디지캡, 한마로 등 여러 DRM 기술 업체가 인터트러스트, MS 등의 DRM 핵심기술을 도입해 상용서비스에 나서다가 점차 독자적인 DRM을 개발하면서 시장을 개척해 나가고 있는 실정이다. 최근에는 DMB 등 신규 콘텐츠가 생성되고 기존 콘텐츠 영역도 세분화되면서 각각 콘텐츠 특성에 맞는 솔루션을 개발해 시장에 진입하고자 하는 후발 주자들도 늘어나고 있는 추세로 시장 과잉 현상을 보이고 있다. 한 관계자는 “사실 DRM은 초기 기술진입장벽이 낮을 것이라는 판단이 지배적이었고 디지털콘텐츠 시장의 부풀려진 시장 가치로 인해 기술개발에 나선 업체들이 많아 국내업체만도 50여개에 이를 정도로 춘추전국시대를 형성했다. 그러나 기대만큼 시장 파이가 빠르게 커지지도 않았을 뿐 아니라 기술지원 및 안정성에 대한 요구가 거세 현재는 어느정도 업체들이 정리된 상태다. 그러나 여전히 시장경쟁이 치열해 앞으로 또 한번의 시장 재편이 예상된다”고 지적했다.

해당 콘텐츠별로 핵심 기술력을 보유한 소수의 경쟁력있는 업체만이 살아남을 시장이라는 전망이다. 관련업계에서는 아직은 시장 선점을 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있는

형상이지만 현재의 과도기를 지나 본격적인 시장 활성화에 진입한 성숙기에 이르면 업체간 M&A 바람이 불지도 모른다고 전망한다.

개발부터 상용화까지 함께

현재 대략 국내 DRM 솔루션 시장은 크고 작은 20여개 업체가 시장에 포진해 있다. 이들 업체들은 초기에는 원천기술을 보유한 인터트러스트의 기술을 라이선스 받아 DRM 애플리케이션을 개발해 판매하는 전략을 추진했으나 최근에는 자체적인 DRM 핵심기술을 보유하고 주력 비즈니스 모델을 상정해 해당 콘텐츠 부문에서 적극적인 시장 확산을 꾀하고 있다.

해외의 경우는 DRM 기술개발업체와 DRM 기술을 라이선스 받아 실제 상용화 서비스를 하는 DRM 기술서비스업체로 양분돼 발전해 가고 있으나 국내에서는 대부분 DRM 기술업체가 DRM 상용화 서비스까지 함께 수행하며 시스템통합(SI), 애플리케이션 서비스 제공업체(ASP)양상으로 비즈니스 모델을 만들어나가고 있다.

이러한 연유에서인지 국내 DRM 시장은 외산 기업보다는 국내 기업들이 시장을 장악하고 있고, 그 기술력 또한 인정받고 있어 점차 해외시장으로까지 판로를 개척해 나가고 있다.



관련업체 한 관계자는 “국내 DRM 솔루션 업체들이 영세한 규모이긴 하나 기술력은 경쟁력을 지니고 있는 편”이라며 “최근 DRM 도입에 대한 인식이 확산되고 검토하고 있는 CP 기업들이 늘어나면서 올해부터 시장이 본격적인 성장기에 돌입할 것”이라고 내다봤다. 그는 또한 “DRM 솔루션 도입에 있어 국내업체들은 기술지원이나 커스터마이징에 대한 요구가 크기 때문에 외산기업들이 위협요소로 다가오긴 하나 적용 분야나 방법에 차이가 있어 당분간은 적용 콘텐츠에 따라 서로 다른 시장 영역을 확보해 나갈 것”이라고 말했다.

그의 말처럼 실제 DRM 솔루션은 적용 분야에 따라 특별한 트렌드가 존재하지는 않는다. 다만 콘텐츠 솔루션 분야별로 기능면에서 우수하고 세부적인 고객 요구를 만족시킬 수 있는 솔루션 보유 업체가 트렌드를 주도하고 있는 실정이다.

특히 국내 시장의 경우, 해외 쪽과는 차별화된 경향으로 보안솔루션의 기능별 모듈화 및 사후 불법 배포자 추적 솔루션에서 사용자의 OS를 기반으로 한 사전 보안 체제에 대한 연구 및 시장화가 활발히 진행 중이다.

DRM 솔루션을 적용한 CAS나 DRM폰 등 관련 제품 개발도 대기업을 중심으로 진행되고 있으며 PC부품 가운데 일련번호를 추출, 이를 인증키로 변환해 인증하는 디바이스 인증도 인기를 끌고 있다. 디바이스에 대한 DRM 솔루션은 처음 등록된 PC 외에는 사이트에 접속할 수 없어 유료 콘텐츠의 공유를 막는 효과가 있기 때문이다. 특히 디바이스 시장은 핸드폰, MP3플레이어, PMP, 셋톱박스 등 다양한 기기종 단말기가 등장함으로써 유료 콘텐츠 제공자들에게 폭발적인 인기를 끌고 있다.

정책제안, 수출 활성화 업체 중심으로 재편 조짐

이처럼 국내 DRM 시장은 점차 성장기에 접어들 채비를 갖추고 시장 활성화 조짐을 보이고 있다. 하지만 일각에서는 DRM 시장에 대한 우려의 목소리도 일고 있다. OS에 기반해 거대한 디지털콘텐츠를 잠식하고자 하는 MS 등의 거대 외산 기업들의 움직임이 시장의 위협요소로 다가오고 있는데 국내 솔루션 공급사들은 함께 시장 파이를 보다 건설적으로 키워나가기 위한 논의보다는 매출 확대를 위한 저가 가격 경쟁이 심화되고 있어서다.

업계 한 관계자는 “DRM은 세상을 바꿀 세계 10대 유망기술로 꼽힐 정도로 성장 가치가 있는 분야다. 만약 솔루션 공급사들이 서로 협력해 경쟁력을 향상시킨다면 국내 솔루션 업체들의 경쟁력은 한층 우위를 점



할 수 있을텐데 실제 현 시장은 영세한 규모의 업체들간 첨예한 이해관계가 얽혀 저가 경쟁 및 경쟁사 비방을 일삼아 성숙되지 못한 모습을 보이고 있다”며 우려를 표명했다.

이에 따라 관련업계는 보다 시장 경쟁력을 확보하고 활성화시키겠다는 각오다. 한국DRM업체협의회(KODCA)는 기존 마크애니 최중욱 사장에서 파수닷컴 조규곤 사장으로 협의회 회장직을 교체하고 현재 산재돼 있는 근본적인 문제를 해결해 나가기로 했다. 새롭게 조직을 개편한 KODCA는 앞으로 ▲유무선 음악 표준 DRM 개발 ▲음악 콘텐츠 서비스 과금 관련 기술 등 유료화를 위한 기술 개발 업체 공동 지원 ▲저작권법 정비에 기술적인 공동 대응 ▲불공정 시장 행위 고발 등에 더욱 적극적으로 매진해 시장 구도를 잡아나갈 계획이며 DRM 시장

에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 문서보안 및 장비보안, SI보안 부분도 추가해 DRM전반으로 사업영역을 확대해 나갈 방침을 수립했다.

일본 등 해외시장 진출 ‘붐물’

특히 이들 업체들은 그간 정부 주도하에 이뤄지던 표준화를 업체 중심에서 적극적인 논의를 하며 자체 세미나, 포럼 등도 다양하게 진행해 경쟁력을 확보해 나갈 계획이다. 또한 국내시장이 아닌 해외시장 판로 개척에도 적극적으로 나설 예정이며 이를 위해 필요한 정부 및 관련기관의 지원 및 정책이 필요하다면 보다 적극적으로 발빠르게 움직여 시장 규모를 키워나간다는 방침이다. 이같은 움직임은 울들어 거세지고 있고 업체간 많은 논의가 진행되고 있는 터라 하반기 즈음에는 뭔가 가시적인 성과가 나올 것으로 보인다.

그중에서도 해외시장에 대한 판로 개척의 필요성은 대부분의 업체들이 공감하고 있는 부분으로 현재 공격적으로 시장을 공략하고 있다. 특히 대표적인 외산 기업인 MS의 사용률이 다른 나라에 비해 저조하며 최근 개인정보보호법이 발효돼 정보보호 솔루션 시장이 활성화되고 있는 일본 시장에 대한 공략에 적극적으로 나서고 있고, 이 시장을 필드로 미국, 유럽, 동남아 지역으로 시장을 확산해 나갈 방침이다. 이미 일본 시장에서는 대부분 업체들이 특수를 누리고 있는 상황이다. 관련업계에 따르면 파수닷컴과 마크애니, 테르텐, 한마로 등 국내 DRM 솔루션 공급사들이 일본에서 대규모 수출 계약을 체결하며 상당한 실적을 올리고 있는 것으로 나타났다.

DRM

콘텐츠 적용 분야별로 트렌드 주도

현재 DRM 시장은 그 적용 대상에 따라서 크게 두 부문으로 나뉘볼 수 있다. 기업시장을 타깃으로 하는 엔터프라이즈 DRM과 일반 멀티미디어 콘텐츠 시장을 겨냥한 상업용 커머셜 DRM 시장이다.

엔터프라이즈 DRM은 기업내의 공유정보 또는 기밀정보의 유출 및 불법출력 등을 막기 위해서 도입된 것으로 지식관리시스템(KMS), 또는 전자문서관리시스템(EDMS), 파일서버 등과 연동해 인트라넷 또는 그룹웨어 상에서 이뤄지는 기업내 구성원 개개인의 파일 이용패턴을 감시하는 것으로서 문서보안 솔루션이 여기에 속한다. 커머셜 DRM은 우리가 일반적으로 접할 수 있는 MP3나 영화, 성인콘텐츠, 이미지 등과 같은 멀티미디어 콘텐츠에 대한 유료화를 위해 도입되는 것으로 음원, 동영상 등 멀티미디어 시장을 타깃으로 DRM이 여기에 속하고, 해당 콘텐츠가 음원, 동영상, 이미지, 웹이냐에 따라 한번 더 세분화되고 있다. 이제 DRM 솔루션 현황을 주요 DRM 적용분야별로 세분화해 살펴보자.

■ 기업 문서 보안

엔터프라이즈 시장을 타깃으로 하는 문서 보안 시장은 시스템 모델이 다른 모델에 비해 비교적 단순하기 때문에 국내 업체들이 시장에 속속 진입하고 있다. 2002년부터 본격적으로 형성되기 시작했으며 해외의 DRM 업체에 비해 국내 DRM 업체들의 제품이 기술적 우수성을 인정받고 있고 공급실적이 높아 충분한 경쟁력을 확보하고 있는 시장으로 평가된다.

기업문서의 디지털화와 EDMS, KMS 등 문서공유 시스템 구축으로 기업의 중요한 자산이 쉽게 외부로 유출되는 위험에 노출돼 이에 대한 보안의 필요성이 대두되면서 시장의 활성화를 보이고 있다. 아직 멀티미디어 콘텐츠 시장이 표준화, 유료화 정착에 대한 문제가 남아있는 반면 문서 시장은 어느정도 안정적인 성장기에 접어들어 전체 DRM 솔루션 시장의 60% 가량을 차지하고 있다.

대부분 비즈니스 모델은 시스템 통합(SI) 사업으로 구축되고 있고 대부분의 기업들이 이미 도입을 했거나 검토중인 상태로 앞으로도 지속적인 성장이 예고되고 있다.

현재 시장은 파수닷컴, 마크에니, 소프트캠프 등 3강 체제로 움직이고 있고 후발주자로서 로토토 등이 차별화된 솔루션으로 시장을 공략하고 있다.

우선 파수닷컴이 발빠른 행보를 보이고 있다. 이 회사의 초기 비즈니스 모델은 멀티미디어 DRM 솔루션으로 시작했으나 시장 성장이 더디지면서 진로를 선화해 현재는 엔터프라이즈 시장에만 집중 공략하고 있다. 특히 이 회사는 국내에서 가장 먼저 DRM을 상용화시킨 업체로서 자



부심을 갖고 최근에는 해외시장 판로 개척에 적극적으로 나서고 있다.

최근에는 LG히다찌의 일본 파트너사인 전통국제정보서비스(ISID)와 히다찌SAS에 3년간 150억원 규모의 기업용 문서 보안 솔루션 수출 계약을 맺는 쾌거도 이뤘고, 한국정보통신기술협회(TTA)로부터 국내 소프트웨어 완성도를 평가해 일정 수준 이상의 기술력과 사용성, 신뢰성을 갖춘 제품에 부여하는 인증 마크인 GS(Good Software) 인증도 획득했다.

이 회사 조규곤 사장은 “현재 국내 기업문서 시장은 성숙기에 접어들었다”며 “값비싼 보안시스템을 구축하기에 비용부담이 있지만 특화된 기술을 가지고 있는 중소기업들도 DRM 솔루션 도입을 적극 검토하고 있는 추세라 시장은 계속 활성화될 것”이라고 말했다.

올해로 5주년을 맞이한 파수닷컴은 최근에는 국제 경쟁력을 갖춘 최고의 엔터프라이즈 DRM 솔루션 기업으로 발돋움하는 동시에 소프트웨어 개발 생산성을 극대화하고, 최고의 퍼스널 DRM 서비스를 제공해 2010년까지 매출 500억원을 달성한다는 중장기 비전도 수립했다.

사후DRM으로 알려진 워터마킹 기술에서 시작한 마크에니의 공세도 만만치 않다. 마크에니는 이미 LG, 삼성, 현대, SK 등 대기업, 국책

및 민간 연구소, 정부 등에 이미 자사 솔루션을 적용, 지난 3월말까지 40 억원을 수주한 상태이며 이를 위해 올해 직원도 150여명까지 늘린다는 계획이다.

최근 들어서는 미국, 중국, 일본 등 해외시장에 자체 법인을 설립해 채널 계약을 통한 해외시장 개척에도 전의를 다지고 있다. 특히 이 회사는 국내 DRM 업계에서 유일하게 국제 OMA DRM 표준 회원사로 지난해 TTA 국가 프로젝트인 OMA 표준 기술 개발 과제를 완료한 바 있고, 문서 외에 멀티미디어, 전자문서 위변조 방지기술까지 DRM에 관한 토털 솔루션을 보유하고 있다. 이를 무기로 공격적인 마케팅을 펼치고 있다. 이 회사는 지난해 순이익을 기반으로 올해는 200억 이상의 성장을 기대하고 있다.

소프트캡프도 이 시장에 공격적으로 나서고 있다. 특히 이 회사는 고객의 요구를 수렴해 최근 CAD/CAM 전용 문서보안 솔루션을 새롭게 출시하고 시장 확산에 고삐를 당기고 있다. 이 회사 마케팅 담당자는 “일반 오피스 제품은 별반 문제가 없는데 다양한 포맷을 지원해야 하는 CAD 영역은 일반적인 문서DRM으로 한계가 있다”며 “새롭게 선보인 스쿼어워크플레이스는 시장 요구를 반영한 제품으로 CAD 전용이지만 일반 문서보안의 요소를 다 지원할 수 있어 통합문서보안 솔루션으로 각광받을 것”이라고 말했다.

한편 소프트캡프는 문서보안 외에 키보드 보안 제품도 제공하며 데스크톱 관리 솔루션에만 집중하고 있다. 국내에서는 금융권 위주로 다수의 레퍼런스 사이트를 보유하고 있고, 지난 2003년에는 일본 ALSI사와 총판계약을 체결, 수출에도 매진하고 있으며, 채널확장을 통해 해외시장 판로를 개척해 나간다는 방침이다.

이밖에 로토토가 이 시장에 새롭게 진입, 특화된 기술력을 무기로 시장 공략에 나서고 있다. 이 회사가 제공하는 솔루션은 클라이언트와 서버, 각각의 제조사 부여되는 번호인 DUN을 연동해 이중 암호화는 기술로 해킹이 된다고 해도 문서를 볼 수 없다는 장점이 있다.

이 회사 관계자는 “후발주자이지만 기업문서보안에서 문제점을 개선하고 요구사항을 반영해 특허출원한 기술에 공공기관을 필두로 많은 관심을 표명하고 있다”며 “올해 하반기부터는 가시화된 성과가 나올 것”이라고 밝혔다.

관련업계에 따르면 문서보안 시장은 SI 비즈니스로 이뤄지기 때문에 커머셜DRM 시장에 비해 적용영역 비중은 작지만 매출액 기준에서 시장 규모는 훨씬 더 크다며 현재 정부나 대기업을 상대로 한 문서보안 DRM 프로젝트들이 다수 진행돼 있고, 최근에는 그 수요가 중소기업의 SMB시장까지 확대돼 꾸준히 성장세를 거듭하고

있다.

■ 문서 위변조 방지

전자정보솔루션으로 알려진 문서 위변조 방지 시장은 중요 주민등록 등본 등 공공서류를 위변조하지 못하도록 공공기관에서 일부 도입해 사용해오긴 했으나 전체 DRM 솔루션 영역에서 그리 큰 부분을 차지하지는 않았던 시장이다. 그러나 최근 국세청이 연말정산 때 소득공제용으로 쓰이는 ‘신용카드 사용금액 확인서’의 인터넷 발급을 허용하고 현금영수증 제도를 도입하면서 시장이 조금씩 활성화 조짐을 보이고 있다. 인터넷에서 발급된 각종 증명서에 DRM 및 복사방지코드와 2차원 바코드 등 보안시스템이 탑재됨에 따라 특수를 노리게 된 셈이다. 실제로 국민은행과 롯데카드, 비씨카드, 삼성카드, 신한카드, 엘지카드, 외환은행, 시티은행, 현대카드 등 시중 10개 카드사가 카드사용액 확인서의 온라인 발급을 위해 관련 솔루션을 탑재했고, 점차 모든 공문서에 대한 인터넷 발급이 허용되면 이 시장은 더욱 커질 것으로 보인다.

문서위변조 방지 솔루션 시장에는 워터마킹 기술로 시작한 마크애니가 시장의 주도권을 잡고 있고, 비씨큐어, 파수닷컴, 실미디어 등이 시장에 자리잡고 있다.

특히 이 시장을 선도하고 있는 마크애니는 이번 연말정산 위한 카드사 적용외에도 오프라인으로 증명서를 전달해야 하는 대학의 성적증명서나 전력, 통신, 수도, 보험계약서, 예약증서 등 다양한 애플리케이션에 위변조 방지 솔루션을 적용한 바 있다. 이 시장은 일반 멀티미디어 커머셜 시장처럼 폭발적인 성장이 예고되는 것은 아니나 향후 티켓이나 증명카드, 상품권 등에도 적용 가능성이 농후해 점진적인 발전을 거듭해 나갈 것으로 보인다.

■ 웹 콘텐츠 보안

웹 콘텐츠 보안 시장은 웹 상에 있는 다양한 콘텐츠들이 언제 어디서나 사용하기 편하다는 장점이 큰 만큼 정보유출의 위험성 역시 높아 지속적인 보완이 요구되는 시장이다.

현재 시장에는 파수닷컴, 마크애니, 카디날정보기술 등이 포진해 있다. 이들 업체들이 제공하는 솔루션은 웹서버 해킹 방지 및 홈페이지 변조 방지, 네트워크 스틸링 방지, 웹 콘텐츠 무단



DRM



복제 및 유출방지 등으로 통합 웹보안 솔루션이라 할 수 있으며 인터넷 콘텐츠 제공업체뿐 아니라 웹기반의 인터넷에서 정보를 공유하는 기업에도 적용 가능하다. 전체 DRM 솔루션 시장에서 차지하는 영역은 작은 편이나 반드시 필수로 탑재되어야 하는 영역이므로 향후 시장은 꾸준한 성장이 예고되고 있다.

이 시장에 가장 주력하는 업체는 카디날정보기술로 이 회사는 '아이키퍼(keeper)'라는 통합 웹보안 솔루션을 내놓고 안전한 웹서비스 인프라 구축을 위해 매진하고 있다.

특히 이 회사는 얼마전 일본 히타치 SEA(System Engineering&Assist)와 웹 보안 솔루션 공급계약을 하고 히타치 그룹 계열사에 공급을 시작하기도 하는 등 기술력을 인정받고 있다.

■ 게임 콘텐츠

게임 관련 DRM 솔루션은 교육용 및 유아용 게임 쪽으로 활성화돼 있다. 패키지 게임의 핵심 파일들을 보호하는 세이프 캐스트(Safe Cast)는 게임 업체들이 직접 개발하며 콘텐츠가 저장된 CD의 카피 프로텍션은 전문 DRM 솔루션 업체가 맡고 있는 실정이다.

그러나 아직 패키지 게임 시장의 경우 불법 복제로 인한 수익성 저하로 DRM 솔루션 시장이 활성화된 편은 아닌 상황이다.

이 시장 역시 디지털 음원을 위시한 일반적인 멀티미디어 DRM 솔루션을 제공하는 DRM 전문 솔루션업체들이 포진해 있다.

■ 디지털 음원 콘텐츠

음악 콘텐츠의 유료화 추세로 저작권 보호에 대한 인식이 점차 커지면서 DRM 솔루션에 대한 수요가 크게 발생하고 있다. 관련업계에서는 멀티미디어 콘텐츠 시장 중 가장 먼저 열린 디지털음원 시장은 멀티미디어 콘텐츠 중 가장 큰 관심사로 떠오르고 있는 분야중 하나이며 가장 많은 문제를 내포하고 있는 시장이라고 말한다.



특히 이 시장은 CP와 사용자, 단말업체간 이해관계가 얽혀있는데다 이기종 단말간 상호운영성이 보장되지 않아 이 문제가 시급히 해결돼야 시장 활성화를 가져올 수 있을 것으로 보인다.

안전한 음악 다운로드 서비스는 현재의 DRM 기술로 완벽하게 구현할 수 있지만 스트리밍서비스의 경우 업체들마다 구현에 어려움이 있어 이에 대한 해결이 선행돼야 한다는 것. 현재 온라인 음악 서비스의 유료화로 인해 CP들이 DRM 솔루션을 필수적으로 유통 시스템에 도입하고 있는 추세이다. 더욱이 이제는 온라인 다운로드를 넘어 휴대용 기기용 콘텐츠 이용이 확장되어 감에 따라, 그 이용범위가 모바일 DRM까지 확장되고 있다. 가장 대표적으로 MP3폰의 판매 시작과 함께 유료 음악 콘텐츠를 비롯한 기타 유료 콘텐츠에 대한 사용 제어를 위해 DRM은 휴대폰에 필수로 탑재되는 추세이다.

이 시장에 주력하는 관련 솔루션 업체로는 디지털, 한마로, 테르텐, 실미디어, 마크에니, 잉카엔트웍스 등이 대표주자로 시장에 포진해 있으며 카디날정보기술, 코어트러스트 등이 후발주자로 뒤를 이어서 시장 공략에 적극 나서고 있다.

디지털은 디지털 방송통신 및 콘텐츠 분야의 보안, 저작권 보호 및 관리를 위한 토탈 솔루션과 서비스 제공을 통해 국내의 디지털콘텐츠 e비즈니스를 선도하는 기업을 목표로 ASP 서비스에 주력하고 있다. 이미 국내 방송 3사, SK텔레콤의 멜론 서비스 등 다수의 프로젝트를 진행하며 엔터테인먼트 시장에서 입지를 다지고 있다.

한마로 역시 KTF의 용역업체로 KTF의 도시락 서비스에 성공적으로 DRM을 탑재하고 국내 탑 10위 이내의 다수의 음악사이트와 공조해 DRM 적용 레퍼런스 사이트를 확대시켜나가며 모바일 DRM 시장에 주



중심으로 바뀌고 있음을 본격적으로 알리는 청신호이기 때문이다.

삼성전자가 위즈맥스와 함께 선보인 원스톱 음악 서비스 엠스튜디오, 아이리버의 최근 MP3플레이어 등은 이같은 DRM 패러다임의 변화를 보여주는 좋은 사례다. 최근 관련 콘텐츠 서비스 사업자들은 기본적으로는 세계적으로 가장 많은 적용사례를 보유한 MS DRM에 디지털, 한 마로 등의 국내 벤더의 DRM, 그리고 서버와 클라이언트를 연결시켜주는 DRM 해제 변환 솔루션인 싱크로는 많은 업체들이 잉카엔트웍스의 넷싱크를 탑재했다.

이러한 복수 DRM은 기존에는 각각의 전송프로그램을 사용하는 불편함이 있었는데 반해 최근에는 프로그램 상에서 파일의 종류를 판단해 기기로 자동 변환·전송해주는 덕분에 편리하다.



력하고 있다.

음원시장보다는 누드 동영상 서비스에서 많은 실적을 보유한 테르넷 역시 이 시장에 공격적으로 나서는 것은 마찬가지다. 이 회사는 수출 국내 시장 외에 일본 등 해외시장 공략에 적극 나서고 있고 보다 넓은 시장 확산을 꾀하기 위해 차세대 솔루션인 통합 DRM '컨텐츠월'도 개발에도 성공했다. 특히 이 회사는 얼마전 일본의 콘텐츠 배급사인 다이넨그룹에 자사 솔루션을 수출하는 쾌거도 올렸다.

실미미디어도 일본 온라인 음악 포털업체인 MCJ와 제휴하고 엔터테인먼트 콘텐츠 포털 사업을 본격화하고 있다.

이외에 코어트러스트, 카디날정보기술 등도 차별화된 기술력을 무기로 콘텐츠 시장 진입을 위해 공격적인 마케팅을 펼치고 있다.

특히 디지털 음원 시장은 최근 표준화 논의가 활발히 이뤄지고 있긴 하나 아직 구체적인 표준화 방침이 제기되지 않은 실정인데 그 틈새를 타서 음악 서비스 제공업체들 복수 DRM 채택에 나서고 있어 이목이 집중된다. 복수DRM은 DRM을 바라보는 시각이 업체 중심에서 사용자

이는 플레이어 제공 업체만이 아니라 소리바다, 벅스 등 P2P 서비스 업체들도 기본 DRM 외에 다양한 DRM 솔루션을 탑재해 소비자의 선택권을 존중한다는 전략을 추구하고 있다. 편리한 서비스를 만들기 위한 음악서비스 업체들의 이같은 노력은 일반 소비자들을 유료 서비스로 끌어오는데 도움을 줄 것으로 보인다. 그러나 이런 노력은 DRM 진영의 협조 없이는 완성되기 힘들다. 프로그램 상에서 많은 DRM을 지원하다 보면 프로그램이 무거워지고 서비스가 복잡해질 수 있기 때문이다.

관련업계 한 관계자는 “표준 DRM이니 공용 DRM이니 하는 말들은 많지만 결국엔 ‘소비자가 얼마나 편리하게 사용할 수 있느냐’에 무게를 뒤탈다”며 “자연스럽게 DRM의 핵심 모듈이 표준화되는 단계가 되기 전까지는 서비스 업체들 스스로 많은 DRM을 지원해 소비자 편의를 도모하는 방식이 시장을 주도할 것”이라고 설명했다.

관련업계 한 관계자는 “표준 DRM이니 공용 DRM이니 하는 말들은 많지만 결국엔 ‘소비자가 얼마나 편리하게 사용할 수 있느냐’에 무게를 뒤탈다”며 “자연스럽게 DRM의 핵심 모듈이 표준화되는 단계가 되기 전까지는 서비스 업체들 스스로 많은 DRM을 지원해 소비자 편의를 도모하는 방식이 시장을 주도할 것”이라고 설명했다.

■ 디지털 방송

디지털 방송 및 홈 서비스 시장은 현재까지 크게 주목 받고 있는 시장은 아니나 향후 가장 중요하게 떠오를 것으로 전망된다. 국내뿐만 아니라 미국과 유럽 지역에서는 2007년부터 디지털 방송과 홈 서비스 방송이 본격적으로 시작될 예정이다. 디지털 방송이 본격적으로 시작되면 모든 방송 콘텐츠가 디지털화 됨에 따라 불법 복제, 배포에 대한 방지책은

DRM

필수라고 할 수 있다. 지금처럼 방송프로그램을 녹화하는 것과는 그 영상의 질적 수준이 달라지기 때문에 프로그램 저작권 보호에 대한 관심은 더욱 크다 하겠다. 현재는 셋톱박스 기반의 디지털 방송 표준 움직임이 가장 큰 트렌드이다.

■ IPTV 보안

IPTV 보안 관련 시장은 최근 KT·하나로텔레콤 등이 IP망 기반 방송서비스를 본격화하면서 관심이 고조되고 있는 시장이다.

IPTV는 DMB, TPS, VoIP 등과 함께 대표적인 방송·통신 융합서비스의 하나로 방송용 전파가 아닌 인터넷 프로토콜을 이용해 스트리밍 방식의 인터넷 방송을 TV로 보게 하는 서비스다. IPTV는 유럽과 일본을 시작으로 서비스가 확대되기 시작했으며 국내에서도 지난해 6월 KT가 홈앤을 시작한 데 이어 하나로텔레콤도 곧 서비스를 시작할 예정이다.

특히 IPTV는 PVR나 DVR와 같은 외부 저장매체로 원본 콘텐츠를 그대로 복제할 수 있기 때문에 DRM 탑재가 필수로 대두되고 있다.

이 시장에는 코어트러스트, 실미디어, 마크애니 등과 CAS 제공업체들이 포진해 있다.

가장 먼저 IPTV 전용 DRM 제품 'iTV키퍼'를 출시하고 공격적인 시장 공략에 나선 코어트러스트는 방송 콘텐츠 자체를 암호화해 콘텐츠 포맷 및 셋톱박스 운영체제 등에 구애받지 않고 디지털방송 콘텐츠의 불법복제와 불법유통을 차단에 나서고 있다. 또한 이 회사는 올 상반기 중에 iTV 키퍼 버전 2.0과 DMB 서비스에 적용 가능한 CAS솔루션을 출시할 예정이고, 이미 일본 등지에서 입증받은 기술력을 무기로 동남아 등지까지 수출시장 판로를 열어갈 방침이다.

실미디어도 사전 암호화 방식으로 시간제한에서 사용횟수, 라이선스 발급 횟수 등 사용규칙과 일반 사용자 환경에서의 불법 캡처 방지 기술을 적용한 'RSBB(RightS@ferBroadBand)' 개발에 성공하고 시장 확산을 꾀하고 있다.

DRM에 관한 토털 솔루션을 보유한 마크애니 역시 일본에 셋톱박스 DRM을 수출한 경험을 토대로 국내 대형 포털 사이트와 인터넷 TV 유통 플랫폼에 대한 공동 기술 개발에 들어갔다.

■ 미디어 카피 프로텍션

일반적으로 카피 프로텍션이라 불리는 CD/DVD 복제 방지 시장은 각종 디지털콘텐츠의 불법복제에 대한 방지 솔루션의 수요 확대로 활발히 성장해 가고 있다.

현재 주요 음반사를 대상으로 썬텍, 마이크로비전 등이 가장 독보적 우위를 점하고 있으며, 각 산업단체 및 표준화 단체들의 움직임이 활발하다. 온라인 콘텐츠 유통 시장의 성장이 커지는 것은 분명하나 오프라인으로 DVD 등 저장매체 시장 또한 계속 증가하게 될 것이므로 매체 복제

방지를 위한 미디어 매체에 대한 카피 프로텍션 시장 역시 향후 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

성장 위해선 표준화 작업 시급

최근 디지털콘텐츠 유료화 전환이 빨라지고 있고 이를 위한 저작권 개념의 도입, 혹은 저작권 보호를 위한 DRM 솔루션의 적용 의무화에 대한 여론이 들끓고 있다. 이러한 분위기 변화가 DRM 시장에 대한 기대치를 부풀리고 있는 것은 일면 사실이다.

하지만 이러한 분위기가 실질적인 시장 성장의 견인 요소로 작용하기에는 아직 해결될 과제가 많이 있다. 가장 큰 걸림돌은 사용자 중심에서의 DRM 표준화가 시급하다는 것이다. 최근 들어 정부도 이러한 필요성에 대해 인지하고 적극적으로 나서고 있고, 관련업체들도 스스로 다양한 논의를 벌이고 있는 일정정도 진척을 보이고 있긴 하나 아직 국제표준이 정해지지 않아 특히 멀티미디어 콘텐츠 시장을 타깃하고 있는 업체들의 수출 활성화에도 지장을 주고 있다. 표준 프로토콜 마련이 필요하긴 하나 참여업체 간의 의견 충돌과 이해관계가 얽혀 있어 이 문제가 해결되기까지는 일정 정도의 시간이 필요할 듯하다.

대표적인 디지털콘텐츠인 음악 콘텐츠 DRM 적용 실태만 봐도 CP마다 서로 다른 DRM 기술을 채택하고 있는 상황이다. 게다가 디지털 음악의 경우 이를 재생하기 위한 장치인 MP3 플레이어나 MP3폰 등 관련 기기별로 서로 다른 기술을 채택하고 있어 사용자는 해당 기술을 지원하는 기기에서만 파일을 사용해야 하는 불편함을 여전히 겪고 있다. 이에 따라 음악 콘텐츠를 제공하는 서비스 업체, 이를 재생하기 위한 하드웨어 개발회사 등 이곳 저곳의 중복 투자에 대한 우려도 피할 수 없다.

솔루션 도입 '가속페달'

그나마 최근에는 이러한 문제점을 인식, 자구책을 찾아나가는 상황이다. 지금처럼 DRM에 관한 국제 표준화가 이뤄지지 않은 상황에서는 시장을 지배하는 서비스가 기술 표준이 될 것이라는 목소리가 높아지고 있다. 아직 완벽히 성숙된 시장이 아니고 업체간 이해관계가 얽혀있고 분쟁이나 공방이 치열해한 면이 다분히 있지만 유료화 전환과 CP, 사용자들의 인식이 상당히 달라졌고 수요가 늘어나고 있어 향후 시장은 지속적인 '청신호'를 보일 것으로 전망된다. 부가가치가 높은 거대 디지털콘텐츠 시장이 걸려있기 때문에 DRM 솔루션 시장은 성장률이 높은 매력적인 시장임은 분명하다. MS, 어도비 등 대형 업체들이 이 시장을 넘보고 사업역량을 집중하는 것도 이때문이다.

한편 시장조사기관 유티터리서치에 따르면 전세계적으로도 DRM 시장 규모는 지난해 3,600만달러에서 오는 2008년 2억7,400만달러로 증가할 것으로 전망, 폭발적인 성장을 거듭할 것으로 내다봤다. DRM 솔루션은 이제 선택이 아닌 필수사항이 되고 있다. ●