영화, 드라마, 음악 등을 자판기를 통해 자유자재로 다운로드

한국전자통신연구원, 디지털 멀티미디어 콘텐츠 자동판매기

내개 원하는 영화나 드라마, 음악 등의 디지털 콘텐츠를 핸드폰이나, 노트북, PMP를 자유자재로 다운로드 받을 수 있는 자동판매기가 올 하반기부터 본격 설치될 전망이다. 다양한 종류의 디지털 콘텐츠를 인터넷에 접속할 필요 없이 손쉽고 빠르게 다운로드 받을 수 있다는 점이 강점이다. 자판기의 새로운 분야가 열린다는 점에서 기대가 클 수밖에 없다. 이 제품을 기술 개발한 한국전자통신연구원(ETRI)을 찾아 앞으로 어떻게 디지털 멀티미디어 콘텐츠 자동판매기 시대가 구현될지를 조명했다.

디지털 콘텐츠 자동판매기의 시대가 열린다

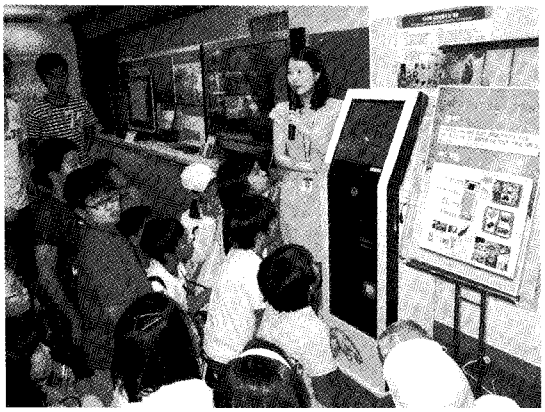
최근 1000만 관객을 동원한 영화 '해운대'. 아마 올 하반기쯤이면 이런 흥행영화를 디지털 콘텐츠 자동판매기를 통해 핸드폰, 노트북, PMP 등에 다운로드 받는 시대가 열릴 전망이다.

물론 자판기용으로 콘텐츠 확보작업이 전제되어야 하겠지만 올 하반기부터 디지털 콘텐트 자동판매기가 본격 전개되기 때문에 얼마든지 가능한 시나리오이다.

지난해 연말 개발이 된 디지털 콘텐츠 자동판매기는 최근에 기능을 버전업시킨 보완 제품을 선보이고 본격적인 시장전개를 앞두고 있다. 지난해 연말 출시 제품에 비해 광고 기능을 추가했고 디자인을 자판기답게 향상시켰다. 또 핸드폰, PMP의 자동인식이 가능하도록 했다.

이 제품은 한국을 IT 강대국에 올려놓은 ETRI의 TDX, CDMA에 이은 야심찬 성과물로 평가받고 있다. 이 제품이 탄생하기 까지는 꼬박 3년이라는 시간과 ETRI의 땀과 열정이 녹아 있다.

제품개발에 주역을 담당한 모바일SW 플랫폼 연구팀



▲ ETRI 정보통신 전시관을 찾은 학생들이 호기심어린 눈길로 디지털 콘텐츠 자동판매기에 대한 사용법을 듣고 있다.

마진석 선임연구원(박사급)은"제품 개발에 착수한 시점인 2005년만 해도 불법다운로드가 만연해 있었다"며 "언젠가는 저작권이 강화될 시점이 올 것으로 봤고, 당연히 소비자들이 구입해야 할 시대가 온다면 자판기가 경쟁력이 있을 것으로 판단했다"고 제품 개발 동기를 밝혔다

유상으로 다운로드를 받게 되도 핸드폰 무선 요금이 비싸다는 점. 온라인상으로 이용하면 주로 정액제로 이용해야 한다는 점에서 디지털 콘텐츠 자동판매기가 차별화된 경쟁력을 가질 수 있다고 판단했다. 1~2작품, 1~2곡 등 소비자가 원하는 것만 소량 구매할 때는 자판기가 제격이다.

제품의 개발과정에 있어 다운로드 속도를 높이는 일이 가장 큰 어려움으로 작용했다. 자판기의 특성상 오랜 시간이 소요되면 자연 제품의 경쟁력도 떨어질 수 밖에 없다.

속도를 앞당기기 위한 치밀한 노력을 진행한 결과, 영화 1편을 1분이면 다운로드 받을 정도의 수준에 도달했다. 대단히 빠른 속도는 디지털 콘텐츠 자동판매기의 핵심 경쟁력이다.

기술이전을 통해 사업자 선정, 정작 자판기 업체는 없다

ETRI는 디지털 콘텐츠를 본격 개발하면서 모비루스 업체와 제휴를 했다. 이 업체에서 규격이 다른 휴대폰들이 호환성 있게 다운로드 받을 수 있는 기술을 개발하는데 큰 공헌을 했다. 앞으로 모비루스에서는 제품 생산과 공급을 맞게 된다.

ETRI는 업그레이드가 완료된 디지털 콘텐츠 자동판매기의 기술이전 판매 작업을 진행하며 본격적인 시장 확대를 도모하고 있다. ETRI에서 개발한 기술들은 일반 기업들이 기술이전료만 지불하면 사용할 수 있도록 하고 있다. 대기업만이 아니라 중소기업이어도 상관이 없다. 해당 기술 이전료만 지불하면 누구든지 디지털 콘텐츠 자동판매기 사업자가 될 수 있다. 인터넷 공시 기술이전비는 2억원이다.

현재 ETRI는 신세계아이앤씨, 서울도시철도공사와 기술 이전 판매 마케팅과 관련된 계약을 체결하고 사업을 본격화하고 있다. 앞으로 이마트나 스타박스 매장, 지하철 역등에 디지털 콘텐츠가 활발히 설치되는 것을 기대할 수 있다.

▲ 질의 응답을 하고 있는 마진석 수석연구원

ETRI는 이외에도 몇몇 업체와 기술이전 협의 작업을 진행

하고 있다. 이쯤 되면 눈치 빠른 독자라면 '왜 자판기 업체는 없지?' 하며 의문을 가질 게다. 정작 자판기 품목인데도 불구하고 자판기 관련업체가 사업자로 등장하는 것은 기대할 수 없다.

이에 대해 마 선임연구원은 "이 기술을 개발하고 자판기 제조 및 관련업체들이 당장 달려와 기술이전 판매 마케팅에 적극성을 보일 줄 알았다"며 "정작 적극적인 관심을 보이며 제휴를 하는 곳들은 자판기 분야가 아닌 일반 유통업 분야의 업체들이어서 의아한 생각이 많이 들었다"고 밝혔다.

자판기 업계의 수동성과 느린 시장 대처력을 꼬집는 질책이 아닐 수 없다. 분명히 새로운 시장 트랜드이고 시장성도 유망한 영역이라 확신을 하고 있는데 내심 우선적으로 기술이전을 진행하려고 염두에 두었던 자판기 업체가 적극성을 보이지 않았던 것이다.

마 수석연구원은 이런 현실을 매우 안타까워했다. 물론 자판기 업체 중에서도 몇몇 업체에서 관심을 보이며 협의를 하긴 했지만 기술이전 단계로 까지는 가지 못했다.

왜 이같은 상황이 발생한 것인가? 기술이전료에 대한 부담도 있겠지만 본격적인 자판기 운영에 대한 시스템을 구축하는 일이 적지 않은 부담으로 작용했기 때문이다. 디지털 콘텐츠 자판기 운영사업을 하기위해서는 ID 센터 같은 서버시스템이 구축되어야 한다. 이런 시스템을 구축을 통해 ID센터 운영능력이 되어야 하지만 이 단계까지 도달하기에는 적지 않은 투자가 이루어져야 한다.

대기업들은 기본적으로 이런 시스템을 가지고 있지만 현재의 자판기 업계 중에서 이런 시스템을 마련하기란 쉽지 않다. 이렇다보니 신세계아이앤씨나 도시철도공사 같은 큰 기업에서 적극성을 보이는 것이다. 자판기를 운영할만한 좋은 로케이션을 가지고 있고 자금능력, 운영능력을 갖춘 곳이 디지털 콘텐츠 자동판매기의 선발 사업자로 속속 등장하고 있다.

자판기 업계로는 실로 아쉬운 부분이다. 디지털 콘텐츠 자동판매기가 큰 인기를 끌며 자판기 시장의 뉴트랜드로 각광받는 상황이 된다면 그저 '남의 잔치' 구경만하고 있어야 하는 것이다. 이번 사례는 자판기 업계가 새로운 비전과 가치를 찾는데 있어 소홀함이 없어야 한다는 것을 시사해 주고 있다.

엄청난 시장 파급력을 가진 해외 시장도 공략

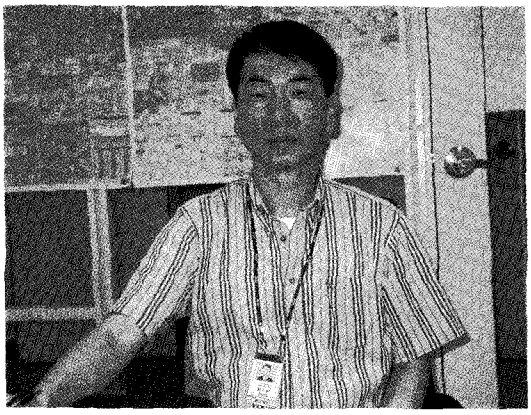
ETRI가 넘보는 시장은 국내에만 머물지 않는다. 마 선임연구원은 "디지털 콘텐츠자판기는 우리나라만이 타깃이 아니라 수출용이 주목적이다"면서 "엄청난 시장 파급력을 가진 해외 시장을 잡기위해 해외 유관전시회도 열심히 참가하고 있다"고 밝혔다

유럽시장 공략을 위해서는 2009 독일 하노버 국제산업박람회에 참가했다. 반응은 폭발적이었다고 한다. 유럽의 경우 인터넷 환경이 발달이 안 되어 드라마 한 편 다운을 받으려면 1시간여가 걸리는 게 보통이라고 한다. 전시회에 출품된 디지털 콘텐츠자판기가 빠른 다운로드 속도에 경탄을 하는 참관객들이 많았다고 한다.

미국의 2009 NAB 방송장비 전시회에도 출품을 진행해 호평을 받았다. ETRI는 해외시장의 가능성을 크게 평가하고 있다. 인터넷 강국인 우리나라의 첨단 디지털 기술이 적용된 자판기이니 만큼 충분한 시장 경쟁력을 갖추고 있다고 보고 있는 것. 해외 일부 유사 제품이 있는 것도 사실이지만 크게 경계를 안하는 이유도 여기에 있다.

많은 로케이션 확보를 통해 소비자 인지도를 끌어올려라

초기에는 사람들이 몰라서 안 쓰는 경우도 있을 것이기 때문에 많은 로케이션 확보를 통해 소비자 인지도를 끌어 올리는 게 과제이다. 앞으로 이마트, 지하철역, 가전매장 등 젊은 사람들이 많이 몰리는 로케이션에 집중 설치가 이루어져 새로운 트렌드를 창출할 수 있을 것으로 보고 있다.



▲ 마진석 수석연구원

▲▼ 2009 미국 NAB 방송장비 전시회 참가 광경

과연 디지털 콘텐츠 자동판매기가 기대만큼 시장을 창출할 수 있을지 자못 궁금하다. 초기에는 사람들이 몰라서 안 쓰는 경우도 있을 것이기 때문에 많은 로케이션 확보를 통해 소비자 인지도를 끌어 올리는 게 과제이다. 앞으로 이마트, 지하철역, 가전매장 등 젊은 사람들이 많이 몰리는 로케이션에 집중 설치가 이루어져 새로운 트렌드를 창출할 수 있을 것으로 보고 있다.

빠른 인기몰이를 위해서는 얼마나 다양한 콘텐츠를 확보하느냐가 과제. 콘텐츠 확보 측면에서는 음악은 어려움이 없으나 영화는 쉽지 않은 게 사실이다. 하지만 전국적으로 제품이 깔리기 시작하면 영화 콘텐츠 확보도 쉬워 질 수 있을 것으로 보고 있다.

다양한 콘텐츠의 확보에 있어서는 자금력 있는 큰 기업들의 역할을 해줄 것으로 기대하고 있다. 디지털 콘텐츠자판기가 정작 콘텐츠가 부실해서 소비자의 외면을 받는 일은 없어야 한다. 기술이전을 받아 사업을 준비하는 업체들이 가장 핵심 경쟁력에 소홀히 할리가 없다. 콘텐츠 확보에 적지 않는 비용이 들어가더라도 빠른 시간 안에 경쟁력 있는 콘텐츠들을 구비할 수 있을 것으로 보고 있다.