

# 모바일 콘텐츠 유통의 동향분석

## Trend Analysis of Mobile Contents Currency

강민구\* 권기원\*\* 서정욱\*\*\*

### ◆ 목 차 ◆

- 1. 모바일 콘텐츠유통 동향분석
- 2. 모바일 콘텐츠유통 기술분석
- 3. 모바일 콘텐츠유통 활용분석
- 4. 결 론

## 1. 모바일 콘텐츠유통 동향분석

모바일 콘텐츠유통은 앱 스토어를 통해 기존 플랫폼 기반의 콘텐츠를 스마트폰에서도 가능하게 전환시켜 주는 크로스 플랫폼 기술을 제공함으로써 앱 개발자를 끌어들이는 동시에 다양한 플랫폼이 공존하는 상황에서 표준플랫폼을 적용함으로써 특정 단말 및 특정 플랫폼 등에 독립적인 콘텐츠 개발이 가능하다[1].

모바일 콘텐츠유통 기술을 실현하는 모바일 웹2.0은 과거 WAP(Wireless Application Protocol)기반의 무선인터넷 서비스는 이동통신사의 망 개방과 함께 점차 웹(WEB)기반으로 변화되고 있다. 애플은 아이폰을 통해 애플 TV 등 다양한 스마트 디바이스에서 콘텐츠를 구매할 수 있는 결제수단을 신용카드로 한정했으나, 향후 자체 모바일 결제시스템을 통해 문제를 해결할 것으로 보인다.

모바일 콘텐츠유통 서비스를 위해 SK텔레콤은 국내 최초로 모바일 콘텐츠를 마음대로 사고 팔 수 있는 모바일 오픈마켓인 T스토어를 2009년 오픈했으며, KT도 2009년12월 쇼 앱스토어를 오픈하였다[2].

모바일 콘텐츠유통서비스 관련기술은 모바일 단말 확장기술, 모바일 시스템관리기술, 모바일 콘텐츠 관리기술로 스마트 폰과 태블릿 PC와 같은 스마트 디바

이스의 모바일 단말서 소비되는 다양한 모바일 응용 서비스와 모바일 콘텐츠의 효과적인 개발과 관리 및 원활한 유통을 목적으로 하고 있다[3].

모바일 환경의 변화에 따른 모바일 콘텐츠유통 서비스는 실제 세계 정보와 모바일 환경에서 온라인 정보를 결합하는 모바일 커머스 기술로 발전하고 있으며, 스마트 디바이스 사용자에게 다양한 응용 기능을 제공할 수 있어야 한다[4].

## 2. 모바일 콘텐츠유통 기술분석

모바일 콘텐츠유통 기술과 관련하여 애플의 아이폰은 폴브라우징, 위젯, 맵 등의 서비스를 통해 차세대 모바일단말의 비전과 모바일 웹2.0 서비스의 가능성을 보여주고 있다[5].

모바일 콘텐츠유통 서비스를 위한 세부기술인 모바일 단말확장기술, 모바일 시스템관리기술, 모바일 콘텐츠 관리기술로 인해 단말사와 이동사의 비즈니스 구조에서도 변화를 가져왔다[6].

(표 1) 주요 앱 스토어 비교분석

	애플 앱스토어	구글 안드로이드마켓	노키아 오비스토어	RIM App World	MS Mobile Marketplace
단독공급원	Yes	No	No	No	No
유료유료 애플리케이션	Yes/Yes	Yes/Yes	Yes/Yes	Yes/Yes	Yes/Yes
복수 장치 지원	No	Yes	Yes	Yes	Yes
콘텐츠 판매	No	No	Yes	No	미정
결제시스템	iTunes	Google Checkout	CC, 통신사	PlayPal	CC, 통신사
개발자 문	70%	70%	70%	80%	70%
개발자 비용	\$99 one time	\$26 one time	무료	\$200 one time	\$99/년
등록 지원	무제한	무제한	무제한	10개/\$200	5개 무료후 \$90/개
최저 가격	\$0.99	\$0.99	미정	\$2.99	미정

\* 한신대학교 정보통신학부 교수(교신저자)

\*\* 전자부품연구원 모바일융합플랫폼연구센터 책임연구원

\*\*\* 전자부품연구원 모바일융합플랫폼연구센터 선임연구원 (주저자)

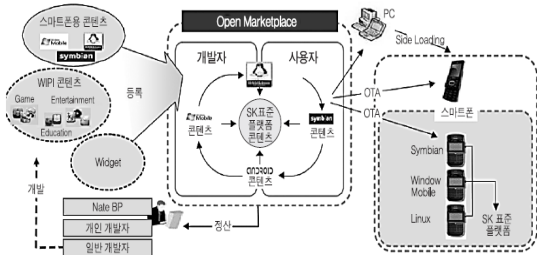
### 2.1 해외 모바일 콘텐츠유통 기술분석

구글은 OHA(Open Handset Alliance)결성을 통해 오픈 소스기반의 모바일 플랫폼인 안드로이드 개발에 착수함으로써 모바일 플랫폼시장의 변혁으로 세계는 이제로 새로운 변혁기를 맞고 있다[7].

모바일 콘텐츠유통 서비스를 위한 표준화를 위해 World Wide Web Consortium (W3C)와 Open Mobile Terminal Platform (OMTP)에서 디바이스 Application Programming Interface(API)에 대한 표준화를 진행 중이다[8].

### 2.2 국내 모바일 콘텐츠유통 기술분석

모바일 콘텐츠유통 기술의 국내동향 분석으로 국내 앱 스토어인 K-WAC은 앱 스토어 공통 기능이 외에도 WAC 연동 및 통신사 간 연동 기능 및 판매 정산 기능을 추가로 지원한다[9].



(그림 1) SKT 앱스토어 구성도 사례분석

KWAC은 통신3사의 앱 스토어에 대한 연동을 위한 표준화된 규격을 지원하기 위해 국내 단말확장 표준은 Web2.0 포럼내 Device Access를 통해 국내 표준화 활동을 수행하고 있으며 단말접근과 관련한 요구사항을 정리하였다[10].

앱 스토어를 통한 모바일 콘텐츠 유통서비스는 기존 플랫폼 기반의 콘텐츠를 스마트폰에서도 가능하게 전환시켜주는 크로스 플랫폼 기술을 제공한다.

이로서 앱 개발자를 끌어들이는 동시에 다양한 플랫폼이 공존하는 상황에서 표준 플랫폼을 적용함으로써 특정 단말 및 특정 플랫폼 등에 독립적인 콘텐츠

개발이 가능하다.

삼성전자는 2009년9월부터 영국 프랑스 이탈리아 등 유럽지역에서 서비스 중인 삼성애플리케이션스토어를 SKT의 T스토어에 흡인흡의 형태로 오픈했다.

SK텔레콤과 KT 및 LG U+는 스마트 폰 기반의 앱 스토어를 개발하였으며 전체 개발요소 개발자를 위한 개발지원과 판매자를 위한 판매지원 및 구매자를 위한 구매지원, 관리자를 위한 앱 스토어 관리기능 등을 공통적으로 제공한다.

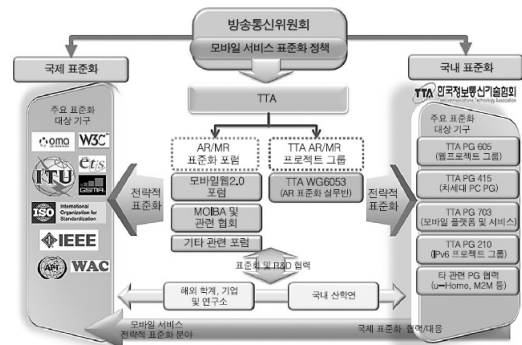
국내의 앱 스토어는 게임 어플리케이션의 경우 게임등급심의위원회의(GRB) 승인 내역을 확인할 수 있는 기능을 지원한다.

정부는 World Best Software 개발과제로 2013년까지 HTML5 기반의 개방형 웹 플랫폼 개발과제를 공고하고 2010년부터 개발을 시작하였다.

### 2.3 모바일 콘텐츠유통/상거래 기술분석

모바일 상거래 및 지불 결제 시스템에 대해서는 표준화 단체를 통한 표준화를 추진하도록 하며, NFC/ ZigBee 등을 활용하는 새로운 모바일 결제 기술 및 모바일 상거래 핵심 기술 표준화를 중점 추진하고 있다.

모바일 검색 프레임워크와 모바일 위치정보 기술 표준에 관련한 국내 표준화를 추진함으로써 모바일 핵심 응용 기술 표준화를 추진해야 한다. 이를 위해 WAC과 연계하는 K-WAC을 통해 모바일 응용에 대한 유통뿐만 아니라 다양한 모바일 콘텐츠에 대한 유통 모델 표준화가 필요하다.



(그림 2) 모바일 콘텐츠유통 표준추진체계도

또한, 모바일 콘텐츠유통 서비스 기술 표준화는 개발되는 응용과 콘텐츠를 개발자로부터 사용자 단말까지 효과적으로 유통될 수 있는 체계와 이를 위해 필요한 핵심 기술들을 표준화하고 있다.

또한, 다양한 유통 채널들 간의 협력 체계를 만들어 보다 편리한 응용과 콘텐츠 유통 환경이 가능하게 될 것이다[11].

### 3. 모바일 콘텐츠유통 활용분석

모바일 콘텐츠유통 서비스의 세부기술인 의 세부기술인 모바일 단말확장기술, 모바일 시스템관리기술, 모바일 콘텐츠 관리기술로 위한 모바일 웹2.0은 모바일 기술을 다양한 컨버전스 현상들이 모바일 웹2.0을 이끄는 힘이 될 것이다[11].

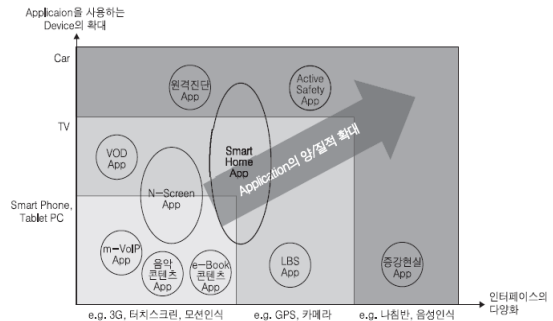
모바일 콘텐츠 유통 서비스를 위한 모바일 유통 채널의 발전은 4G와 같은 이동통신망 기술의 발전이다.



(그림 3) iCloud로 통합 콘텐츠이용 환경실현

스마트 모바일 단말로의 컨버전스는 단순 브라우징에서 벗어나 LBS, GPS, RFID/USN, MP3, DMB 등의 융합형태로 발전될 것이며, 모바일 IPTV와의 결합, 홈네트워크를 포함한 센서망과 연동한 유비쿼터스 응용으로 발전할 것이다.

스마트 모바일 단말이 가진 물리적 한계인 인터페이스를 다양한 방식으로 해결하기 위해 UX(User Experience)의 등장이다. 이미 RFID 태그, 2D바코드, QR 코드 입력 등의 자동화된 입력 방식이 등장하고 있으며, 제스처 인식이나 음성인식 기반의 브라우징과 같은 방식이 등장하고 있다[11].



(그림 4) 모바일앱을 활용한 스크린 확대전략

모바일 콘텐츠유통서비스 기술을 위한 디스플레이 측면에서 플렉서블 디스플레이가 상용화되면 모바일 단말에서의 인터페이스 한계가 극복될 것이다.

또한, 게임사들이 네이버 포털을 운영하는 국내 SG(Social Game)개발사 들과 협력을 통해 네이버 소셜 앱' 서비스를 실시하고 있다. 네이버 소셜 앱은 카페, 블로그, 미투데이에서 SG를 즐길 수 있도록 하는 서비스로 모바일 콘텐츠 유통서비스 시장의 선점을 꾀하고 있다.

이는 게임사들이 소셜 게임 시장에 본격적으로 뛰어들고 있는 이유는 태블릿C의 놀라운 보급률에 기인한다[11].

실제로 국내 주요 게임들이 태블릿C와 자사의 온라인게임을 연계하는 콘텐츠를 개발하고 있으며 엔씨소프트의 아이온' 길드워2' 등과 위메이드엔터테인먼트의 펫즈' 등의 멀티 플랫폼 게임들이 나타나고 있다[11].

향후 태블릿C가 온라인게임 시장의 흥행 공식을 뒤바꿀 수 있을 것이라며 관련 기술의 확보가 기업들의 생존을 결정하는 주요한 이슈가 될 것이다.

태블릿C 중심의 소셜 게임이 온라인게임의 홍보툴 미니 게임 등의 단편적인 기능 제공에서 벗어나 유저들을 연결하고 커뮤니케이션을 이끌어내는 게임의 주요 부가시스템으로 발전 할 것이다.

### 4. 결 론

본 논문에서는 모바일콘텐츠유통 서비스의 분석으로 모바일 웹2.0으로 진화하는 모바일기술은 다양한 컨

버전스 현상을 분석하였다.

또한, 모바일 콘텐츠유통 서비스 기술을 위한 디스플레이 측면에서도 플렉서블(Flexible) 디스플레이 등이 상용화되면 모바일단말에서의 인터페이스 한계는 상당 부분 극복되어야 할 것으로 기대된다.

## Acknowledgement

본 연구는 지식경제부 산업원천기술개발사업(과제 번호, 10035547)지원결과의 일부입니다.

## 참고 문헌

- [1] 모바일웹vs.모바일앱 전망, 모바일웹2.0포럼, 2011
- [2] TTA 2011년도표준화전략로드맵 보고서 2011.
- [3] TTA 모바일웹 실무반 오픈 워크샵 2011.09.30
- [4] 모바일콘텐츠 글로벌 성공 전략 세미나 발표 자료 (사) 한국무선인터넷산업연합회 2011.09.23
- [5] 차세대웹. ICT중점기술표준화전략맵Ver. 2011
- [6] 한국정보통신기술협회 <http://www.tta.or.kr/>
- [7] 한국방송통신전파진흥원 <http://www.kca.kr/>
- [8] 정보통신산업진흥원 <http://www.nipa.or.kr/>
- [9] KT경제경영연구소 <http://www.digieco.co.kr>
- [10] 삼성경제연구소 <http://www.seri.org/>
- [11] 기술보증기금 <http://www.kibo.or.kr>

## ● 저 자 소 개 ●



### 강 민 구

1986년 연세대학교 전자공학과(공학사)  
 1989년 연세대학교 전자공학과(공학석사)  
 1994년 연세대학교 전자공학과(공학박사)  
 1985년~1987년 삼성전자 연구원  
 2000년~현재 한신대학교 정보통신학부 교수



### 권 기 원

1997년 광운대학교 컴퓨터공학과(공학사)  
 1999년 광운대학교 컴퓨터공학과(공학석사)  
 2011년 중앙대학교 전자전기공학부(공학박사)  
 1999년~현재 전자부품연구원 모바일융합플랫폼연구센터 책임연구원



### 서 정 욱(주저자)

1999년 한국항공대학교 정보통신과(공학사)  
 2001년 한국항공대학교 정보통신과(공학석사)  
 2010년 연세대학교 전기전자공학과(공학박사)  
 2001년~현재, 전자부품연구원 모바일융합플랫폼연구센터 선임연구원