

2010년 IT 융합 서비스 시대가 열린다

서기만 연구위원 kmseo@lgeri.com

- I. 융합의 방식
- II. 해결되어야 할 과제
- III. 관전 포인트

2010년은 방송통신과 관련하여 지난해까지 시도되었던 다양한 융합의 노력들이 드디어 본격적이고 구체적으로 그 모습을 드러내기 시작하는 한 해가 될 것으로 보인다. 그 모습은 지금까지 말해지던 유선과 무선의 혼용, 통신망을 이용한 방송 제공 등 이제까지 융합의 이름 아래 이루어진 많은 것들을 포괄하며 동시에 지금과 다른 새로운 시도가 모두 하나의 틀 안에서 존재하는 모습이 될 것이다. 이것은 다양한 형식의 콘텐츠, 유무선 통신 네트워크와 방송망을 아우르는 다양한 네트워크, 다양한 서비스 플랫폼, 핸드폰, PC, TV를 포함한 각종 단말이 모두 참여하여 구성하는 하나의 서비스 형태가 될 것이다. 이 서비스는 지금까지와 달리 전체적 입장에서 고객 니즈를 향해 구성요소들을 정렬시킬 것이다. 즉, 고객 가치의 구현을 위해 최적의 상태로 요소 서비스와 네트워크와 기기 들을 조합하고 이들에게 적절한 역할을 분담시키는 형태로 융합이 시도될 것이다. ■

“ 융합 서비스는
과연 의미있는 흐름을
만들 수 있을까? ”

현재 우리나라에서 이용할 수 있는 대표적 융합 서비스라면, 집 바깥에서는 핸드폰으로 이용하고 집 안으로 들어오면 집 전화로 이용할 수 있는 전화 서비스인 FMC (Fixed Mobile Convergence) 서비스가 있다. 그리고 일반적인 핸드폰이지만 특정 지역, 예를 들어 집이나 아니면 자주 가는 지역에서는 전화 요금을 싸게 내도록 되어 있어 유선 전화 대신 사용할 수 있게 해 주는 FMS (Fixed Mobile Substitution) 서비스도 제공되고 있다. 이 외에도 방송 통신의 융합 형태로 주목 받고 있는 IPTV도 있다.

그렇다면 2010년 또는 그 이후는 어떻게 될까? 융합 서비스는 우리 일반 고객에게 확실히 더 유용하고 가치 있는 것일까? 지금 시점에서 초기 단계의 융합 서비스라 할 수 있는 통신 결합 상품의 보급 상황 만을 놓고 보자면 그 대답은 그다지 긍정적이지 못한 것으로 보인다. 오히려 융합 서비스가 과연 의미 있는 흐름인지 의심을 가진다 해도 당연할 정도이다.

그렇다면 융합은 단지 허상일 뿐일까, 아니면 앞으로도 지속될 뚜렷한 하나의 변화 흐름일까? 결론부터 말하자면 융합은 2010년을 기점으로 보다 더 본격적으로 진행될 것으로 전망된다. 다만 기존과 같은 다양한 단일 목적의 기기와 서비스를 하나의 범용 기기를 이용하여 대체 하겠다는 방식의 융합은 본격화는 물론 그 구현조차도 앞으로 요원하다 하겠다. 하지만 기존의 기기와 서비스에 큰 변화를 주지 않고서도 이들을 혼용하는 방식의 융합이라면 2010년을 기점으로 비로소 본격화 될 것이다.

I. 융합의 방식

융합은 아주 좁게 보면 다양한 방송 통신 서비스를 묶어서 판매하는 결합 판매 정도로 보는 경우도 있다. 하지만 이는 사실 고객 가치가 그다지 개선되지 않는다는 측면에서 판단할 때, 융합이 아니라 단지 마케팅 목적으로 기획된 상품에 가깝다. 진짜 융합이라는 관점에서 판단하자면 대체로 세 가지 정도로 생각해 볼 수 있다. 그 첫째는 유선 초고속 인터넷, 이동통신, 방송 네트워크 등 방송 통신 서비스 제공을 위해 이용되는 다양한 네트워크가 하나의 네트워크로 융합된 형태이며, 두 번째는

“ 2010년은 융합 서비스 본격화의 원년이 될 가능성이 크다. ”

핸드폰, TV, PC 등 고객이 이용하는 다양한 단말 기기가 하나의 기기로 융합된 형태이다. 그리고 끝으로 네트워크나 단말 기기의 융합에 무관하게 방송과 통신 또는 기타 서비스가 하나로 합쳐져 새로운 서비스를 구성하는 형태가 있다. 이 글에서는 특히 세 번째 경우를 혼용 형태의 융합이라고 지칭기로 한다.

네트워크의 차원의 융합

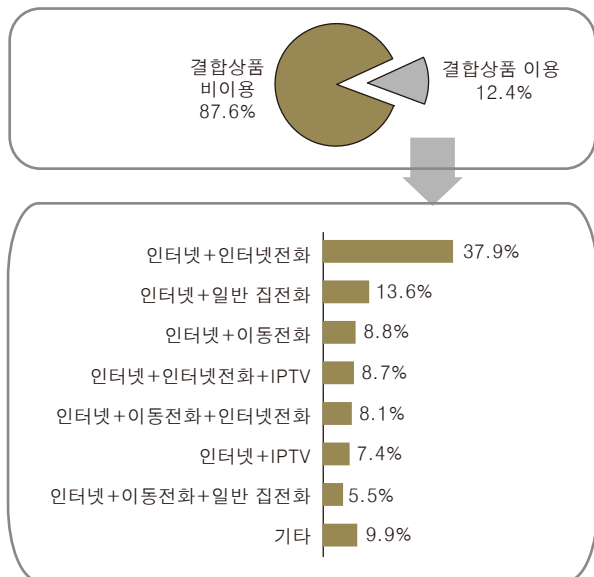
융합이라는 개념이 나온 배경에는 현존하는 다양한 디지털 기기와 서비스가 각기 장단점을 가지고 있으나 점차 단점을 해소하기 위해 서로의 장점을 수용하다 보면 궁극적으로 하나의 서비스로 발달될 것이라는 기본 가정이 깔려 있다고 봐야 한다. 이 기본 가정이 가장 충실하게 구현되는 부분은 네트워크 차원의 융합이다.

예를 들어 보자. 유선 초고속 인터넷은 매우 빠른 통신 속도와 저렴한 비용을 바탕으로 대용량 데이터를 이용하는 것이 용이하다. 하지만 초고속 인터넷이 설치된 지역을 벗어나면 전혀 서비스를 이용할 수 없다는 단점을 가진다. 반면 이동통신은

초고속 인터넷이 가진 장점을 거의 갖지 못하고 있다. 통신 속도도 느리고 비용은 매우 비싸다. 하지만 말 그대로 이동 중에도 이용 가능하기 때문에 특정 장소에 얽매이지 않고 이용 가능하다는 장점을 가진다.

융합의 기본 가정에 따르면 초고속 인터넷은 이동성을 보강하고 이동통신은 속도와 비용의 문제를 해소하면 이 두 가지 네트워크는 하나의 네트워크로 수렴될 것이다. 그리고 그것이 바로 유무선 융합의 완성 형태가 된다. 그리고 이것은 이미 3.5G 이상 또는 4G 이동통신 네트워크에서, 그리고 우리 나라가 선도하고 있는 와이브로에서 이미 상당한 수준으로 구현되어 있다. 이런 점을 고려하면 네트워크 차원의 융합은 이미 어느 정도 진행되었으며 조만간 상당한 수준의 결과를 만들어 낼 것으로 예상된다.

〈그림 1〉 결합상품 이용 현황



자료: 인터넷 진흥원, 인터넷 이용실태조사, 2009년 9월

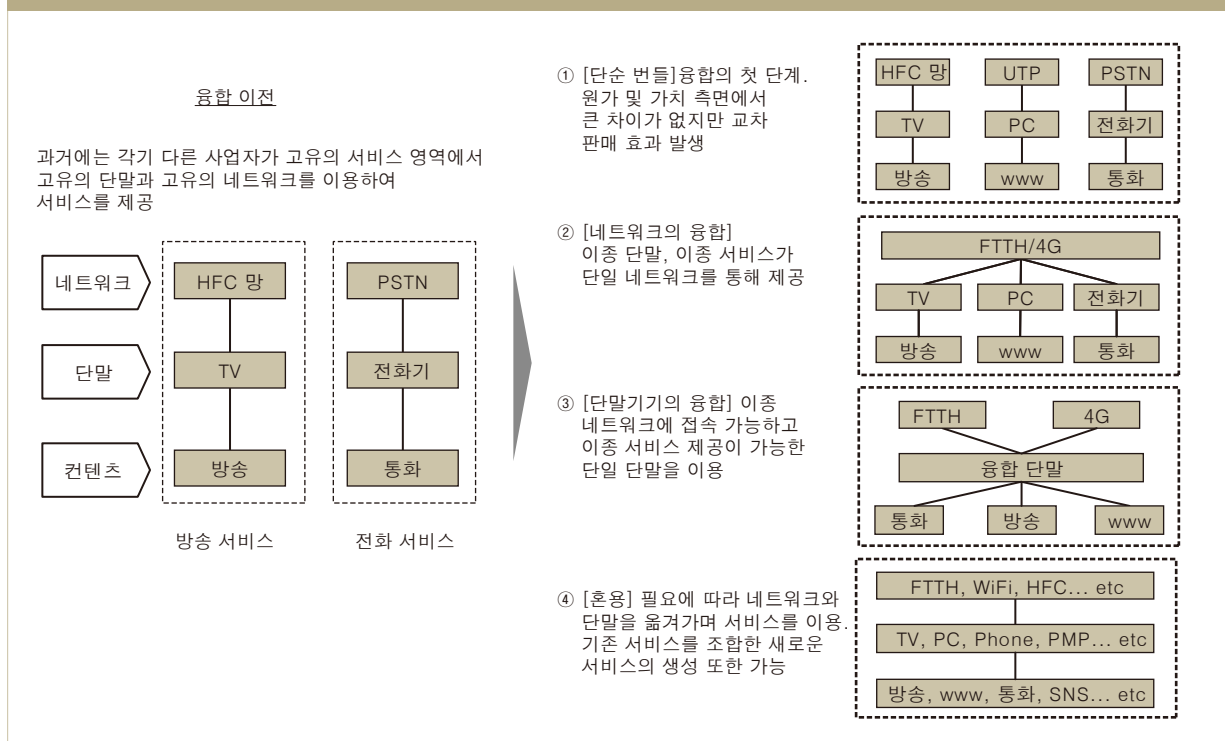
“ 융합이란 결국 다양한 서비스의 특징점이 모두 발현되는 방향으로 다양한 서비스가 수렴되는 것이다. ”

인터넷 + IPTV 형태의 방송통신 융합은 와이브로나 4G 이동통신과 성격이 약간 다르지만 네트워크 차원의 융합이라는 측면에서 보자면 같은 성격이라 할 수 있다. IPTV는 콘텐츠 측면에서는 방송과 마찬가지로이며 다만 그 전송 방식에서 초고속 인터넷을 이용한다는 차이를 가진다. 물론 그 차이가 다양한 부가 서비스 차이를 만들어 내겠지만 본질을 따지자면 결국 이것도 하나의 방송이라 하겠다. 따라서 IPTV는 IP 네트워크를 이용하여 방송 네트워크를 대체한다는 성격이 강하며 결국 하나의 네트워크로 다양한 기기와 서비스를 이용하게 하는 방식이다.

하나의 단말을 이용하는 방식

우리 나라에서 현재 가장 활발하게 보급되고 있는 인터넷+VoIP 형태의 FMC (Fixed Mobile Convergence, 유무선 융합)와 이에 대항하여 이동통신 사업자가 제

〈그림 2〉 융합 서비스 진화에 대한 다양한 입장



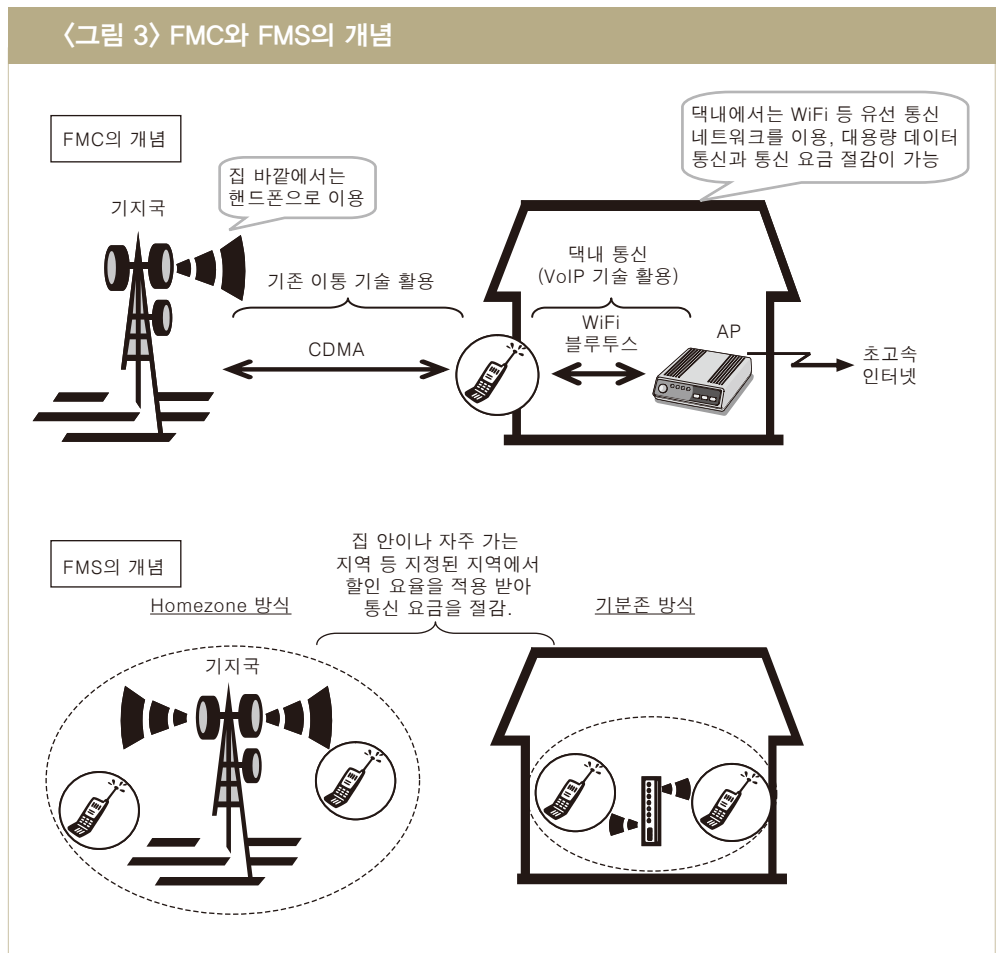
“ 하나의 단말로 유무선 네트워크를 동시에 이용하는 방식이 현재 융합의 주류를 이루고 있다. ”

시한 FMS (Fixed Mobile Substitution, 유무선 대체)의 경우가 하나의 단말을 이용하는 방식의 융합 사례라 할 수 있다.

외부에서는 이동통신 네트워크를 이용하고 내부에서는 유선 초고속 인터넷을 사용하기 위해 FMC는 핸드폰과 집전화 기능을 모두 가진 통합 단말을 이용한다. 네트워크의 경우는 아무런 변화가 없다. FMC는 유, 무선 네트워크에 모두 접속 가능한 겸용 단말을 이용하여 상황에 따라 가장 유리한 네트워크를 선택하여 이용하는 방식이다. 따라서 이동통신 네트워크나 또는 초고속 네트워크가 모두 필요하며 만약 어느 하나의 네트워크라도 사용하지 못할 경우에는 오히려 그 가치가 떨어지게 된다.

장소에 상관없이 항상 이동통신 네트워크를 이용하되 특정 지역에서 저렴한 요

<그림 3> FMC와 FMS의 개념



“ TV, PC, 핸드폰이 모두 합쳐진 진정한 융합 단말이 탄생할 수 있을까? ”

금으로 핸드폰을 이용하는 방식인 FMS의 경우는 그 이름에서 이미 밝혀져 있듯이 명백하게 이동통신이 유선 전화를 대체하는 개념이다. 이 경우는 특별히 단말기가 바뀌지 않는다. 이용하는 네트워크가 바뀌지 않았기 때문에 단말을 바꿀 이유가 없다. 사실, FMS는 융합이라는 측면에서 보자면 그다지 적절하지 않은 사례이다. 이것은 하나의 서비스가 극적으로 발전하여 다른 서비스를 대체한 형태이지 서로 융합된 형태는 아니라고 볼 수도 있기 때문이다.

요원한 통합 단말

앞서 FMC와 FMS가 하나의 통합 단말을 이용하는 융합의 형태라고 말했지만 사실 그것은 매우 좁은 부분에 불과하다. 우리의 일상 생활에서 이용되는 대표적 디지털 기기, IT 기기는 TV, PC, 그리고 핸드폰이 있다. 이 세 기기가 하나로 합쳐질 때 비로소 진짜 융합 단말이 등장한다 하겠다.

그런데 이 세 기기는 서로의 장단점이 너무나도 분명하다. 서로의 장점을 모방하여 궁극적으로 하나로 수렴되는 방식이 융합이 추구하는 최종 목표라 할 때, 과연 그 목표가 이루어질 것인지 고민하게 만드는 부분이 있다.

현재의 TV는 다양하고 재미있는 콘텐츠를 대형 화면에, 실감나게 보여주는 것에는 강하다. 하지만 같은 장소에 있어야만 한다는 제약으로 인해 콘텐츠 소비 경험을 친구나 가족과 공유하는 것에는 대단히 약하다. 나아가 콘텐츠에 내가 직접 관여하는 것은 불가능하다.

현재의 PC는 TV보다도 더 다양하고 재미있는 콘텐츠를 제공할 수 있다. 콘텐츠의 내용에 내가 직접 관여하는 것 또한 가능하다. 콘텐츠의 취사 선택은 물론, 내가 직접 콘텐츠를 만들어서 다른 사람에게 보내 주는 것도 마음만 먹는다면 가능하다. 그리고 네트워크를 통해 콘텐츠 소비 경험을 친구와 함께 하는 것도 쉽다. 하지만 PC는 TV와 달리 대형 화면에 실감나게 보여주는 것은 아직 많이 부족한 편이다.

핸드폰의 경우는 TV나 PC와 또 다른 성격을 가진다. 핸드폰은 대형 화면이나 실감나는 영상은 언감생심이요, 작은 화면에 불편한 입력 방식으로 인해 콘텐츠의 선택 또한 매우 제한적이다. 하지만 실시간으로 대화가 가능하며 항상 손 안에 들려

“ 현재의 기술로는 단일 단말을 이용한 융합은 매우 어렵다. ”

저 있고 사용할 수 있다는 측면에서 개인 그 자체와 긴밀하게 연결되어 있다는 특수한 지위를 차지하고 있다. 핸드폰의 경우 보다 큰 화면, 보다 편리한 조작 방식을 갖도록 발전해 왔지만 휴대성을 희생시킬 수 없다는 본질적 한계로 인해 발전에 제약을 받아 온 점이 있다.

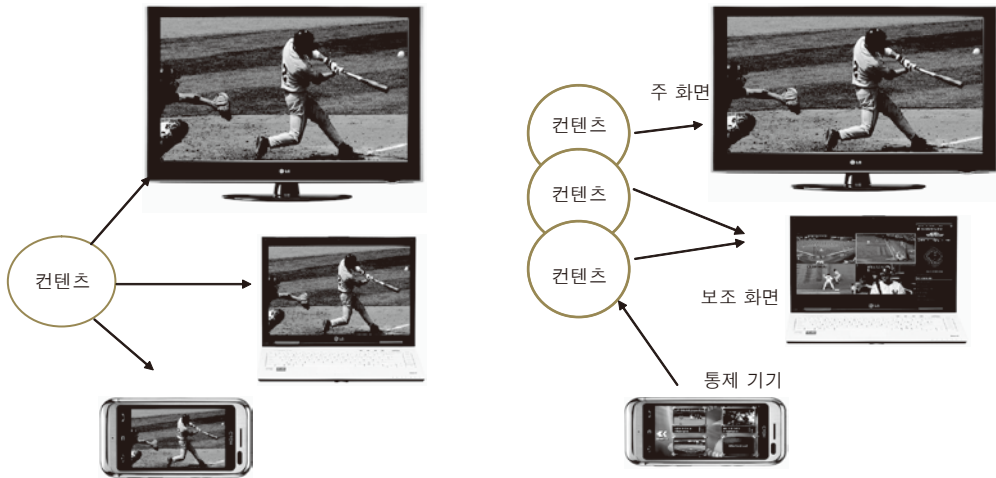
자, 이제 이 모든 장점을 하나로 합친 진정한 융합 기기를 생각해 보자. 그렇게 만들어진 새로운 기기는 항상 내 손에 들려 있어 실시간으로 이용이 가능해야 한다. 또한 언제 어디서나 네트워크 접속이 가능하고 또 다양한 방법으로 친구들과 통신이 가능해야 한다. 그 기기는 대형 화면을 가지고 실감나는 콘텐츠 소비를 할 수 있어야 함은 물론 매우 편리한 입력 방식을 제공하여 정보 검색에 불편함이 없어야 할 것이다.

그런데 이것이 현재의 기술로 과연 가능한가? 만약 가능하다고 해도 전원의 문제는 어떻게 해결할 것인가? 바로 이 부분이 현재의 융합 노력이 가진 한계이다. 현재와 같이 하나의 전능한 기기(Omni Device)로 모든 가능한 가치를 제공하려는 노력은 아직은 기술적으로 해결되어야 할 과제가 너무나도 많아 마치 SF를 읽는 느낌이 들 지경이다.

〈그림 4〉 3 Screen Play에 대한 입장

기존 3 Screen Play는 단말에 상관없는 콘텐츠의 끊김 없고 원활한 이용을 강조

융합된 3 Screen Play는 각 기기간 역할 분담을 강조



“고객이 원하는 것은 융합이라는 형식이 아니라 본질적인 가치이다.”

혼용을 고려할 필요

그렇다면 진정한 융합의 효과를 얻으면서도 현실적으로 가능한 융합은 무엇인가? 다양한 서비스와 기기의 혼용을 통한 융합이 그 답이 될 것이다. 혼용이란 고객이 원하는 그 무엇을 가장 만족하는 방식으로 제공하기 위해 둘 이상의 서비스가 동시에 이용된다는 것을 뜻한다. 물론 그렇게 하는 것이 단일 서비스나 기기를 이용하는 경우에 비해 더 많은 가치를 만들어 낼 수 있다는 것이 기본 가정이다.

예를 들어, 퇴근 길에 핸드폰과 모바일 인터넷을 이용하여 미리 보기를 하고, 영화 평을 읽는 정도는 지금도 가능하다. 이제 그 결과를 이용하여 VoD를 예약해 둘 수 있다면 집에 도착해서 TV를 복잡하게 조작할 필요 없이 내가 원하는 VoD를 바로 볼 수 있게 될 것이다.

또 TV를 보다 즐겁게 보기 위해 친구들과 채팅이 필요할 때, 또는 정보 검색이 필요할 때 굳이 TV 자체가 채팅을 제공하고 내장 브라우저를 띄워 정보 검색을 가능하게 할 필요 없이 3G의 영상 통화 기능이나 노트북의 TV-Out 기능을 이용하는 것이 오히려 비용 부담 없고 기술적으로도 쉬운 해결 방안일 수 있다.

최근 주목 받고 있는 3 Screen Play의 경우도 마찬가지이다. 기존의 3 Screen Play는 TV, PC, 핸드폰 사이의 끊김 없는 콘텐츠 이용을 강조한다. 하지만 각 기기의 기능을 혼용하는 방식의 융합이 이루어진 형태의 3 Screen Play는 각 기기의 특성을 발휘하는 선에서 역할 분담을 강조한다.

만약 야구를 본다고 한다면, 핸드폰으로는 보고 싶은 경기를 선택하고, PC로는 선수의 기록이라거나 또는 다른 앵글로 잡힌 화면을 보조적으로 제공하게 한다. 그리고 정작 보고 싶은 선수의 보고 싶은 장면은 대화면 TV를 통해 즐기는 형태로 TV, PC, 핸드폰이 역할을 나누어 가지는 것도 가능할 것이다.

혼용 방식을 사용할 경우 또 다른 장점도 있다. 그것은 새로운 서비스를 추가하여 얼마든지 새로운 고객 가치를 창조적으로 만들어 낼 수 있다는 점이다.

예를 들어 차량용 네비게이션과 연동되는 자동차-통신 융합 서비스를 만든다고 해 보자. 이 경우 혼용 방식을 이용한다면 융합 서비스는 간단히 만들어진다. 주행 중 도로 안내와 같은 전통적인 네비게이션의 역할은 그런 일을 하기 위해 전문적으로 설

“ 요소 서비스의 추가에 의해 새로운 고객 가치를 창조적으로 구성할 수 있다. ”

계된 네비게이터에게 맡기고 실시간 지도 갱신과 같은 통신 기능이 필요한 작업은 역시 그런 일을 전문적으로 처리하게 만들어진 통신 장비, 예컨대 핸드폰을 이용하면 되기 때문이다. 여기서 필요한 것은 네비게이터와 핸드폰의 상호 연결인데 이는 블루투스나 같은 근거리 통신 모듈을 장착하는 것으로 간단히 해결 될 수 있다.

이제 자동차-통신 융합 서비스를 단일 단말 방식의 융합 서비스로 개발하는 경우를 생각해 보자. 이 경우 그 개인 단말은 핸드폰의 역할을 함과 동시에 네비게이터 역할도 수행해야 한다. 따라서 일상적으로 소지 가능한 크기와 무게와 배터리 성능을 가지고 운행 중 정보 전달에 용이한 대형 스크린을 가져야 하고, 차량의 위치를 매우 정확히 파악하기 위한 고성능 GPS를 탑재 해야 하는 등 상당히 까다롭고 어려운 문제가 하드웨어 적으로 해결되지 않으면 융합 자체가 불가능할 것이다.

더 예를 들어 보자면, 핸드폰으로 음악을 검색하고 구매하여 다운로드 받은 다음 그것을 전용 Hi-Fi에 연결해서 듣거나 또는 내 PC에서 스트리밍 방식으로 듣게 한다면 통신과 음악 방송 또는 음원 판매 서비스가 간단히 융합 가능할 것이며, 혈당기와 핸드폰을 연동하여 혈당 정보를 병원으로 보낼 수 있다면 일종의 u-Health형 융합 서비스가 간단히 만들어질 것이다. 이런 식의 아이디어는 사람에 따라 얼마든지 생각해 낼 수 있을 것이며 따라서 혼용 방식이 구성 가능한 고객 가치는 사실상 그 끝을 알 수 없다고 해야 할 것이다.

II. 해결되어야 할 과제

혼용 방식을 이용하면 단일 단말이나 단일 네트워크 방식에 비해 비록 상당히 용이하게 융합 서비스를 만들어 내는 것이 가능하다 해도 그것이 아무런 문제 없이 이루어지는 것은 아니다. 혼용 방식을 사용하여 융합 서비스를 만들어 낼 경우, 여기에는 몇 가지 반드시 해결 되어야 할 과제가 있다. 그것은 첫째, 고객이 원하는가 둘째, 기술적 어려움은 없는가, 셋째, 사업자의 태도는 긍정적인가 하는 것이다.

그런데 그간 많은 사업자들이 이러한 과제를 해결하고자 노력해 왔으며 그 결실이 최근 들어 구체화 되고 있다. 따라서, 최소한 이 세 과제의 해결이라는 입장에서

“ 지난 해까지의 노력과 변화의 결과 많은 부분에서 융합의 장애 요인이 해소되었다. ”

판단한다면, 2010년은 과거와 달리 융합 서비스의 본격화에 상당히 우호적인 환경이 펼쳐질 것이다.

혼용방식의 융합서비스를 고객은 원하는가?

모든 논의의 시작에 앞서 가장 중요한 부분부터 생각해 보기로 하자. 과연 고객들은 그것을 원하는가? 이 질문에 답한다는 것은 다음 가정에 대해 그렇다라고 대답하는 것과 마찬가지로이다. 그 가정이란, ‘고객들은 큰 화면, 이동성, 정보 입력의 편의성 등 기존에 제공되고 있는 각 서비스와 기기의 특징점 중 어느 하나라도 포기하는 것을 원하지 않는다’는 것이 첫 번째 가정이며, ‘기존의 가치를 계속 향유하기 위해 TV, PC, 핸드폰을 중복 사용할 의사가 있다’는 것이 두 번째 가정이다.

첫 번째 가정에 대해서는 답이 명확하다. 가치 측면에서 어느 하나라도 포기하지 않는 것이 당연하다. 하지만 두 번째 가정에 대해서는 즉답을 하기에는 상황이 조금 모호하다. 중복 사용한다는 것은 그만큼 공간과 비용을 차지할 것이기 때문이다. 하지만 이미 오랫동안 사용하여 익숙해졌으며, 대부분의 가구에 이미 구비되어 있는 기기라는 점에서 두 번째 가정에 대한 답도 긍정적일 것으로 추정된다. 실제 미국에서 이루어진 조사에 따르면 가장 크게 대체가 발생할 것으로 여겨졌던 TV와 PC는 상호 보완적으로 소비되고 있으며 서로 대체하지 않는다고 한다.

통합 플랫폼이 관건

혼용을 전제로 할 때 특별한 기술적 난관은 없는 것으로 보인다. 물론 융합에 참여하는 기기간 통신의 문제, 유무선 네트워크의 혼용, 네트워크 자체의 속도와 품질 안정성, 전송되는 콘텐츠의 압축, 저장의 문제 등이 지적되고 있지만 거의 대부분은 이미 기술적으로 해법이 나와 있다. 다만 제각각 다른 서비스와 기기를 통합 운용할 수 있는 플랫폼을 어떻게, 무엇을 기반으로 구축해야 할 것인가라는 문제에 대해서는 아직 통일된 의견이 없다.

융합 서비스를 위한 플랫폼은 지금까지 서로 다른 환경에서 개발되고 이용되던

“ PC는 TV를 대체하지 않으며 그것은 고객이 그렇게 이용하기 때문이다. ”

컨텐츠와 어플리케이션이 장애 없이 원활하게 작동되기 위한 기반 구조의 역할을 해야 함은 물론 기기간, 서비스간 상호 연동을 위한 관제탑의 역할도 수행해야 한다. 이렇게 말하면 매우 어려운 것 처럼 보이나 사실 기술적으로 따지자면 그렇게 심각하게 어려운 과제는 아니다.

한 예로 전 세계 PC의 거의 대부분에 설치되어 있고, 온라인 동영상 재생의 경우 80% 정도의 시장 점유율을 가진 어도비 플래시의 경우, 이미 TV용 플래시와 한

PC는 TV를 대체하지 않는다

비록 우리 나라와 완전히 동일한 시장은 아니지만 이미 상당한 수준으로 서비스 보급이 이루어져 있고 뿐만 아니라 매우 다양한 서비스가 개발되어 소비되고 있는 미국의 경우, TV와 PC의 혼용에 관한 흥미로운 조사 결과가 발표되었다.

조사 결과에 따르면 온라인 방송 서비스는 시청자의 수, 시청 건수, 소비되는 비디오 컨텐츠의 수, 비디오 시청 시간 등 모든 측면에서 성장했다. 그런데, PC를 통해 비디오를 보면서도 동시에 TV를 시청하는 시간 그 자체도 줄지 않고 늘어난 것으로 나타났다. 두 자료 모두 동일 조사 기관에서 작성한 것이라 상충하지는 않

을 것으로 간주한다면 그 이유는 명백하다. PC를 이용하는 경우와 TV를 이용하는 경우의 가치가 다르기 때문이라서 어느 한 쪽의 이용이 다른 한 쪽의 이용을 저해하지 않는다는 것이다. 나아가, 좀 더 적극적으로 해석한다면 PC를 통해 보고 싶은 컨텐츠와 TV를 통해 보고 싶은 컨텐츠가 다르기 때문이라는 해석도 가능하다. 다시 말하자면, 고객들은 TV와 PC가 제공하는 독특한 고유의 가치 중 어느 하나도 포기할 수 없었다는 것이 된다.

동일 조사 기관이 조사한 또 다른 자료에 의하면 TV와 PC의 역할 분담에 대해 흥미 있는 현상을 알 수 있

〈표〉 영상 콘텐츠의 이용 행태(월 이용 시간)

	2008년 4분기	2008년 3분기	2007년 4분기	성장률 (2007년 4분기~ 2008년 4분기)	증가 폭 (2007년 4분기~ 2008년 4분기)
집에서 실시간으로 TV 보기	151:03	140:48	145:49	3.6%	5:13
집에서 TV로 녹화 영상 보기	7:11	6:27	5:24	33%	1:47
인터넷 이용	27:04	27:18	26:08	3.6%	0:56
인터넷으로 비디오 보기	2:53	2:31	n/a	n/a	n/a
핸드폰으로 비디오 보기	3:42	3:37	n/a	n/a	n/a

자료 : The Nielsen Company

“ 누가 먼저 융합 서비스를 위한 플랫폼 구축에 성공할 것인가? ”

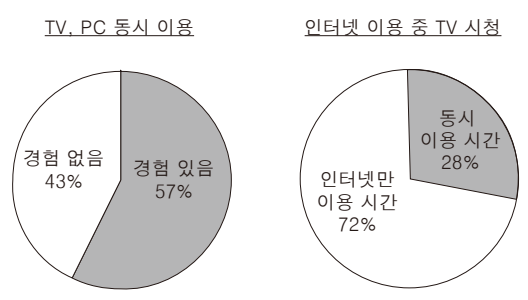
드폰용 플래시가 개발되어 있다. 즉, 콘텐츠 공급 측은 플래시라는 하나의 플랫폼에 맞추기만 하면 그것이 TV나 PC나 혹은 핸드폰에서 보여지건 상관할 필요가 없다는 뜻이다. 물론 어도비 외에도 마이크로소프트나 썬 마이크로시스템즈 등 많은 IT 업체들이 이런 용도에 쓸 수 있는 도구들을 개발했거나 개발하고 있다.

다만 어떤 플랫폼을 선택하는 것이 향후 보다 더 넓은 요소 서비스를 포괄하고 보다 다양한 융합을 이루기에 더 용이할 것인지를 신중하게 판단할 필요는 있다.

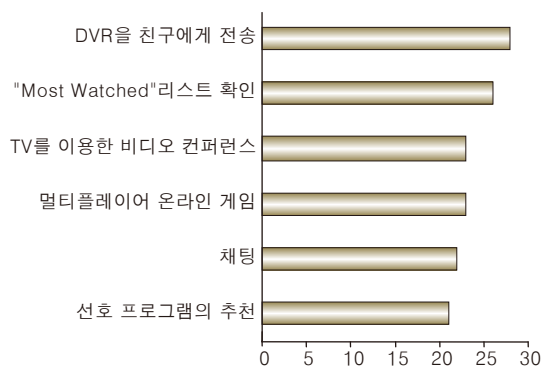
다. 조사에 따르면 TV를 보면서 동시에 인터넷을 이용한 경험이 있는 가구의 비중은 57%에 달하며 이들의 경우 인터넷 이용 시간 중 28%는 동시에 TV를 켜 둔다고 한다. 이것은 그 고객의 입장에서는 TV와 PC를 동시에 이용하는 것이 더 좋기 때문임이 당연하다. 무언가 어느 한 쪽이 다른 한 쪽을 완전 대체하지 않으며 서로 보완하여 더 큰 가치를 만들어 내기 때문이다.

TV와 PC의 동시 이용 수요에 대한 또 다른 근거도 있다. 한 소비자 조사 단체가 미국의 Y 세대를 대상으로 TV에서 추가적으로 하고 싶은 일이 무엇인가를 물었을 때 다음 표와 같은 답을 얻었다고 한다. 조사 결과에 따르면 TV로 제일 하고 싶은 것은 온라인 게임을 하는 것이며 두 번째는 같은 프로그램을 보면서 수다를 나누는 것, 세 번째는 친구들이 가장 많이 본 프로그램이 무엇인지 알 수 있게 되는 것이라고 한다. 이 모든 기능은 전통적인 TV로는 불가능한 기능들이지만 PC에서는 아무런 문제 없이 구현 가능한 기능들이다. 물론 TV가 스스로 인터넷에 접속되어 이런 기능을 제공해도 되겠지만 굳이 그렇게 하지 않더라도 TV 시청과 연동되어 작동하는 PC가 있다면 고객들이 더 큰 가치를 느끼게 될 것임을 알 수 있다.

〈그림 5〉 TV와 PC의 혼용



〈그림 6〉 TV를 이용한 Social Networking 희망 기능



자료: TV 2.0, The Consumer Perspective

“ 통합 사업자들은 가능한 모든 수단을 내부 결정에 따라 사업간 이해 관계를 걱정할 필요 없이 동원할 수 있게 되었다. ”

융합에 적극적인 사업자

고객이 원하고 기술적 장애가 없어진다고 해도 모든 것이 상품으로 시장에 등장하는 것은 아니다. 실제 그러한 상품을 시장에 공급할 사업자가 없다면 아무 것도 이루어지지 않는다. 특히 정부의 허가를 받아야 하는 통신 사업의 경우, 기존 사업자가 움직이지 않는다면 많은 부분에서 새로운 서비스가 등장하기 힘들다.

혼용을 통한 융합 서비스의 경우 현존하는 모든 기기와 네트워크와 서비스를 망라하는 형태가 되어야 하기 때문에 해당 사업자들의 이해 관계가 상충한다면 상품화 자체가 불가능하다. 그런데 지난 2009년에 국내 최대 유선 사업자이자 그 자신이 IPTV 사업자로서 전국 규모의 방송 서비스가 가능한 사업자인 KT가 국내 2위 이동통신 사업자인 KTF와 합병했다. 그리고 최근에는 유선, 이동통신, 방송을 모두 가진 또 하나의 통합 사업자인 LG텔레콤이 출범했다.

이들 통합 사업자는 융합에 따른 사업적 갈등을 가장 원천적으로 해소해 버린 사업자라 할 수 있다. 통합 사업자의 입장에서 볼 때, 융합에 따른 유무선간, 또는 방송 사업과 통신 사업간 발생 할 수 있는 사업간 이해 관계의 상충의 문제는 단지 내부적인 문제일 뿐 회사 차원에서 걱정해야 할 수준의 것이 아니게 된다. 따라서 이들 통합 사업자들은 가능한 모든 수단을 내부 결정에 따라 사업간 이해 관계를 걱정할 필요 없이 동원할 수 있게 되었으며, 오히려 융합 서비스를 성장을 위한 새로운 기회로 보고 적극적으로 추진하고 있다.

Ⅲ. 관전 포인트

앞서 언급되었지만 국내 사업자들의 융합 서비스는 아직 단순한 결합 또는 기존 서비스의 대체 수준에 머무르고 있다. 하지만 융합에 대한 사업자들의 적극적 의지가 천명되고 있으며 니즈가 분명하므로 융합은 보다 더 가속을 받을 것은 분명하다. 하지만 모든 사업자가 같은 속도를 보이지는 않을 것이다. 추측하건대 다음과 같은 부분에서 속도 차이가 발생할 것으로 보인다.

“ 누가 더 광범위한
요소 서비스를 포괄할
것인지도 중요한
관전 포인트이다. ”

첫째, 누가 먼저 통합 플랫폼을 구축할 것인가? 단순한 네트워크는 투자의 결과로 볼 수 있다. 하지만 플랫폼은 상호작용의 결과로 봐야 한다. 아무리 많은 돈을 투자하더라도 사업자 단독의 노력으로 되지 않는 부분이라는 뜻이다. 플랫폼은 전형적인 양면 시장 성격을 가질 것이며 따라서 이를 이용하는 콘텐츠 공급자와 고객의 선호가 연결되는 부분에서 그 성공과 실패가 결정될 것이다.

둘째, 누가 더 경쟁력 있는 수익 모델을 구축할 것인가? 앞서 잠깐 언급되었지만 플랫폼을 기반으로 한다면 이는 곧 양면 시장을 구축한다는 것과 같다. 그런데 양면 시장은 지금까지의 통신 사업을 지배하던 수익 논리 즉, 가입자 수 곱하기 가입자당 수익 (ARPU)의 수익 모델이 원활하게 작동하지 않는 시장이다. 따라서 새로운 수익 모델이 필요하며 그 수익 모델은 시장의 양 측면의 참여자에게 매력적이면서 동시에 사업자의 수익 극대화를 가능하게 해야 할 것이다.

셋째, 누가 더 광범위한 구성 요소를 포괄할 것인가? 혼용 융합은 요소 서비스의 자유로운 조합을 통해 새로운 서비스 가치를 만들어 내는 것이 가능하다. 사람들의 상상력이 비슷한 수준이라면 당연히 더 많은 요소 서비스를 이용할 수 있는 쪽이 더 창의적이고 가치 있는 서비스를 만들어 낼 가능성이 높다. 기존의 방송, 통신은 물론 자동차, 보안, 건강 관리 등 IT가 개입되어 있고 디지털화 가능한 많은 영역이 모두 요소 서비스로 참여 가능하다. 이들을 제공하는 사업자와 여하히 협업 관계를 구축할 것이며, 이들 요소 서비스를 어떻게 플랫폼에 올릴 것인지 하는 부분 또한 매우 중요한 관전 포인트가 될 것이다. www.lgeri.com