

CALS/EC 전략에 의한
기업의 통합 EC 센터 구축 전략

1998년 10월

장규택, 김상욱, 장흥국
삼성SDS(주)

SAMSUNG
E-MOS

목 차

- I. EC(전자상거래) 개요
 - 1. CALS & EC의 범위
 - 2. EC(전자상거래) 발전 방향
 - 3. EC(전자상거래) 시장 규모 전망 및 추이
- II. EC 환경에서의 비즈니스
 - 1. 기업과 기업간의 비즈니스
 - 2. 소비자와 기업간의 비즈니스
 - 3. EC 활성화를 위한 해결 과제
- III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제
 - 1. 전자상거래 법/제도의 정비
 - 2. 정보통신 인프라의 강화
- IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략
 - 1. 전자상거래 Infrastructure
 - 2. Portal Business 전략
 - 3. 통합 EC 센터 구축 전략
- V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안
 - 1. 대기업/그룹의 통합 EC 센터 방안
 - 2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안

※ 별첨자료

- Portal business 추진 현황(미국/일본/국내)

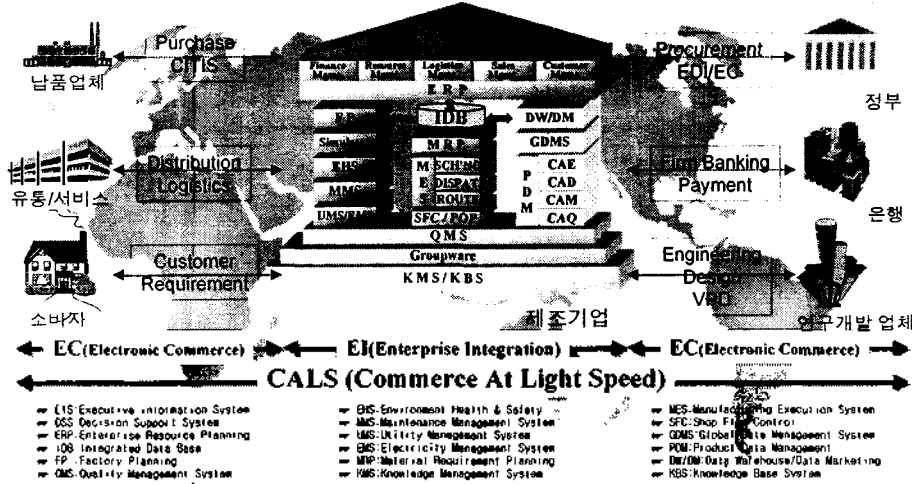
-2-

SAMSUNG
E-MOS

I. EC(전자상거래) 개요

1. CALS & EC의 범위

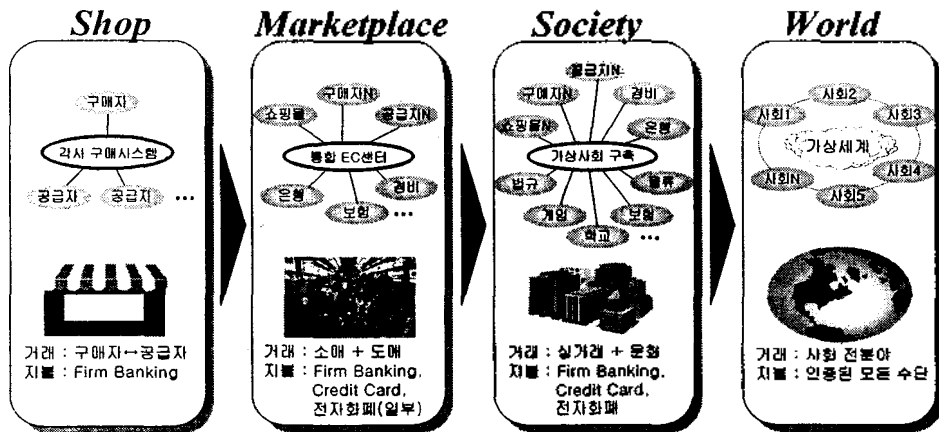
CALS와 EC는 **Global한 미래 패러다임의 변화 방향을 제시하는 Concept**으로, 기업 통합(EI)과 전자상거래(EC)등 Global한 통합에 의한 미래를 제시하는 CALS와 기업과 소비자, 기업, 정부 등과의 통합에 의한 미래를 제시하는 EC라고 정의할 수 있다.



I. EC(전자상거래) 개요

2. EC(전자상거래) 발전 방향

현재 운영중인 각 기업의 구매시스템은 구매자와 공급자가 1:N으로 이루어진 하나의 점포에 비유될 수 있다. 그러나 경쟁이 치열한 EC환경에서 살아 남기 위해서는, 많은 도매상과 소매상의 유치를 통한 **Cyber Marketplace**를 형성하게 될 것이다. 그리고 **Cyber Marketplace**는 차별화된 시너지와 높은 인지도를 바탕으로 **Cyber Society** 및 **Cyber World**를 지향하게 된다.



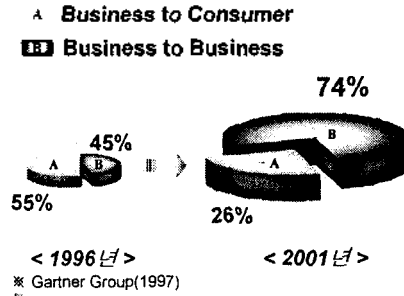
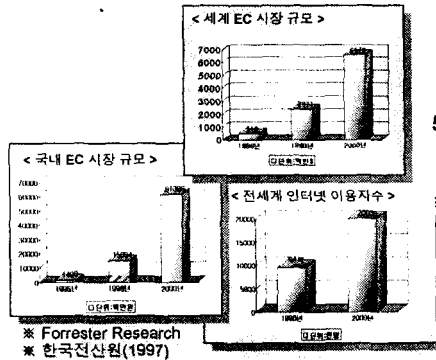
1. EC(전자상거래) 개요

3. EC(전자상거래) 시장규모 전망 및 추이

향후 EC 시장규모는 전세계적으로 급격한 성장세를 계속 유지할 것으로 예측되고 있으며, 특히, 상거래의 유형 중에서도 Business to Business 형태의 전자상거래 시장은 폭발적인 확대가 될 것으로 예상된다.

전자상거래 발전 전망

전자상거래 규모 추이



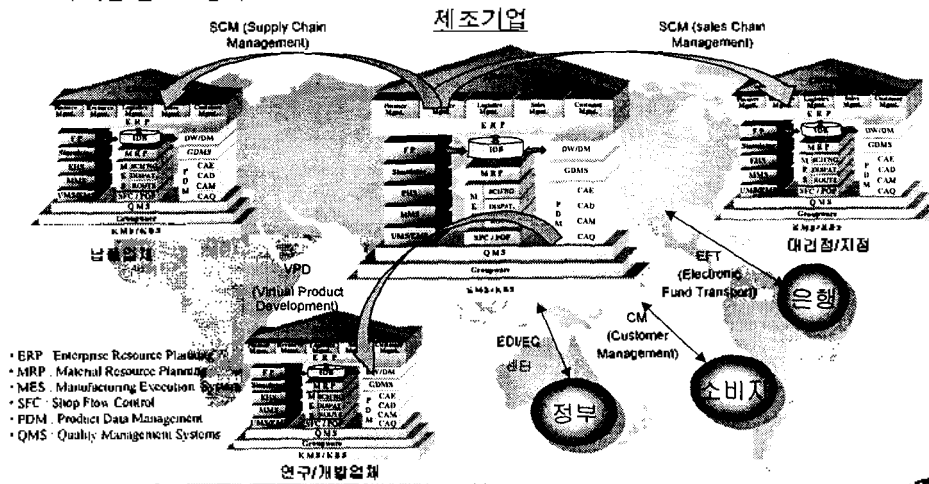
Version 1.3



II. EC 환경에서의 비즈니스

1. 기업과 기업간의 비즈니스(모델)

CALS/EC 환경에서의 기업과 기업간의 비즈니스 모델은 제조기업과 자재공급업체, 제품실계약체, 대리점/지점들이 생산 정보 및 제품 정보를 공유하고, 정부의 조달 정보, 은행과의 재화의 거래, 소비자에게 상품 정보를 제공하고, 또한 소비자 정보를 통합하여 연계 할 수 있는 시스템의 구축을 필요로 한다.



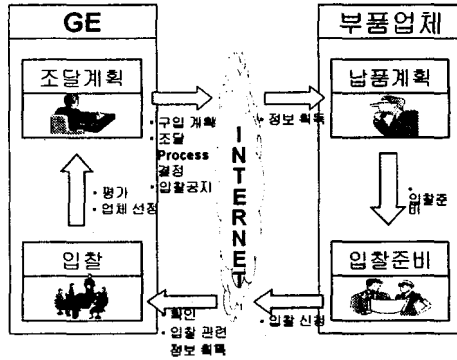
-2-



1. 기업과 기업간의 비즈니스(사례)

GE의 TPN(Trading Process Network)

GE는 인터넷 상에서 부품업체와 정보를 공유하는 TPN을 구현하여 조달업무의 완전 Online 통합화를 추진하고 있다.



목적

- 조달업무의 효율화와 조달업체의 선별

추진현황

- VAN을 통한 조달 업무의 자동화를 추진
- VAN을 인터넷으로 확장(TPN)
- 지난 1년간 인터넷으로 Test(조달 process)
- 전 조달업무를 인터넷 환경으로 전환 (년 200 억 달러 이상 조달)
- 2000년에는 연간 1조 이상을 인터넷으로 구입 계획

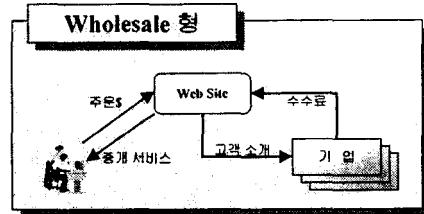
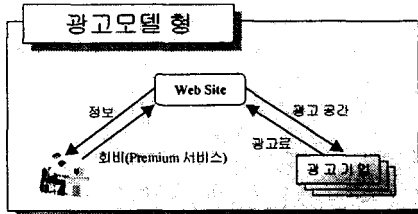
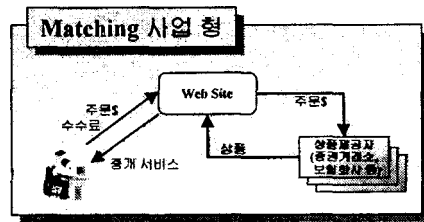
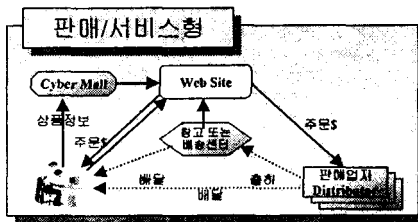
Benefit

- Time to Market (조달 기간 50%이상 단축)
- Cost Reduction (조달 비용 30%이상 감소, 구매비용 20%이상 감소)
- 우수한 조달원 확보

2. 소비자和企业间的 비즈니스(모델)

인터넷 중심의 EC 비즈니스에서 소비자和企业间的 비즈니스 모델은 크게 4가지로 분류된다.

- 1) 판매/서비스형 : 제품/서비스 대가 사업
- 2) Matching 사업형 : 거래 교환의 장 제공
- 3) 광고모델형 : 많은 Access의 사업화
- 4) Wholesale 형 : 거래중개 및 수수료



* 출처 : 일본ECOM, 소비자/기업간 EC 비즈니스 모델 해설서

2. 소비자 및 기업간의 비즈니스 (판매/서비스형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
1-800-Flowers	www.1800flowers.com	1-800-Flowers	꽃 판매, 광고 수입 등	3000만 \$	-
Amazon.com	www.amazon.com	Amazon.com	서적 판매, 광고 일부	5650만 \$	61만(회원)
CDnow	www.cdnow.com	Cdnow Inc	CD 등 음악 관련 제품 판매	1260만 \$	90만건/월
Garden Escape	www.garden.com	Garden Escape	원예용품 판매 (커이션)	40% 신장	400만건/월
Hot Hot Hot!	www.hotbothot.com	Hot Hot Hot!	윌리 소스 판매	10만 \$	18만건/월
Net Grocer	www.netgrocer.com	Net Grocer	식품류 판매 / 배달	-	-
On Sale	www.onsale.com	On Sale	재고처분형 컴퓨터, 전자제품	6180만 \$	25만(등록)
Peapod	www.peapod.com	Peapod, Inc	식품류 판매 / 배달	4380만 \$	5만(회원)
Streamline	www.streamline.com	Streamline Inc	식품류, 알음품 판매 / 배달	750만 \$	-
Virtual Vineyard	www.virtualvix.com	Virtual Vineyard	와인, 식품 판매	미공개	10만건/월

2. 소비자 및 기업간의 비즈니스

(Matching 사업형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
E*Trade	www.etrade.com	E*Trade Securities Inc	증권 중개 매매, 수수료	13억 \$	50만건/월

(Wholesale형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	년 간 매출	Traffic
Auto-by-Tel	www.autobytel.com	Auto-by-Tel Inc.	자동차 이커링 - 정보제공, 딜러소개, - 자동차 렌, 리스 등	2000만 \$	8만건/월
Internet Mall	www.internetmall.com	The Internet Mall Inc.	쇼핑몰	-	75만건/월 (해외 20%)

II. EC 환경에서의 비즈니스

2. 소비자와 기업간의 비즈니스 (광고모델형 사례)

Site 名	Site URL 名	회 사 명	제품/서비스 내역	연간 매출	Traffic
GeoCities	www.getcities.com	GeoCities	웹호스팅, 온라인커뮤니티	100만 \$	7150만/월
GolfWeb	www.golfweb.com	GolfWeb	골프 경기 정보	400만 \$	9000만/월
Mercury Center	www.sjmercury.com	San Jose Mercury	뉴스 서비스	4만 \$	2100만/월
Playboy.com	www.playboy.com	Playboy Ent.	성인용 콘텐츠	2.8억 \$	1.4억/월
Quote.com	www.quote.com	Quote.com	투자가치 금융/증권정보	250만 \$	20인(등록)
Tripod	www.tripod.com	Tripod Inc.	X세대용 정보 커뮤니티	700만 \$	50인(등록)
Wall Street Journal	www.wsj.com	Dow Jones Inc.	비즈니스 뉴스, 광고	500만 \$	10인(유료)

SAMSUNG

II. EC 환경에서의 비즈니스

3. EC 활성화를 위한 해결 과제

EC 활성화를 위한 과제는 그 해결주체별로 구분할 때, 먼저 정부/공공 차원과 기업/소비자 차원에서의 해결과제로 구분할 수 있으며 양자의 공통적인 노력이 요구되는 사회문화적 차원의 해결과제도 함께 생각해 볼 수 있음.

정부/공공 차원	<ul style="list-style-type: none"> • 법/제도 정비 • 기술 및 표준의 개발지원 • 중소기업 정보화 촉진지원 • 초고속정보통신 인프라 확충 	<ul style="list-style-type: none"> - EC 관련 법의 정비 및 통일체 해결 - 사설간 연계성 확보를 위한 행정부처간 미스매칭 해소 - 전자문서 법적 효력인정 및 유통 활성화 - 민간요구 반영한 정부부처의 표준화 활동 - CALS/EC 관련 표준의 개발 및 보급 - 부처별로 산발적인 중소기업 정보화 지원정책 수단 연계 - 네트워크에 기반을 둔 경제의 사회구현을 위한 고속 광망형 정보기반의 구축
기업/소비자 차원	<ul style="list-style-type: none"> • IT에 대한 최고경영층 인식제고 • 제조업의 산업구조 조정 • 기업의 IT 및 표준의 활용 활성화 • 업무의 재설계 및 정보시스템 도입의 병행 	<ul style="list-style-type: none"> - 내부자료 유출우려로 전자매체 활용기피 마인드 변화 - 정보시스템 도입을 비효율 아닌 투자로 인식 - 부품업체들의 대기업 중심적 수주계약화 구조 단편 - 대기업과 중소기업간 IT 도입 및 활용능력 격차 해소
사회문화적 차원	<ul style="list-style-type: none"> • 사회전반의 정보화 수준 향상 • 상거래의 투명성 확보 • 대면방식의 거래관행 개선 	<ul style="list-style-type: none"> - 거래명세의 공개 기피 등으로 보편화된 무차별거래 관행 해소 - 기업간 거래 및 개인 공공서비스의 투명성 확보로 대면방식의 거래관행 개선 및 투명한 소비자 해결

SAMSUNG

III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

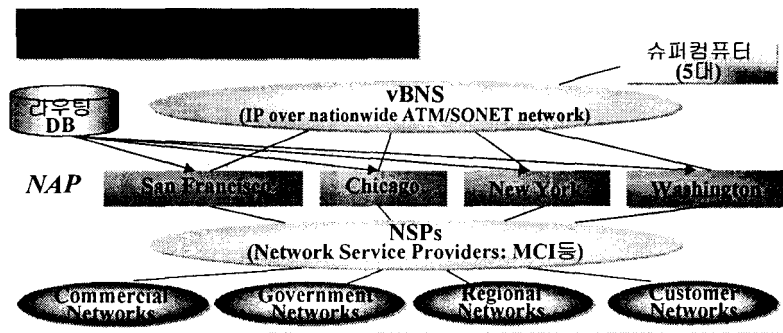
1. 전자상거래 법/제도의 정비

정부는 전자상거래가 새로운 경제활동 수단으로서 경제 대변혁을 가져올 가능성이 중대함에 따라 전자상거래의 환경변화에 효과적으로 대처할 수 있도록 '전자상거래 기본법' 법률안을 제정. 1999년 7월 1일부터 시행을 임박 예고함으로써 전자상거래의 법/제도적 기반 마련에 힘쓰고 있다.

정보통신망의 이용·활성화 기반조성	<ul style="list-style-type: none"> • 정부는 법/제도 정비의 일환시 사전적인 규제보다는 사후적인 문제점 해결에 역점 • 정보통신망을 통해 발생하는 거래의 신뢰성을 증대시키는 시장기반형 서비스와 관련한 법적, 제도적 장치의 조속한 정비 • 전자상거래 구현의 장으로서의 인터넷 등 네트워크에 대한 법적 규제의 최소화 • 경제활동의 활력강화로 인한 관련 법규의 국제적 통일요구에 능동적으로 대처할 수 있도록 해외의 규제동향을 조기에 수용하여 국내법과 국제법의 일치를 도모
정보통신망의 안전/신뢰성 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 거래인증, 전자장부, 소비자보호, 시스템보안, 불건전거래규제, 과세, 지적재산권보호, 사기방지 등 예상되는 법적문제에 대한 체계적인 정비 • 전자서명 및 인증제도의 법적정시 장치거래에 관한 기본법/일반법으로서의 성격일 수 있음 • 문서의 우월성을 확보하기 위한 공적 기관으로서의 인증기관에 대한 자격요건 법정화 • 전자상거래 문서의 효력과 관련하여, 전자서명의 법적 표준안을 규정 • 디지털 문서에서 인장과 같은 동일성 확인을 위한 법적 제도의 도입 추진
프라이버시 및 개인정보의 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 개인정보보호 법제정비는 프라이버시권과 인지기권, 재산권/경제적 자유, 공공이익의 등 관련 주제간의 추구이익 및 가치의 적절한 조화를 요구 • 형법 및 일부 특별법에서 규정하는 내용의 차이를 해소하는 체계적이고 통일적인 입법 요구 • 암호, 디지털서명기술 등 정보보호기술을 통한 프라이버시 보호를 적극적으로 모색 • 개인정보주체의 동의권 및 통제권 강화와 정보주체의 권리행사 편의를 위한 절차규정 보완 • 개인정보 수집/처리/이용/제공/공개의 요건강화 및 동일적 보호기구의 설치 제도보완 필요 • 개인정보 및 프라이버시 보호의 중요성에 대한 인권의식과 법률문화의 확립 선결

III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화 (미국 NGI 구상)

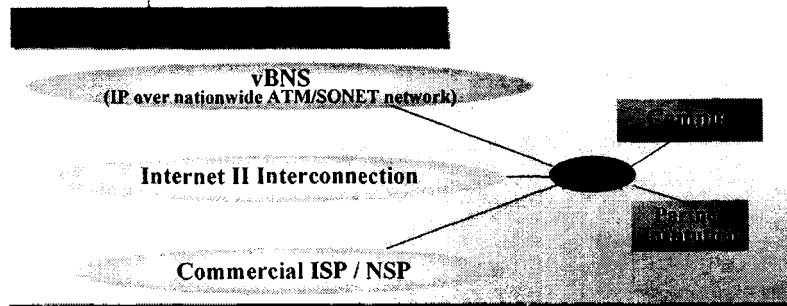


- ✓ 초고속 인터넷 기간망 지향
 - vBNS(very high speed Backbone Network Service)
 - OC-12급 (622Mbps)
- ✓ 차세대 인터넷 주소체계(IPv6)
 - IP주소체계 확장(2의128승)
 - 멀티미디어 데이터 실시간 처리
 - 강화된 보안기능 탑재

※ NGI : Next Generation Internet. 차세대 인터넷 구상

Ⅲ. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화(미국 Internet II)



✓ 미국 내 대학 중심의 인터넷 개선연구

- vBNS(very high speed Backbone Network Service) 기반으로 최고 622Mbps 전송 능력
- GigaPOP(Gigabits Point of Presence) 집중구조
- N/W 프로그램 개발과 이용의 활성화를 목표로 추진
- 미래 인터넷 어플리케이션 시험의 장



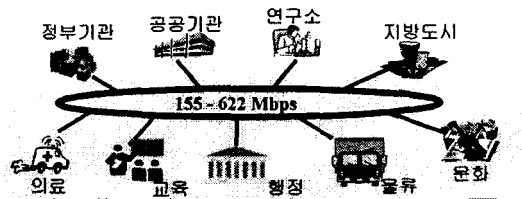
Ⅲ. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화(국내 초고속통신망)

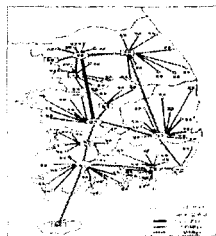
추진 목표

국가정보

공중정보



추진 과제



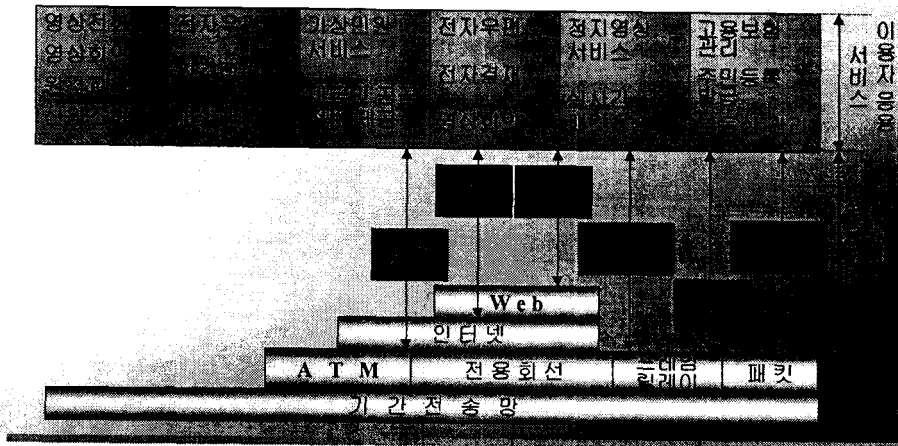
- ✓ 기간 전송망 전국 확대 추진
- ✓ 전국적 ATM교환망 구축 추진
- ✓ 주요국가간 국제회선 연결 추진
 - 인터넷 이용등
- ✓ 다양한 응용서비스 제공
- ✓ 무선데이터 서비스 제공
- ✓ 공공전산망의 통합 수용 추진



III. EC 활성화를 위한 국가적 추진 과제

2. 정보통신 인프라의 강화(국내 초고속통신망)

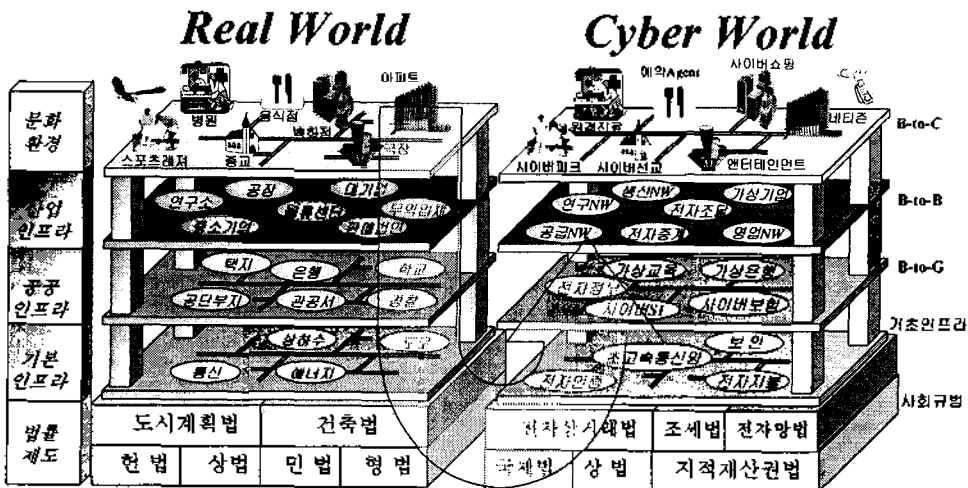
초고속망 서비스 체계



IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

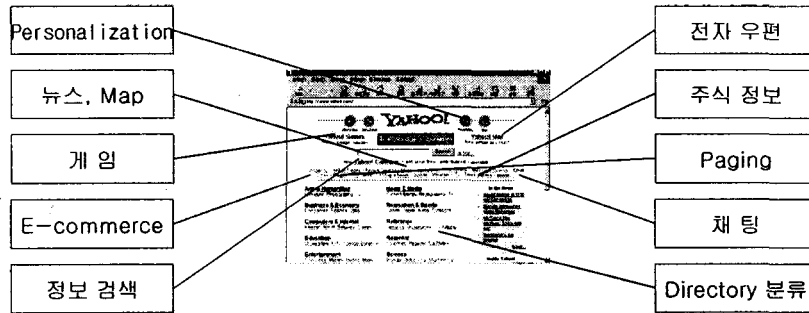
1. 전자상거래 Infrastructure

현실 세계에서 하나의 도시를 만들기 위해서는 법률 및 제도, 기본인프라(SOC등), 공공 및 산업 인프라가 필요한 것처럼, 전자상거래가 이루어지는 가상세계에서도 많은 인프라가 필요로 한다.



2. Portal Business 전략 (1/3)

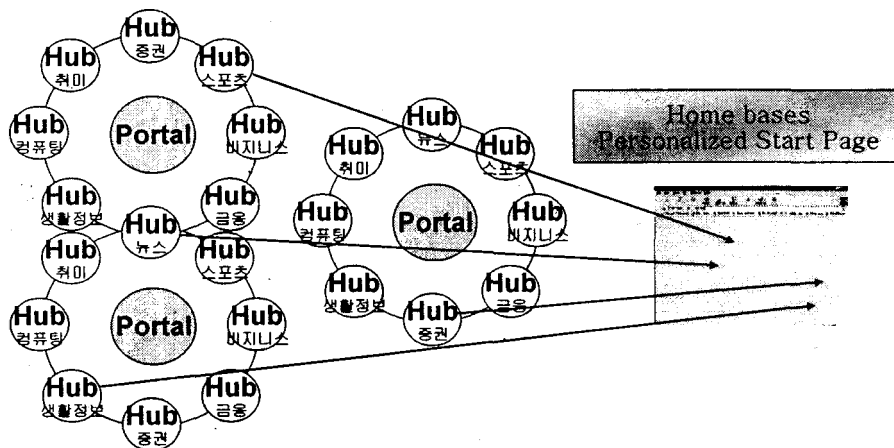
라틴어에서 유래한 Portal은 정문, 출입구라는 뜻으로 인터넷 접속시 처음으로 접속하게 되는 SITE를 말한다. Portal은 사용자가 한 장소에서 전자우편, 정보취득, 상거래(쇼핑), 취미생활, 업무수행 등 모든 삶을 영위할 수 있도록 함으로써 인터넷 사용자 관점에서의 전자상거래 활성화를 목적으로 함



< 야후 Site의 Portal Business 구성 예 >

2. Portal Business 전략 (2/3)

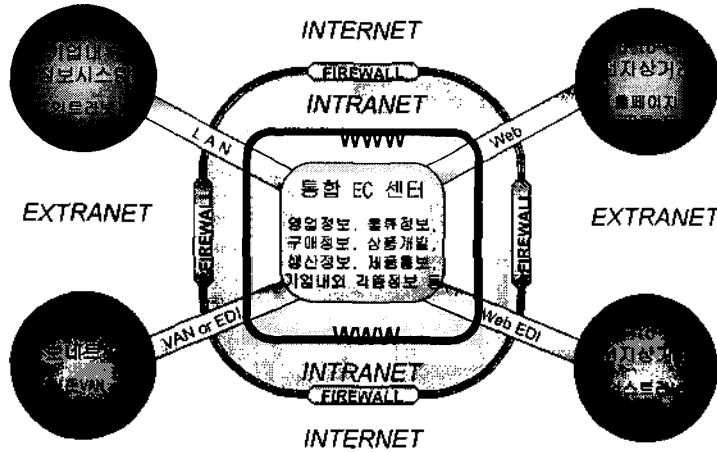
필요한 모든 것을 하나의 페이지에!



IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

2. Portal Business 전략 (3/3)

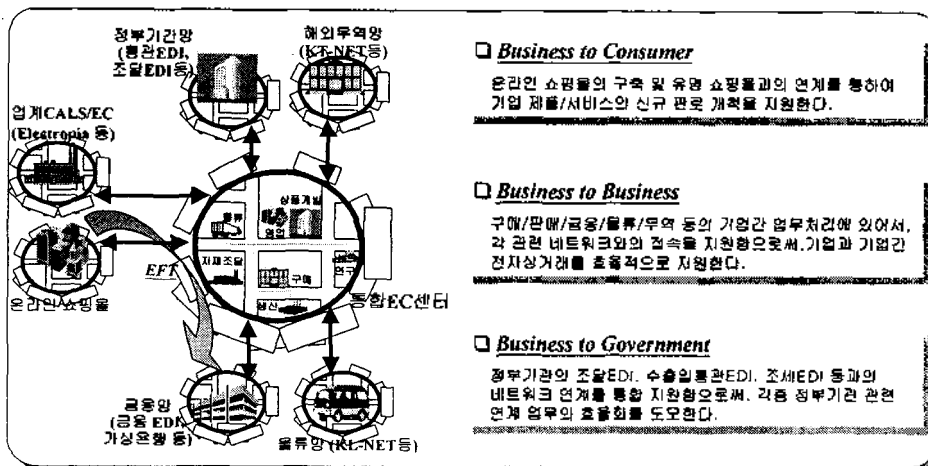
정보제공, 인터넷 쇼핑을, Intermediary 등 인터넷 비즈니스를 주력으로 하고 있는 기업이 아닌 일반 대부분의 기업에 있어서의 Portal Business는 기업이 보유하고 있는 사내의 인트라넷과 협력업체와의 엑스트라넷, 그리고 일반인 공개의 웹을 통합화 하는 정보전략을 말한다.



IV. 기업의 통합 EC 센터 구축 전략

3. 통합 EC 센터 구축 전략

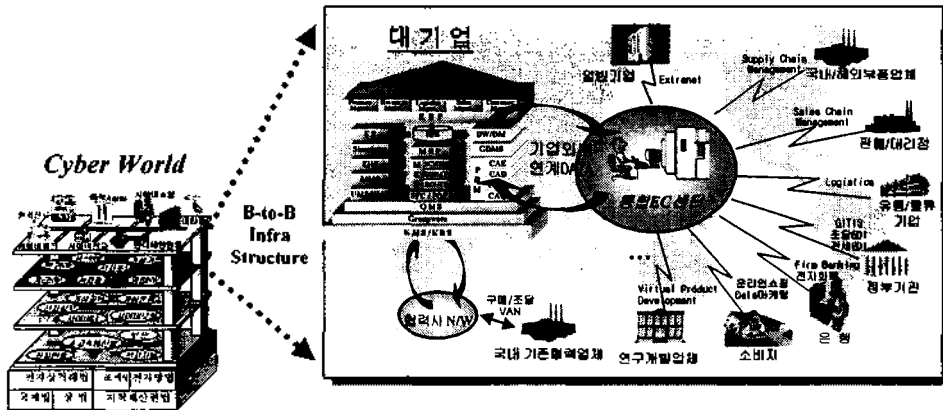
기업내의 각 부문별 조직단위 또는 공단내의 각 입주기업별로 전개되고 있는, EC환경 대응 추진 사업들의 조기활성화 및 가상기업 차원의 Synergy 창출을 위해, 통합 EC 센터를 구축하고 Cyber Society로서의 위상을 정립한다..



V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

1. 대기업의 통합 EC 센터 방안 (Marketplace)

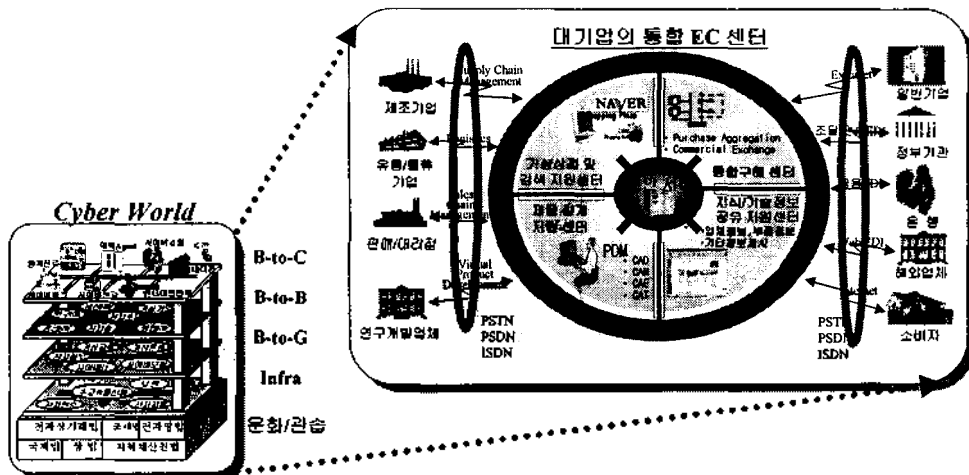
이러한 VAN 또는 EDI기반으로 구축된 구매 관련 네트워크 시스템의 활용범위를 구매업무에 국한시키지 않고, 부품조달업체, 부품 개발업체, 외부 연구개발기관, 대리점, 유통업체, 물류회사, 정부기관, 금융기관 및 일반 소비자에게 까지 그 적용의 범위를 확대하는 것이 바로 대기업에 있어서의 통합 EC 센터 방안이자 CALS/EC의 구현이다.



V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

1. 대기업의 통합 EC 센터 방안 (Society)

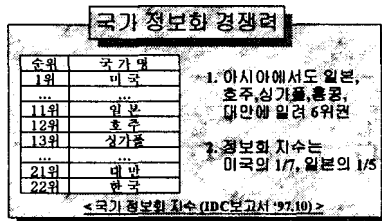
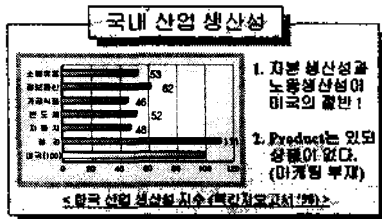
통합 EC 센터의 주요 서비스로는 1) 통합구매/중개서비스(B-to-B), 2) 가상상점 및 검색 자원서비스(B-to-C), 3) 지식/기술정보공유 지원 서비스, 4) 제품설계지원 서비스를 들 수 있다. 이러한 서비스의 제공을 통해 통합 EC 센터는 하나의 Cyber Society 또는 Community를 구현한다



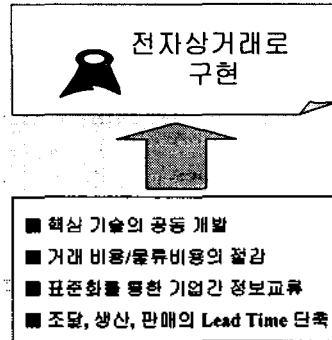
V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안 (배경)

최근 매진지 보고서에서 드러난 것처럼 절강을 제외한 국내 전업종의 산업 생산성이 미국의 50% 수준에 불과하며, 정보화 지수에서도 미국과 일본에 각각 1/7, 1/5수준인 것으로 보고되고 있다. 이를 극복하기 위해서는 국내 산업의 절반 이상을 차지하는 중소기업의 체질강화가 관건이다.



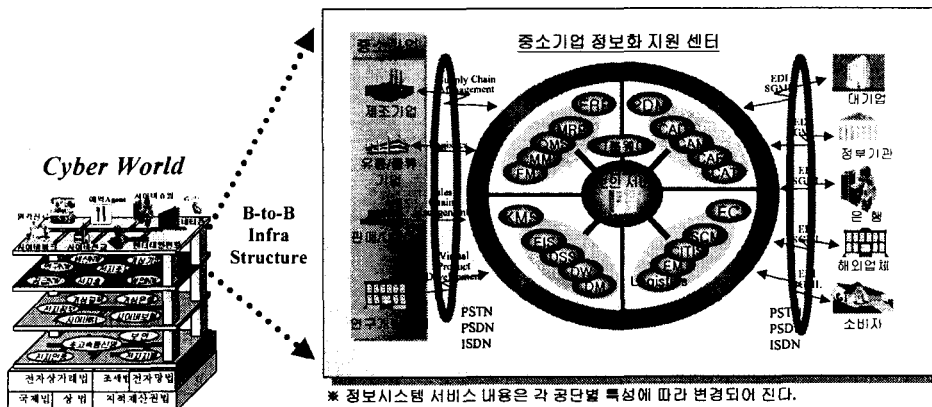
생산성 향상 방안



V. 기업의 통합 EC 센터 구현 방안

2. 중소기업/공단의 통합 EC 센터 방안 (정보화 지원센터)

정보화를 통한 중소기업의 경쟁력 확보를 위하여, 각 기업들이 필요로 하는 ERP, PDM, KMS, EC 등의 정보서비스를 지원하는 **중소기업 정보화 지원센터**를 구축하여 서비스를 제공한다. 중소기업들은 PC 등의 단일만 확보하면 각종 정보시스템 서비스를 지원 받을 수 있으므로, 개별 정보화 투자 부담의 경감 및 외부 시스템과의 연계에 대한 고민해소를 도모할 수 있다.



Portal Business 추진 현황 (미국)

인터넷 검색업체	Yahoo	<ul style="list-style-type: none"> - Electronic store front업체인 Viaweb인수하여 Yahoo site내 소규모 정포를 유치, 전자상거래 서비스 개시 - My Yahoo의 사용자가 지난해보다 약 6백만이 늘어난 1천8백만명에 이를 - 98년 2분기이후 3개월동안 8백20만 달러의 이익을 냈
	Excite	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 인터넷 서비스업체인 Throw인수 - My Excite서비스제공 - Netscape홈페이지에 좋은 자리를 사용하는 대가로 7천만달러를 지불하는 계약 체결
	Lycos	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 종합서비스업체인 Whowhere?(1.3백만가입자)와 Tripod(1.8백만 가입자), Angelfire인수를 통해 시장확대에 주력
	Infoseek	<ul style="list-style-type: none"> - 다즈니사와 제휴 - 커뮤니티 서비스 개발계획을 수립중

Portal Business 추진 현황 (미국)

소프트웨어 업체	Netscape	<ul style="list-style-type: none"> - 96년 브라우저를 통해 1억달러 이상의 수익을 올렸으나 MS와의 경쟁이 격화되자 웹브라우저시장에서 철수 - 98.6월말 전자상거래 S/W사업, 인프라사업, 그리고 Netcenter를 중심으로한 Portal사업, 3개분야에 집중한다는 사업전략을 발표 - 최근 Excite의 광고를 7천만 달러에 수주 - 개인취향에 따라 설정하는 My Netcenter서비스 제공
	Microsoft	<ul style="list-style-type: none"> - 하나의 브랜드(MSN)아래 거대한 Portal을 만들 계획 <ol style="list-style-type: none"> ① MS의 채널과 서비스를 MSN으로 통합 ② 온라인 의사소통과 일을 쉽게하는데 주력 ③ Personalization 서비스 제공 - 98년 3/4분기 <ol style="list-style-type: none"> ① 접속서비스를 MSN Connect로 개명 ② MSN Messenger(Instant Messaging) Beta 발표 - 98년 4/4분기 <ol style="list-style-type: none"> ① MSN으로 기존의 서비스(msn.com, microsoft.com, home.microsoft.com)흡수 ② 상거래서비스(여행-Expedia, 자동차-Carpoin, MSNBC)를 MSN으로 흡수 - 99년 : Hotmail, ecommerce, msn을 하나의 ID로 Login시킴

Portal Business 추진 현황 (미국)

미디어 업체	Disney	- 검색업체인 infoseek의 지분 43%를 7천만달러에 인수, 앞으로 3천2백만달러를 Portal사업에 투입할 계획
	NBC	- Snap! 서비스를 제공하는 Cnet에 3천2백만 달러 투자
통신서비스 업체	AT&T	- AOL인수 시도 - 98.5 텔레커뮤니케이션사 매입. 케이블TV업체인 TCI를 통해 프로그램 제공
	AOL	- Navisoft인수 - 홈타운 AOL을 구축하여 베타테스트
하드웨어 업체	Compaq	- 최근 도메인이름(altavista.com)을 3천3백만 달러에 구입 - 검색엔진 altavista를 개선해 98년 하반기부터 본격진출 예정 - 모든 고객에게 Compaq Easy Internet Access 프로그램제공 - 판매되는 모든 컴팩PC에 Altavista 아이콘 추가예정

Portal Business 추진 현황 (일본)

- 일본에 진출한 미국계 검색서비스업체를 중심으로 Portal사업 진행중
- EC홈페이지에 이용자를 유도해 종계료를 징수하는 서비스와 액세스가
많은 입구로서의 매체특성을 이용한 광고사업을 병행해서 추진

Lycos	- 98.10월부터 증권서비스 개시예정 - 99년 여름부터 통신판매업자와 서적, CD, S/W 판매사업 확수예정(판매업체의 Site로 연결되는 클릭회수에 따라 광고료 + 결재대금의 일정%를 소개료로 징수)
Yahoo	- 99년 초까지 대형서점과 손잡고 서적, CD를 판매하는 전자매장 2개점을 Site에 임점할 예정
Microsoft	- 98.4월부터 노우라증권, 다이와증권, 신닛폰증권의 광고개재, 네트워크를 통한 주식거래에 참여할 수 있도록 함
Excite	- 98.7월 히타치국제비즈니스의 검색서비스사업을 인수, 월평균적이 하루 1백만건에서 1백 30만건으로 상승

Portal Business 추진 현황 (국내)

- 우리나라에 진출한 미국계 검색서비스업체를 중심으로 걸음마단계
- 미디어업체(신문사, 방송사)의 Content 제공사업이 활발(현재 무료)
- ISP에 의한 무료홈페이지 제공 서비스

검색서비스 업체	<ul style="list-style-type: none"> - 외산 검색업체 : 미국 본사의 정책에 맞춰 Portal사업 추진예정 특히 Yahoo Korea가 활발 - 국산 검색업체 : 단순 검색기능, 분류서비스를 제공
통신업체	<ul style="list-style-type: none"> - 신비로(HIT) : 일반인을 대상으로 무료 홈페이지 구축서비스, 별도로 운영하던 전자상거래 전문업체 신비로를 신비로에 통합할 예정
ISP업체	<ul style="list-style-type: none"> - 한컴네트 : 5MB 홈페이지 무료제공, 현재 13만명 이용 - 코리아 비즈니스 안포 : 중소기업의 무료 홈페이지 제공 - 대구넷 : 무료로 홈페이지를 제공하던 것을 1만원의 사용료를 받음, 추가 개설시 5MB당 5천원 추가 - 중 : IIMB 무료홈페이지 제공

