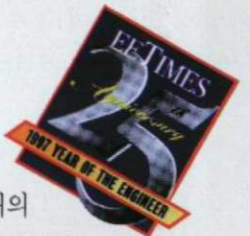
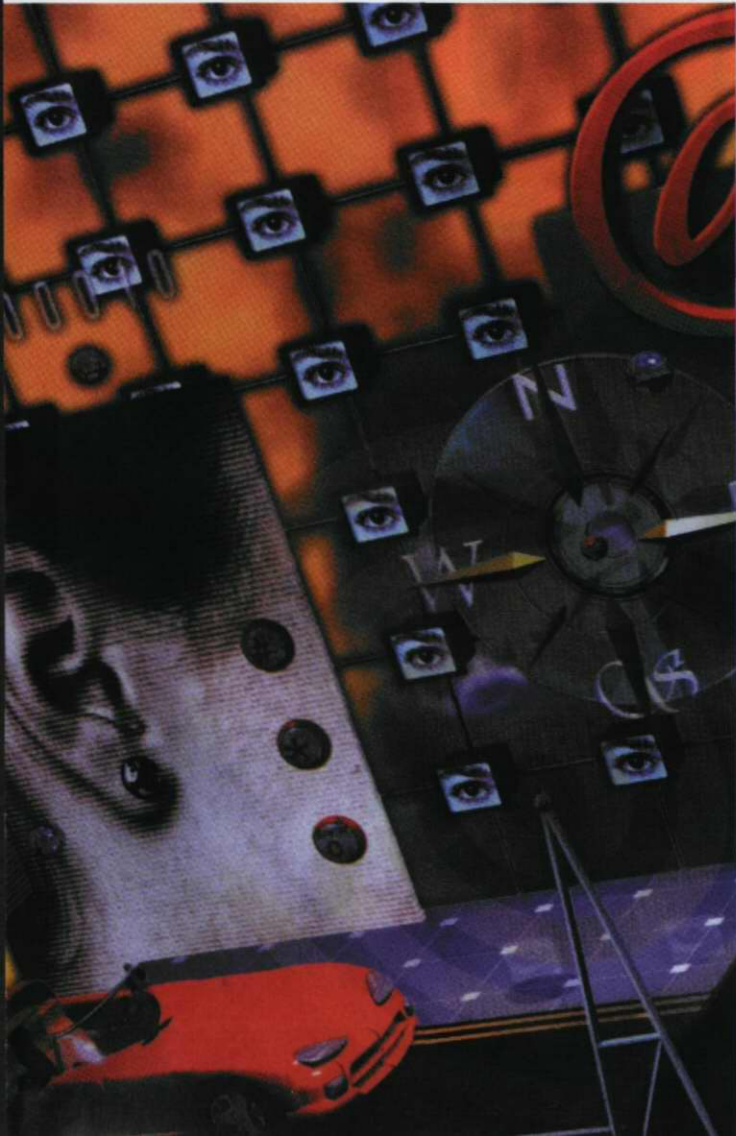


미래를 대비하는 투자만이 사업안정성 보장

인터넷이 관심을 불러 일으키면서 우후죽순처럼 ISP들이 생겨나기 시작했다. 현재 인터넷 서비스를 하고 있는 ISP는 모두 18개나 된다. 물론 이중에는 3개의 비영리망이 있기 때문에 실질적으로 이익을 목적으로 하는 ISP는 15개이다. 겉으로는 이들 대부분이 당장의 이익에 집착하지 않는다고 입을 모으고 있다. 하지만 이들은 손익을 맞추기에도 급급한 실정이다. 그러나 이러한 현실을 타개하기 위해 무료 서비스 등 갖가지 묘안을 내고 있다. ISP들의 현황을 점검해 본다. <조광현 객원기자>



그 많은 사용자들은 어디로?

한국인터넷정보센터(KRNIC)의 자료에 의하면 5월 31일 현재 국내의 인터넷 이용자수는 307만 6천 625명이다.

이는 지난해 9월 30일 기준 이용자수가 75만여명이었던 것에 비해 가히 폭발적이라고 할 수 있다. 물론 이 숫자는 KRNIC에서 밝힌대로 전용선가입기간의 경우 한 기관당 사용자를 200명으로 계산하고, PPP 가입자, PC통신을 통해 인터넷 접속하는 사용자를 모두 합해 추산한 수치이다. 이러한 추산방법이 과연 얼마만큼의 신빙성이 있는가에 대한 의문은 제쳐놓더라도 일단 사용자의 증가는 놀라운 것이 아닐 수 없다. 8개월만에 4배 이상의 증가를 보인 사용자의 증가만 놓고 보면 ISP들은 그야말로 엄청난 시장을 주도하고 있다고 할 수 있다.

이렇게 사용자가 늘고 있다면 ISP들도 역시 많은 서비스 가입자들을 확보하게 되었을 것이기 때문이다. 아직은 국내 인터넷산업이 아직은 초기라는 시점을 놓고 볼 때 이용자에 비해 ISP가 많은 것이 아니냐는 전문가들도 있긴 하지만 ISP의 전망은 밝다고 할 수 있다.

그렇지만 각 ISP의 속사정은 전혀 그렇지 않다. 실제 개인가입자를 1만명도 확보하지도 못한 ISP가 적지않고, 그나

마도 가입자를 끌어들이기 위한 묘안이 없어 고심하고 있다.

기업가입자의 경우는 더욱 심하다. 심지어 50여 가입자만을 확보하고 있는 ISP도 있다. 특히 기존의 PC통신과 연계하여 사업을 하고 있는 유니텔, 나우콤 등의 경우는 일반가입자로 타겟을 맞추고 있기 때문에 부담이 덜한 편이다. 하지만 순수하게 인터넷만을 서비스하고 있는 업체들의 경우는 기업가입자의 확보가 사업성의 관건이 되기 때문에 훨씬 더 심각한 상태다.

그렇다면 도대체 300여만명이 인터넷을 사용하고 있는데 이 사용자들이 어떻게 인터넷에 접속하고 있을까 의문시된다. 이에 대해 한 관계자는 "각 ISP마다 가입자 수를 발표하고 있지만 발표한 가입자수의 적지 않은 부분이 무료 가입자인 경우가 많아 실제 유료 가입자 수가 어느 정도나 될지는 불투명한 실정"이라고 말한다.

채산성 없는 전용선 서비스

인터넷 접속만을 제공하고 있는 ISP의 경우 기업가입자의 확보는 사업의 성패를 가름하는 것이다. 하지만 워낙 전용회선 사용료가 고가이기 때문에 가입자를 확보하기란 쉽지 않다.

현재 대부분의 ISP들이 제공하고 있는 전용선 가입자의 요금은 한달에 56K/64K가 80만원대에서 T1급에 이르면 350만원을 넘어선다. 물론 중소기업, 정부관련 기관, 교육기관 등에 40%의 할인율이 적용되는 점을

감안해도 적지 않은 액수다.

하지만 이러한 가격이 ISP의 이익으로 돌아가는 것은 아니다. ISP들은 안정적인 속도와 양질의 서비스를 제공하기 위해 보다 많은 회선을 확보해야 한다. 회선을 임대하는 경우 매월 국제회선에 대한 사용료를 지불해야 한다. 또 전용선가입자는 제공되는 국내회선의 임대료를 지불해야 한다.

트래픽양에 따라 다르겠지만 이렇게 놓고 보면 할인을 적용받는 전용선 가입자의 경우 50여만원의 사용료 중에서 국제회선사용료로 30만원선, 시내 전용회선 사용료로 10여만원이 지



불되고 있는 것으로 알려지고 있다. 이렇게 되면 ISP측에서 채길만한 수익이 거의 없어진다.

ISP의 한 관계자는 "지금으로서는 겨우 회선사용료를 맞추는 정도에 불과한 실정"이라고 말한다. 이러한 사정은 거의 모든 ISP들 대부분 마찬가지다.

전용선 서비스가 고가라는 점을 감안해 저렴한 가격에 대한 요구 등을 만족시킬 수 있는 웹 호스팅 서비스를 실시하고 있지만 아직 웹 호스팅 서비스의 실적은 그다지 큰 호응을 받지 못하는 듯 하다. 서비스 사용자가 직접 서버 등을 설치 않아도 되는 잇점

은 있지만 향후의 확장문제가 원활치 못하다는 단점이 사용자들의 선택을 늦추게 하는 것으로 보인다.

안정성·속도에의 투자가 압박요인으로

당분간 이러한 현상이 호전되기는 힘들 것으로 보인다. 현재 각 ISP들이 보유하고 있는 회선용량이 적게는 256K에서 많게는 9M 정도이다.

하지만 인터넷 서비스에 있어서 ISP들이 현재 할 수 있는 최선의 길은 안정된 서비스와 더불어 많은 트래픽을 소화할 수 있는 회선확보기

때문이다. 신비로의 한 관계자는 "현재 보유하고 있는 회선용량의 70% 정도의 트래픽이 생기면 새로운 회선을 확보해야 하는 시점이라고 볼 수 있다"고 전제하면서 "ISP들에게

있어서 회선 확보는 초기 투자라는 면에서 경쟁적으로 이루어질 수밖에 없다"고 말한다.

결국 현재의 가입자 확보가 부진하다고 해도 회선확보에 뒤처지게 되면 사용자들로부터 외면당할 수밖에 없다는 압박감 때문에 각 ISP들의 충분한 회선확보는 사활을 건 투자이기도 하다.

한솔텔레콤이 최근 외국사업자와 태평양 횡단 해저광케이블을 매설하기로 한 것, 아이넷의 일본 등 아시아 지역의 서비스 업체와 직접 회선을 접속하기로 한 것 등은 안정성, 속도, 차별화된 서비스를 제공하려는 ISP들의

지속적인 노력의 반증이다.

하지만 당장 회선사용료의 큰 부담을 감수하면서라도 회선증설을 게을리 할 수 없는 ISP들은 투자하는 만큼의 반사이익을 챙기지 못하면서 더욱 큰 부담을 가질 수밖에 없다.

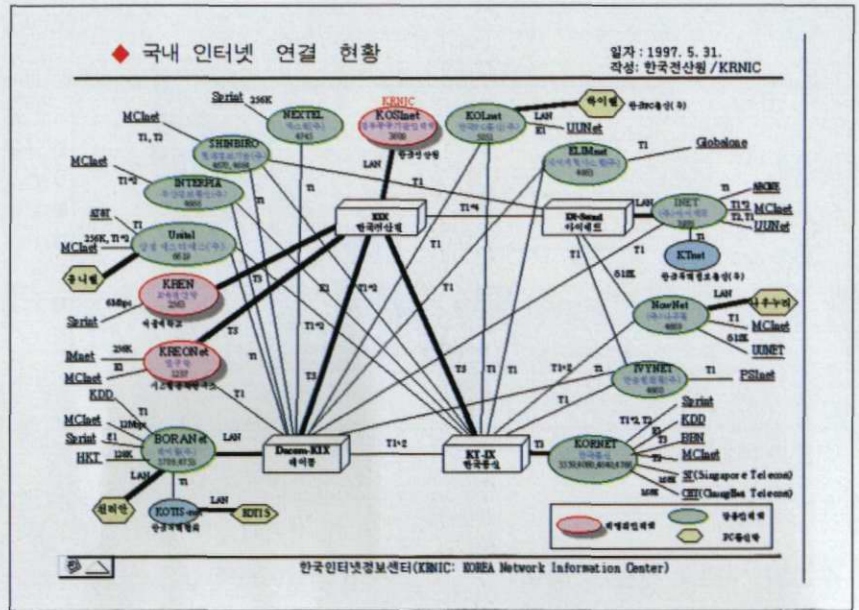
한국통신, “웬 적자?”

각 ISP들은 공통적으로 기간통신망에 크게 의존할 수밖에 없다. ISP들의 상당부분 투자가 기간통신망 사업자의 회선을 임대하는데서 비롯된 것이기 때문이다.

현재 인터넷 접속망은 국내회선은 한국통신에서 임대하거나 한국통신에게서 임대한 데이콤의 회선을 재임대하는 방식을 취하고 있다. 또 국제회선은 미국의 MCI, 스프린트, AT&T, 홍콩텔레콤, 싱가포르텔레콤 등의 외국 기간통신사업자와 한국통신, 데이콤 등 국내 기간통신사업자가 절반씩 투자했기 때문에 이 회선의 사용료로 절반은 외국 통신사, 절반은 국내 기간통신사업자가 챙기게 된다.

결국 ISP들은 국내의 회선 임대료와 사용자에게 부과한 사용료가 거의 같거나 모자라기 때문에 울상이 될 수밖에 없다. 그런데도 계속적으로 ISP는 회선을 증설해야 하기 때문에 국내 인터넷 이용자가 늘어날수록 이익을 얻을 수 있는 사업자는 기간통신망사업자 뿐이다. 물론 이것은 초기에만 보일 수 있는 현상이라고 주장하는 측도 있다.

하지만 현재의 추세라면 ISP는 앞으로 더욱 더 늘어나게 될 전망이어서 이들의 초기투자는 계속 이어질 것이므로 기간통신망 사업자의 이득은 보장되어 있는 셈이다.



〈그림 1〉 국내 인터넷 연결현황

이러한 상황에도 불구하고 한국통신측은 인터넷 사업이 적자라고 푸념한다.

물론 한국통신의 인터넷 서비스 사업이 채산성이 없다는 점은 수긍이 가는 부분이다. 그러나 회선임대사업을 함께 놓고 본다면 적자라는 것은 누구도 인정할 수 없는 이야기이다.

서비스의 특화가 관건

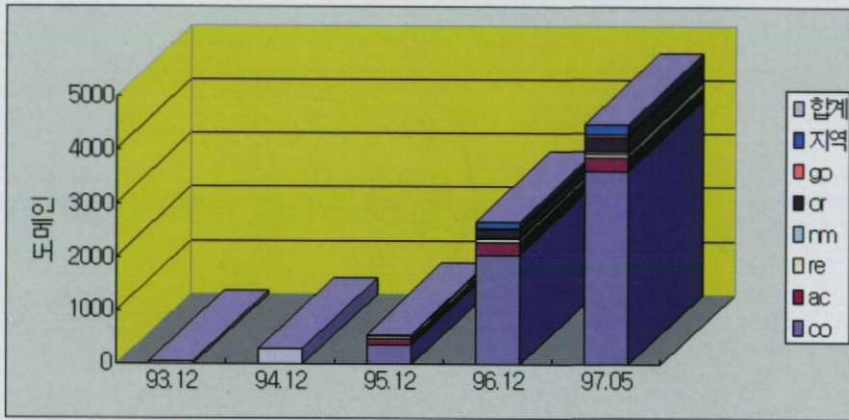
사정이 이쯤되고 보면 ISP로서는 현재와 같은 흐름으로 간다면 버티기 힘들지도 모른다. 끊임없이 이런 식으로 가다가는 몇몇 ISP만이 남게될 것이라는 관계자들의 소문이 언제 현실화 될지 모르는 것이다.

최근 이렇게 자신만의 특화된 서비스를 위한 ISP들의 움직임이 눈에 띄기 시작하고 있다. 나름대로 가장 성공적인 ISP로 평가받고 있는 아이넷(대표 허진호)은 국내에서 최초의 순수 ISP로 출발했다. 또 가장 많은 기관가입자를 보유(839개 기관, 5월 31일 현재)하고 있다.

현재의 가입자 확보가 부진 이디고 예도 회선확보에 뒤 처지게 되면 사용자들로부터 외면당할 수밖에 없다는 압박감 때문에 각 ISP들의 증분인 회선확보는 시활을 건 투지이기도 하다.

아이넷측은 이러한 성과에 대해 “가장 먼저 시장을 선점했다는 것과 인터넷 기술에 관한한 자타가 공인하는 기술력, 국내의 인터넷 붐이 결합된 것”이라고 분석하고 있다. 아이넷의 이러한 성공적인 시장진입이 결국 기관가입자를 겨냥한 서비스에 주력하고, 꾸준한 내부기술력 축적에 기반한 것이 아니겠냐는 것이 전문가들의 분석이다.

아이넷은 최근 21세기에 대비한



(그림 2) 국내 호스트 연도별 현황

광고가 새로운 정보가 되어 광고수익을 보고, 사용자들에게는 부담없는 인터넷 접속을 제공하겠다는 전략이다. 아이프리 서비스를 통해 아이넷은 벌써 상당수의 가입자를 확보한 것으로 알려지고 있다.

인터넷 종합그룹으로 탈바꿈하겠다는 전략을 발표하며, 인터넷과 연계된 고부가가치 서비스로 승부하겠다는 의지를 표명했다. 또 아이넷은 현재 회선면에서도 T1급 회선 내개와 T2급 회선을 확보하여 손에 꼽히는 풍부한 회선을 확보하고 있다. 여기에 그치지 않고 최근 아이넷은 ISP가 가진 기본 수익을 새롭게 바꾼 새로운 모델을 선보이고 있어 주목받고 있다.

ISP의 본질적인 수익은 이제까지 사용자들의 접속료였던 것이 통례였다. 그러나 이러한 통념을 깨고 접속료를 무료화한 서비스 아이프리(iFree)를 선보인 것이다. 하이퍼넷코

리아와 협력관계를 통해 하이퍼뷰라는 웹 검색기와 통합된 인터넷 광고전용 뷰어를 통해 사용자는 인터넷에 무료로 접속하면서 하이퍼뷰를 통해 광고를 보아주기만 하면 되는 것이다. 광고가 새로운 정보가 되어 광고수익을 보고, 사용자들에게는 부담없는 인터넷 접속을 제공하겠다는 전략이다. 아이프리 서비스를 통해 아이넷은 벌써 상당수의 가입자를 확보한 것으로 알려지고 있다.

이러한 무료 접속서비스는 타 ISP들에게 위협적인 요소가 되는 것은 분명하다. ISP의 한 관계자는 "사용자들에게는 바람직할지 모르지만 실제 내용없는 인터넷 사용자들만 양산시키는 함정이 될 수도 있다"고 우려를 표명했다.

또 현대정보기술(대표 김택호)의 신비로도 기존의 나우콤이 했던 것처럼 각 지역 사업자를 선정, 기술력을 지원하고 그 지역의 특성에 맞는 서비스를 제공하고 있다. 또한 최근에는 각종 부가서비스를 계속해서 선보이고 있고, 9월에는 쇼핑몰을 선보인다. 신비로의 개명에 맞춰 이제까지의 단순한 접속서비스에서 사용자의 관점에서 편의를 제공할 수 있는 서비스를

지속적으로 개발한다는 전략이다.

두산정보통신의 인터피아는 웹 오피스를 구축해 인터넷 사무실 즉, 재택업무 환경을 구축한다는 전략이다. 이러한 웹 오피스를 연동한 의사결정 자료의 흐름을 지원하는 시스템을 구축해 기업사용자들에게 제공한다는 방침이다. 이는 두산그룹의 자체 망인 베어넷을 운용했던 지난 12년간의 경험을 바탕으로 하기 때문에 충분히 인터피아만의 특화가 가능하다고 인터피아측은 밝히고 있다.

한편 인터피아는 현재의 전용선 서비스의 가격이 고가이기 때문에 도입하지 못하고 있는 중소기업의 업체를 대상으로 28.8K 전용선 서비스(월 10여만원대)를 하고 있다.

기존의 PC통신, 인터넷으로

현재 인터넷 접속 이용자가 증가하고 있는 추세이기는 하지만 기존의 PC통신 서비스에 비해 아직은 사용자들의 호감을 얻지는 못하고 있다고 할 수 있다. PC통신 서비스가 텍스트를 위주로 한 정보를 제공하고 있고, 이에 익숙한 사용자들은 우선 속도 때문이라도 인터넷 사용을 부담스러워하고 있다.

특히 동화상이나 각종 그래픽 기능이 뛰어난 인터넷의 인터페이스가 보기는 좋지만 너무 많은 시간을 소모한다는 흠이 있다. 이는 기존의 텍스트 기반의 통신서비스에서는 간단한 키 조작으로 곧 결과를 얻을 수 있는데 비해 너무 오래 기다려야 하기 때문이다. 결국 PC통신이 미국의 경우처럼 인터넷 속으로 흡수되지 않겠냐는 예측은 국내에서도 적용될겠지만 그 시기는 요원하기만 하다.

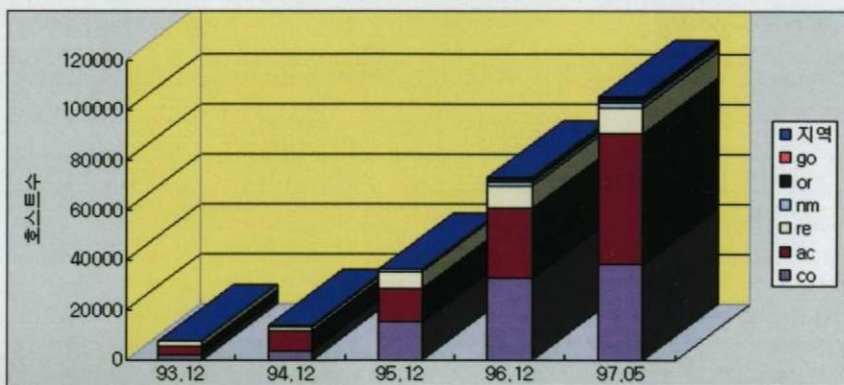
특히 인터넷과 PC통신을 동시에 서비스하는 업체의 경우는 분명 이 두 서비스의 시장이 구분된다고 보고 있다. 대표적인 경우로 유니텔을 들 수 있는데 애초에 유니텔이 인터넷 서비스를 겨냥해 사업성을 타진하다 PC통신 서비스에 인터넷 서비스를 결합시킨 이유도 바로 이러한 시장의 흐름 때문이라고 할 수 있다.

유니텔측은 “현재로서는 PC통신 서비스와 인터넷 서비스를 놓고 볼 때 인터넷은 부가적인 서비스에 더 적합하다는 판단”이 있었기 때문이라고 밝히고 있다. 이러한 평가가 적중, 서비스 2년만에 유니텔은 40만 유료가입자라는 성공적인 사업을 일궈냈다고 자평하고 있다.

나우콤 역시 자체 인터넷 서비스의 가격을 조정하고, 보다 많은 인터넷 서비스 이용을 유도하고 있다.

이러한 PC통신사들의 인터넷서비스를 통해 비록 느린 속도가기는 하지만 자사의 홈페이지를 구축해 기존 PC통신 서비스의 영역을 인터넷에서 서비스해 나가려고 하고 있다.

인터넷 서비스 사업자들은 기존의 PC 통신 서비스가 인터넷로 전환되는 정도에 따라 인터넷 사업이 보다 확장되리라는 기대를 갖고 있다. 그러나 데이콤 천리안의 경우는 천리안이 IP 사업에 전력하고, 보라넷의 경우는 NSP(Network Solution Provider)로 사업영역을 규정하고 있다. 즉 컨텐트 사업은 천리안을 통한 IP들을 통해 확보하고 보라넷은 접속서비스만을 중점으로 하겠다는 것이다. 가장 많은 사용자를 확보하고 있는 천리안이 이러한 정책을 갖고 있는 것 자체가 아직은 인터넷 사업이 초기 수준에



〈그림 3〉 연도별 도메인 현황

있다는 국내 상황을 반증하는 사실이기도 하다.

ISP 신설이 시장 확대에 도움될까?

최근 한국이동통신, LG의 PC통신, ISP 서비스 사업 진출이 결정된 바 있다. 그동안 이들의 통신서비스 사업진출을 놓고 설왕설래 많기도 했지만 서비스 사업자의 신설이 기정사실로 받아들여지면서 업계는 더욱더 차별화에 대한 압박을 받고 있다.

이에 대해 보라넷의 박영신 팀장은 “PC통신 사업에서도 나우콤이 생길 당시 많은 관계자들이 가뜩이나 좁은 시장을 분할하게 되어 악영향을 미칠 것이라고 예상했다”고 하면서, “그러나 결과는 PC통신 서비스 시장 자체를 확대하게 되어 각 서비스 업체들이 오히려 이점을 안게 되었다”고 말한다.

결국 인터넷 시장도 더많은 ISP의 설립으로 잃는 것보다는 얻는 것이 많지 않겠느냐는 것이다. 인터넷이 우리보다 훨씬 활성화된 미국의 경우나 일본의 경우도 수천개의 ISP들이 존재하는 것을 보면 우리도 역시 그렇게 가지 않겠느냐는 예상이 수궁이 가는 부분이다.

최근 한국이동통신, LG의 PC통신, ISP 서비스 사업 진출이 결정된 바있다. 그동안 이들의 통신서비스 사업 진출을 놓고 설왕설래 많기도 했지만 서비스 사업자의 신설이 기정사실로 받아들여지면서 업계는 더욱더 차별화에 대한 압박을 받고 있다.

물론 ISP의 증가가 가격경쟁이라든지 서비스 차별화를 위한 각 업체들의 서비스 경쟁으로 보다 나은 인터넷 서비스를 이끌어낼 것이라는 긍정적인 부분도 있는 것은 사실이다.

하지만 현재의 ISP들 중 상당수가 대기업을 등에 업은 상태로 크게 사업성에 신경 쓰지 않고, 파생되는 홍보 효과를 높이 사는 경우도 있는 점을 고려해야 한다.

사실상 ISP사업은 엄청난 투자가 선행되는 사업이라기 보다는 자체기술력과 경험이 중요한 사업이기 때문에 소규모 자본으로 특화된 영역을 가질 수 있다면 전망이 있는 사업이다.

〈표 1〉 국내 ISP 현황

1997년 5월 31일 현재

비영리 인터넷	제공기관	가입현황		웹 호스팅	ISP제공 PC통신
		기관	개인		
KREN	서울대중앙교육전산원	250	-	×	×
KREONet	시스템공학연구소	205	205	×	×
KOSnet	한국전산원	85	-	×	×
소계	540	205	×		

〈표 2〉 상용 인터넷 목록

ISP명	서비스명	가입자수	연간 매출	웹 호스팅	주요 서비스
KORNET	한국통신	1,100 (co-lan : 176)	18,156	3	×
BORANET	데이콤	626	45,659	75	천리안 1,615,807
INET	아이네트	839	26,739	80	×
KOLnet	한국PC통신	33	11,300	21	하이텔 1,322,300
NEXTEL	넥스텔	50	2,500	×	×
KTnet	무역정보통신	45	1,275	42	×
NOWNet	나우콤	200	14,000	48	나우누리 440,000
ELIMNet	제이씨현	72	6,100	32	×
Shinbiro	현대정보기술	240	6,000	65	×
INTERPIA	두산정보통신	101	5,704	17	인터넷피아 42,000
KOTISnet	한국무역협회	34	2,859	402	코티스넷 79,500
IVYNET	한솔텔레콤	244	-	7	
UNITEL	삼성SDS	4	4,586	20	
소 계		3,588	144,878	812	(유료)3,969,607 (무료)2,105,942

인터넷 사용자 추산치(전용선 가입기관 × 200) + (PPP/SHELL) + (PC통신통한 인터넷 사용자 수) = 3,076,625
 자료 : KRNIC

따라서 대기업이 참여할만한 사업이 아니지 않느냐는 불만의 소리가 적지 않은 것도 사실이다. 그러나 현재로서는 소규모 ISP들이 발붙일 기반이 없다고 보는 것이 정확한 판단이다. 이제 인터넷 사업이 초입단계 도달한 정도라는 것이 관계자들의 공통된 시각이기 때문이다.

이러한 상황이라면 당분간은 자본을 소유한 기업들의 참여가 이어질 것이 자명하다.

무리한 가격경쟁이 가능한 이들의 사업참여가 과연 시장을 확장시킬 것인지는 예측하기 힘들다. 오히려 시장의 물만 흐르는 결과가 오지 않을까하는 우려의 목소리도 적지 않다.



시장은 있다

현재의 ISP시장은 기간통신망사업자를 먹여살리는 정도에서 머무르고 있고, 외국의 통신회사들의 이익을 챙겨주는데 머무르고 있다고 해도 틀린 말은 아닐 것이다.

국제회선 사용료는 현재 규정가격의 20%를 할인하여 책정된 것이지만 사용료의 할인은 좀더 이루어져야 한다는 목소리가 높다. 국내에서도 014XY망이 기존의 회선 사용료의 30% 할인이 적용되는데 비하면 좀처럼 수궁하기 힘든 부분이다. 한국통신 측은 50%의 할인율을 적용하기 위해 지속적으로 제안하고 있지만 외국쪽의 전용회선 제공업자들이 국내의 트래픽양으로는 그러한 할인율을 받아들일 수 없다고 한다고 전하고 있다.

인터넷이 대세임을 부정하는 이는 없겠지만 국내의 인터넷 이용이 과연 비용에 대해 효율적인가 하는 의문에 대해서는 회의적인 반응이다. 그러나 각 ISP들은 결국 인터넷이 잠재해 있는 시장이고, 앞으로도 얼마든지 가능성이 있다고 믿고 있다.

실제로 인터넷 망을 제공하는 것 자체가 각 기업이 눈독을 들이고 있는 정보통신 사업의 기반이 되기 때문에 이에 대한 투자는 아까울 것이 없다는 것이다.

그러나 가입자를 확보하지 못하는 ISP는 아무런 의미가 없다. 현재와 같이 잔치상을 차려놓고 손님이 오지 않는 잔치집처럼 공허한 인터넷을 만들고 있는 ISP는 결국 국제회선임대사업자의 봉일 수밖에 없다. **LYC**