



③ 국외 유무선 통합서비스 현황

BT ‘첫발’ ‘오렌지·허치슨’ ‘동참’

보다폰은 대응부재로 교심 ... 일본 시장도 바야흐로 꿈틀

유럽 통신 시장은 FMC 경쟁이 가장 치열한 곳으로 통한다. 대부분 자국을 대표하는 유선통신 사업자가 모바일 사업을 시작했기 때문에 그들은 FMC 시대에서 충분한 경쟁력을 가지고 갈 수 있다. 프랑스 텔레콤 등은 그래서 FMC 시대를 반기고 있다. 반면 모바일 중심의 서비스 사업자였던 보다폰은 아직 시장 대응을 제대로 하지 못한다는 평가를 받고 있다.

글 | 김종율 기재(모바일타임스)

브리티시 텔레콤

2005년 6월 BT(British Telecom)는 'BT Fusion'을 개시하는 것으로 유럽 사업자 중에서 먼저 유무선통합 서비스를 시작했다.

이미 이동전화 사업을 매각해버린 BT의 경우, FMC 전략의 일환으로 자사가 가진 유선망으로 유선전화와 인터넷 접속 서비스를 제공하고 있으며, 여기에 더해 보다폰의 회선을 사용해 MVNO에 참여하고 있다.

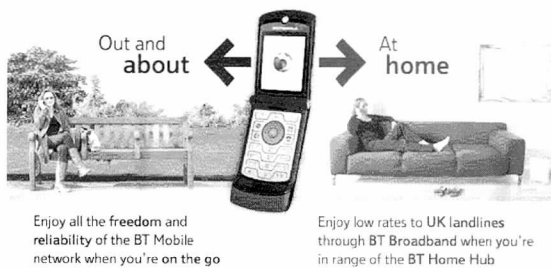
유선 사업자이지만 MVNO로 무선의 약점을 보완하겠다는 셈이다.

프랑스텔레콤

FMC 시대가 도래함에 프랑스의 프랑스텔레콤(FT)은 상당히 유리해진 사업자이다.

프랑스텔레콤은 유무선 서비스를 모두 제공하고 있기 때문. 이 유리한 조건을 활용하기 위해 새로운 사업

일본 시장에서도 FMC 바람은 불고 있다. 일본 총무성이 NTT 도코모와 NTT동서 지역 회사에 휴대전화와 유선전화를 일체화한 FMC 서비스 제공을 인정할 의향을 드러냈기 때문이다. 다만, 도코모와 NTT동서가 제휴하는 것으로 시장 독점이 일어나지 않게 다른 통신 사업자에게도 통신망을 개방하는 것을 조건으로 인정하게 된다고 한다. 이들의 FMC 서비스는 '060' 번호를 사용한 원 넘버 서비스나 도코모와 NTT동서의 청구서를 통합하는 서비스 등이 거론되고 있다.



전략도 시작했다.

이 회사는 프랑스와 영국에서 진행하고 있는 이동전화 사업으로 '오렌지'가 있고, ISP 사업으로 'Wanadoo'가 있으며, IPTV 서비스로 프랑스에서 전개하고 있는 'MaLigne'가 있다. 각각의 브랜드가 달랐던 것을 이번 '오렌지(Orange)' 브랜드로 통일했다. 법인용 사업도 'Orange Business Service'로 했다.

프랑스텔레콤은 FMC 서비스를 몇 개 진행하고 있다. 휴대폰 월정액 30파운드 이상을 지급한 프리페이어드 가입자용으로 'Orange Broadband' 서비스를 발표했다.

브로드밴드 액세스를 무료로 제공한다는 것이 서비스 내용이다.

또 9월에는 1개의 전화번호로 휴대전화와 유선전화를 동시에 이용할 수 있는 'Unik'를 제공할 예정이다. 브로드밴드 서비스 가입자는 와이파이를 이용해 자택에서 WiFi/IP 전화로, 외출시 휴대전화로써 이용할 수 있다. 영국에서는 이미 BT가 같은 서비스로 'BT

Fusion'을 시작했다.

이상의 전략을 봤을때 FMC 시대가 도래하면서 프랑 스텔레콤에게 오렌지 인수는 복덩이가 되고 있음을 알 수 있다.

오렌지는 원래 홍콩의 허치슨 암포아(Hutchson Whampoa)가 진행하던 브랜드였지만 프랑스텔레콤이 나중에 인수한 사업자이다.

현재 영국에서는 보다폰 · O2(Telefonica) · T-Mobile과 더불어 시장을 4분할 하고 있을 만큼 경쟁력을 가지고 있다.

도코모 · NTT東西

일본 시장에서도 FMC 바람은 불고 있다. 일본 총무성이 NTT 도코모와 NTT동서 지역 회사에 휴대전화와 유선전화를 일체화한 FMC 서비스 제공을 인정할 의향을 드러냈기 때문이다.

다만, 도코모와 NTT동서가 제휴하는 것으로 시장 독점이 일어나지 않게 다른 통신 사업자에게도 통신망을 개방하는 것을 조건으로 인정하게 된다고 한다.

이들의 FMC 서비스는 '060' 번호를 사용한 원 넘버 서비스나 도코모와 NTT동서의 청구서를 통합하는 서비스 등이 거론되고 있다.

NTT는 기존부터 그룹 중기 경영계획으로 도코모와 NTT동서, NTT 커뮤니케이션 등의 사업자가 각각의 서비스를 가능한 한 통합해 나갈 방침을 분명히 한 바

있다. 작년 말부터 그런 의향을 드러냈다. 그러나 관련 법에 막혀 실현시키지 못하다가 이번 총무성 인가 방침이 그 길을 열어줄 것으로 예상된다.

도코모 외 KDDI나 소프트뱅크는 이미 휴대전화망과 유선전화망을 함께 보유하고 있어 유연한 서비스 통합이 가능하다.

특히 KDDI는 12월부터 무선랜 기능 탑재 휴대폰을 이용한 기업용 서비스를 시작한다고 발표하기도 했다.

KDDI와 au 브랜드의 무선랜 기능 탑재 단말기 'E02SA'를 활용한 기업용 모바일 솔루션을 제공한다고 한 것.

'E02SA'는 KDDI가 지난 7월부터 기업용으로 제공을 시작한 au 최초의 무선랜 대응 휴대폰으로서 사내에서는 무선랜 대응 VoIP 내선전화로, 외출시에는 au 휴대폰으로 이용이 가능하다.

이번 기업용 서비스로 KDDI는 각 기업의 다채로운 요구에 유연한 대응이 가능해질 뿐 아니라, 기업내 무선랜을 활용한 새로운 커뮤니케이션 수단을 제공할 수 있을 것으로 기대했다.

특히 영업 등 외출이 많은 기업을 중심으로 1개 단말기로 이동전화망과 구내망(기업 랜)간 끊임없는 통신환경을 구축, '모바일 오피스' 수요에 대응할 수 있을 것으로 예상했다.



보다폰

보다폰은 올 5월말 발표한 회계년도 2005년 실적에서 172억 3300만 파운드 손실을 기록했다. 단일 기업적자로는 영국 비즈니스 사상 최대액으로 기록됐다. 보다폰의 최근 부진은 주가에서 그대로 드러났다. 보다폰

의 주가는 2005년 150펜스 정도였던 것이 2006년 들어 120펜스로 떨어졌고, 최근 몇 개월간 110펜스 부근을 오락가락하고 있다.

매출 감소는 보다폰의 위기를 여실히 드러내기에 충분했다는 게 전문가들의 평가이고, 이를 모를 리 없는 보다폰 역시 대응 방안을 발표하기에 이르렀다.

보다폰이 지난 5월 발표한 사업 전략은 (1)유럽을 중심으로 한 성숙 시장에서 비용 절감과 수익증대를 이루고 (2)신흥 시장을 적극적으로 개척하며, (3)모바일 사업 모델을 재검토 한다는 것 등이 주요 골자이다.

(1)은 더 이상 가입자 성장을 기대할 수 없는 포화시장에서 음성통화 외 부가가치를 창출할 수 있는 수익원을 확보하는 것으로 요약할 수 있다. 데이터 서비스를 비롯한 데이터 통신 카드나 블랙베리 등의 비즈니스 사용자 제품을 제공한다는 것이다.

(2)는 동유럽·아프리카·아시아 등 아직 전화(휴대전화와 고정전화) 보급률이 높지 않은 GSM권에 진출하겠다는 것이다. 여기에는 그 지역 서비스 사업자 인수 전략이 우선 거론되고 있다.

(3)은 이동전화 서비스 사업 중심에서 영역 확대를 의미한다. 유럽의 메이저 통신 사업자들이 대부분 유선망을 토대로 무선망 시장에 진입한 것과 달리 모바일 사업만 전개해 온 보다폰이 이 전략을 추진하는 건 큰 변화를 시도하겠다는 의미이다. FMC(유선과 휴대전화의 융합) 서비스 진출이 그 중심에 있다.

지난 5월 발표 내용 중 흥미를 끄는 건 당연히 (3)번이다. (3)번 전략이 나온 것은 보다폰이 FMC에 위협받고 있다는 것을 의미한다.

차세대 통신 시장 지배력을 위한 중요한 분야인 FMC에서 보다폰은 시작이 늦다. IDC측의 주장에 따르면 보다폰 주가가 최근 폭락한 이유도 FMC에 방향을 상실했기 때문이다.

사실 보다폰은 유무선통합 시대 전략을 제시하지 못하고 있다. 고작 전략이라고 밝힌 것이 지난 5월 드러난 전략 중 세 번째인 '모바일 사업 모델 재검토' 정도

이다.

물론 보다폰이라고 할 말이 없는 건 아니다. 독일 O2가 독일에서 제공하는 FMC 서비스 영향을 받아 보다폰은 모바일 사업 외 일부 시장에서 '홈존' 서비스를 진행하고 있다.

W-CDMA를 기반으로 PC사용자에게 인터넷 접속 서비스를 제공하는 게 홈존 서비스이다. 집에서 인터넷을 이용하고 싶지만 유선전화를 사용하지 않는 사람을 대상으로 하고 있다.

홈존 내 발신 통화 할인 서비스, 홈존 내 유선 전화번호 부여(상대가 유선전화요금으로 전화를 걸 수 있다) 등이 주요 내용이다.

이 서비스는 독일(서비스명 : Vodafone Zuhause)에 이어 이탈리아(Vodafone Casa)에서도 시작했다.

그러나 DSL을 이용한 트리플 플레이 등과 비교하면 매력은 떨어진다.

이에 따라 일부에서는 보다폰의 DSL사업 진출설을 계속 제기하고 있다. 물론 보다폰은 관련 입장 표명을 유보하고 있다.

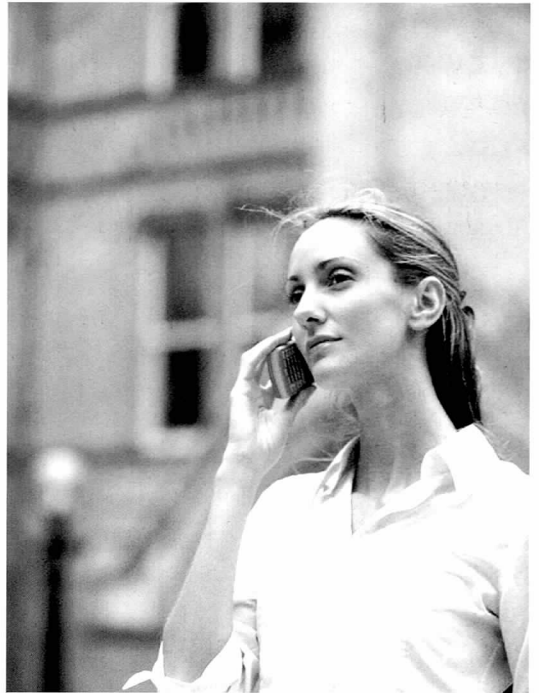
허치슨3

영국 허치슨3은 스카이프(Skype)와 제휴해, 자사 3G서비스에 스카이프를 번들하는 것을 발표한 바 있다. 이 회사가 제공하는 데이터 정액 서비스로 스카이프도 이용할 수 있게 된 것.

허치슨은 영국에서 유무선 통합 서비스를 제공하기 까지 우여곡절을 많이 겪었다. 허치슨은 애초 오렌지 브랜드를 갖고 있었다.

허치슨으로부터 오렌지를 인수한 곳은 독일의 만네스만(Mannesmann)이었다. 이 만네스만을 영국 보다폰이 합병하자 독점금지법 위반이 제기돼 오렌지가 분리됐다. 이를 프랑스텔레콤이 짝싸게 거둬들인 것.

프랑스텔레콤이 오렌지에 흥미를 가진 것은 영국 시장 진출 외 네덜란드의 KPN모바일에 대한 복수의



성격도 있다.

오렌지를 두고 KPN과 프랑스텔레콤이 다투기 이전, 프랑스텔레콤과 KPN은 독일의 E-Plus를 놓고 한판 승부를 벌였다. 결과는 KPN의 승리.

독일 E-플러스를 두고 진행됐던 대형 인수합병 이후 유럽 진영에 다시 불어닥친 대형 인수합병이 오렌지였던 것. 오렌지를 인수하기 위해 달려든 업체가 FT·KPN·텔레포니카 등이었다.

결과는 프랑스텔레콤의 승리였지만 가격이 그리 좋은 것은 아니었다. 프랑스텔레콤은 만네스만이 허치슨으로부터 오렌지를 인수할 때보다 훨씬 높은 가격을 주어야 했다. 이 일련의 일은 1999~2000년 사이에 벌어진 일로, 아직 텔레콤의 거품이 붕괴되기 직전이었다.

오렌지를 놓친 텔레포니카는 작년 O2를 인수하는 것으로 영국시장에 참여했다. 또 오렌지를 팔았던 허치슨은 그 후 3G 전용 서비스 사업자 '3'를 설립해 영국 시장에 참여하고 있다. **K**