



재조명 받는 인터넷 전화

포털은 현재 '통화 중'

대형 포털 업체들이 인터넷전화 시장에 속속 진입하고 있다. NHN, SK커뮤니케이션즈가 이미 인터넷전화 서비스를 시작했으며 야후코리아도 조만간 서비스를 선보일 계획이다. 특히 이들 포털 업체들은 막강한 가입자 기반을 활용, 지지부진한 인터넷전화의 대중화를 마련할 '선봉장'으로 업계의 기대를 한 몸에 받고 있다. 글 박현수 기자

다이얼패드를 기억하는가. 1990년 대 말 닷컴 기업의 열풍이 정점을 향해 치닫고 있을 때 통신 소프트웨어 개발 업체인 새롬기술이 다이얼패드 하나로 인터넷 업계를 평정했다는 전설적인(?) 서비스다. 당시 소비자들은 전화요금이 '완전 무료'라는 다이얼패드의 광고에 신선한 충격을 받았고, 빠르게 진화하는 IT기술에 환호했다.

다이얼패드는 인터넷전화(VoIP)서비스로 가입자 접속장비를 통해 인터넷에 접속해 음성통화를 할 수 있는 서비스로, 온라인을 통해 광고를 보는 조건으로 음성통화를 '공짜'로 할 수 있었다. 다이얼패드에 대한 소비자들의 관심은 폭발적이었고, 이 때문에 새롬기술의 주가는 한 때 30만원을 넘어서기도 했다.

그러나 다이얼패드는 발신 전화만 가능한 반쪽짜리 서비스였다. 걸려오는 전화를 받기 위해서는 추가로 유선전화를 설치해야 했으며, 무엇보다 통화품질이 기대 이하라는 평가를 받았다. 게다가 경영상의 이유로 다이얼패드의 최대 장점이었던 무료 서비스가 중단되며 유료로 전환된 후 사용자가 급감하며 지금은 한 때의 추억쯤으로 기억되는 아픈 과거를 간직한 서비스다.

지난해 인터넷전화 시장 1,570억원 규모

그러나 다이얼패드 이후 7년여가 지난 지금 인터넷전화에 대한 소비자들의 관심이 다시 살아나고 있다. 그리고 그 중심에 인터넷 포털 업체들이 등장하기 시작했다.

인터넷전화는 다이얼패드가 등장했던 7년 전과는 기술적, 대외 환경적으로 많은 변화를 겪었다. 정보통신부는 지난해 하반기 인터넷전화 역무를 "전기통신설비를 이용해 통화권 구분 없이 인터넷을 통해 음성 등을 송·수신하게 하는 전기통신역무"로 정의하고 인터넷전화를 기간통신역무로 고시했다. 인터넷전화를 둘러싼 제도 정비와 기간통신망의 고도화로 인해 시장 활성화를 위한 틀이 갖춰지기 시작한 것이다.



현재 인터넷전화 서비스를 제공하는 사업자는 크게 ▲KT·하나로텔레콤·데이콤·SK텔링크 등의 기간통신사업자 ▲삼성네트웍스·애니유저넷·한화S&C 등의 별정통신사업자 ▲스카이프·아이엠텔 등 인터넷에서 프로그램을 다운받아 사용하는 스마트폰 방식의 사업자로 나눌 수 있다. 여기에 최근 NHN, SK커뮤니케이션즈 등의 포털 업체들이 스마트폰 방식의 인터넷전화 시장에 속속 진입하고 있는 상황이다.

한국IDC 조사에 의하면 지난해 국내 인터넷전화 서비스 시장 규모는 대략 1,570억원 규모. 2004년 1,117억원에 비해서 40.6% 정도 성장한 것으로 나타났으며, 오는 2009년까지 연평균성장률 54%를 기록하며 2009년에는 9,689억원의 시장을 형성할 것으로 전망됐다.

그러나 아직까지 국내 인터넷전화 시장은 해외에 비해 성장이나 활용도가 더딘 편이다. 여러 가지 원인이 있을 수 있겠지만, 무엇보다 KT, 하나로텔레콤 등 거대 통신사업자들의 미적지근한 태도가 가장 큰 원인으로 지적되고 있는 상황.

이런 가운데 최근 포털 업체들이 인터넷전화 서비스를 제공하기 시작하며 스마트폰 방식의 인터넷전화 바람이 불기 시작했다. 스마트폰은 인터넷이 연결된 PC에서 프로그램 다운로드만 받으면 누구나 사용할 수 있는 서비스로, 하드폰처럼 값비싼 단말기도 필요 없이 헤드셋 하나만 있으면 되기 때문에 설치비용 부담도 적은 편이다.

아직 스마트폰이 전체 인터넷전화 시장에서 차지하는 비중은 미미하지만, 이들 포털 업체들의 가세로 향후 인터넷전화 들풍의 '핵'으로 등장할 것으로 기대를 모으고 있다.

해외에서는 이미 구글·MS·야후 같은 글로벌 인터넷 기업들이 일찍부터 인터넷전화 시장에 손길을 뻗치고 있는 상황이다. 야후는 지난해 6월 다이얼패드 커뮤니케이션을 전격 인수하며 인터넷전화 시장에 뛰어 들었으며, 이에 뒤질세라 MS도 두달후 VoIP 전문업체인 '텔레오' 인수를 발표했다. 구글도 기존의 텍스트 기반의 대화 서비스뿐 아니라 음성 통화도 가능한 메신저인 (구글 토크)를 출시하며 인터넷전화 시장에 발을 들여 놓은 상태다.

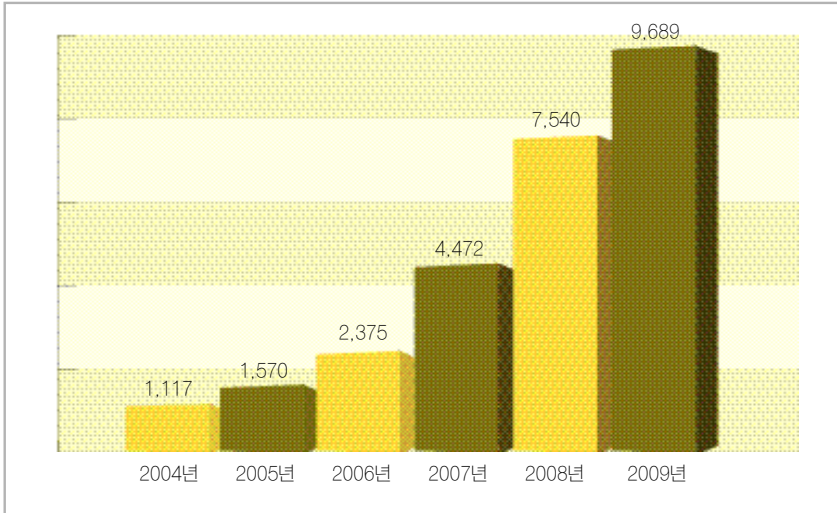
포털 업체 가세로 시장 규모 커져

현재 국내 스마트폰 시장은 아이엠텔, 새롬씨앤티 등의 전문업체들과 올초 한국 시장에 진출한 스카이프, 여기에 NHN, SK커뮤니케이션즈 같은 포털업체들이 가세하면서 3각 경쟁 구도를 형성하고 있다.

업계 한 관계자는 "그동안 전문 업체들만으로는 인터넷전화 시장 확대에 한계가 있었다"고 말하며 "자본, 마케팅 능력, 브랜드 파워를 갖춘 포털 업체들이 가세하면서 서비스가 보

<그림 1> 인터넷전화 시장 규모 전망

단위: 억원



자료: 한국IDC

<그림 2> 해외 인터넷 기업 인터넷전화 사업 움직임



다 활성화 될 수 있을 것”이라고 기대감을 표시했다.

지금까지 국내 시장에서 인터넷전화는 일반 기업과 국제 전화 시장이 주요 타깃이었다. 현재 인터넷전화의 시내·외 전화 요금이 일반 PSTN 전화요금보다 높게 책정 되어있기 때문에 시내·외 통화를 하면서 인터넷전화를 사용해야 하는 메리트는 떨어지는 게 사실. 이에 따라 인터넷전화는 가정용 가입자 보다는 기업용 서비스와 국제 전화 등을 중심으로 확산돼 왔다.

박근봉 MSA 커뮤니케이션 전략사업부 부장은 “일부 사업자들이 B2C 형태의 서비스를 개발하고 있지만, 아직까지 스마트폰은 국제 전화 시장이 타깃”이라고 설명한다. 이런 점에 있어서 국내 포털 업체들의 진출은 인터넷전화 대중화를 위한 중요한 기폭제가 될 것으로 전망되고 있다.

포털 업체들이 이렇듯 인터넷전화 시장에 경쟁적으로 뛰어들고 있는 이유는 기존 가입자의 충성도 향상을 통해 자사 사이트에 머무는 시간을 확대할 수 있기 때문이다. 또한 인터넷전화 그 자체로도 훌륭한 수익 모델이 될 수 있다는 것도 한 가지 이유다. 게다가 인터넷전화 서비스를 위해 별도의 추가 투자나 유지, 보수비용이 크지 않다는 점도 업체들로서는 매력적이다.

채수윤 SK커뮤니케이션즈 메신저전략팀 부장은 “향후 통신시장이 ALL IP망으로 진화되면 텍스트 기반의 의사소통수단인 메신저와 음성전화가 통합될 가능성이 높다. 포털 업체들도 이 같은 환경변화에 대응할 수 있는 역량을 확보해야 한다”고 설명했다. 덧붙여 “현재는 메신저 수익모델은 광고이외에는 별로 없는 셈인데, 인터넷전화와 같이 리치(Rich)한 커뮤니케이션 수단들이 도입되면서, 수익모델을 더 강화시킬 수 있을 것”이라고 전망하기도 했다.

다양한부가서비스제공

인터넷전화 전문 업체인 MSA커뮤니케이션은 2004년 11월 인스턴트 메신저와 인터넷전화를 통합한 ‘아이엠텔’ 서비스를 국내 최

초로 선보였다. 지금까지 가입자수는 약 20여 만명 수준. 올해 예상 매출액은 20억원으로 이는 지난해에 비해 100%정도 증가한 수치다.

박근봉 부장은 “인터넷전화 서비스는 아이디어 싸움으로 저렴한 가격뿐만 아니라 다양한 부가 서비스를 제공하면서 사용자에게 다가가야 할 것”이라고 강조했다.

MSA커뮤니케이션의 ‘아이엠텔’ 서비스는 음성 통화뿐 아니라 국제SMS·통화 녹음·친구 검색·대용량SMS 발송·메일 전송·채팅 등의 다양한 기능을 제공하고 있다.

국내 1위 포털 업체인 NHN은 지난 1월 검색 포털 네이버를 통해 지난해 10월부터 진행해온 무료 인터넷전화 ‘네이버폰’의 정식 서비스를 개시했다. 네이버폰은 이용자별로 인터넷 전화번호인 ‘070’을 부여해 PC간 통화, 일반전화로의 발신 및 수신이 모두 가능한 서비스. 네이버폰은 상용화 된지 8개월 만에 가입자 55만명을 돌파하는 등 유저들의 폭발적인 반응을 이끌어내고 있다. 네이버폰은 영상통화, 다자간통화, 070 착신통화 등 다양한 부가 서비스를 선보이고 있다. 통화 품질 향상을 위해서도 이동통신 잡음 제거 장치인 에코 캔슬러 도입으로 네이버폰 자체 퀄리티를 높이고, 사용자 환경을 정확히 캐치하여 적합한 환경을 조성할 수 있도록 기술적 보완에 주력하고 있다.

NHN측은 “무료로 이용할 수 있는 영상통화 등 네이버폰끼리의 통화뿐 아니라 보다 다양한 형태의 커뮤니케이션 툴을 제공하여 서비스 포지션을 확대해 나갈 계획”이라고 전했다.

SK커뮤니케이션도 지난 7월 네이트온 폰을 출시하며 인터넷전화 시장에 뛰어들었다. 네이트온은 1,700만명의 회원과 월 방문자수만도 1,200만명에 달하는 국내 최대 메신저 서비스로, 인터넷전화의 파급 효과에 대해 업계의 관심이 높은 상황.

SK텔링크와 제휴를 맺고 시작한 인터넷전화 ‘네이트온 폰’은 PC간 음성·화상 통화를 무료로 이용할 수 있으며, PC에서 일반 전화로 전화를 걸 경우 지역에 관계없이 시내 통화 요금이 적용된다. 특히 네이트온 폰은 메신저

주요 업체 서비스 현황

서비스명	업체	서비스 출시일	주요 기능
아이엠텔	MSA 커뮤니케이션	2004년 11월	국제SMS, 착신전환, 통화녹음, 친구검색, 음성/문자 쪽지, 파일전송, 채팅 등
네이버폰	NHN	2006년 1월	음성채팅, 영상통화, 다자간 통화 등
네이트온 폰	SK 커뮤니케이션즈	2006년 7월	PC간 음성/화상 통화, 주소록 관리 등
보이스 메신저	야후코리아	2005년 8월	PC간 통화, 다자간 화상회의, 대화 내용 저장 등
U2	KTH	2006년 6월	대용량 파일 전송, TTS, 동영상 서비스, 원격 접속 등

INTERVIEW 채수윤 SK커뮤니케이션즈 메신저전략팀 부장

“간편한 서비스 무기로, 이용자 확대 주력할 것”



그동안 국내 시장에서 인터넷전화는 잠재력에 비해 성장이 더딘 편인데, 그 이유는

우선 가격상의 장점이 적다. 미국이나 유럽의 경우에는 동일한 나라라도 타 지역인 경우 전화료가 꽤 비싼 편이다. 그럴 경우 인터넷전화는 시내 전화와 동일한 요금으로 사용하기 때문에 사용자 입장에서 훨씬 싼 가격에 전화를 할 수 있다. 우리나라의 경우에는 시외라고 해도 비용이 엄청나게 증가하는 것도 아니고, 정산료로 인해 인터넷전화의 가격 할인폭이 그다지 매력적인 수준이 못된다는 것이 이용 활성화의 제약요인으로 작용하고 있다.

두번째로는 국내이용자에게만 해당되는 것은 아니지만 장비 구매나 이용에 대한 부담 때문으로 보인다. 마

이크가 달린 헤드셋은 인터넷전화를 사용하지 않는다면 이용하는 경우가 별로 없기 때문에 보유하고 있는 경우가 많지 않고, 또 전화를 들고 전화하는 것 과 비교해서 귀찮다고 생각하는 경우가 많다.

네이트온 폰의 특징은 무엇인가.

네이트온 폰은 기존 가입자들이 가지고 있는 버디 리스트(buddy list)와 주소록을 통해 차별적 우위를 가질 수 있다. 전화번호를 입력하지 않고 쉽게 찾아서 한두번의 클릭만으로 전화를 걸 수 있기 때문에, 이용자들이 다른 서비스에 비해 편하다고 느낄 수 있다. 이미 많은 사람들이 PC에 네이트온 메신저를 설치해서 별도의 다운로드 없이도 바로 이용할 수 있다는 점과, 품질 강화를 위해 많은 노력을 기울여 타 서비스 대비 통화 품질이 우수하다는 것도 장점이다.

서비스 확산을 위한 마케팅 방안이 있다면.

이직까지는 사업 초기로 고객의 이용행태 분석을 하고 있는 상황이라 마케팅 방안에 대해 구체적으로 언급하기는 어렵다. 다만 국제전화라는 한정된 시장에 집중하기보다는 다수 사용자가 사용경험을 가질 수 있도록 이용을 확대하는 측면에 보다 초점을 두고 있으며, 장애요인 중 하나인 헤드셋 이슈의 경우 어떤 헤드셋을 어떤 방식으로 분배나 유통시킬지에 대해 고민하고 있다.

와 함께 이용하므로 주소록 관리가 용이하다. 메신저에 등록된 친구들의 이름과 연락처가 폰 전화번호부에 자동 업데이트되며, 이들에게 전화를 걸 경우 상대 선택 후 네이트온 폰을 클릭하면 전화가 바로 걸린다.

그 동안 인터넷전화 활성화의 큰 걸림돌로 작용했던 통화 품질도 우수한 편이다. SK커뮤니케이션은 잡음 제거, 음질을 명확하게 해주는 샤프닝 처리, 음원 증폭 처리 등 다양한 품질개선 과정을 거쳐, 우수한 수준의 통화 품질을 제공할 수 있게 됐다고 자신 있게 말했다.

현재 네이트온 폰은 발신 기능만 우선 제공하고 있다. 회사측은 착신 통화 개발이 진행 중이라고 말하며 언년에는 출시를 한다는 방침을 세워두고 있지만 그 시기는 아직 유동적이다.

야후코리아도 인터넷전화에 대한 모든 준비를 끝마치고 시장 진입 시기를 놓고 고민 중에 있다. 야후코리아는 본사 차원에서 지난해 6월 미국 다이얼패드 커뮤니케이션스를 인수해 VoIP사업을 위한 기술적 기반을 확보했으며, 지난해 12월부터 미국·싱가포르·독일·프랑스·홍콩·스페인 6개국을 대상으로 착·발신 시범 서비스를 진행해 왔다.

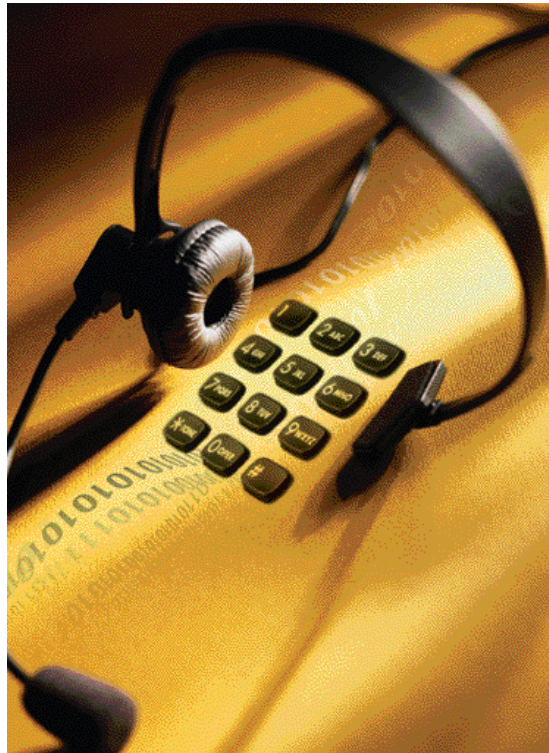
야후코리아 역시 빠르면 올해안에 유무선 전화 서비스를 선보일 예정이다. 현재 별정통신 2호 사업자 등록을 마친 상태이며 사업 관련 이슈를 마무리 하고 빠르면 올해 안에 유무선 전화 서비스를 선보일 예정이다. 상용화가 되면 인터넷 전화를 이용하기 위해 별도의 전용 소프트웨어를 설치할 필요 없이 기존 메신저에 VoIP 기능만 탑재해 기존 사용자의 불편을 최소화한다는 계획이다.

노광진 야후코리아 CIA 팀장은 “타 업체보다 늦게 시작하는 만큼 서비스 차별화에 좀 더 많은 고민을 하고 있다”며 “국제 전화 서비스만 하더라도 야후코리아는 본사의 글로벌망을 이용하므로 타 업체들보다 훨씬 더 저렴한 요금 체계를 마련할 수 있을 것”이라고 강조

했다.

이외에도 KTH의 과란은 지난 6월 유선전화와 메신저를 결합한 ‘유투(U2)’ 시범 서비스를 시작했다. 유투는 KT와 공동 개발한 신개념 메신저 서비스로 대용량 파일전송, TTS(Text-to-Speech), 유선전화 기반 통신 서비스, 그룹통화, 통합 메시징 등 다양한 통신서비스를 제공한다.

다음 커뮤니케이션도 지난해 스카이프와



손잡고 ‘다음 스카이프’ 서비스를 선보이기도 했지만 현재는 서비스가 중지된 상태. 회사측 관계자는 인터넷전화 시장 진입에 대한 다각도의 검토가 이루어지고 있는 중이라고 말하면서, 다음의 플랫폼과 VoIP 기능이 시너지를 낼 수 있는 방향을 고민하고 있으며, 다음 메신저 ‘터치’와의 연계를 생각하고 있지만 아직 확정된 것은 아무것도 없다고 설명했다.

아직은 수익 기반 취약

이렇듯 포털 업체들의 인터넷전화 시장 진

입이 확산되고 있지만, 아직은 뚜렷한 수익 모델이 부재한 상황이다. 주요 사업자들의 스마트폰 매출도 매년 큰 폭의 신장세를 기록하고 있지만 전체 서비스 규모는 100억원 미만으로 영세한 편.

NHN 관계자는 “저렴함을 무기로 내세우는 인터넷전화의 통신요금으로 수익모델을 잡는 것은 무리가 있다”고 언급하며 “인터넷전화 사용자가 부가적으로 필요로 하는 니즈를 개발하여 이를 성공시키는 것”이 중요하다고 밝혔다. 인터넷전화 가입자가 늘어난 이후, 사용자들을 대상으로 통화 이외의 유료 부가서비스 제공을 고려하고 있는 것.

소프트폰을 비롯한 인터넷전화에 대한 인지도가 예전에 비해 많이 확산된 편이지만, 활성화를 위해서는 해결해야 할 과제도 산적해 있다. 지난해 7월 정통부는 인터넷전화사업자들이 기간통신사업자에게 가입자당 매월 1,500원의 망이용대가를 지불해야 한다는 고시안을 발표했다. 1,500원이라는 망이용 대가를 지불하면 기존 PSTN 대신 인터넷전화를 사용해야 할 이유가 없어지는 것. 이에 따라 인터넷망 이용대가에 대한 문제는 현재까지도 기간통신사업자와 별정통신사업자 간 갈등을 야기 시키고 있다.

또한 스마트폰 사업자들은 인터넷전화와 무선전화 간 상호 착신전화 통화료 비과금에 대한 정책이 속히 수립되어야 한다고 주장하고 있다. 그래야만 사용자가 일반전화와 동일한 편의성으로 인터넷전화를 사용할 수 있게 될 것이란 의견.

포털 업체들이 인터넷전화 시장에 뛰어들면서 국내 인터넷전화 시장은 대중화를 위한 새로운 전기를 맞이하고 있다. 단기간에 폭발적인 가입자나 사용량을 기대하기는 힘들 것으로 예상되지만, 향후 주요 통신 플랫폼으로 자리매김할 것으로 전망된다. ●