



모바일 콘텐츠 사업의 진흥을 위한 소고

- 기기산업에서 문화 산업으로의 전환

김유석 arumdaum@zaclick.com

한국의 이동통신 산업은 전 인구의 95%에 이르는 가입자를 바탕으로 다양한 부가서비스(Nate, Pop-up, Multi-pack, Nate Drive, Melon 등)가 시도되고 있을 뿐 아니라, 삼성, LG, 팬택 등 세계적 수준에 도달할 단말기 생산 업체를 보유하고 있음에도 아직까지 질적인 면에서 Global Top이라고 할 수 있는 수준의 콘텐츠 업체를 보유하고 있지 못한 기형적 구조를 가지고 있다.

이는 이동통신 산업이 양적인 성장, 즉 가입자 수, 단말기의 보급 대수, 콘텐츠 개수, 인당 통화료(ARPU) 등 의형적 성장을 위주로 발전한 것에 기인한다고 생각한다. 우리가 양적인 성장에 집중하고 있는 사이 다가온 위험(단말사의 도산, 콘텐츠 개발사의 감소, 콘텐츠 당 평균 매출의 감소, 이동사의 ARPU 정체)은 이 산업 전반에 있는 시장 참여자(Role Player)들의 본질적 혁신을 요구하고 있다.

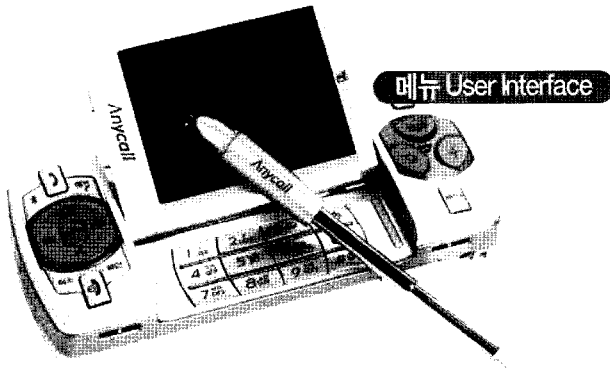
이에 필자는 본 소고를 통해 모바일 콘텐츠가 현재의 저수익 구조에서 벗어나서 단말 및 플랫폼의 수요를 창출하는 선도적 구조로 가기 위해 각 시장 참여자들이 가야 할 방향에 대한 본인의 생각을 기술하고자 한다.



모바일 콘텐츠가 저수익성의 늪에 빠져 가는 데는 여러 가지 이유가 있겠지만 크게 콘텐츠의 유통이 이동사 중심으로 일원화 되어 있는 점, 개발 플랫폼(SK-VM, Gnex, WIPI)에서 지원하지 않는 형태의 서비스는 개발이 불가한 점, 양적인 규모를 떠나서 질적으로 세계 수준의 기술력(기획과 디자인 역량 포함)을 확보하고 있는 CP 사업자의 부재 및 단말 제조사의 콘텐츠에 대한 인식 부족이 주된 이유이다.

우리가 저수익성의 늪에 빠져 있는 사이, 해외에서는 Qualcomm이 CDS(Contents Delivery System)를 갖추고 전세계 Telco와 비즈니스를 수행하고 있으며, 그 동안 모바일 시장을 작게 보고 진출하지 않았던 대형 콘솔 및 아케이드 콘텐츠 개발사들이 속속 모바일 콘텐츠 시장에 참여함과 동시에 Google, Myspace, Youtube등 유선상의 Global 경쟁

력을 갖춘 업체들이 모바일 콘텐츠 시장 진출을 가속화하고 있다.



이러한 시장 변화에 대응하고, 또한 기존의 Local Excellence를 Global Competency로 계승 발전시키기 위해, 우리는 기기 사업 중심의 양적 성장 모델에서 창조적인 문화 산업으로의 질적인 성장모델로의 전환을 모색해야 할 시점이라고 생각한다.

성공적인 전환을 위해서는 선도적 콘텐츠의 경쟁력 확보가 일차적인 과제이다. 이러한 경쟁력을 바탕으로 국제 무대에서 다양한 시도를 수행할 수 있는 서비스 플랜을 구축하여야 한다. 이를 수행하기

위해선 기 구축된 인프라를 적극 활용하여 단말과 플랫폼 서비스와 콘텐츠를 체계적으로 통합한 Vertical Market을 구축하여 상품화 하고, 이를 Global Time To Market에 투입할 수 있도록 System을 구축하여야 한다.

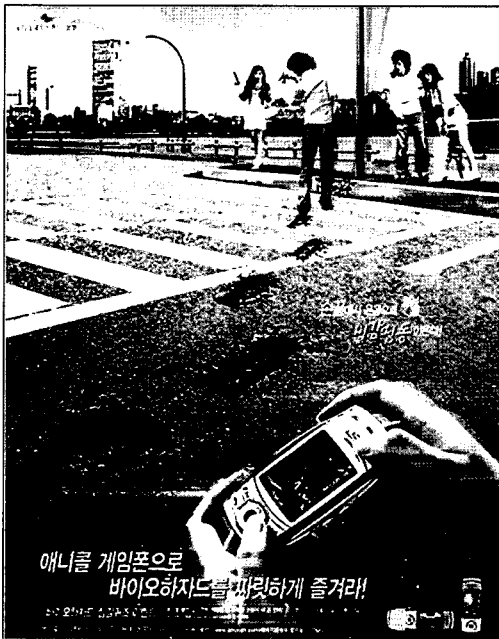
이를 위해서는 이동통신 시장 참여자들의 공동 노력이 절실하며, 특히 각 참여자들은 제 각각의 영역에서 다양한 역할을 조화롭게 수용해야 한다.

먼저 지금까지 콘텐츠 유통을 일원화하여 온 이통사는 그 간의 모든 투자를 혼자서 감당하는 체제를 보완 발전시켜 각각의 시장참여자들이 공존할 수 있는 Ecosystem을 구축하여 Contents Aggregator로서의 역할을 수행함과 동시에 세계 수준의 CP를 육성하여야 한다. 이를 위해 이통사가 자체 개발한 확장 규격을 보다 적극적으로 공개하고 CP 기준을 완화하며, 기존 WAP 형태 이외의 고객 접점을 확보하여 다양한 contents delivery가 가능하도록 하여야 한다.

또한 CP는 양적 대형화 이상의 질적 고도화를 이뤄내야 할 책임을 수행하여야 할 것이다. 근간에 정액제 무선 인터넷이 본격화 될 것이며, MSM 7000 Series 등의 도입으로 단말의 성능은 07년을 기점으로 비약적 발전을 이루게 될 것으로 예상된다. 이러한 환경에 대응하여 세계적으로 수천만 다운로드를 기록할 수 있는 콘텐츠 개발로 고객의 요구에 부응할 수 있어야 할 것이다. 이를 위해서는 Global 콘솔 및 아케이드 게임 업계 수준의 기획력, 디자인 능력과 마케팅 및 개발 역량을 확보하기 위한 노력과 투자가 필요할 것이다.

정부는 사업자간 협조를 통한 자생력 확보가 순조롭게 진행될 수 있도록 기존 입안된 정책 방안을 지속적으로 시행해야 한다. 통합 플랫폼으로서의 WPI가 본래의 의도를 충분히 수행하여 CP의 역량 분산을 막을 수 있는 방안이 될 수 있도록 지원 및 운영하는 동시에 기존의 결과물들이 국제적인 상품으로 확장될 수 있도록 각 시장참여자들을 독려하고 그간의 정책을 견지해야 할 것이다.

단말 제조사 역시 움츠러 들 때가 아니라 현재의 개발 정책을 보완 발전시킬 때이다. 고기능 단말 개발 정책에서 저가 단말 개발로 선회하여 글로벌 경쟁력을 확보하는 것은 마치 바이오닉 테란 전술에서 메카닉 테란 전술로 전환하는 것과 같은 위험을 가져오게 된다. 저가 단말에 새롭게 진출하기 보다는 신규 규격 및 부가서비스 포팅에 보다 적극적인 노력을 기울이되 베이스 모델을 줄이고 개발의 로드맵을 이동사와 공유하게 되면 줄어든 개발 및 생산 예산으로 소기의 성과를 얻을 수 있을 것이라 생각한다. 또한 제조사로서의 장점을 살려 새로운 하드웨어적인 시도를 적극 수용함과 동시에 하드웨어적 시도에 대한 규격 공개 및 Contents Delivery에 대한 지금까지의 노력을 지속하면 지금까지 일군 단말 산업 성장의 신화를 이어갈 수 있는 새로운 성장 동력을 가질 수 있게 될 것으로 믿는다.



한국은 모바일 시장에 뒤늦게 진출했지만 어느 나라에도 뒤지지 않는 눈부신 성장을 일궈냈다. 이제 기기 중심의 양적인 성장에서 경쟁력 있는 선도적 콘텐츠 중심의 질적인 성장으로 변화를 추구해야 할 시점에 와 있고 우리는 그 성장을 이룰 수 있는 기회를 맞이하고 있다.

양적으로는 충분한 시장과 서비스 토양을 일궈냈고 여기에는 관련 사업자들의 숨은 땀과 노력이 배어 있음을 부정할 수 없다.

그러나 개별 콘텐츠의 수익성은 점점 떨어지고 있으며 CP의 숫자는 줄어들고 그나마 남아 있는 CP 역시 독창적이고 세계적인 콘텐츠를 만들기보다는 쉽게 만들 수 있는 봉어빵 틀에서 유사한 콘텐츠를 찍어 내고 있는 현실은 이러한 노력의 빛을 바래게 할 뿐만 아니라 다가오는 전버전스 패러다임 속에서 얻을 수 있는 엄청난 기회를 잃게 하고 있다.

필자는 콘텐츠가 관련 시장 수요를 창조하게 되는 선도적 접근이 이루어질 때, 이 것이 단초가 되어 한국형 단말의 보급, 한국 고유 플랫폼인 WIPI의 세계화, 이동사의 성공적인 Globalization, 내수 기업의 한계를 넘어선 world company의 출현이 가능해지리라 믿으며, 각 시장 참여자가 이에 대한 비전을 공유하고 그 목표를 이루기 위한 혁신을 수행해 나가야 한다고 생각한다.



김유석

arumdaum@zaclick.com

98.10 ~ 2000.2 LG-Internet

2000.2 ~ 2000.6 Dacom Multimedia Internet

2000.6 ~ 현재 (주)자클릭 대표

2006.12 ~ 현재 팬터로그인터랙티브(주) 대표 (겸임)