

글로벌 포커스



IBM Knowledge is POWER 2007

250여 아태지역 고객대상 서버 · 스토리지 비전 선포



IBM의 시스템p와 스토리지에 대한 고객 대상 비전 선포식이 지난 8월 22일 일본 미야자키시(市) 웨라톤 그랜드오션리조트에서 성황리에 진행됐다.

‘IBM Knowledge is POWER 2007’ 이라는 이름으로 진행된 이번 행사는 지난 8월 22일부터 23일까지 양일간에 걸쳐 아시아태평양 지역 고객 250여명이 참가한 가운데 열렸다.

우리나라에서도 금융, 통신, 제조 분야 등의 IBM 고객사 전산담당자 41명이 이 행사에 참석했다.

IBM 서버 · 스토리지 급성장 보여
공식행사는 IBM의 글로벌 파워시스템의 로스 마우리 체너럴 매니저의 오프닝 발표인 ‘IBM의 핵심 임원으로부터 메시지’ 로부터 본격 시작됐다.

오프닝 발표에서 마우리 매니저는 “시스템p와 스토리지 부분이 상당 수정 성장하고 있

다” 며 “최근 중국의 베이징올림픽을 위해 중국 기상청에 공급한 것이 좋은 사례”라고 말했다.

또 마우리 매니저는 “특히 시스템p의 경우 지난 5년간 11.1%의 시장 성장률을 보여 HP가 같은 기간 5. % 감소하고, 썬도 0.9% 감소한 것에 비해 월등한 성장세를 보였다”고 주장했다.

리치 바이어 부사장은 ‘Power Beyond, The Power of Six’라는 주제발표를 통해 자사 p570이 “파워6를 탑재해 성능이 우수하고 에너지 절감 부문에 있어서도 큰 효과가 있다”고 강조했다.

그는 파워6의 장점으로 더욱 강력해진 가상화 기능, 강화된 보안 기능, 높은 가용성, 관리의 용이성 등을 들고, “시스템p의 강력한

가상화 기능을 통한 서버 통합으로 갈수록 늘어나고 있는 기업의 데이터센터 운영비용을 70~80% 절감할 수 있다”고 설명했다. 또 소프트웨어 라이선스 비용 절감, 시스템의 자동화를 통한 인건비 절감, RAS(안정성, 가용성, 서비스) 기능 강화 및 UCoD(업그레이드 온디맨드) 등을 통해 가용성 향상, 운영비용의 감소 등의 효과도 거둘 수 있다고 제시했다.

이번 세미나는 오프닝 발표에 이어 ‘IBM의 그린 데이터센터’에 대한 키노트 발표, 그리고 시스템p에 대한 전략과 스토리지에 대한 전략을 각각 글로벌 사업본부장들이 발표하는 형식으로 진행됐다. 이어 파워시스템과 스토리지 두 개의 세션으로 나누어 총 8개의 세션 발표가 22, 23일 이틀간에 걸쳐 진행됐다.

이번 세션 발표에는 파트너 업체인 SAP, 시스코, 브로드케이드의 IBM의 시스템p와 스토리지 협업에 대한 발표도 포함됐다.

그린 컴퓨팅으로 IDC 80% 에너지 절감

“데이터센터의 에너지 효율화를 이뤄내는 그린컴퓨팅은 단순히 칩만으로 해결할 수 있는 것은 아닙니다.”

이번 행사 중 키노트 발표자로 나선 IBM STG CTO (최고기술책임자)인 메이어슨 박사는 ‘빅그린 프로젝트’에 따른 IBM의 그린 데이터센터라는 발표를 통해 “그린컴퓨팅을

이루기 위해서는 칩, 아키텍처, 모듈, 하드웨어, 소프트웨어 모두 고려해야 한다”고 말했다.

이렇게 함으로써 진정한 데이터센터의 그린 컴퓨팅이 이뤄진다는 것이다.

또 메이어슨 박사는 “데이터센터가 그린컴퓨팅을 도입했을 경우 80%에 해당하는 에너지 절감 효과를 볼 수 있다”고 설명했다.

실제 미국의 한 데이터센터는 그린컴퓨팅을 도입해서 코네티컷 주의 전력 소비량과 동일한 양의 에너지 절감효과를 보였다. 또 미국의 전력회사인 PG&E도 그린컴퓨팅을 도입해 에너지 및 설비비용을 80%로 절감할 수 있었다.

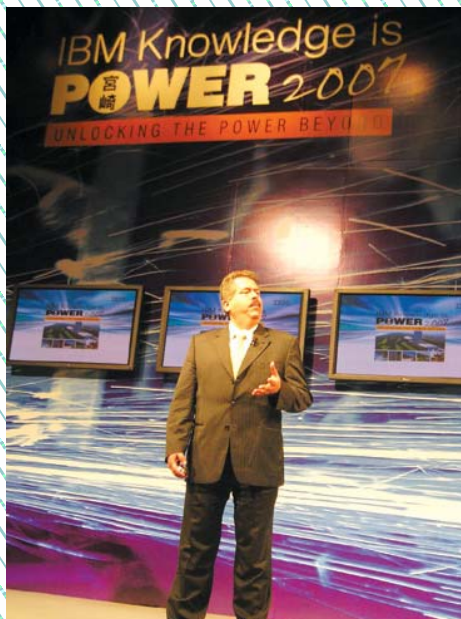
워터 쿨링으로 20%의 비용절감 효과

이와 함께 메이어슨 박사는 “IBM은 그린컴퓨팅 로드맵에 따라 파워6를 개발, 출시했다”며 “이를 기반으로 한 서버를 통해 데이터센터의 에너지 절감효과를 실제적으로 이뤄 낼 수 있다”고 강조했다.

이밖에 데이터센터 운영비용으로 큰 비중을 차지

하고 있는 쿨링에 대해서도 워터 쿨링을 활용, 효과적인 비용절감을 할 수 있는 방안을 제시했다. 이를 활용할 경우 공기로 쿨링을 했을 때보다 20%의 비용 절감 효과가 있다고 언급했다.

마지막으로 메이어슨 박사는 “그린컴퓨팅 수요가 늘어나고 있다”며 “그린컴퓨팅 실현을 위해 반드시 전체적인 관점에서 접근하고 협업을 해야 한다”고 말했다. **K**





HP 테이프 스토리지 본산 브리스틀 연구소

차세대 테이프 스토리지 기술선도 설계부터 개발, 테스트 까지...



영국 남서지방의 행정 · 상공업 · 금융 등의 중심지였던 브리스틀이 점차 IT 중심의 도시로 변모하고 있다. 통신업체 오렌지가 자리를 잡았고, 혼다 · HP 등 글로벌 기업들의 R&D 센터도 등지를 트는 등 글로벌 IT기업들의 진출이 이어지고 있다.

미국에 본사를 둔 세계적인 컴퓨팅 기업인 HP도 바로 이 곳 브리스틀에 스토리지 연구소를 설립했다.

HP의 테이프 스토리지 제품군 총괄

특히, 브리스틀 연구소는 HP의 테이프 스토리지 제품군을 총괄하고 있는 곳이다.

브리스틀 연구소에서 테이프 제품을 담당하는 벤 윌킨슨 소장은 “획기적인 기술과 제품을 창출하는 것은 물론, 경쟁 우위를 확보하기 위한 실질적인 영업 결과까지 제공하는 것이 이 연구소의 존재 이유”라고 설명한다. 지난 1983년 설립 이래 브리스틀에서 운영되어 온 HP 니어라인은 미국의 라이선스 허

가를 기반으로 테이프 및 디스크 하위 시스템 제조를 시작했으며 운영 첫 분기에 수익을 내는 실적을 보였다.

이후 얼마 지나지 않아 이 연구소는 DC600 테이프 카트리지를 사용한 HP 독점의 테이프 형식 구현기술을 개발했다.

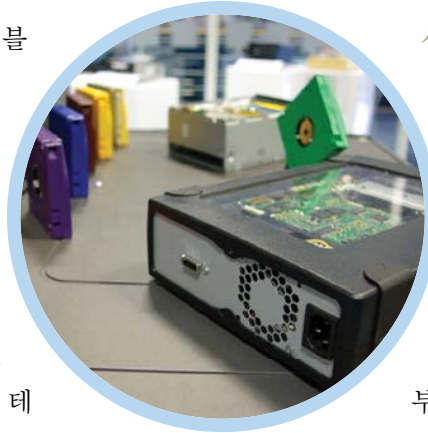
브리스틀 팀은 이어 테이프 드라이브 개발에 대한 HP 허가장을 부여받아 DC600 테이프 카트리지를 사용한 HP 독점의 테이프 형식 구현 기술을 개발하기도 했다.

브리스틀 연구소는 최근 중견 및 대기업을 대상으로 한 대용량 제품인 LTO-4 Ultrium 1840 테이프 드라이브와 중소기업 용 솔루션인 DAT 160, 블레이드 환경으로 개발된 첫

사례인 Ultrium 448c 테이프 블레이드를 선보였다.

HP, 테이프 스토리지에 강한 의지 과시

테이프 제품이 연속성이 있는냐는 논란에도 불구하고, HP는 지난 7월14일 중견·중소기업(SMB)를 대상으로 이틀 테이프 기반 스토리지 제품들을 야심차게 내놓음으로써 테이프 스토리지에 대한 로드맵과 SMB 시장에 대한 의지를 재확인했다. HP의 영국 브리스틀 스토리지 연구소에서는 영하 40도의 극한 환경은 물론, 다양한 온도·습도·전기·먼지·충격 등의 환경에서 테이프 스토리지가 어떤 성능을 내는지를 확인하고 개선 방안을 찾는다. 이 같은 다양한 테스트 결과는 HP의 네트워크가 깔려있는 전 세계 스토리지 생산라인은 물론, 다른 연구소에서도 확인해 제품 생산에 이를 반영할 수 있다.



세계 LTO 장치시장 점유율 1위의 원동력

HP는 브리스틀 연구소의 지속적인 기술개발 노력 덕분에 세계 LTO 장치시장에서 점유율 1위 자리를 지키고 있다. 연구소 소장을 맡고 있는 벤 윌킨슨 HP 스토리지웍스 사업부 테이프 담당 이사는 “브리스틀

연구소는 실질적인 특정 사용자의 요구를 충족시킬 수 있도록 제품과 서비스를 개발하고 있다”며 “백업, 아카이빙, 데이터 보호, 재해 복구 등 수요처의 요구에 초점을 맞춰 연구를 진행하고 있다”고 설명했다.

현재 브리스틀 연구소에서는 200여명의 연구진이 차세대 테이프 드라이브인 D2D2T(disk-to-disk-to-tape) 하위 시스템 및 소프트웨어 솔루션을 포함해 다수의 프로젝트를 연구하고 있다.

윌킨슨 이사는 “앞으로 7세대 DDS/DAT와 5세대 LTO 연구 작업을 본격화해 새로운 기술 로드맵을 제시할 계획”이라며 “백업 및 데이터 복구가 가능한 보완 디스크 기반 시스템 분야에서의 연구도 지속해 나갈 방침”이라고 강조했다. **K**





사이베이스 '테크웨이브2007' 행사 개최

모바일 솔루션 강조... 특화 전략 일환



사이베이스 '테크웨이브2007' 행사에는 46개국에서 1600여명이 참가했다.

데이터베이스 관리 소프트웨어 (DDBMS), 데이터 웨어하우스(DW) 업체로 잘 알려진 사이베이스가 지난 8월 7~10일 미국 라스베이거스 만달레이베이호텔에서 연례 유저컨퍼런스인 '테크웨이브 2007' 행사를 개최했다

전 세계 46개국 1600여명이 참석한 가운데 열린 이번 행사에서 사이베이스는 기조연설을 시작으로 115여 개가 넘는 세션에서 다양한 제품과 기술을 선보였다.

이번 행사에서 사이베이스는 모바일 플랫폼 전략을 크게 강조했다. 7, 8일 이틀에 걸친 기조연설은 크게 모바일과 BI·DBMS 분야로 구분돼 진행됐는데, 특히 행사 첫날인 7일의 기조연설은 모두 모바일에 관한 것으로 구성돼 모바일에 대한 사이베이스의 관심의 정도를 느끼게 했다.

그동안 사이베이스는 DW, DBMS 등 정보 인프라 솔루션 업체로 많이 알려져 왔다. 그러나 이번 행사에서는 기존 정보 인프라보다는 모바일 업체로 거듭나기 위해 노력하고

있음을 알리는 데 집중하는 모습을 보였다. 특히 지난해 사이베이스가 인수한 '모바일 365'를 통해 진출한 개인용 모바일 시장을 행사에서 부각시키는 데 주력했다.

사이베이스, 모바일 솔루션 전략 강화

존 쉐인 사이베이스 회장은 첫날인 7일 행사의 기조연설을 통해 전사 전략을 발표했다. 쉐인 회장은 "지난해 테크웨이브 행사에서부터 개인용 모바일 제품인 사이베이스 365(구 모바일365)를 어떻게 발전시킬까를 심도 있게 고민했다"는 말로 시작해, 모바일 시장의 성장 전망과 사이베이스 제품 전략 등을 설명했다.



행사장에는 인터넷을 이용할 수 있는 수십 대의 컴퓨터가 설치돼 참석자들의 편의성을 높였다

사이베이스365는 메시지 전송 등 개인 소비자가 많이 활용하는 모바일 기능이 중심이 된 제품으로, 기존 아이애니웨어에서 제공했던 모바일 미들웨어, 모바일 DBMS 등 기업용 모바일 제품과는 차별화돼 있다. 사이베이스는 사이베이스365를 통해 기업용 모바일 제품 전략을 개인용으로까지 확장했다.

사이베이스는 사이베이스 365를 포함시킨 이후의 전략인 언와이어드 엔터프라이즈에 대한 아키텍처를 구체적으로 언급하며 이 전략을 2.0 버전으로 발전시켰음을 설명했다.

이번 행사에서 처음으로 선보인 언와이어드 엔터프라이즈 2.0은 사이베이스가 기존에 전략적 개념으로만 머물렀던 무선 기업 환경을 가시화된 아키텍처로 재구성한 것이다.

지속되는 모바일 분야 인수·합병

사이베이스는 지난 5년 동안 무려 6개의 모바일 솔루션 업체를 인수하며 모바일 제품 전략을 꾸준히 확대해왔다. 이번 테크웨이브 행사에서 내비친

사이베이스 전략은 이를 집약해 나온 결과라고 볼 수 있다. 사이베이스가 그동안 인수한 업체는 메시지 전송, 모바일 미들웨어 업체 등 다양하다. 특히 개인용과 기업용 양쪽을 아우르는 제품군을 갖추고 있다.

조 오웬 부사장도 “사이베이스는 기업용 모바일 제품군인 아이애니웨어와 개인용 모바일 제품군인 사이베이스365 제품을 갖고 있다”며 “사이베이스는 모바일 관련 두 제품을 통합하지 않고 타깃 시장이 다른 독자 제품군으로 발전시켜 나가겠다.”고 말했다.

사이베이스는 모바일 시장의 성장도 자신하고 있다. 존 첸 회장은 m커머스 시장이 2008년까지 550억 달러로 성장할 것이라고 시장조사기관의 자료를 인용하기도 했다.

모바일 포함한 아키텍처로 타 업체와 차별화

사이베이스의 모바일 시장에 대한 관심은 대형사 중심의 DBMS, BI 시장에서 규모의 경쟁보다는 차별화를 통한 특화 전략을 펼치려는 것으로 해석된다. 사이베이스는 전 세계적으로 오라클이나 IBM, 마이크로소프트와 같은 DBMS 대형사와 경쟁을 해야 한다. 이런 대형사들과 경쟁하기 위해서는 특화된 전략이 필요하다는 판단에 따라 특화 전략으로 모바일을 택한 것으로 풀이된다.

사이베이스는 이미 BI 특화 전략을 시도한 바 있다. 우선 BI 분야에서의 특화 전략은 DW 전용 데이터 저장장치를 갖고 있다는 것이다. 일찍부터 DBMS 제품인 ASE, DW 제품인 ASIQ로 제품을 구분한 사이베이스는 분석용 정보장치에 알맞은 특화된 데이터 저장구조로 시장을 확대해나갔다. 사이베이스 ‘언와이어드 엔터프라이즈’ 전략도 이 같은 기본적인 특화 전략과 일맥상통한다. 결



오라클 오픈월드 상하이

“미들웨어 시장, SME에 주력할 것”



세계 3대 소프트웨어 기업인 오라클은 지난 7월30일부터 나흘간 사상 최대 규모인 8000명 이상의 고객, 파트너, 개발자들이 참가한 가운데 태지역 최대 기술 컨퍼런스인 ‘오라클 오픈월드 상하이’를 개최, 자사의 비전과 전략에 대해 소개했다

이번 오픈월드에서는 개발자 대상 행사인 오라클 디벨롭도 함께 진행돼, 개발자들에게 최신 개발 트렌드와 애플리케이션 개발 관련 첨단 기술과 향후 발전 방향에 대한 시각을 제공했다. 오라클은 특히 이번 행사에서 ‘이노베이션 플러스(Innovation +)’라는 전시회를 열어 한국, 중국, 일본, 인도 등 6개의 연구개발(R&D)센터 성과물을 전시했다. 네트워킹과 인텔리전스를 기반으로 자가 인식 및 문맥 인식 시스템을 구현하는 최신 기술도 주목받았다.

DB 기술을 선도한다…오라클 DB 11g
이번 행사에서 소개된 가장 눈에 띄는 제품은 오라클 DB 11g였다. 오라클은 이번 신제품이 DB 클러스터링, 데이터 센터 자동화,

워크로드 관리 성능이 향상됐으며, 보안, 고가용성, 확장성 향상으로 저비용 고효율 서버와 스토리지의 그리드 컴퓨팅을 구현해 복잡한 트랜잭션 처리, 데이터웨어하우징, 콘텐츠 매니지먼트를 지원한다고 소개했다. 이 중 가장 눈에 띄는 기능은 리얼 애플리케이션 테스트이다. 오라클 11g 고객들은 이 기능을 통해 HP(머큐리) 로드러너를 이용하지 않고도 업그레이드할 때 위험과 성능을 테스트할 수 있다. ‘데이터 가드’ 기능도 눈에 띈다. 데이터 가드는 단일한 DB로부터 데이터를 읽고 복구하며 리포팅, 백업, 테스트 및 업그레이드를 동시에 수행한다. 또 프로덕션 DB에서 스탠바이 DB로 업무를 분산해 성능을 향상시키면서 비용 효율적으로 재해를 복구할 수 있다. 이 외에 데이터 파티

서닝 자동화 기능을 제공하며, 2~3배 데이터 압축 능력도 보유하고 있다. 또한 오라클 토털 리콜 컴포넌트를 통해 관리자가 쿼리 데이터를 처리할 때 기존 데이터 상태를 유지하고 추적할 수 있다고 회사 측은 강조했다.

오라클, “미들웨어 시장에 주력” 선언

오라클이 이번 오프월드 상하이 행사에서 가장 강조한 것은 ‘미들웨어’ 시장이다. 오라클 주요 임원들은 IDC조사에서 오라클이 미들웨어 시장 2위에 올랐다고 소개하며, 미들웨어 시장에서 오라클을 주목할 것을 주문했다.

를 랜드슬리 오라클 아태지역 퓨전 미들웨어 담당 부사장은 한국기자들과 만나 “2007년 1분기 퓨전 미들웨어는 라이선스와 서비스를 합쳐 전세계적으로 10억 달러의 매출을 기록, BEA를 따돌리고 확고한 2위에 올랐다”고 주장했다.

랜드슬리 부사장은 “오라클 퓨전 미들웨어의 분기별 성장률이 83%”라며 “퓨전 미들웨어는 DB와 더불어 오라클을 대표하는 강력한 사업 분야가 됐다”고 설명했다. 그는 “오라클 퓨전 미들웨어는 미들웨어 시장 자체를 재정립하고 있다”면서 “그 어떤 기업보다도 공세적으로 성장하고 있다”고 강조했다. 한국 시장에서도 공세적으로 영업을 진행할 계획임을 밝혔다. 그는 “지금까지 한국 시장에서 퓨전 미들웨어가 조금 부족했던 것은 사실이지만, LG텔레콤의 서비스지향아키텍처(SOA) 도입사례, 한진해운, 한국특허정보원 등의 사례를 기반으로 공세적

전략을 펼쳐나가겠다”고 말했다.

중견·중소기업 전문 영업 조직 신설… SME 시장공략 강화

이번 오프월드의 또 다른 화두는 중견·중소기업(SME) 시장이었다. 오라클 아시아태평양지역 본부는 중견중소기업(SME)을 전담하는 조직인 ‘커머셜 어카운트’를 설립하고, 애플리케이션 솔루션 컨설팅을 이끌던 아드리안 존스톤 부사장을 책임자로 임명했다. 한국에도 커머셜 어카운트의 하부조직을 구성했다.

존스톤 부사장은 한국기자들과 만나 “새로운 SME 전담조직, 업종별 전문 파트너, 업종 특화 솔루션이라는 세 축을 기반으로 SME 시장을 공략하겠다”고 설명했다. 그는 “오라클은 아시아지역에 30~40개, 한국에 5~6개의 SME 전담 파트너가 있고, 80여 개의 업종특화 솔루션을 보유하고 있다”면서 “SME 기업에 맞춤형 솔루션과 템플릿, 서비스를 제공하겠다”고 강조했다.

오라클이 정의하는 중견중소기업은 연 매출 5000억 원 이하의 기업이다. 1000억 원 이하의 기업은 파트너사를 통해, 2000억 원 이상 기업은 오라클이 직접 영업한다.

존스톤 부사장은 한국의 중견중소기업들이 오라클 솔루션에 대한 인식이 커지고 있다고 설명했다. 그는 “최근 한국에서 중견중소기업들을 대상으로 행사를 진행했는데, 300여 명이 넘는 고객들이 참석했다”면서 “한국 기업들이 오라클을 인식하기 시작했다”고 말했다. 