

# SK텔레콤의 탈통신 전략

오픈 이노베이션을 중심으로

황남웅



# 기술경영경제정책 사례

## 발행처:

서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정

## 편집위원장:

이정동 (서울대학교)

## 부편집장, 편집위원:

김영준 (서울대학교)

## 편집위원:

김연배 (서울대학교)

박하영 (서울대학교)

윤명환 (서울대학교)

이종수 (서울대학교)

허은녕 (서울대학교)

홍유석 (서울대학교)

황준석 (서울대학교)

**기술경영경제정책 사례**는 기술경영, 기술경제, 기술정책분야의 다양한 사례를 개발, 소개하는데 목적이 있습니다. 기술혁신관련 기업의 사례뿐만 아니라 정부정책 사례로 포괄합니다. 국내사례를 중심으로 개발하여, 우리 실정에 맞는 기술경영전략과 기술정책의 틀을 만드는데 기여하고자 합니다. 본 자료가 기술혁신에 관심을 가진 기업의 경영자, 정부의 정책결정자, 학계 연구자 및 학생들에게 널리 확산되어 기술경영, 기술경제, 기술정책 분야의 기초를 다지는데 기여할 수 있기를 기대합니다. 본 사례들은 지식경제부 기술경영인력양성 사업의 지원을 받아 서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정에서 만들어진 것입니다.

© 서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정 (<http://temep.snu.ac.kr>)

서울특별시 관악구 관악로 1 우 151-742

이정동 (leejd@snu.ac.kr)

이 출판물의 내용은 저작권법에 따라 보호받고 있습니다.

# SK텔레콤의 탈통신 전략

## - 오픈 이노베이션을 중심으로 -

황 남 응\*

### 요 약

‘SK텔레콤은 오픈 이노베이션을 적극 도입해 글로벌 무한경쟁 속에서 경쟁력을 확보해나가는 전략을 구사한다. 활성화된 글로벌 통신시장에서 오픈 이노베이션은 선택이 아닌 생존을 위한 선택일 수밖에 없을 것이다. 통신 시장의 전체 매출 증가율이 둔화되면서 매출 확대와 성장을 위해서는 신규서비스와 새로운 사업 창출이 필요한 상황이다. 특히 이동 통신 산업은 플랫폼에서 구현될 수 있는 부가서비스가 무궁무진하기 때문에 다양한 서비스를 개발해 공급하기 위해서는 다양한 주체의 아이디어가 필요한 상황이다. SK텔레콤은 모바일 생태계 확대를 위해 개방과 협력의 기치를 내걸고 상생혁신센터를 설립하여 모바일 생태계에서의 종합지원체계를 구축하였다. 또한 모든 핵심 서비스를 공개해 글로벌 서비스 플랫폼으로 발전시킨다는 계획하에 Open API정책을 펼치고 있다. 나아가 개방과 공유의 오픈 마켓 운영 취지에 따라 모든 통신사에 자사의 앱스토어인 T스토어를 개방하였다. 이번 케이스 스터디를 통해 SK텔레콤의 오픈 이노베이션 전략을 분석하고 그 성과를 분석하고자 한다.

❖ Keywords: 오픈이노베이션, SK 텔레콤, 상생혁신센터, Open API, T스토어

❖ MOT codes: MOT-E4

---

\* 황남응 (nwhwang@temep.snu.ac.kr)

## I. 배경

### 통신 시장의 매출 증가율 둔화

지난 수년간 국내외 통신시장은 유선, 음성의 쇠퇴와 데이터 중심의 성장이라는 공통적인 현상을 경험하였다. 이동통신서비스는 가입자 또는 매출액 측면에서 성장세를 유지하고 있는 반면, 초고속인터넷을 제외한 유선서비스는 정체를 겪고 있다. 또한 이동통신의 경우 음성 매출의 성장은 점차 둔화되고 있는 반면, 데이터 매출은 세계적으로 일정한 성장 패턴을 유지하고 있다. 통신 시장의 전체 매출 증가율이 둔화되면서 매출 확대와 성장을 위해서는 신규서비스와 새로운 사업 창출이 필요한 상황이다. 특히 이동 통신 산업은 플랫폼에서 구현될 수 있는 부가서비스가 무궁무진하기 때문에 다양한 서비스를 개발해 공급하기 위해서는 다양한 주체의 아이디어가 필요한 상황이다.

### 새로운 성장사업 발굴의 필요성 대두

특히, 2007년 Apple의 아이폰의 성공으로 인해 단말기와 OS 플랫폼을 중심으로 한 무선 인터넷 플랫폼에 대한 중요성이 확산되었다. 이동통신사의 망을 중심으로 형성되었던 국내 이동통신 생태계는 새로운 환경에 대응하기 위해 콘텐츠 중심으로 재편되었고 플랫폼 구축 전략에 대한 관심이 높아졌다. 2010년에 접어들어 SK 텔레콤, KT, LG유플러스 등 국내 이동통신 3사는 탈통신을 화두로 제시하면서 새로운 성장사업을 발굴하기 위해 노력하고 있다. 탈통신 선언은 유선과 무선의 통합, 통신과 방송의 융합, 통신과 이종산업의 융합 등 급격한 환경 변화에 대응하기 위해 전통적인 통신산업에서 탈피하여 새로운 사업을 개척하겠다는 의지를 나타낸 것이라고 할 수 있다. 이러한 변화의 배경에는 전통적 통신시장의 성장둔화에 따른 위기감이 자리잡고 있으며 스마트폰 확산의 따른 통신시장의 가치사슬 변화로 새로운 시장 개척에 대한 다양한 접근방식이 출현하고 있다는 점도 크게 작용했다.

### 생존을 위한 선택, 오픈이노베이션

전통적으로 기업들은 자신들이 보유한 기술과 자원을 바탕으로 연구개발(R&D)을 해 왔다. 이를 통해 기업들은 특허, 기술 등의 지적 자산을 확보함과 동시에 다른 기업들과 경쟁할 차별적 요소를 갖춰 왔다. 그러나 최근의 빠른 사업 환경 변화는 모든 것을 기업 혼자만의 기술과 능력으로 해결하려는 'NIH(Not Invented Here) 신드롬' 을 더 이상 용납하지 않고 있다. 기업에 필요한 기술과 아이디어를 외부에서 조달하는 한편, 내부의 것을 외부와 공유

하면서 새로운 제품이나 서비스를 만들어 내려는 움직임이 활발하다. 이른바 오픈 이노베이션이 하나의 거대한 트렌드를 형성해가고 있다. 특히 오픈 이노베이션이 활성화된 글로벌 통신시장에서 오픈 이노베이션은 선택이 아닌 생존을 위한 선택일 수 밖에 없을 것이다.

### SK텔레콤의 현재 상황

SK텔레콤의 지난 몇 년간의 경영성과를 보면 성장 추세가 다소 둔화되고 있음을 알 수 있다. 2007년 총매출액은 11조 2,850억원이었는데, 2010년의 총매출액은 12억 4,600억원으로 지난 3년간 총 10% 성장에 그쳤다. 2007년에서 2009년으로 오면서 다소 감소하였으나, 2010년 스마트폰의 보급 증가로 데이터 ARPU가 늘어나 다시 증가 추세로 전환되었다. 2010년 당기순이익은 1조 4,110억원으로 매출액 대비 이익비율은 11.3%를 기록하였다.

[표 1] SK텔레콤의 경영성과

(단위: 억원)

	2007년	2008년	2009년	2010년
매출액	112,859	116,747	121,012	124,600
매출원가	836	594	360	1,089
매출총이익	112,023	116,152	120,652	123,511
판매비와관리비	90,308	95,553	98,859	103,161
영업이익	21,715	20,599	21,793	20,350
당기순이익	16,425	12,777	12,883	14,110

자료: SK텔레콤, 감사보고서

[표 2]는 SK텔레콤의 국내 개인 서비스 영역을 보여준다. SK텔레콤은 크게 개인서비스 영역과 기업 서비스 영역으로 나누어 서비스를 제공하고 있다. 기업 서비스는 네트워크 서비스, 기업 SMS 서비스 등을 제공하고 있으나 개인 서비스에 비해 규모는 적다. 개인 서비스는 1) 이동전화 서비스, 2) 유무선 통합 서비스, 3) 유비쿼터스/컨버전스 서비스 등 3개 영역에 걸쳐 14개 서비스를 제공하고 있다. SK텔레콤의 서비스 영역은 단순 휴대폰 통화 서비스에서 유무선 통합 및 컨버전스 서비스 등으로 그 영역을 확대해 나가고 있음을 알 수 있다.

SK 텔레콤은 단순히 서비스 생산과정의 효율화를 통해서 가치를 창출하고자 하는 것 보다는 새로운 아이디어와 새로운 기술의 융합에 의한 서비스를 만드는 것이 시장에서의 가치 창출 효과가 더 크다. 사내의 한정된 자원과 기술, 인력 이 갖는 한계점을 극복하기 위해서 오픈 이노베이션이 필요한 상황이다.

[표 2] SK 텔레콤 국내 개인 서비스 영역

분류	서비스	서비스 특징	서비스 내용
이동 전화 서비스	T ROAMING	해외여행, 출장	해외 여행이나 출장 중에 그 나라의 서비스에 별도로 가입하지 않고도 자신의 단말기, 번호 그대로 휴대폰을 이용할 수 있는 서비스
	멤버십 서비스	SK텔레콤 회원	고객의 연령별, 니즈별로 Leaders Club, TTL, ting 등 세분화된 멤버십 서비스
	T-Live	모바일 영상 서비스	WCDMA 영상통화 폰을 보유한 고객이 영상과 음성을 이용하여 통화할 수 있는 서비스
유무선 통합 서비스	MelOn	유비쿼터스 음악포털	언제 어디서나 원하는 음악을 찾고 감상할 수 있는 환경 지원, 사이트에서 실시간으로 음악을 듣거나 다운로드 할 수 있으며, 다운로드한 음악은 PC, MP3 플레이어, 휴대폰 등 어떤 기기로나 다시 재생
	Cizle	유무선 영화포털	인터넷 사이트와 휴대폰을 통해서 영화예매, 할인, 영화정보 등의 혜택을 받을 수 있고 시사회 초대, 이벤트에도 참여할
	GXG	모바일 3D 게임	3D 게임포털, 입체 영상, 사운드로 기존 모바일 게임과는 차원이 다른 3D 게임을
	T Interactive	맞춤형 인공지능 서비스	캐릭터, 관심친구, 바로가기, 검색, 엑스퍼트 등의 서비스를 통해 대기화면 상에서 사용자에게 최적화된 무선인터넷 환경 제공
	NATE	유무선 통합 인터넷	PC, 휴대폰, PDA, 자동차에서 정보, 커뮤니케이션, 엔터테인먼트, 커뮤니티 등 네이트닷컴과 연계한 콘텐츠와 서비스
	T Live	모바일 미디어	영화, 음악, 애니메이션, 게임, 스포츠 등 엔터테인먼트 콘텐츠와 TV 프로그램 등 멀티미디어 서비스
유비쿼터스/컨버전스 서비스	Telematics	차량용 디지털 컨버전스 서비스	인공위성을 이용한 GPS 방식으로 휴대폰을 통해 길 안내, 실시간 교통정보, 긴급출동 서비스, 주변 시설물 찾기 등의 서비스
	Digital Home Network	주거환경 디지털 홈	가정 내의 모든 정보가전 기기를 유무선 홈 네트워크로 연결하여 시간, 장소에 구애받지 않고 원격으로 교육, 홈 오토메이션, 멀티미디어 등 서비스 제공
	TU	Take Out TV	가지고 다니는 TV, 위성 DMB는 휴대폰이나 차량용 단말기를 이용하여 DVD 수준의 화질과 CD수준의 음질의 디지털 방송 제공
	RFID	스마트 터치 모바일	휴대용 단말기로 인식한 RFID 태그정보를 통해 상품의 정보 및 유통경로까지 확인 가능 서비스
	LOView	디지털 액자	유비쿼터스 액자라 불리는 디지털 액자는 유무선 인터넷 연결 기능이 내장되어 디카로 촬영한 사진, 휴대폰으로 찍은 사진 전송, 디스플레이
계	14개 서비스		

자료: SK텔레콤 홈페이지(www.sktelecom.com)에서 재구성

## II. 전개과정

SK텔레콤의 모태는 1984년 한국전기통신공사(현 KT)의 자회사로 설립된 한국이동통신 서비스주식회사로, 1984년 차량전화 서비스 이후, 1988년 공중전기통신사업자로 지정되어 이동전화 서비스를 시작하였다. 이러한 SK텔레콤의 탄생 배경은 오픈 이노베이션의 여러 형태 중 분사(Spin-Off)의 하나의 사례로 볼 수 있다. 1994년에는 SK그룹이 최대 주주로 경영 참여를 시작한 후 1997년 SK텔레콤으로 사명을 변경 하였다. SK텔레콤은 유무선 통합 매출액 기준으로 KT에 이어서 2위이고, 국내 이동통신 가입자 점유율 약 50.8%를 기록하여 이동통신 1위를 차지하고 있다.<sup>1</sup>

21세기 급격한 환경변화 속에서 SK텔레콤은 마케팅, 네트워크, 기술개발 활동 등을 통해 주어진 상황에 맞춰 적절한 전략을 구사해 왔다. 그리고 장기적 관점에서는 조직의 성장목표와 방향을 명확히 설정하고 관련 핵심역량을 창출하기 위해 지속적으로 노력함으로써 성장 잠재력을 극대화하고 있다. 이러한 SK텔레콤의 장기 성장전략 방향을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1. 세계 수준의 경쟁력 확보: 이동전화 사업에서의 경쟁력을 유지하고 지속적으로 성장하는 것을 가장 중요한 전략적 과제로 인식한다. 따라서 다양한 마케팅, 네트워크, 기술개발 활동을 통해 국내 최고 수준의 경쟁력을 세계 선도 수준으로 높이기 위하여 노력한다.
2. 차세대 비즈니스 모델 개발: 신규 사업영역을 추가로 개발함으로써 지속적 성장기반을 창출하며, 이를 위해 차세대 비즈니스 모델 개발을 다각도로 추구한다.
3. 핵심역량 개발·유지: 조직혁신과 학습활동을 지속적으로 강화해 핵심역량을 개발하고 유지한다. 특히 비즈니스 컨버전스와 유비쿼터스 네트워크 경쟁에 필요한 다양한 자원과 역량을 확보하며, 성장 목표와 주변관계자들과의 이해를 조화시키기 위한 新가치경영(New value Management) 체계를 구현하는데 모든 조직역량을 집중한다.
4. 전략적 제휴 강화: 인수합병과 전략적 제휴를 새로운 경쟁방식으로 채택하여 빠르게 변하는 사업환경 속에서 지속적 협력기반을 구축하고 여기에 필요한 핵심역량을 신속하게 확보한다. 21세기 진입과 함께 신세기통신을 인수하였고, 라이코스, 팍스넷, 싸이월드 등의 인수를 통해 비즈니스 컨버전스 시장을 주도하기 위한 제도적 기반을 마련하였다. 그리고 하나로텔레콤과의 유무선 복합협력, 도시바 등 해외 사업자와의 제휴를 통한 위성 디지털 방송 진출 등 전략적 제휴를 강화하고 있다.

<sup>1</sup> 방송통신위원회(2011. 7)

이와 같이 SK텔레콤은 모든 사업 활동과 조직 및 구성원이 공통적으로 지향하는 목표와 가치체계를 기업 비전으로 구체화하여 공유함으로써 조직 전체가 일관된 방향으로 나아가고자 노력해 왔다. 2010년부터 SK텔레콤은 상생과 개방의 개념에 기반한 오픈 플랫폼을 적극 추진하고 있다. 또한 4대 추진방향의 하나로 ‘개방형 에코 시스템 구축’을 선정하고, 상상적 산업생태계를 만들어가기 위해 비즈니스 파트너와 함께 새로운 사업기회를 발굴하는 등 협력을 확대하고 있다.

스마트폰이 출현하면서 모바일 생태계는 급변하기 시작했고, 이 과정에서 종전의 통신서비스가 위협을 받는 상황에 이르렀다 예를 들면 모바일 메신저 사업의 급격한 성장은 통신회사의 매출을 갉아먹고 있다. 이렇게 충돌이 발생할 수 있는 두 가지 사업을 한 울타리에서 하게 되면 신규 비즈니스는 한계가 있을 수밖에 없기 때문에 2011년 SK텔레콤은 플랫폼 사업부문을 분사시키기로 결정했다.

SK텔레콤 플랫폼사업의 새로운 성장을 위해 2011년 10월 1일부터 자회사로 출범한 SK플래닛은 SK텔레콤이 지분을 100% 가지고 있으며 보다 혁신적인 경영 시스템과 차별적인 기술력 확보를 최우선 과제로, T스토어, T맵 등의 플랫폼과 뉴미디어(호핀), Commerce(11번가), 미래유통망 등의 플랫폼을 중심으로 사업 혁신 및 신규 개발에 주력할 것이라고 밝혔다. 핵심사업은 T스토어와 T맵으로 대변되는 디지털 콘텐츠사업과 11번가를 기반으로 한 커머스사업이다. 디지털 콘텐츠사업은 기존 SK텔레콤의 통신 및 유통망에 얽매이지 않고, 개방 플랫폼을 기반으로 영역을 넓혀 나갈 계획이다. 또한 외부 중소기업과 협력사업을 확대하고, SK텔레콤 고객뿐만 아니라 타사 및 해외고객도 손쉽게 즐길 수 있도록 개방 플랫폼으로서의 개방성을 강화할 것이다.

SK플래닛 서진우 사장은, “SK플래닛은 개방과 협력을 기반으로 그 동안의 SK텔레콤에서 성공했던 Platform 사업들의 장점을 상속/발전시키고, Open Platform 시대를 보다 공격적으로 선도하여 더 이상 국내에서의 경쟁우위가 아닌 해외시장의 플레이어들과 경쟁하여, 국가적으로도 새롭게 도약할 수 있는 기회를 찾도록 최선을 다 할 것” 이라고 말했다. 이러한 성장을 위해 SK플래닛은 지난주 말 650여 전 임직원이 참여한 가운데 기업비전을 공유하는 하모니데이(Harmony day)를 갖고 변화를 위한 새로운 슬로건으로 ‘HUG the Planet’을 선정하고, Human, Unique, Global을 핵심 가치로 삼아 역사적으로 시도되는 통신회사의 플랫폼 별도법인 출범이 성공될 수 있도록 전 구성원이 결의했다.

### III. 내용

#### 개방과 협력을 위한 상생혁신센터 설립

SK플래닛의 상생혁신센터는 모바일 생태계(Eco-System) 확대를 위해 개방과 협력의 가치를 내걸고, 2010년 10월 서울대학교 연구공원 내 설립됐다. 상생혁신센터는 외부 개발사 및 개인 개발자를 교육, 육성하고 T맵, T스토어, 문자메시지(SMS/MMS) 등 시장 내에서 경쟁력을 가진 서비스들의 기반 기술(API)을 공개하는 등 글로벌 서비스 플랫폼 육성을 위해 다양한 프로그램을 진행해 오고 있다.

SK플래닛의 상생혁신센터는 현재 상생혁신센터(OIC), T아카데미, MD(Mobile Device) 테스트센터 등 총 세 개의 센터를 통합 운영하고 있다. 아이디어 제안접수를 비롯해 T아카데미를 통한 개발자 교육

- **생애주기** 단, 개발비 및 마케팅 활동 지원까지 개발자들의 자발적인 참여를 이끄는 모바일 생태계에서의 종합지원체계를 구축한 것이 특징이다. 상생혁신센터는 개방과 협력을 통한 외부 파트너들과의 동반성장을 실현하고자 설립했다. 이를 위해 예비 창업자 지원을 위한 ‘1인 창조기업 육성’, 중소기업과 동반성장을 위한 ‘파트너사 사업지원’, API 활성화를 위한 ‘오픈 API 협력 프로젝트’, 일반인들의 위한 ‘상시 아이디어 제안’ 사업을 운영해왔다. ‘T아카데미’는 체계적인 정보기술 실무 교육을 통해 전문 개발자 육성을 위해 설립된 교육기관으로, 설립 1년 반 만에 약 6,800명의 수강생을 배출했다. 현재 T아카데미는 오프라인 채용설명회, 온라인 잡스토어 등을 실시해 수료생들의 취업과 창업을 적극 지원하고 있다. 개발자들의 전용 테스트 공간인 ‘MD 테스트센터’에서는 총 1만3644명의 개발자와 3212개의 개발업체에게 테스트 룸과 단말기 등을 무료로 지원했다. 국내 최대 규모의 테스트 센터로 자리잡았다. SK플래닛 이주식 오픈 소셜 비즈니스 유닛장은 “2012년 T아카데미는 그동안의 운영 성과를 토대로 한 단계 발전된 상생 교육 프로그램을 제공할 예정”이라며 “T아카데미가 국내 스마트폰 앱 개발자와 기획자에게 실질적인 사업 역량을 키워주고 모바일 생태계를 주도하는 국내의 대표적인 교육기관으로 자리매김할 계획”이라고 밝혔다.

#### Open API 정책

SK텔레콤은 회사의 모든 핵심 서비스를 단계적으로 공개해 글로벌 서비스 플랫폼으로 발전시킨다는 계획 하에, 2010년 12월 'Open API 설명회'를 갖고 1차로 LBS(T맵/위치추위), SMS/MMS의 기반기술(API)을 외부 개발자들에게 공개했다

현재 제공되는 API는 GPS, Wi-Fi, Cell, P-Cell 등을 활용한 정확한 측위 기술과, 전국 맵 플랫폼, T 맵 내비게이션과 연동되는 목적지 길 안내 등이다. SK텔레콤은 향후 새로운 기능이 추가될 때마다, 해당 기술을 API로 만들어 개발자들에게 공개한다는 방침으로 각종 위치/장소에 대해 100만 개 이상의 정보가 축적된 POI(Point Of Interest), 실시간 교통정보가 반영된 가장 빠른 길 안내, 전국 6대 광역시 및 지방 국도 실시간 교통 정보 등까지 제공될 예정이다.

SK텔레콤은 SMS/MMS메시지 발송과 연계한 다양한 서비스를 개발할 수 있도록 Messaging API도 개방한다. 특히 기존 이동통신망을 이용해 SMS/MMS를 전송해야 하는 한계에서 벗어나 비통신형 기기에서도 Wi-Fi나 유선인터넷을 통해 메시지 발송이 가능해진다. SK텔레콤은 통신형 모뎀이 탑재되지 않은 다양한 기기에서도 Wi-Fi 기능을 통해 SMS/MMS를 이용할 수 있도록 해 다양한 산업에서 새로운 시장을 창출한다는 전략이다.

SK텔레콤 홍성철 서비스부문장은 "이번 API 개방 정책으로 SK텔레콤의 핵심 부가서비스가 다양한 서비스 플랫폼으로 진화 **•발전**하도록 확장성을 가지는 계기가 마련되었다"며 "LBS기술, SMS/MMS 등을 시작으로 콘텐츠 유통, SNS, Commerce 등 다양한 영역의 API를 외부에 제공해 글로벌 서비스플랫폼으로 발전시켜나갈 계획"이라고 말했다.

2011년 5월 2차로 개방한 API에는 T Store 콘텐츠를 검색할 수 있는 API, 앱에서 유료 콘텐츠를 구매할 수 있는 API, Melon의 실시간 차트 등을 조회할 수 있는 API 등 다양한 API가 오픈 되었다. SK텔레콤이 생각하는 API 외에도 개발자들이 요청하는 API도 추가할 예정으로 이는 '개방'과 '공유'라는 SK의 방침이 녹아 든 정책이다.

## 개방과 공유의 T스토어

2009년 9월 오픈한 T스토어는 2011년 9월 기준으로 가입자 960만 명, 등록 콘텐츠 19만 건, 월 다운로드 4500만 건, 월 거래액 85.7억 원을 보유하고 앱, 게임, VOD, 음악, 전자책, 쇼핑/쿠폰 등 9개의 카테고리를 갖는 국내 1위 앱스토어로 성장했으며, 다양한 개발자 지원 정책과 에코시스템 구축노력으로 모바일 콘텐츠 시장 활성화에 기여하고 있다. T스토어는 중국 차이나 모바일, 레노보(Lenovo), 일본 그리(Gree)와 업무 제휴를 체결한데 이어 안드로이드 OS를 중심으로 연내 일본시장에 직접 진출 예정이고, 내년에는 글로벌 진출을 더욱 확대할 방침이다. 궁극적으로 T스토어를 이동통신사에 관계없이 이용 가능하게 하고, 국내개발자가 해외사용자에게, 해외개발자가 국내사용자에게 콘텐츠를 판매할 수 있는 글로벌 마켓 플레이스로 진화시킴으로써 사용자에게는 다양한 콘텐츠를, 개발자에게는 더 넓은

시장을 제공할 수 있도록 할 계획이다.

## 슈퍼 앱스토어 구축

2010년 2월 스페인 바르셀로나에서 열린 모바일월드콩그레스(MWC)에서 SK텔레콤을 비롯한 KT, AT&T, 텔레포니카 등 24개 글로벌 통신업체들은 새로운 애플리케이션 스토어를 구축하는데 합의했다. 이들 통신사는 모든 기업들이 이용할 수 있는 도매 애플리케이션 커뮤니티(Wholesale Applications Community)를 구성해 애플의 시장독점을 방지하자는데 뜻을 같이 했다. WAC가 구축되면 세계 인구의 3분의 2 이상에 해당하는 30억명의 가입자를 대상으로 하는 최대 규모의 모바일 애플리케이션 마켓이 생기게 된다. 그래서 WAC를 글로벌 슈퍼 앱스토어'라고 부르게 되었다. 애플의 앱스토어는 아이폰 사용자가 직접 상품을 구입할 수 있는 소매 시장인 반면 WAC에서는 참가한 통신사가 업로드된 다양한 애플리케이션중에서 선택해 각 사가 운영하는 앱스토어에 판매하는 구조다. 이것이 WAC에 도매(Wholesale)'란 단어가 붙은 이유다. WAC는 장기적으로 휴대폰 이외에도 TV, PC 등의 영역으로 플랫폼을 확대한다는 계획이다. WAC가 상용화되면 개발자들은 특정 운영체제(OS) 기반이 아닌 표준화된 개발 환경이 제공돼 세계를 무대로 손쉽게 개발 역량을 펼칠 수가 있게 되며 이용자들은 세계 각지에서 개발된 새롭고 다양한 애플리케이션을 단말기 OS와 관계 없이 마음껏 이용할 수 있게 된다

## IV. 성과

### 상생혁신센터 상생의 시대를 열다

2011년 10월 SK 플래닛은 상생혁신센터 설립 1주년을 맞이하여 그동안의 성과를 밝혔다. 지난 1년간 상생혁신센터를 통해 접수된 아이디어는 총 1460건으로 그 중 48건이 채택돼 실제 개발에 들어갔다. 채택된 아이디어에 대해서는 개발비, 개발공간, 애플리케이션 출시 후 마케팅 활동 등의 지원이 이뤄졌다. 상생혁신센터를 통해 출시된 애플리케이션의 수는 총 22개로 누적 다운로드 수는 약 100만건에 이른다. 또한 상생혁신센터에서 운영하는 T아카데미는 전문 개발자 육성을 위해 설립된 교육기관으로 지금까지 약 6800명의 수강생을 배출했다. 현재 T 아카데미는 모바일 IT 교육기관을 넘어서 실제 창업과 취업으로 이어지는 체계를 만들어 가고 있다. 오프라인 채용설명회, 온라인 잡스토어(Job Store), 모바일 앱 비

즈(Biz) 창업과정 등을 운영하면서 수료생들의 취업과 창업을 적극 지원하고 있다. 실제로 전문가 과정의 수료생의 경우 취업 및 창업률은 64%에 달한다. 또한 개발자들의 전용 테스트 공간인 MD 테스트 센터에서는 총 1만3644명의 개발자와 3212개의 개발업체에게 테스트 공간과 단말기 등을 무료로 지원했다. 또 상생혁신센터에서는 예비 창업자 지원을 위한 1인 창조기업 육성, 중소기업과 동반성장을 위한 파트너사 사업지원, API 활성화를 위한 Open API 협력 프로젝트, 일반인들을 위한 상시 아이디어 제안 사업을 운영해왔다. 특히 1인 창조기업 육성 프로그램으로 접수된 아이디어는 1년간 총 71건으로 이 중 12개의 협력사가 ‘1인 창조기업 육성프로그램’ 대상자로 선정됐다. 개인 개발자에게 최대 5000만원의 개발비를 지원하고 사무공간 및 테스트 단말기 제공, 마케팅 지원, T 아카데미 교육 등 1인 창조기업 육성을 위한 다양한 지원을 실시했다.

[표 3] 상생혁신센터 이용 현황

총 이용자수	오픈이노베이션센터 개발 공간	T아카데미	MD테스트센터
18,653명 3,232개 사	5,009명 이용 20개 사 이용	43개 강좌 개설 6,735명 수료	13,644명 이용 3,212개 사 이용

SK플래닛은 “앞으로도 상생혁신센터를 중심으로 개방과 협력을 통해 개인 개발자 및 중소기업들과 함께 동반 성장할 수 있는 기반을 구축하는데 힘쓸 것”이라며, “상생혁신센터에서 외부개발자들의 참여와 협력을 통해 그들의 성공 스토리를 만들어 나가겠다”고 밝혔다.

### T스토어 개방의 성과

T 스토어의 KT, LG 유플러스 가입자가 올해 2월 5일 기준으로 100만 명을 돌파했다. T 스토어는 2009년 9월 SK텔레콤 가입자를 대상으로 서비스를 출시한 이후, 개방과 공유의 오픈 마켓 운영 취지에 따라 2010년 5월부터 통신사에 관계 없이 서비스를 제공하고 있다. 서비스 개시 직후인 2010년 6월에는 T스토어의 KT, LG유플러스 가입자는 7,000명에 불과했지만, 2011년 9월 누계 가입자 수 30만 명을 돌파한 후 4개월 여 만에 가입자 수 100만 명을 돌파했다. KT가입자는 60만 명, LG 유플러스 가입자는 40만 명이다.

T스토어의 KT, LG유플러스 가입자 2명 중 1명은 하루 한 번 이상 ‘T스토어’를 방문하고, 가입자 1인 당 평균 10건의 콘텐츠를 다운로드 하는 등 T스토어를 적극적으로 이용하는 것으로 나타났다. SK플래닛 박정민 T스토어사업부장은 “T스토어는 상생과 혁신, 그리고 개

방 정신을 기반으로 국내외 모바일 콘텐츠 생태계를 구축하는데 힘써왔다. 앞으로도 대한민국뿐만 아니라 전 세계 고객이 이용할 수 있는 글로벌 콘텐츠 유통 허브로 도약할 수 있도록 다양한 시도와 노력을 아끼지 않겠다” 고 밝혔다

## 한국형 통합 앱스토어 상용 서비스 시작

수 차례 연기를 거듭해온 한국형 통합앱스토어 ‘K앱스’가 2011년 11월 1일 공식 출범을 선언하고 서비스에 들어갔다. 웹기반 통합앱스토어 WAC(Wholesale Applications Community)는 2010년 2월 MWC(Mobile World Congress)를 통해 출범을 공식화했으며 국내 이동통신3사는 같은 해 4월 스마트 생태계 변화에 능동적으로 대응하기 위해 WAC의 한국형 통합앱스토어 K-Apps 구축에 합의하고 본격적인 개발에 돌입했다. SK텔레콤, KT, LG유플러스가 공동으로 스마트폰 애플리케이션을 공급하고 스마트폰 사용자들에게 서비스하는 통합 앱스토어 K앱스는 WAC에서 재정한 WAC2.0 규격에 맞춰 제작된 최초 통합 마켓인 K앱스는 HTML5에 기반한 웹 애플리케이션 플랫폼이다. K앱스 서비스 개시로 개발자들은 이동사별로 애플리케이션을 개발, 등록할 필요 없이 단일 규격으로 개발된 앱을 통합 앱스토어 시스템(www.koreaapps.net)에 등록하면 국내 이동통신3사 뿐만 아니라 해외 이동사 마켓에도 동시에 판매할 수 있는 유통기반이 확보되는 등 편리한 개발 환경을 제공할 수 있게 되었다.

올해 2월 방한한 WAC CEO 피터 서(Peter Suh)는 K앱스의 웹 플랫폼을 WAC의 MRI(Master Reference Implementation)로 사용하기로 합의하고 라이선스 계약을 체결했다. 이번 협약을 체결을 통해 K앱스 웹 플랫폼이 WAC의 글로벌 표준으로 채택됐을 뿐만 아니라 웹 플랫폼 표준 규격 관리 시스템을 K앱스가 관리하고 운영하게 돼 글로벌 표준 규격을 지속적으로 주도할 수 있게 되었으며 K앱스는 또한 상당한 금액의 라이선스 수익을 창출할 수 있게 되었다. 이진우 K앱스 이사장은 "이번 라이선스 계약을 계기로 K앱스 상용기술의 우수성이 국제적으로 입증됐다"고 말했다. 또한 올해 1분기 안으로는 가입자 7000만명을 보유한 일본의 NTT 도코모와 필리핀의 SMART가 K앱스의 웹 플랫폼을 상용화할 예정이며 6억명의 가입자를 보유하고 있는 차이나 모바일도 2분기 중으로 K앱스의 플랫폼을 도입할 것으로 예상되고 있다.

## V. 한계

### K앱스의 불확실한 미래

K앱스의 출범은 플랫폼 주도 사업자인 애플과 구글에 대항할 수 있는 플랫폼을 통신사 측에서 갖게 됐다는 점에서 의미를 지닌다. 하지만, 업계에서는 K앱스를 비롯한 WAC의 성공적인 시장 안착에 대해서는 의문을 표명하고 있다.

우선 WAC 상용화 초기 단계인 현재까지만 보자면 우리나라를 제외한 타 통신사들의 사업 추진 의지는 불투명한 것으로 업계는 우려하고 있다. 일본을 비롯한 일부 국가들은 한국에서 이날 최초 런칭한 WAC2.0 호환 플랫폼 K앱스를 일정 수준의 라이선스료를 지불하고 도입하기로 했는데 이는 자체 개발보다는 주도국인 한국에서의 성과를 주시하겠다는 의중으로 해석된다.

또, K앱스가 WAC2.0기반 최초 상용 플랫폼인 만큼, 상용 성과에 따라 해외 사업자 참여 여부가 결정될 가능성이 높다. MOIBA 관계자는 WAC2.0 상용화를 우리나라가 주도하고 있는 것은 사실이며 WAC2.0 Committee를 중심으로 참여 통신사들의 상용화가 이어질 것이라고 설명했다. WAC은 장기적인 관점에서 추진되는 사업이기에, 이제 상용화를 한 단계에서 보여줄 것이 많지 않은 것은 사실이지만, 향후 웹 애플리케이션의 장점을 살려 자동차·TV 등 다양한 기기로 영역을 넓혀 나갈 것이라고 강조했다.

K앱스가 글로벌 표준화 애플리케이션 마켓으로 자리잡기 위해서는 글로벌 기업들의 참여와 해외 개발자들의 참여를 유도해야 한다. 결국, 이들의 참여가 이루어지지 않는다면 K앱스의 성공은 없을 것이다. 더욱이 정부의 주도로 진행한 글로벌 표준화 프로젝트들이 여러 번 실패한 전례가 있었기 때문에 K앱스도 국제 표준화를 외쳤지만, 국내 표준화에서 머물 가능성도 여전히 존재하고 있다는 점은 K앱스에 대한 신중한 접근이 필요하다.

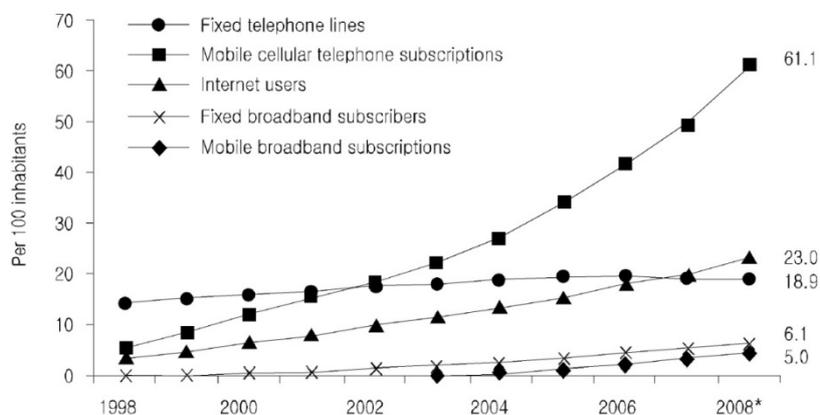
## VI. Reference

- 정보통신정책연구원(2010), 통신사업자의 “□통신” 전략과 그 시사점
- 과학기술정책연구원(2008), 개방형 혁신의 산업별 특성과 시사점

- 정보통신정책연구원(2011), 유무선 인터넷 생태계의 성공전략 분석과 시사점
- CNB 저널 제 245 호(2011.10) 소프트웨어가 답 - SKT·KT 등 IT 업체들, 경쟁력 키우기 본격화
- 김영곤, 이별철 공저(2005), 21세기북스 대한민국에는 SK 텔레콤이 있다
- 아이티투데이(2011.10.25) SK 플래닛, 상생혁신센터 앱 생태계 기여
- 아주경제(2012.3.17) 한국통합앱스토어, 6억 가입자 차이나모바일도 도입키로
- 디지털타임즈(2012.2.14), 한국형 앱스토어 K 앱스 세계인이 쓴다
- IT 타임즈(2011.11.1) 한국형 통합앱스토어(K-Apps) 출범
- 아시아경제(2011.9.8) 토종 앱스토어 출시 2년...개방·지원이 '열쇠'
- 한국정보통신진흥협회 이음 n 올림 제 9 호 (2012), SK 플래닛 서울대 상생혁신센터
- 과학기술정책연구원(2008), 개방형 혁신의 산업별 특성과 시사점
- 파이낸스투데이(2010.12.5), SK 텔레콤, 세계 이동통신 업계 최초 기반기술 공개
- 디지털데일리(2010.2.15) 글로벌 통신사, 앱스토어 공동 구축

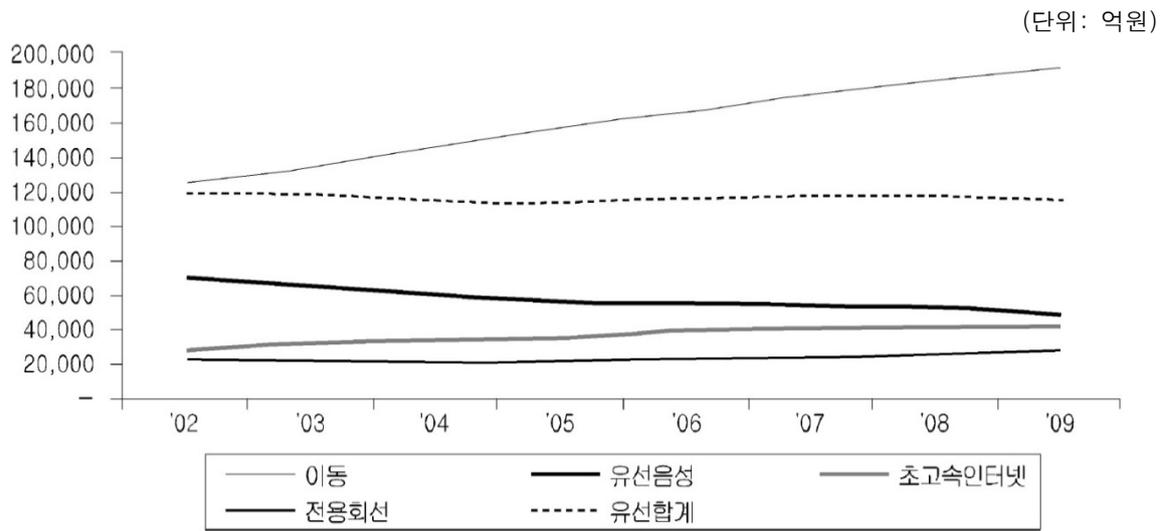
## VII. 부록

[그림 1] 전세계 주요 통신서비스 가입자 추이

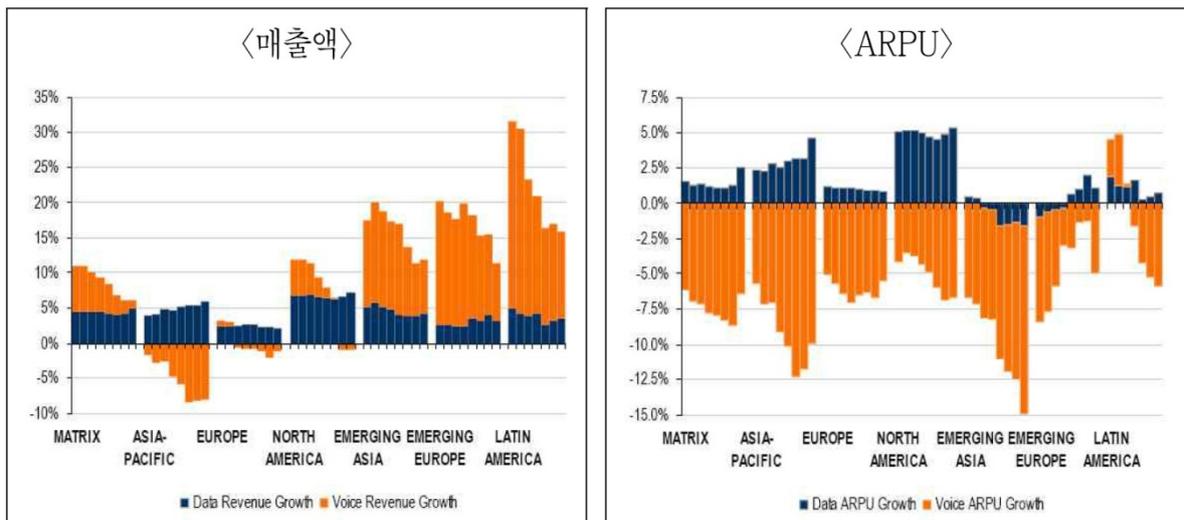


자료: ITU

[그림 2] 국내 주요 통신서비스 매출액 추이

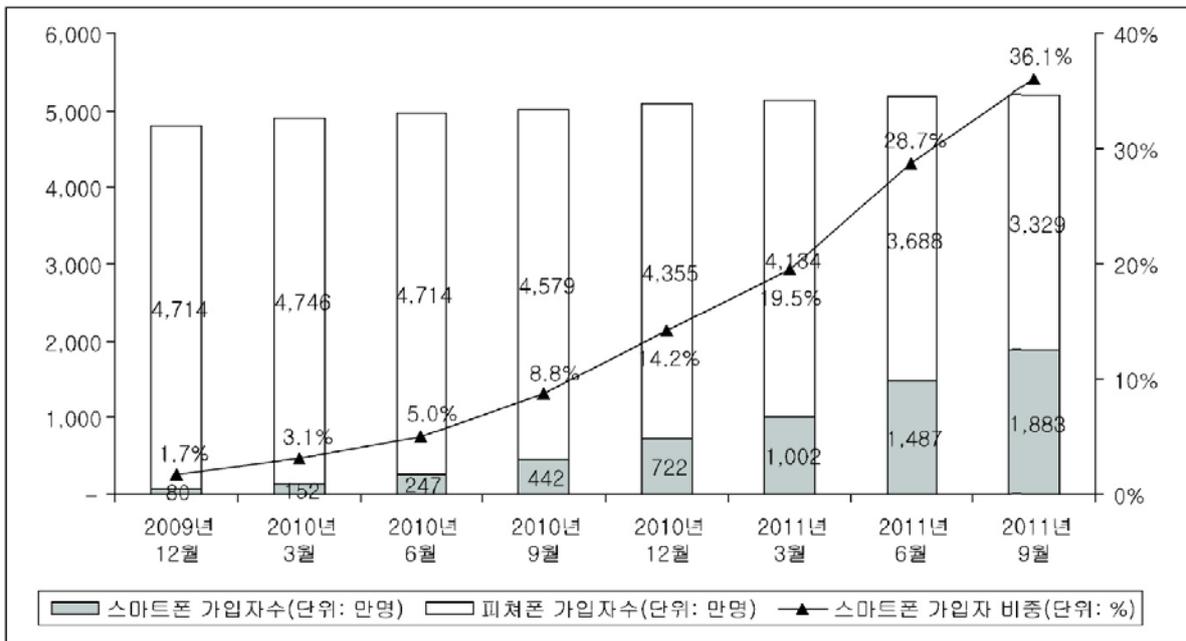


[그림 3] 전세계 이동통신 음성/데이터 매출/ARPU 추이



자료: Merrill Lynch(2009), '07. 1Q~'08. 4Q, 전년동기대비 성장률

[그림 4] 국내 스마트폰 가입자 수 추이



자료: 방송통신위원회