

# 모바일 빅뱅, 국내 이동통신 시장 ‘BIG 3’의 길을 묻다

LTE를 중심으로 대대적인 시장 지각 변동이 예고되는 2012년. 오랜 시간 선의의 경쟁을 통해 대한민국 모바일 시장의 눈부신 성장을 이끌어낸 국내 이동통신 Big 3는 어떤 새로운 발걸음으로 시장을 흔들어 놓을까? KAIST 경영대학의 자랑스러운 동문들이자 국내 이동통신 업계의 핵심 브레인 3인방으로 손꼽히는 SKT 이종봉(ATM 9기), LGU+ 권준혁(경영공학 박사 93), KT 구현모(경영공학 박사 93) 동문에게 길을 물었다.

글 최안나, 류성한 기자

## 속도에 대한 갈증, SKT 하이브리드 네트워크 기술로 해소 기대

Frontier: 차세대 네트워크 표준화 기술로 주목 받고 있는 ‘하이브리드 네트워크(Hybrid Network)’에 대한 소개와 이를 활용한 SKT만의 차별화 전략이 있다면 무엇입니까?

이종봉 SK텔레콤 네트워크 전략본부장 (ATM 9기)

‘하이브리드 네트워크’는 개념적으로 기 형성된 두 개의 다른 네트워크를 동시에 사용한다는 것이라고 정의되어 있으나, 실제 구현을 위해서는 단말부터 시스템까지 전체를 아우르는 종합적 접근이 요구됩니다. 지난 3월 초까지 스페인 바르셀로나에서 개최되었던 2012 모바일 월드 콩그레스(Mobile World Congress, MWC; www.mobileworldcongress.com)에서 전 세계 유관 사업자들의 큰 주목을 받았던 ‘SKT 하이브리드 네트워크’는 오직 SKT만이 개발에서 상용화까지 이끌어 갈 수 있는 기술이라고 생각합니다. 특히 LTE 시대로 접어들면서 속도에 대한 고객의 Needs가 증가하고 있는 만큼, 대표적 고속 네트워크 WiFi와 LTE가 합쳐지는 하이브리드 네트워크야말로 속도에 대한 갈증을 완벽하게 해소시켜 줄 수 있을 것입니다.

## 세계 최초 VoLTE 출시, 통합 서비스와 통화 품질을 잡는다

Frontier: 올해는 특히 3G시장에서 유독 조용했던 LGU+의 야심찬 한 해가 될 것 같습니다. 소위 ‘LTE 올인 전략’이라고 부르는데요, 현재 시점에서 이를 어떻게 평가하시는지 궁금합니다. 또 올 하반기에 LGU+가 세계 최초로 선보일 VoLTE(Voice over LTE) 기술의 차별화 포인트 및 기대 효과는 무엇인지요?

권준혁 LG유플러스 NW(네트워크) 계획담당 상무 (경영공학 박사 93)

LGU+가 작년까지 치열했던 3G 빅뱅에 참여하기 보다 차세대 LTE에 집중했던 것은, 당시 Two Top 체제로 고착화된 경쟁의 판을 다시 짜기 위한 이대도강(李代桃僵)적인 전략이었으며, 현재까지 그 선택은 성공적이라고 판단하고 있습니다. 국내 경쟁사를 비롯하여 전 세계적인 업계 추세 상에서도 LTE 투자가 본격화되고 있다는 점이 이를 증명하고 있죠. 특히 LGU+는 차별화 전략 선상에서 VoLTE를 출시할 예정인데요. All - IP<sup>1)</sup>을 기반으로 음성뿐만 아니라 영상과 메시징 서비스를 결합하여 보다 편리한 사용자 통신환경을 제공하는 RCS(Rich Communication Suite) 서비스를 구현하고자 합니다. 이는 향후 멀티미디어 통합서비스 사업에 있어 당사에 유리한 포지션을 가져다 줄 것이라 기대합니다. 뿐만 아니라 LGU+ VoLTE의 경우, 고품질 코덱 기술을 기반으로 보다 우수한 통화 품질을 제공할 수 있다는 점도 차별화 포인트라고 할 수 있습니다. 세계 최초 VoLTE 상용화를 포함해 앞으로도 업계 내 지속적인 혁신을 주도해 나갈 예정이며, 이러한 노력의 결과가 누적되면 머지않아 국내시장에서 1등을 할 수 있는 기회도 찾아오리라 생각합니다.

## 공통 질문 리스트

- 1 올해 글로벌 모바일 시장의 3개 키워드는?
- 2 모바일 혁명이 우리 사회에 가지고 온 가장 큰 변화는?
- 3 우리나라가 모바일 강국으로 성장할 수 있었던 가장 큰 원동력은?
- 4 국내 모바일 시장만이 지니고 있는 강점과 특징은?
- 5 차세대 이동통신 시장 경쟁 하에서 귀사의 강점과 보완해야 할 점은?
- 6 망중립성 이슈에 대한 의견
- 7 향후 통신 산업에 진출하고자 하는 후배들에게 조언

## 비즈니스 클라우드 선도자에서 글로벌 미디어 유통 그룹으로

Frontier: 2010년 서버 및 스토리지 등 인프라를 제공하는 ‘유클라우드 서비스’를 선보인 이래 3년간 기업용 클라우드 시장을 공략해왔는데, KT의 이러한 노력이 한국의 비즈니스 환경을 어떻게 변화 시켰다고 생각하십니까? 또한 향후 비즈니스 전략 방향으로 주안하고 있는 분야는 무엇인지 궁금합니다.

구현모 KT 개인고객 Sales & CS본부장 (경영공학 박사 93)

유클라우드 서비스 출시 당시 대부분의 기업들은 컴퓨팅 파워를 빌려 쓴다는 개념이 없었습니다. 기업 서버를 관리해주는 호스팅 서비스는 이용 대상 범주에 있었을지라도, ‘우리 회사 솔루션은 우리 서버에 서’라는 인식은 KT의 유클라우드 서비스 개략에 의해 형성되었다고 할 수 있을 것입니다. 이제 현장에서는 하드웨어가 없어도 소프트웨어를 개발하거나 서비스 제공이 가능하다는 것이 상식입니다. 또한 KT 서비스를 주축으로 컴퓨팅 파워 대여 비용이 저렴해졌기 때문에 소프트웨어 개발자들이 보다 수월하게 작업할 수 있는 환경이 마련되었다고 볼 수 있습니다. 이는 우리나라 소프트웨어 산업이 발전하는데 기여하는 방향으로 작용하겠죠. 한편, KT는 최근 콘텐츠를 기반으로 한 글로벌 미디어 유통 그룹으로 도약하겠다는 구상을 밝힌 바 있습니다. 아무래도 스카이라이프 등을 포함하여 500만 정도의 기존 가입자를 기반으로 하고 있다는 것이 KT에게 있어 큰 강점으로 작용할 것입니다. 더불어 국내에서 쌓은 미디어 유통 경험은 향후 글로벌 시장으로 진입하는데 중요한 초석이 될 것이라 기대합니다.

1) All - IP : 인터넷 프로토콜(IP)을 기반으로 서로 다른 망이 통합된 구조를 갖는 망. All-IP망에서는 일반 전화 교환망(PSTN)과 같은 유선 전화망과 국제 이동통신-2000(IMT-2000)망, 무선망, 패킷 데이터 망과 같은 기존의 통신망 모두가 하나의 IP 기반망으로 통합되어 음성, 데이터, 멀티미디어 등을 처리하는 패킷망과 인터넷 전화 방식(IP Telephony)을 기반으로 하는 망 구조를 갖게 된다.

SKT 이종봉 네트워크 전략본부장 (ATM 9기)	LGU+ 권준혁 NW(네트워크) 계획담당 상무 (경영공학 박사 93)	KT 구현모 개인고객 Sales & CS본부장 (경영공학 박사 93)
1 ① LTE ② 쿼드코어: 스마트폰의 고성능화 ③ NFC(Near Field Communication)	① 폭발적 트래픽 증가 ② LTE 확산 ③ 플랫폼 전쟁	① LTE 포함 4G 시장의 본격 시작 ② 애플과 삼성의 경쟁 ③ 중국 모바일 장비/단말 업체의 도약
2 금융과 결제가 자유로워졌고, 온라인과 오프라인의 경계가 허물어짐. SNS가 급속하게 확산되면서 사람들이 서로 정보를 생성하고 그것을 공유하는 등 새로운 미디어로서의 역할을 하게 됨.	기존 이동통신 사업자와 제조사 중심으로 형성되었던 폐쇄적인 모바일 시장 구조가 붕괴되고 콘텐츠 중심의 새로운 가치 사슬로 구성된 개방형 시장으로 변화. 트위터, 페이스북 등 실시간 SNS 확산 등 라이프스타일과 커뮤니케이션 방식의 변화.	거실/사무실의 PC가 손바닥으로 옮겨가면서 PC에서 하던 대부분의 활동이 장소/시간 구분 없이 이루어짐. 사회적으로는 SNS의 확산이 가장 큰 변화. 경제적으로는 아직은 PC 생태계의 확장으로 받아들여지고 있으나, 곧 변화가 일어날 것임.
3 사회적으로 신기술에 대한 높은 적응력 다양하게 응용해 나가는 능력. 항상 새로운 것에 도전하는 성향.	혁신 기술을 잘 소화해내는 국민성. 초고속 인터넷을 통한 사용자 경험(User Experience) 축적 세계 최고의 서비스 품질, 저렴한 요금 수준.	통신 사업자들의 건설적인 경쟁. 삼성/LG라는 단말 제조업체의 존재. 첨단 IT 지향적인 소비자.
4 스마트폰의 급속한 확산이 이뤄지면서 그를 기반으로 하는 다양한 생태계가 조성되고, 그 안에서 여러 가지 실험적인 서비스들이 생기고 사라지는 것. (예: NFC) 기술의 선제적인 적용과 활용 수준은 세계 어느 시장과도 비교할 수 없는 수준임.	우리나라 사람들은 혁신 기술을 소화해서 활용하는 능력이 뛰어나기 때문에, 확산 속도가 빠르고 반응도 확실함. 통화 품질에 대한 소비자들의 높은 기대 수준은 기술혁신 및 글로벌 경쟁력의 원동력으로 작용함.	전국망 수준의 4G를 3사 모두 제공하는 등 모바일 통신 인프라가 강력함, 소모적 수준에 이를 정도로 단말 제조업체와 통신 업체의 마케팅 경쟁이 치열함. 세계 시장 대비 낮은 수준의 데이터 요금.
5 LTE 및 LTE-Advanced 등 차세대 이동통신 기술을 표준화 단계에서부터 깊숙이 참여하고 있으며, 세계 최초 기술들을 개발하고 상용화하는 등 전 세계 이동통신 시장을 이끌어 나가고 있음. 뛰어난 기술력과 29년 간의 네트워크 운용 노하우는 세계 어떤 사업자도 따라올 수 없는 수준이라고 자부함. 앞으로도 폭증할 데이터 양을 효과적으로 처리하고, 고객들에게 더 편리하고 안정적이며 빠른 서비스를 제공하기 위한 지속적인 기술 연구 개발과 네트워크의 안정 운용이 앞으로의 과제임.	세계 최초로 군/읍/면 단위까지 포함하는 실질적 LTE 전국망을 구축하였고, 올 하반기에는 세계 최초로 VoLTE 상용서비스를 시작하여 All-IP 기반의 진정한 모바일 브로드밴드 서비스를 제공하고자 함. 올 하반기에 VoLTE(Voice over LTE) 상용서비스를 어떻게 성공시킬 것인가와, 2.1GHz 추가 주파수를 활용하여 LTE망을 구축한 후, 800MHz LTE망과 결합하여 어떻게 시너지를 극대화할 것인가가 앞으로 해결해야 할 중요한 과제임.	이용자가 많아지면 급격한 속도 감소가 일어나는 타사 망 대비 이용 트래픽이 많아질수록 감정을 발휘할 것으로 기대되는 LTE WARP의 속도가 가장 큰 강점임. 현재로서는 커버리지가 시급하게 보완해야 할 부분이나 4월 전국 84개시 구축에 이어 하반기에는 타사와 차이가 없을 것으로 기대됨.
6 통신 서비스를 이용하는 다수 이용자의 권리를 보장하고 지원이 효율적으로 활용될 수 있도록 하기 위해서는 통신 사업자의 합리적인 Network Management 기능은 허용될 필요가 있으며 이러한 Network Management 토대 위에서 서비스, 플랫폼, 콘텐츠 등 각 사업자 간의 상생 방안을 찾아가는 것이 중요함. 향후에도 망중립성 논의는 시장 자율 원칙을 기반으로 해결책을 모색하는 것이 바람직해 보임.	구글, 애플, 카카오톡 등 OTT(Over The Top) 사업자와 이동통신 사업자가 상호 보완할 수 있는 방안 모색이 필요하다고 생각함. OTT 사업자들은 이동통신 사업자에게 망 이용 대가 측면에서 이익을 공유하고, 이동통신 사업자 입장에서는 정당한 비용을 지불한 OTT 사업자가 필요로 하는 용량 및 서비스 품질을 보증해 주는 형태의 ‘Two-Sided’ 비즈니스 모델이 한가지 예라 할 수 있음.	망중립성의 핵심은 통신 사업자의 망에 과다한 트래픽 부담을 주면서 수익을 창출하지만 아무런 비용을 지불하지 않는 사업자들에게 대한 원칙을 정하는 것으로 방지할 경우, 많은 고객들의 트래픽 속도가 저하되는 등 불편이 일어나고 망 운영 자체가 불안정해 지는 문제가 발생. 또 과다한 투자가 불가피하고 결국 소비자 요금 부담이 증가하게 되므로 교통유발부담금과 같은 원칙을 통해, 해당 사업자에게 비용을 거두면, 통신 서비스 소비자의 부담이 줄어들 것임.
7 ICT 산업은 다른 어떤 분야보다도 변화의 속도가 빠른 분야이기 때문에 이런 속도에 따라가기 보다는 앞서 갈 수 있는 인재가 되는 것이 중요함. 그러기 위해서는 Early Adopter와 같은 최신 트렌드에 민감하게 반응할 줄 아는 모습이 필요. 새로운 것에 두려워하지 않고 호기심을 보이며, 그보다 한 발 앞서 ‘앞으로의 ICT 분야는 어떠한 것인가’에 대한 고민을 평소 마음 속에 담아두고 이를 산업 내 기존 업체에서 풀어가거나 새로운 도전의 기회로 삼아 큰 뜻을 풀어 내야 함.	더 많은 도전 기회가 있고 더 큰 성취감을 얻기 위해서 현재 1등 업체 보다는 미래에 1등을 할 수 있는 기업을 선택 하라고 권하고 싶음. 통신 자체 보다는 컨버전스 분야가 향후 더 많은 혁신 및 사업의 기회가 있을 것으로 예상되기 때문에 통신을 중심으로 금융, 의료, 엔터테인먼트 등 다양한 컨버전스 분야에 관심을 가질 필요가 있음.	통신 산업 자체보다는 통신 산업에 기반한 타 산업을 함께 봐야 함. 현재는 통신망 위에서 유통되는 Virtual Goods(미디어 콘텐츠)이 그 중심에 있으나 머지 않은 미래에 오프라인 상의 많은 서비스가 옮겨 갈 것임. 따라서 상상력이 매우 중요하고, 타 산업에 대한 이해와 경험을 바탕으로 통신 산업을 진출하는 것이 유리할 것임.