

## 3 스크린 플레이(3 Screen Play) 서비스 추진현황

김 윤 화\*

### 1. 개요

‘3 Screen Play(이하 3 스크린 플레이)’란 AT&T가 최초로 주창한 것으로 TV, PC, 휴대전화를 인터넷으로 연결해 사용자들이 언제, 어디서나 콘텐츠를 이용할 수 있게 해주는 서비스로, 장소와 기기가 달라져도 끊김없는(seamless) 서비스를 제공하는 기술이다. 3 스크린 전략은 단말기나 네트워크 융합에서 진일보하여 콘텐츠까지 통합한 서비스로 컨버전스 3.0 시대를 상징하는 서비스로 볼 수 있다. 3 스크린 전략은 기존 사업의 성장성에 한계를 느낀 기업들이 다른 영역과의 컨버전스 전략을 모색하는 과정에서 나왔다. 통신, 방송을 묶어서 파는 경쟁에서 출발해 이제는 콘텐츠 서비스까지 연결해 소비자들이 가장 많이 사용하는 휴대폰, TV, PC 등 3개의 주요 스크린을 한꺼번에 장악하겠다는 사업의지의 발현이라고 볼 수 있다.

본고에서는 주요 사업자별 3 스크린 플레이 서비스 추진을 위한 전략 및 서비스 추진현황을 살펴보고, 진정한 미래의 3 스크린 플레이 서비스 구현을 위해 필요한 것이 무엇인지 짚어보겠다.

\* 정보통신정책연구원 미래융합전략연구실 주임연구원, (02)570-4077, yunabella@kisd.re.kr

## 2. 서비스 추진현황

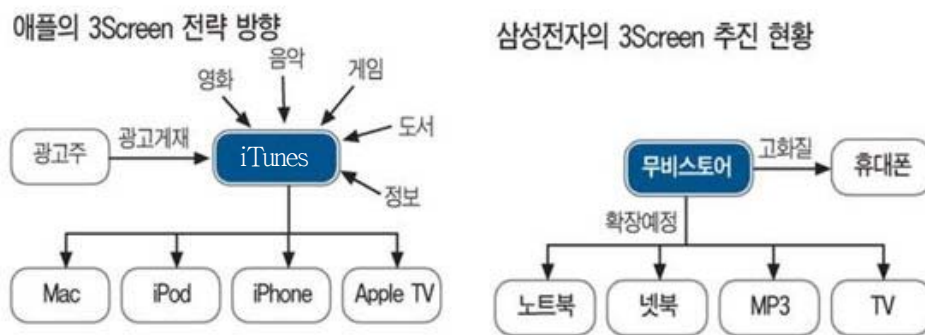
3 스크린 전략은 제조업체에는 서비스 분야 진출 기회를 만들어준다. 애플은 아이팟, 맥북과 매킨토시 등 하드웨어 사업에서 출발했지만 이제는 음악, 게임, 영화 등을 서비스하는 아이튠즈, 각종 소프트웨어를 사고파는 앱스토어<sup>1)</sup>까지 성공시키며 통신사업자들을 위협하고 있다. 이제는 아이폰, 애플TV까지 내놓으면서 이미 3 스크린 전략을 위한 하드웨어와 소프트웨어, 콘텐츠까지 갖추어 3 스크린 서비스에서 다른 업체보다 유리한 위치를 차지했다고 볼 수 있다. 특히 애플이 작년부터 선보인 ‘모바일미’ 서비스를 주목해 볼 필요가 있다. ‘모바일미’ 서비스는 컴퓨터와 아이팟터치, 아이폰을 동기화시켜 집안의 컴퓨터에 있는 사진이나 파일을 아이팟터치를 통해 친구들에게 보여줄 수도 있고, 집에서 컴퓨터로 작성하던 파일을 직장에서 쉽게 꺼내보고 수정할 수 있게 해준다. 아이튠즈를 통해 다운받은 멀티미디어 콘텐츠를 애플TV를 통해 감상할 수도 있다. 비슷한 서비스로는 인터넷 플랫폼 사업자인 마이크로소프트사의 ‘라이브 메쉬’가 있다. ‘라이브 메쉬’는 모든 디바이스를 하나로 연결하고 이들 데이터를 동기화해 단일하게 관리할 수 있게 해준다. 다시 말해 ‘라이브 메쉬’로 동기화된 다양한 복수의 윈도우 지원 컴퓨터들의 데이터를 동기화하여 중앙의 웹을 통해 모두 관리하고 공유할 수 있다.

그 밖의 제조업체인 삼성전자 및 노키아 등도 하드웨어 중심에서 서비스 플랫폼으로 비즈니스 모델을 확장하여 다양한 하드웨어를 포함하는 3 스크린 전략을 추진 중이다. 삼성전자는 2009년 3월 유럽에서 휴대폰이나 PC에서 영화, TV드라마 등을 내려받을 수 있는 ‘무비스토어’ 서비스를 시작했는데, 무비스토어에서 다양한 비디오 콘텐츠를 다운로드 받아 PC에서 바로 감상할 수 있을 뿐 아니라 휴대폰으로 전송해 언제 어디서나 보는 것이 가능한 서비스를 제공하고 있다. 세계 1위 휴대폰제조업체인 노

1) ‘애플리케이션 스토어’(응용프로그램 시장)의 줄인 말. 애플의 아이팟과 아이폰에서 사용할 수 있는 프로그램을 사고파는 온라인 시장임. 현재 각종 게임, 지도, 교육 프로그램 등 수만개의 애플리케이션이 존재함

키아는 더이상 휴대폰 업체가 아님을 선언하고, 휴대폰 기반의 지도, 광고, 게임 서비스를 담은 포털 사이트 '오비(Ovi)'와 소프트웨어 유통서비스인 '모시(MOSH)'를 중심으로 소프트웨어 역량을 강화하고 있다.

[그림 1] 애플 및 삼성전자의 3 Screen Play 전략



자료: 한국경제신문(2009. 5. 18)

통신사업자 또한 컨버전스 경쟁의 차별화 요소로 3 스크린 전략을 추진하고 있는데, 하드웨어와 네트워크 서비스간 통합을 지향하고, 그 통합환경에서 광고 등 비즈니스모델 다양화를 모색하고 있다. 3 스크린 플레이 서비스 명칭을 최초로 사용한 AT&T는 2007년 모바일 동영상 공유 서비스인 'AT&T Video Share' 서비스를 미국 160개 도시 전역에 런칭했고, 2008년에는 '2008 Masters Tournament' 골프경기를 AT&T U-verse와 AT&T Blue room, AT&T U-verse OnTheGo, AT&T Broadband TV, MobiTV 및 휴대단말까지 3 스크린을 통해 볼 수 있는 서비스를 제공했다. 프랑스의 FT Orange는 TV와 PC, 휴대용 단말기에서 프리미엄 콘텐츠를 제공하는 새로운 멀티플랫폼 서비스를 2008년 런칭하고, 해당 서비스를 Orange Signature 단말의 홈스크린에서도 접속할 수 있도록 임베디드 애플리케이션으로 발전시켜 나갈 계획이다.

### 3. 결 어

3 스크린 전략을 대두한 미래 컨버전스 시장 장악을 위한 업체간 경쟁이 치열해지고 있다. 그러나 진정한 3 스크린 전략을 위해서는 선행되어야 할 과제가 많다. 진정한 3 스크린 플레이 서비스를 위해서는 우선 모바일동기화 실현 및 다양한 콘텐츠 소싱이 관건이 될 전망이다. 이미 마이크로소프트사의 ‘라이브 메쉬’ 서비스와 애플의 ‘모바일미’ 서비스가 상용화되고 있으나, 두 서비스 모두 텔레비전을 지원하지 않는다는 단점이 있다. 현재까지의 3 스크린 플레이 서비스는 콘텐츠를 다양한 기기에 전달해주는 것이 가능할 뿐, 휴대폰에 저장된 자료를 곧바로 이용하도록 텔레비전과 휴대폰이 무선으로 동기화되지 않는 상황이어서 모바일 동기화를 위한 기술 개발이 필요한 상황이다.

기술적인 고려 외에도 콘텐츠 소싱이 얼마나 원활히 이루어지느냐가 3 스크린 플레이에 있어 대단히 중요한 요소가 된다. 소프트웨어와 콘텐츠를 대량 확보하지 않고는 더 이상 승부수를 던지기 어려울 전망이다. 아이폰이나 아이팟터치가 시장을 선점하고 있는 이유는 아이튠즈를 통해 다양한 콘텐츠를 다운받아 감상할 수 있기 때문이다. 따라서 3 스크린 플레이 서비스 구현을 위해서는 원활한 콘텐츠 소싱이 필요충분 조건이 된다 하겠다.

### 참고자료

- 아틀라스리서치(2008a), “하나로텔레콤, IPTV 경쟁의 차기 승부처를 ‘3 Screen’으로 포지셔닝”, 2008. 7.
- \_\_\_\_\_ (2008b), “美 AT&T, ‘통신 + 엔터테인먼트’를 겨냥한 Three Screen 전략 점차 구체화… 최근 동향과 전망”, 2008. 12.
- 《한국경제신문》(2009. 5. 18), “‘3 스크린(3S)’ 시대 열린다”.
- 《Wall Street Journal》(2008. 6. 26), “Phone Giants Roll Out ‘Three Screen’ Strategy”.