

기로에 선 이동통신사의 모바일 메시징 서비스

■ 김 욱 준*

1. 개요

3G 이후에도 무선 데이터 환경에서 이동통신사의 주요 수익원으로 자리 잡았던 메시징 서비스의 매출이 줄어들고 있다. 전송 기술의 발달로 인한 비용의 감소로 말미암아 이동통신사들로서는 메시징 서비스 요금의 인상이 어려워지고 있으며, 서비스 통합이 보편화됨에 따라서 매출 확대의 기회도 줄어들고 있다. 이와 관련하여 본고는 모바일 메시징 서비스 규모에 대한 ITU 전망을 제시하고, 메시징 서비스 비용의 하락 및 서비스 통합으로 인한 이동통신사들의 관련 매출의 전망을 통해 변화해가는 모바일 메시징 서비스의 동향을 파악하고자 한다.

2. 이동통신사의 주요 수익원: 모바일 메시징

모바일 문자 메시지 서비스(SMS: short message service)는 1980년대 초반에 GSM 표준을 기반으로 개발되었고, 1990년대 Vodafone의 GSM 네트워크가 소비자

* 정보통신정책연구원 동향분석실 전문연구원, (02)570-4139, wkim@kisd.re.kr

들에게 처음으로 제공한 이후 전 세계적으로 확산되기 시작했다.¹⁾ 2000년대 초반 3G 상용화로 모바일 메시징의 이용 건수가 급증하였으며, 모바일 메시징 서비스는 이동통신사의 음성매출과 더불어 주요 수익원이 되었다. 이동통신사들은 SMS, 인스턴트 메시지(IM: instant message), 멀티미디어 메시징(MMS: multimedia messaging service), 모바일 이메일, 통합 메시지(UM: unified message) 등 다양한 메시징 서비스를 제공하여 서비스 이용 건당 발생하는 요금과 네트워크 접속료를 통해서 수익을 창출했다.²⁾ 이처럼 모바일 메시징 서비스는 이동통신사의 주요 수익원으로 음성매출에 이어 두 번째로 큰 매출을 가져다주는 사업으로 발전하였다.³⁾

3. 모바일 메시징 급증과 비용의 감소

그러나 메시징 비용의 감소로 인해 이동통신사 메시징 수익의 증가율은 서서히 줄어들고 있다. 실제로 메시징 발생 건수는 급격하게 증가하고 있으나, 메시징 수익의 추세는 이에 미치지 못하고 있다. <표 1>에서 보듯이 2010년 10월 발표한 ITU의 자료에서는 이동통신사가 전송하는 SMS 발생 규모는 2007년 1조 8천억 건에서 2010년에는 약 3배가 증가한 약 6조 1천억 건이 발생할 것이라고 예상한 바 있다.⁴⁾ 2010년 1년 동안에 발생한 6조 1천억의 SMS 메시지 건수는 매 1초마다 거의 20만 건의 메시징이 이루어져야 가능한 규모이다. ABI Research에 의하면 2011년에는 약 7조 건의 SMS 발생이 예상되고 있으며,⁵⁾ 2013년에는 13조 건에 이를 것이라고 전망하고 있다.⁶⁾

1) Wikipedia. "SMS"(2011. 1. 13).

2) 모바일 메시징 서비스 매출은 스마트폰의 정액 가격 플랜에 포함되어 있으며, 가격 플랜에 따라서는 건당 요금으로 부가 서비스의 수익을 발생시키기도 한다.

3) Informa Telecoms & Media(2010. 12).

4) ITU(2010). 각 국가의 주요 이동통신사들의 자료를 토대로 국가별 합계를 산출하였다.

5) ABI Research(2010. 12. 29).

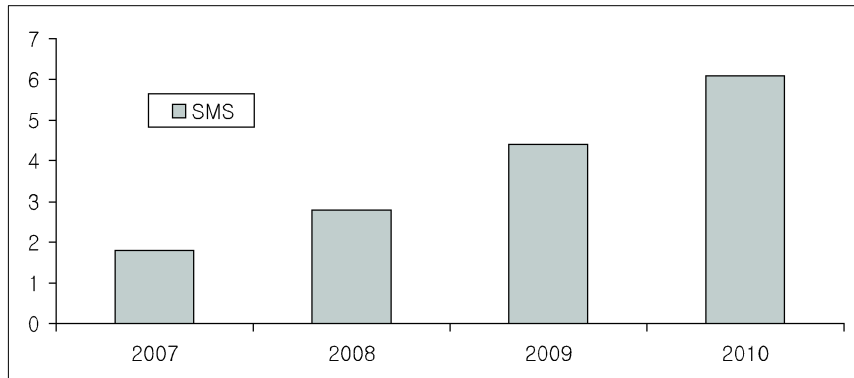
6) Portio Research(2010).

<표 1> 연도별 전 세계 SMS 발생 건수 추이

	2007	2008	2009	2010
전 세계 SMS 수(조)	1.8	2.8	4.4	6.1
1초당 SMS 발생(천)	56	89	136	192

[그림 1] 연도별 전 세계 SMS 발생 건수 추이

(단위: 조)



자료: The World in 2010(ITU, 2010)

그러나 이와 같은 SMS 발생 규모의 확대에도 불구하고, 주요 이동통신사의 메시징 수익은 크게 늘지 않을 것으로 보인다.⁷⁾ 지난 수년 동안 메시징 서비스의 비용이 줄어들어 따라 이동통신사들이 메시징 서비스 요금을 인상하는 것이 어려워졌다. 미국의 사례를 보면, Verizon Wireless, AT&T, Sprint 및 T-Mobile은 2005년부터 2008년 사이에 자신들이 제공하는 텍스트 메시지 단가를 10센트에서 20센트로 인상했었다. 그러나 미국 위스콘신 민주당 상원의원인 Herb Kohl이 2005~2008년 동안의 텍스트 메시징 서비스 요금 상승에 관해 문제를 제기했으며, 이후에 이동통신사들을 상대로 한 수십 건의 요금 소송이 잇따라 제기되었다.⁸⁾ 이동통신사들은 텍스트 메시지가 패

7) 국가와 지역마다 해당 이동통신사의 메시징 수익 추이에는 차이가 있고, SMS 외에도 MMS, IM, 모바일 이메일 등의 메시징 수익이 서로 다른 양상을 보이기도 한다.

8) Randall Stross(2008. 12. 26).

키지 서비스로 묶여 있기 때문에 텍스트 메시지만의 전송 비용 산출의 어려움을 피력하면서, 10달러 혹은 15달러의 정액제를 이용할 경우 소비자가 지불하는 메시지 요금은 20센트가 아닌 단 몇 센트에 불과하다고 설명했다.

〈표 2〉 미국 주요 이동통신사의 텍스트 메시지 요금(2010. 2)

회사	건당 요금*		정액 요금
	텍스트	사진 및 동영상	
Verizon Wireless	20¢	25¢	\$35/무제한 (음성 및 데이터 포함)
AT&T	20¢	30¢	\$5/200개
Sprint	20¢	-	\$5/300개
T-Mobile	20¢	-	\$10/국내 무제한

* 건당 비용은 메시징 플랜 없이 사용할 경우 산출되는 요금 기준이다.

자료: www.costhelper.com

따라서 이동통신사들이 텍스트 메시지 서비스에서만 얻는 매출을 산출하기가 어렵고, 이는 이동통신사의 사적인 정보로 취급되기 때문에 공적으로 입수하기 어려운 점이 있다. 그러나 텍스트 메시지 인프라의 업그레이드는 전송 비용의 감소로 이어지고,⁹⁾ 이동통신사가 요금을 인상하는 것이 쉽지 않으며, 패키지로 통합되는 텍스트 메시징 서비스는 데이터 ARPU로 포함되어 산출되기 때문에,¹⁰⁾ 텍스트 메시징에서만 발생하는 매출의 신장은 크지 않을 것이라는 추측이 가능하다.

4. 모바일 메시징 매출 전망

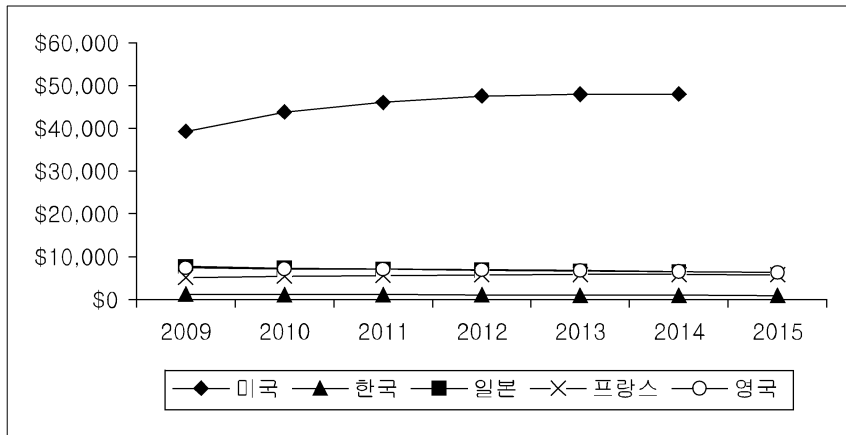
[그림 2]에서 보듯이 미국의 모바일 메시징 서비스 시장의 규모가 세계에서 가장

9) John Brownlee(2008. 12. 28).

10) Jay Seaton(2010. 6. 29).

큰 가운데, 우리나라를 비롯한 주요국의 모바일 메시징 매출은 전체적으로 완만한 곡선을 보여주고 있다. 전 세계적인 모바일 메시징 매출 추이를 보면, 2010~2015년 동안의 연평균 매출이 2.7%에 이를 것으로 전망되고 있으나,¹¹⁾ 인터넷 및 모바일 시장이 성숙기에 들어선 우리나라와 주요 국가에서는 크게 증가하지는 않을 것으로 보인다.

[그림 2] 주요 국가의 모바일 메시징 매출 추이 전망
(단위: 백만 달러)



* 2009년은 실제 수치이며, 2010~2015년은 전망 수치이고, 미국은 2014년까지의 전망 수치이다.

** 이동통신사의 자료를 토대로 구성되었다.
자료: Ovum(2010)

앞에서 언급했듯이 모바일 메시징 서비스는 SMS, MMS, IM 및 모바일 이메일 등을 포함하고 있기 때문에 각각의 세부 서비스에 관한 전망은 다를 수 있다. 세부적으로 보면 모바일 이메일 및 IM 서비스가 확산되면서 텍스트 메시지 시장에서 SMS 및 MMS 매출의 비중은 자연스럽게 줄어들 것이라는 ABI Research의 전망도 있다.¹²⁾ 향후 5년 동안 메시징 서비스 시장에서 SMS 및 MMS 매출이 전체 메시징 매출에서 각각 74% 및 5%임을 감안할 때, 이동통신사의 SMS 서비스를 통한 전체 메시징 매

11) Strategy Analytic(2010. 7. 15).

12) ABI Research(2010. 12. 29).

출의 상승을 기대하기는 어려울 것이다.

이처럼 이동통신사의 SMS 서비스를 통한 모바일 메시징 매출의 상승이 어려운 것은 단순히 저렴한 비용 때문만은 아니다. 최근 Facebook과 같은 소셜 미디어가 스마트폰 이용자들에게 큰 인기를 끌면서, 휴대폰의 SMS 트래픽 자체가 줄어들고 있는 것도 그 원인으로 작용하고 있다. 북미 유럽의 스웨덴, 노르웨이 및 덴마크 등에서는 2007~2008년에 텍스트 메시징 건수가 최고조에 달했다가, 그 후에는 급격하게 줄어든 것이 관찰되었다. 스웨덴의 주요 4개 이동통신사들이 크리스마스 전야 하루 동안에 처리한 텍스트 메시지의 수가 2009년 765만 개에서 2010년 725만 개로 줄어들었다. 또 노르웨이에서 처리한 SMS 이용 건수가 2008년 1,710만 개에서 2010년 5백만 개로 급격하게 줄어들었다. 이러한 텍스트 메시지 수 감소의 원인으로 사용자들이 Facebook과 같은 소셜 미디어를 통해서 텍스트 메시지 및 사진 등을 주고받은 것이 지적되고 있다.¹³⁾

5. 결 어

이동통신 환경이 음성에서 데이터 중심으로 전환되면서 모바일 메시지 전송 규모가 전 세계적으로 증가하고 있다. 그러나 초기 무선 데이터 시장에서 매출에 기여했던 메시징 서비스는 비용의 하락과 서비스 통합으로 이동통신사의 전체 매출에 기여하는 부분이 작아지고 있다. SMS와 같은 메시징 서비스는 이동통신사의 전통적인 수익원이었으나, 앞으로 그 매출의 성장세가 우리나라를 비롯한 주요 선진국에서 완만하거나 하락할 것으로 전망된다. 최근에는 소셜 미디어의 급격한 확산과 더불어 이동통신사가 처리하는 메시징 규모 자체가 하락하고 있으며, 이는 메시징 매출의 감소를 가속화시키고 있다. 이러한 환경 변화가 이동통신사에게 위기로 작용할 것에는 틀림이 없으나, 이러한 변화가 새로운 기회가 될 수 있을지에 대해서도 관심을 두어야 할 것이다.

13) Media Culpa(2010. 12. 25).

참고자료

- Brownlee, John (2008. 12. 28). “Text messages cost carriers virtually nothing”, 《New York Times》.
- Seaton, Jay (2010. 6. 29). “Mobile operators break boundaries in emerging markets”, 《Mobile Messaging 2.0》.
- Stross, Randall (2008. 12. 26). “what carriers aren’t eager to tell you about texting”, 《New York Times》.
- 《ABI Research》, (2010. 12. 29). “More than seven trillion SMS messages will be sent in 2011”.
- 《Informa Telecoms & Media》, (2010. 12). “Mobile messaging 2010”.
- 《ITU》, (2010. 10). “The World in 2010”.
- 《Media Culpa》, (2010. 12. 25). “Social media behind decrease in Christmas text messages”.
- 《Ovum》, (2010. 8). “Messaging Forecast: 2010~2015”.
- 《Portio Research》, (2010). “Mobile Messaging Futures 2010~2014”(4th edition).
- 《Strategy Analytic》, (2010. 7. 15). “Global Mobile Messaging Forecast 2010~2015”.
- Wikipedia, “SMS”(2011. 1. 13).
- www.costhelper.com