

개인용 클라우드(Personal Cloud) 서비스 동향

■ 유 선 실*

1. 개요

개인용 클라우드 서비스(Personal Cloud Service)는 이용자들이 자신이 보유한 데이터 파일이나 음악, 영화 등의 콘텐츠를 클라우드 서비스 사업자의 서버에 저장시켜 놓고 인터넷이 연결된 다양한 단말을 통해 이용할 수 있는 서비스이다.¹⁾

모바일 환경이 발전할수록 모바일 디바이스 이용자들에게 다양한 서비스를 제공하기 위한 방법으로 클라우드 서비스가 더욱 주목받고 있다. 즉, 모든 디바이스들이 네트워크 기능을 탑재함에 따라 인터넷, 특히 모바일에서의 콘텐츠 소비가 점차 증가할 것이고, 이용자가 단말을 바꿀 때마다 콘텐츠를 이동시킬 필요가 없는 클라우드를 기반으로 한 서비스가 더욱 각광받게 될 것이다.

초기의 개인용 클라우드 서비스는 개인의 콘텐츠를 보관만 해주는 웹하드 유형이 대부분이었다. 그러나 최근에는 음악, 영상 등 멀티미디어 콘텐츠와 애플리케이션 등을 제공해 주는 유형으로 변화하고 있다. 이에 따라 개인용 클라우드 서비스는 N-스

* 정보통신정책연구원 미래융합연구실 부연구위원, (02)570-4333, sunsil@kisdi.re.kr

1) 한은영(2011. 6. 1)

크린 서비스와 접목되어 새로운 콘텐츠 유통 채널로 부상할 것으로 전망되며, 소비자들의 콘텐츠 이용 방식에도 변화가 올 것으로 예상된다.

이와 관련하여 본고에서는 주요 해외 사업자들의 개인용 클라우드 서비스를 비교하고, 향후 전망을 살펴보고자 한다.

2. 주요 개인용 클라우드 서비스 동향

지난 2011년 10월 애플이 iCloud를 선보인 후, 2012년 4월에 구글이 Google Drive를 공개하는 등 주요 IT 사업자들의 개인용 클라우드 서비스 진출이 활발하게 이루어지고 있다. 현재 애플, 마이크로소프트, 구글 등의 대형 업체들은 콘텐츠 생태계 구축을 중심으로, 기타 중소 업체들은 디지털 스토리지 서비스를 중심으로 클라우드 서비스를 제공하면서 개인용 클라우드 시장에서의 경쟁이 치열하게 진행되고 있다.

원격 서버에 저장 공간을 제공하고 다양한 단말기에 동기화하여 사용할 수 있는 것을 주요 기능으로 하는 클라우드 서비스들은 기본 저장 공간은 무료로 제공하고, 추가 용량에 대해서는 이용료를 부가하는 Freemium²⁾ 모델을 채택하고 있다. 가장 대표적으로 Dropbox³⁾는 2GB의 무료 저장 공간을 제공하고, 50GB는 월 10달러, 100GB는 월 20달러의 요금을 부과한다. Dropbox의 서비스는 리눅스를 포함한 대부분의 OS에서 클라우드 서비스 이용이 가능한 것이 강점이다. Dropbox는 HTC와 삼성전자 등의 단말 제조사들과 제휴하여 Dropbox 애플리케이션을 단말기에 탑재하고 있다. 최근 삼성전자는 갤럭시SⅢ 구입자에게 2년간 저장 공간 50G를 무료로 제공할 계획을 발표하였다. 마이크로소프트의 SkyDrive는 개인용 클라우드 서비스 중 가장 큰 7GB의 대용량을 무료 저장 공간으로 제공하고, 윈도우 오피스의 문서 협업 기능을 가진 것이 강점이다.

2) Freemium이란 Free와 Premium의 합성어로 기본적인 제품이나 서비스는 무료로 제공하고 확장된 기능이나 아이템, 연계상품 등은 유료로 판매하는 모델을 의미(Wikipedia)

3) Dropbox는 2007년에 샌프란시스코에서 설립된 벤처업체로서 2008년 서비스 제공 이후 전 세계 175개국 5천만 명 이상의 이용자가 사용하고 있음

<표 1> 주요 개인용 클라우드 서비스 비교

	Google Drive	iCloud	SkyDrive	Dropbox	SpiderOak	Box	SugarSync
무료 저장 공간	5GB	5GB	7GB	2GB	2GB	5GB	5GB
추가 용량	25GB/월 \$2.49	20GB/월 \$1.67	20GB/월 \$0.83	50GB/월 \$10	100GB/월 \$10	25GB/월 \$0.83	30GB/월 \$4.99
	100GB/월 \$4.99	40GB/월 \$3.33	50GB/월 \$2.08	100GB/월 \$20		50GB/월 \$1.67	60GB/월 \$9.99
	200GB/월 \$9.99	100GB/월 \$8.33	100GB/월 \$4.17				100GB/월 \$14.99
이전 버전 저장	30일	-	25일	30일	-	11일	5일
멀티 폴더 동기화	-	-	○	-	○	-	○
모바일 기기로 다운로드	○	○	○	○	○	○	○
미디어 스트리밍	-	○	○	○	-	-	○
파일 잠금	-	-	-	-	○	○	○
파일 암호화	○	○	○	○	○	○	○
파일 사이즈 제한	10GB	25MB	2GB	300MB	na	25MB	na
협업 기능	○	-	○	○	○	○	○
API 공개	○	○	○	○	○	○	○
Windows	○	○	○	○	○	○	○
OS X	○	○	○	○	○	○	○
Linux	-	-	-	○	○	-	-
Android	○	-	-	○	○	○	○
iOS	-	○	○	○	○	○	○
Windows Phone	-	-	○	-	-	-	○
Blackberry	-	-	-	○	-	-	○

자료: The Verge(2012. 4. 24) 재구성

한편, 애플, 구글, 아마존 등은 자사의 콘텐츠 유통 플랫폼과 클라우드 서비스를 연동하여 제공하고 있다. 3사 중 가장 먼저 클라우드 콘텐츠 유통 서비스를 제공한 아마존은 2011년 3월부터 미국 내 아마존 이용자들을 대상으로 클라우드 음악 서비스인 ‘Cloud Player’를 제공하고 있다.⁴⁾ ‘Cloud Player’는 ‘Amazon MP3’에서 음원을 구입하면 이를 온라인 저장 공간인 ‘Cloud Drive’에 저장해서 PC나 iOS 및 Android OS 단말기, 자사의 태블릿PC인 ‘Kindle Fire’ 등에서 언제나 청취가 가능하다. ‘Cloud Drive’는 5GB의 저장 공간을 무료로 제공하고 있으며, 20GB 이상의 저장 공간에 대해서는 최대 1,000GB까지 GB당 1달러/년의 금액을 부과하고 있다.

애플의 iCloud는 아이폰, 아이패드, 아이팟 터치 등 애플의 모든 기기 간 자동 동기화와 온라인 저장 공간을 제공하는 서비스로서 애플 제품에 담긴 모든 콘텐츠를 연동하여 사용할 수 있다. iCloud의 가장 큰 특징은 PC에서 iTunes가 했던 역할을 클라우드에서 가능하게 해준다는 것으로서 그동안의 PC를 중심으로 하던 서비스에서 클라우드 중심의 서비스로의 변화를 보여준다. 즉, 기존에는 콘텐츠 및 애플리케이션을 PC에서 iTunes를 통해 구매하고 ‘동기화’를 하여 아이폰 등 단말기에 저장해야 했으나, 이제는 PC의 iTunes에 접속하지 않아도 한번 구매한 콘텐츠는 어떤 단말에서도 직접 재생이 가능하게 됨으로써 클라우드 서비스가 애플의 콘텐츠 유통의 중심으로 기능하게 되는 것이다. 예를 들어, iCloud의 서비스 중 ‘iTunes Match’는 이용자의 단말에 저장된 음원을 스캔해서 iTunes의 음악 라이브러리와 대조한 후 같은 음악이 있을 경우 클라우드를 통한 음원 이용이 가능한 서비스이다.⁵⁾ 매치된 음원은 애플의 음원 라이브러리에서 이미 존재하는 파일을 제공하는 것이므로 별도의 업로드가 필요 없고, 개인별 클라우드 스토리지 용량도 소모하지 않는다. 다만, 이 서비스는 1년에 25달러를 지불해야 하는 유료 서비스이다.⁶⁾

지난 2012년 4월에 공개된 ‘Google Drive’는 사용자에게 5GB의 무료 저장 공간을

4) 이은민(2011. 12. 16)

5) 《스트라베이스》(2011. 11. 22)

6) 애플은 icloud 서비스를 위해 음반사들과 저작권 계약을 맺고 있음.

제공하고 검색 기능과 오피스 SW인 ‘Google Docs’와의 연동, 구글의 소셜네트워크 서비스인 ‘Google+’로의 업로드, Gmail과의 연동 등 구글의 다양한 서비스와의 강력한 연동을 강점으로 하고 있다.⁷⁾ 또한 지난 3월 Android Market을 개편한 디지털 콘텐츠 허브인 ‘Google Play’ 역시 클라우드를 기반으로 이용자들이 구매한 콘텐츠를 별도의 동기화 과정을 거치지 않고 다양한 단말기에서 자유롭게 활용할 수 있다.

3. 결 어

앞에서 살펴보았듯이 각 서비스들은 무료 저장 공간 제공 및 저렴한 비용, 자사 서비스와의 연계, 동기화, 협업기능 등의 편의 기능 제공, OS 호환성 등을 강점으로 내세우며 사용자 기반을 확대하고 있다. 기본적으로 클라우드는 락인(Lock-in) 효과가 크므로 초기 이용자 확보가 매우 중요하다. 그러나 개인용 클라우드 서비스가 웹하드 서비스와 차별화되기 위해서는 다양한 콘텐츠와 부가서비스를 다양한 단말에서 사용하기 편리하게, 그리고 보다 저렴하게 제공할 수 있어야 경쟁력을 가질 수 있을 것이다. 개인용 클라우드 서비스 성공의 관건은 콘텐츠 수급 역량인데 애플은 iCloud의 ‘iTunes Match’ 서비스를 위해 음반사들과 라이선스 계약을 맺고 있으며, 최근 아마존도 ‘Cloud Player’에서 Scan & Match 서비스⁸⁾를 제공하기 위해 주요 음반사와 라이선스 계약을 맺은 것으로 알려졌다.⁹⁾

한편, 클라우드 기반의 서비스 증가는 콘텐츠가 어디에나 있는 ‘Content is Everywhere’ 환경을 의미하며, 이에 따라 콘텐츠의 소비방식도 소유에서 접속하여 이용하는 것으로 변화하고 있다. 따라서 콘텐츠 사업자들의 비즈니스 전략도 소비자들의 이용 패턴 변화에 맞춰 변화할 것으로 전망된다.

7) 《스트라베이스》(2012. 4. 30)

8) Scan & Match 서비스는 사용자가 자신이 가지고 있는 음악 파일을 클라우드 서비스 사업자의 서버에 일일이 업로드할 필요 없이, 사용자가 보유하고 있는 음악 리스트를 사업자의 라이브러리에서 확인하여 자동으로 서버에서 바로 들을 수 있게 해주는 서비스임.

9) CNET(2012. 6. 15)

참고문헌

- 이은민 (2011. 12. 16), “온라인 음악시장의 변화와 향후 전망”, 《방송통신정책》, 제23권23호 통권522호, 정보통신정책연구원.
- 《스트라베이스》 (2011. 11. 22), “디지털 음악 시장에 나타난 새로운 경쟁 구도, ‘iTunes Match’ 對 ‘Google Music Store’”.
- _____ (2012. 4. 30), “Google Drive, 마침내 공개: 점화된 퍼스널 클라우드 서비스 경쟁 구도의 의미와 향배”.
- 한은영 (2011. 6. 1), “개인용 클라우드 서비스 경쟁: 아마존, 구글, 애플”, 《방송통신정책》, 제23권10호 통권509호, 정보통신정책연구원.
- CNET (2012. 6. 15). “Amazon’s music cloud is licensed by all top labels”.
- The Verge* (2012. 4. 24). “Google Drive vs. Dropbox, SkyDrive, SugarSync, and others: a cloud sync storage face-off”.
- <http://www.theverge.com/2012/4/24/2954960/google-drive-dropbox-skydrive-sugarsync-cloud-storage-competition>