

# 통신사업자와 OTT사업자간 협력 동향

홍 현 기\*

## 1. 개요

통신서비스의 중심이 기존의 음성서비스에서 데이터서비스로 이동하고 기술 발전으로 다양한 디바이스를 통해 OTT(Over The Top)서비스가 제공됨에 따라 통신사업자와 OTT사업자간의 갈등이 발생하였다.

이전까지 통신사업자는 OTT사업자가 자사 보유의 통신망을 무료로 이용하여 수익을 창출하고 대용량의 트래픽을 발생시키고 있어 이를 배제하는 입장을 취하였다. 그러나 최근 들어 OTT서비스가 통신시장에서 차지하는 비중이 증가함에 따라 OTT사업자를 배제의 대상에서 협력의 대상으로 인식하고 있다. 실례로 2014년 2월, GSMA(Global System for Mobile communication Association)의 주최로 개최된 MWC(Mobile World Congress)에서는 이전과 다르게 OTT사업자가 주요 행사에 참여함으로써 통신사업자의 OTT사업자에 대한 시각이 변화했음을 보여주고 있다. 이러한 시장환경과 통신사업자의 인식 변화로 양자간 협력은 증가하고 있다.

이러한 협력을 통해 통신사업자는 신규사업모델을 통한 수익 창출 및 시장 확대가 가능할 것으로 기대하고 있으며 OTT사업자는 가입자 기반의 안정적인 수익확보가 가능

\* 정보통신정책연구원 통신전파연구실 전문연구원, (043)531-4074, hghong@kisdi.re.kr

할 것으로 예상된다. 이에 본고에서는 OVUM이 발표하는 “Telco-OTT Partnerships Tracker”를 중심으로 통신사업자와 OTT사업자간의 협력 현황을 살펴보고자 한다.

## 2. 양자간 협력 동향

OVUM에 따르면, 통신사업자와 OTT사업자의 협력은 2006년 1건<sup>1)</sup>으로 시작하였으며 크게 증가하지 않다가 2010년 이후 매년 증가하기 시작하여 2014년 3월말 현재 까지 총 271건에 이르는 것으로 조사되었다.

〈표 1〉 양자간 협력 추이(2006~2014. 3)

연 도	협력건수	증가율(%)	연 도	협력건수	증가율(%)
2006	1	-	2011	32	357.1
2007	1	0.0	2012	54	68.8
2008	1	0.0	2013	140	159.3
2009	2	100.0	2014. 3	33	-
2010	7	250.0	합 계	271	-

자료: OVUM(2014. 7) 재구성

지역별로 살펴보면 아시아 지역에서 이루어지는 협력이 전체 협력의 39.5%를 차지하고 있으며 유럽, 아메리카, 아프리카, 중동의 순으로 조사되었다. 협력건수는 2013년 10월에 대비하여 아시아 지역에서 44건이 증가하여 가장 높은 증가를 보였으며 아메리카, 유럽, 아프리카, 중동 등의 순으로 나타났다. 2013년 10월말과 비교했을 때 아메리카 지역의 증가율이 122.7%로 가장 높은 것으로 조사되었으며 다음으로 중동 지역의 증가율이 100.0%에 이르는 것으로 조사되었다.

1) Airtel과 Microsoft간의 협력으로 2006년 5월 6일 발표

〈표 2〉 지역별 양자간 협력 추이

구 분	2013. 10		2014. 3		증가율(%)
	협력건수	비중(%)	협력건수	비중(%)	
아프리카	17	11.0	29	10.7	70.6
아메리카	22	14.2	49	18.1	122.7
아시아	63	40.6	107	39.5	69.8
유 럽	45	29.0	70	25.8	59.1
중 동	8	5.2	16	5.9	100.0
합 계	155	100.0	271	100.0	76.0

자료: OVUM(2013. 12), OVUM(2014. 7) 재구성

서비스 부문별로 살펴보면 음원서비스와 메시징 서비스에서의 협력이 가장 활발한 것으로 조사되었으며 다음으로 소셜미디어, 통신, 게임 등의 영역 순으로 나타났다. 이를 지역적으로 구분하여 보면 아메리카 지역과 유럽 지역에서는 음원서비스 부문에서 가장 활발한 협력을 보이는 반면, 아프리카, 아시아, 중동 등의 지역에서는 메시징 서비스와 소셜 미디어 부문에서의 협력이 활발한 것으로 나타났다.

〈표 3〉 서비스 부문별 · 지역별 양자간 협력 현황(2014. 3)

구 분	아프리카	아메리카	아시아	유 럽	중 동	합 계
통 신	1	4	17	4	3	29
디바이스관리/보안	-	1	1	-	-	2
게 임	-	3	14	11	1	29
인터넷검색	2	-	4	1	-	7
인터넷검색/통신	1	-	-	-	-	1
메시지	14	4	29	5	5	57

구분	아프리카	아메리카	아시아	유럽	중동	합계
음원서비스	1	21	5	30	1	58
네비게이션/지도	-	1	-	-	-	1
결제	-	1	1	-	1	3
제조	2	3	4	6	-	15
소셜 미디어	7	4	27	6	5	49
영상 서비스	1	7	5	7	-	20
합계	29	49	107	70	16	271

자료: OVUM(2014. 7)

이를 다시 서비스 부문별로 유·무료 서비스로 구분하여 살펴보면 전체 협력 271건 중 알려지지 않은 8건을 제외한 263건 중 유료서비스와 무료서비스가 각각 120건과 140건으로 큰 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 유료서비스는 소셜미디어 부문에서 36건으로 가장 많은 것으로 나타났으며 무료서비스는 음원서비스에서 43건으로 가장 많은 것으로 나타났다. 대체로 소셜 미디어, 제조, 인터넷 검색 등의 서비스 부문에서 유료서비스 관련 협력의 비중이 높으며 음원서비스, 메시징서비스, 게임, 영상서비스 등의 서비스 부문에서 무료서비스 관련 협력의 비중이 높은 것으로 조사되었다.

〈표 4〉 양자간 협력 서비스의 유·무료화 동향(2014. 3)

구분	변동	유료	무료	합계
통신	-	14	12	26
디바이스관리/보안	-	-	2	2
게임	2	11	16	29
인터넷검색	-	6	1	7

구 분	변 동	유 료	무 료	합 계
인터넷검색/통신	-	1	-	1
메시지	-	22	35	57
음원서비스	1	10	43	54
네비게이션/지도	-	1	-	1
결 재	-	3	-	3
제 조	-	12	3	15
소셜 미디어	-	36	13	49
영상 서비스	-	4	15	19
합 계	3	120	140	263

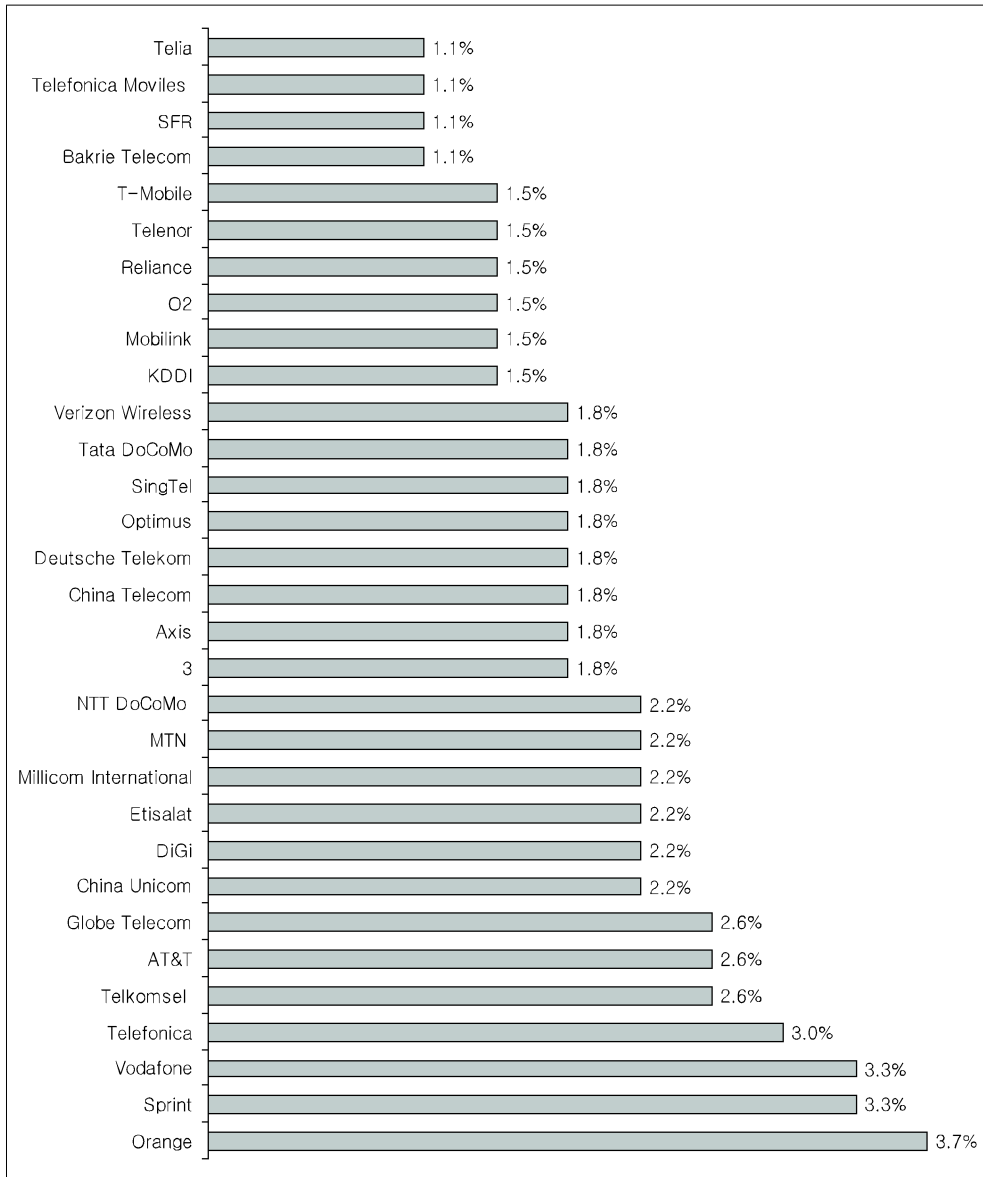
주: 전체 271건 중 8건은 알려지지 않음

자료: OVUM(2014. 7)

양자간 협력에 2014년 3월말 현재 100개의 통신사업자가 참여하고 있으며 대부분의 기업이 1~2건의 협력사업을 추진 중이나<sup>2)</sup> 32개의 통신사업자가 3건 이상의 협력을 추진하고 있는 것으로 나타났다. 특히 Aircel은 전체협력의 6.6%(18건)를 차지하여 가장 활발하게 협력사업을 추진하고 있는 것으로 나타났으며 Orange(10건), Sprint(9건), Vodafone(9건) 등의 순으로 조사되었다.

2) OVUM(2014. 7)에 따르면 16개의 통신사업자가 2건의 협력사업을 추진 중이며 52개의 통신사업자는 1건의 협력사업을 추진 중인 것으로 조사되었음

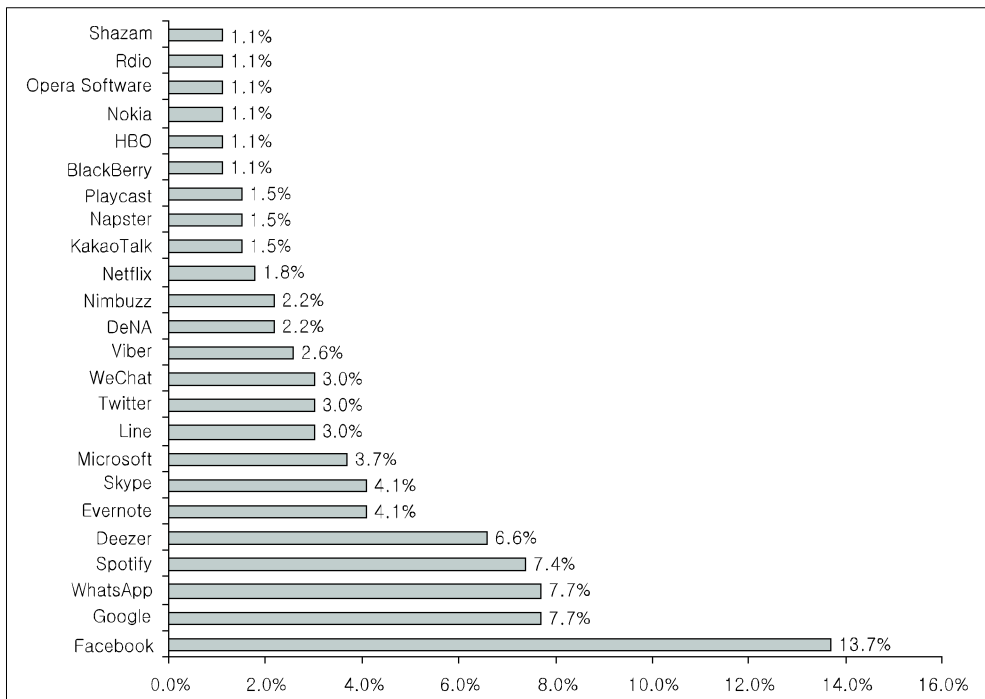
[그림 1] 통신사업자의 양자간 협력 참여 현황



자료: OVUM(2014. 7) 재구성

또한 양자간 협력에 63개의 OTT사업자가 참여하고 있으며 이중 24개의 OTT사업자가 3건 이상의 협력사업을 추진하고 있는 것으로 조사되었다.<sup>3)</sup> 가장 활발한 협력사업을 추진하고 있는 OTT사업자는 Facebook으로 전체 협력의 13.7%(37건)을 차지하고 있으며 다음으로 Google(21건), WhatsApp(21건), Spotify(20건)의 순으로 나타났다.

[그림 2] OTT사업자의 양자간 협력 참여 현황



자료: OVUM(2014. 7) 재구성

3) OVUM(2014. 7)에 따르면 5개의 OTT사업자가 2건의 협력사업을 추진 중이며 34개의 OTT사업자가 1건의 협력사업을 추진 중인 것으로 조사되었음

### 3. 결 어

OVUM은 통신사업자와 OTT사업자의 경쟁이 심화로 통신사업자는 음성통화시장에서 수익에 타격을 입을 것으로 예상되며 2018년이 되면 총수익의 4%에 해당하는 630.7억 달러 규모를 손해를 입을 것으로 전망하고 있다.<sup>4)</sup> 또한 Gartner는 2018년까지 통신사업자의 30%가 자사의 OTT서비스나 OTT사업자와의 협력을 통해 OTT 사업모델을 채택할 것으로 전망하고 있다.<sup>5)</sup> 이와 같이 통신서비스와 OTT서비스의 영역이 구분이 무의미하고 OTT서비스 시장이 확대되고 있어 통신사업자는 더 이상 OTT사업자를 대용량 트래픽을 발생시키는 존재로만 인식하여 이를 배제할 수 없는 상황에서 전세계적으로 양자간 협력은 강화되고 있다.

반면 국내에서는 통신사업자와 OTT사업자와의 협력은 상대적으로 저조한 상황이다.<sup>6)</sup> 그러나 국내에서도 통신사업자들의 OTT사업자에 대한 인식 변화, 소비자의 수요, 기술 발전 등으로 인해 다양한 분야의 협력이 추진될 수 있을 것으로 예상된다.

### 참고문헌

- Gartner (2013. 11). “Forecast Overview: Communications Service Provider Operational Technology, Worldwide, 2014”.
- OVUM (2013. 11). “Total VoIP minutes; fixed/mobile split for VoIP minutes; telco voice minutes substituted by OTT VoIP; telco lost revenues”.
- \_\_\_\_\_ (2013. 12). “Telco-OTT Partnerships Tracker: 4Q13”.
- \_\_\_\_\_ (2014. 7). “Telco-OTT Partnerships Tracker: 1Q14”.
- 전자신문 (2014. 2. 16), “[미리보는 MWC 2014]OTT, 통신업계 ‘적’에서 ‘파트너’로”.

4) OVUM(2013. 11)

5) Gartner(2014. 7)

6) OVUM(2014. 7)에 따르면 현재 우리나라의 협력사업에 참여하고 있는 통신사업자는 KT, CJ 헬로비전(게임부문 각 1건)이며 OTT사업자는 Kakao Talk(메시징 서비스 4건)으로 조사됨