

● 일반동향 ○ 심층동향

4. 홈네트워크/정보가전 **지능형 홈 국가 표준/인증 체계 정비를 통한 국내 산업 보호**

□ 개요

- 세계 각국은 자국 시장 보호 및 해외 시장 진출을 도모하기 위해 자국 실정에 적합한 표준 플랫폼을 개발하고 국제 표준화 선점을 통한 경쟁력을 강화
- 우리나라는 세계 최고의 지능형 홈 인프라를 확보하고 이를 통해 가장 먼저 지능형 홈 상용 서비스를 제공하고 있으나, 국가 표준 및 인증체계 부재로 표준 경쟁과 해외 시장 우위 선점에 어려운 실정
 - 실제로 u-City의 경우 하니웰사와 지멘스사가 BIM을 기반으로 하는 자동화 기술로 관련 시장에서의 실익을 챙기고 있음
- 한-미, 한-EU FTA 등 기술 및 표준 선도국과의 FTA 협상 타결로 인하여 해당국가의 표준화된 홈네트워크 기술의 국내 채택이 요구 되는 시점에 이에 대응할 수 있는 국가적인 대응책이 절실

□ 국내외 동향

- 독일을 비롯한 유럽 국가들은 **Konnex** 유럽 표준을 정의하고 이를 ISO/IEC JTC1 SC25를 통하여 국제 표준으로 정착시킨 후, 다른 나라의 국가 표준으로 채택시켜줄 것을 요청
 - * WTO 규정에 따라 각국은 자국 표준이 없을 경우, 국제 표준기구에서 인정한 표준기술을 우선적으로 표준기술로 채택할 의무가 있음
- 일본과 중국은 자국 기술 중심의 홈네트워크 Full 스택을 정의하고 관련표준 및 미비한 기술 개발에 총력
 - 일본은 자국의 업체들을 중심으로 ECHONET 포럼을 형성하고 일본 표준 기술인 ECHONET 표준을 정의, ISO/IEC JTC1 SC25를 통해 표준화 진행

- 중국도 자국의 표준 단체인 IGRS의 표준을 JTC1 SC25에서 표준화 진행
 - * AHNC(아시아홈네트워크산업협의회)를 통하여 한중일 공조방안을 모색중이나, 각각 자국의 이해관계와 긴밀하게 연관되어 있어, 단일 국제표준 추진 다소 한계
- 미국은 유럽의 Konnex 표준의 국제표준 제정에 자극받아 미국 표준인 LonWorks와 단체표준인 UPnP를 ISO/IEC JTC1 SC25를 통해서 국제표준으로 추진하고 있음
- MS, 인텔, 소니 등은 홈네트워크 미디어 처리를 위해, UPnP와 DLNA를 중심으로 활발한 단체 표준 활동을 추진하면서 시장에서 영향력을 확대
- 국내에서도 지경부, 국토부, 방통위 협의하에 「지능형 홈네트워크 설비설치 및 기술기준」이 '09년 3월 고시됨
 - * 지능형 홈 구축을 위한 최소 범위에서의 기기 인증(25조 1, 2항)과 상호연동(25조 3항)에 필요성만 포함하고 있어 구체적 규격 및 인증체계 마련이 필요
- TTA와 HNF(홈네트워크 포럼)을 중심으로 지능형홈 관련 표준 정의
 - TTA는 PG214(디지털홈연구반)를 중심으로 60여건의 단체표준을, HNF는 산업계에서 요구하는 RS485 등의 업계 표준을 정의
 - * 홈게이트웨이 표준 및 인증 기준, RS485 등에 대한 표준이 정의되었으나, 기술기준에 대한 고려가 미흡하여 기술기준에 부합되는 종합적인 표준 정비계획 수립 필요

□ 시사점 및 대응방향

- **【시장 관점】** 국가정책과 긴밀한 협조로 기기간 호환성 확보 노력
 - 업체별로 홈네트워크 기기간 상호호환성 확보를 통한 국내 산업의 보호와 동시에 해외 진출의 발판 마련

<대응방안>

- ◆ 상호호환성을 지원하는 공통의 플랫폼(미들웨어) 적용 노력
- ◆ 산업체 중심의 사실상 표준(De Facto) 정의를 위한 적극 참여
- ◆ 국가 표준(기준) 및 인증 체계에 부합하는 다양한 응용 서비스 개발

○ **【기술 관점】 ISO 국제 표준화 및 KS규격 기반의 기술개발 추진**

- 지능형 홈 관련 KS 규격은 ISO에서 표준으로 채택된 표준을 도입

<대응방안>

- ◆ 조기 상용화 가능하도록 기업체(서비스 사업자) 중심의 기술개발 추진
- ◆ 새로운 응용 분야 관련 국제표준권리 확보 가능한 원천 기술 개발
- ◆ ISO 국제표준화, 국내 KS규격 및 기술기준 등 국가 정책 반영과 병행하여 기술개발 추진

○ **【정책 관점】 지능형 홈 국가 표준 및 인증 체계 정비**

- 지능형 홈 확산을 위해서는 「홈네트워크 설비의 기술기준」 고시의 원활한 정착뿐만 아니라 표준과 인증 절차 준비의 필요성 대두

<대응방안>

- ◆ 「홈네트워크 설비의 기술기준」 관련 세부 지침 및 규격 마련
- ◆ 현재 부처별, 기관별 산발적으로 시행되고 있는 표준화 및 인증 관련 업무들에 대한 국가적인 계획을 세우고 이에 따라 조직 정비
- ◆ 업체간 이해관계에 대한 지속적인 모니터링 및 조정 역할

● 일반동향 ○ 심층동향

5.차세대컴퓨팅

국내 앱스토어 경쟁력과 클라우드 컴퓨팅

□ 개요

- 앱스토어는 모바일 단말용 애플리케이션과 콘텐츠를 편리하게 사고팔 수 있도록 고안한 신개념의 온라인 시장으로 애플이 아이폰을 출시하면서부터 본격화되기 시작
 - 앱스토어 덕분에 아이폰 판매는 출시 2년여 만에 3,500만대를 돌파하고 앱스토어를 통해 1년 만에 최소 4,500만 달러를 벌어들인 것으로 추산
 - 파이낸셜타임스(FT)는 "앱 혁명이 인터넷 혁명보다 5배 빠른 속도로 세계 IT 시장을 흔들고 있다"며 "업체 간 앱스토어 개발 경쟁이 가속화될 2010년은 IT업계의 터핑포인트가 될 것"이라고 보도
- 단말 제조업체인 삼성전자를 비롯하여, SK텔레콤, KT 등 이동통신사들도 앱스토어의 대세적 흐름 속에 개방형 마켓플레이스를 오픈하고 있으나 국내 앱스토어 경쟁력 확보를 위한 대응 방안이 필요
 - 앱스토어는 two-sided BM으로 "개발자 유인 - 고급 애플리케이션 확보 - 고객기반 확대"라는 선순환 구조를 갖는 echo system이 매우 중요
 - * Two-sided BM(Business Model) : 일반사용자를 'Downstream Customers', 이 외의 B2B 형태의 3rd Party 사업자를 'Upstream Customer'로 구분
 - * Two-sided BM에서의 3 revenue : Downstream Customers에게서 소비되면서 발생하는 매출, 3rd Party 사업자들에게 플랫폼을 제공하여 발생하는 매출 및 3rd Party 사업자들이 Downstream Customers에게 서비스 할 수 있도록 Enabler가 되어서 생기는 매출

□ 국내외 동향

- KT의 아이폰 출시 이후 앱스토어 한국계정에는 하루에도 수십 건씩 콘텐츠가 등록되고 있으며, 애플리케이션 개발업체는 260여 곳이고 애플리케이션은 2,300여개에 달할 정도로 애플리케이션 개발자 집중
- 구글은 2008년 10월 자사의 스마트폰 운영체제(OS)인 안드로이드를 기반으로 한 앱스토어 '안드로이드 마켓'을 개설하였으며, 네트워크에 접속 가능한 단말이라면 모든 인터넷 자원을 이용할 수 있도록 지원

- 구글은 모든 애플리케이션이 자유롭게 거래가 가능하도록 했고, 초기 등록비(25달러) 이외에 일체의 요금을 받지 않음으로써 차별화
 - * 애플은 콘텐츠를 자체적으로 심사하고, 개발자 라이선스 등록비가 연회비 개념으로 99 달러임
- 리서치인모션(RIM)는 '블랙베리 앱월드'를 오픈했으며, 노키아도 '오비(OVI) 스토어'를 선보였고, 마이크로소프트(MS)도 '마켓플레이스 포 모바일(WMM)'을 개설하는 등 자체 플랫폼을 보유하고 있는 업체들의 앱스토어 런칭 보편화
- SK텔레콤과 삼성전자가 MS 윈도우모바일, 구글 안드로이드까지 수용할 수 있는 '콘텐츠 백화점' 전략으로, 휴대폰에 상관없이 다양한 콘텐츠를 내려받을 수 있는 애플리케이션 스토어를 개장하며 아이폰에 대응
 - SK텔레콤의 애플리케이션 스토어인 'T스토어'가 출범 100일 만에 가입자 23만명, 프로그램 다운로드 숫자 100만건을 돌파하며 애플 추격
 - * 'T스토어'는 애플 아이폰의 국내 출시에 맞대응하기 위해 애플의 '아이튠즈'처럼 음악·게임·길찾기 등 각종 응용프로그램을 사고파는 사이트로서 이동통신망은 물론 저렴한 WiFi를 통해서도 접속 가능
 - 삼성전자도 2009년 9월 영국·프랑스 등 유럽지역에서 오픈한 '삼성 앱스토어'의 국내 서비스를 시작하면서, 앱스토어를 SK텔레콤 T스토어에 흡인숍 (shop in shop)의 형태로 입점하여 연합전선 구축
- "앱스토어"의 한계를 해결할 수 있는 방안으로 모바일 클라우드 컴퓨팅이 부각되고 있음
 - * 모바일 클라우드 컴퓨팅으로 사용자는 휴대폰 종류에 상관없이 모든 모바일 애플리케이션에 자유롭게 접속 및 사용이 가능
 - 삼성SDS는 글로벌 기업들을 대상으로 스마트폰을 활용해 회사 메일을 주고받거나 업무를 볼 수 있는 모바일 클라우드 서비스를 사이베이스, SAP, 시만텍 등 글로벌 기업들과 협력하여 준비 중
 - 삼성은 모바일클라우드센터(SMCC)를 미국 뉴저지에 구축하고, 수원의 클라우드컴퓨팅센터와 연동시켜 글로벌 서비스의 축으로 삼아서 2012년까지 3백만 명 수준의 가입자 확보 목표
 - SK텔레콤은 개발 파트너사들이 쉽게 자사의 아이디어를 개발하고 SKT 시스템과 연동할 수 있도록 하는 클라우드컴퓨팅 환경을 구축중

□ 시사점 및 대응방향

○ **【시장관점】** 국내 앱스토어 경쟁력 확보

- 단말기 보급 물량이 많거나 플랫폼 활용성이 큰 국외 앱스토어에 개발자가 몰림으로써 고급 애플리케이션 확보 곤란으로 단말 및 서비스 시장 상실 우려
- 국내 앱스토어에서는 다양한 플랫폼과 단말을 지원해야 하므로 단일 플랫폼, 단일 단말을 지원하는 국외 앱스토어에 비하여 개발자 편의성 부족

<대응방안>

- ◆ **오픈소스 기반의 단말 플랫폼 기술을 확보하여** 단말과 이통사에 상관없이 애플리케이션을 개발할 수 있는 환경을 구축함으로써 대규모 서비스 창출
- ◆ **개발자 유인을 위하여 개발환경 및 서비스환경 대여 클라우드 컴퓨팅 서비스 제공**

○ **【기술관점】** 모바일 단말에서 고급 콘텐츠 및 서비스 제공 기술 부각

- 앱스토어가 애플리케이션 유통의 중심으로 자리잡고, 모바일 단말의 기능 향상과 함께 보다 나은 콘텐츠 및 서비스를 제공하려는 개발자의 노력 집중

<대응방안>

- ◆ **인터넷 상의 서버 클라우드에서 모바일 단말에 고급 콘텐츠 및 서비스를 제공할 수 있는 모바일 클라우드 컴퓨팅 플랫폼 기술 확보**

○ **【소비자 관점】** 생활 밀착형 애플리케이션 다양화 기대

- 생활 밀착형의 유용한 콘텐츠 및 서비스가 많이 제공되는 모바일 단말 선택
- 단말 선택시 앱스토어 활성화 정도 고려

<대응방안>

- ◆ **사용자의 일상생활에 도움이 되는 클라우드 컴퓨팅 기반 생활 밀착형 애플리케이션 확보로 앱스토어 및 단말 경쟁력 향상**