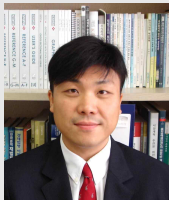


마이크로소프트의 스카이프 인수 의미와 시사점

김현중 / 한국경제연구원 연구위원 (kim@keri.org)



2011년 5월 10일, 마이크로소프트(MS)는 인터넷 음성통신회사인 스카이프(Skype)를 85억 달러에 매입한다고 발표했다. 대부분의 수익을 윈도우와 오피스에 의존하며 온라인 분야에서는 적자를 기록하던 마이크로소프트로서는 역대 최고가액 매수인 이번 인수합병을 통해 신규 연계 서비스를 개발하여 모바일-온라인 분야에서의 실적개선을 도모하려는 것으로 보인다. 향후 4세대 무선통신망의 보급으로 영상통화, 동시 모션게임, 영상물 공동감상 등 스카이프와의 연계 서비스에 대한 수요가 증대될 경우 수익성 회복에도 도움이 될 것이다. 그러나 이러한 수익성 개선은 안정적 품질의 서비스를 제공하며 킬러 아이템이 되는 제품군을 개발할 수 있는지 여부에 달려 있다. 우리나라 기업의 입장에서는 대형 IT기업들의 대규모 인수합병이 지속될 것으로 예상되므로 이에 대한 적절한 대비책을 마련해야 할 것이며, 정부 차원에서는 무선데이터 통신망에 대한 투자를 지원하는 정책방안을 강구할 필요가 있다.

1. 마이크로소프트의 스카이프 인수 배경

- 마이크로소프트는 소프트웨어 및 서버지원 서비스뿐 아니라 하드웨어 제조(X박스 등)와 온라인 서비스 사업(윈도우 Live, MSN, 핫메일) 등 다양한 영역에 걸쳐 사업을 수행해 왔으나, 기업 수익의 대부분을 윈도우와 오피스에 의존하고 있는 상황임(<표 1> 참조).

<표 1> 마이크로소프트의 사업부문별 매출액·영업이익의 동향

(단위: 백만 달러)

구 분		2008	2009	2010
윈도우 OS (Windows & Windows Live)	매 출 액	17,211	14,974	18,491
	영업이익	12,422	9,982	12,977
MS오피스 (Microsoft Business)	매 출 액	18,899	18,910	18,642
	영업이익	11,859	11,664	11,776
서버 및 장비사업 (Server and Tools)	매 출 액	13,195	14,191	14,866
	영업이익	4,149	4,803	5,491
온라인 서비스 (Online Services)	매 출 액	2,198	2,121	2,199
	영업이익	-578	-1,544	-2,355
엔터테인먼트 사업 (Entertainment & Devices)	매 출 액	8,495	8,035	8,058
	영업이익	445	108	679
합 계	매 출 액	59,998	58,231	62,256
	영업이익	28,297	25,013	28,568

자료: 2010 Microsoft Annual Report (Form 10-K)

- 서버 및 장비사업은 상대적으로 수익비중이 낮음.
- X박스 등 엔터테인먼트 사업은 시장 상황에 따라 수익규모에 영향을 받고 있으며, 온라인 서비스 사업의 경우에는 2006년 이후 지속적으로 적자를 기록
- PC시장의 성장 둔화
 - 가트너(Gartner)는 2011년과 2012년의 PC시장을 각각 전년대비 15.9%, 14.8% 상승으로 전망했던 예측수준을 각각 전년대비 10.5%, 13.6%로 하향조정¹⁾
 - 이러한 전망치의 하향 수정에 대해 가트너는 과거 수년간 PC시장은 노트북PC가 연간 40%씩 성장하면서 급격히 발전했으나 태블릿제품 등 대체 상품이 출현했고, 이 제품들의 수요가 급격히 증가할 것으로 예상되어 노트북과 데스크톱 등 기존 PC시장의 성장은 둔화될 것으로 판단²⁾
- PC 운영체제(OS) 및 사무용 소프트웨어 시장에서의 잠식 요인
 - 애플과 구글의 운영체제 시장점유율 증대 노력
 - 애플의 모바일 시장 지배력을 바탕으로 한 맥(Mac)제품 판매 증가
 - 구글은 삼성전자와 더불어 크롬OS를 장착한 크롬북(Chrome Book)을 출시했으며, SW(앱) 가격의 5%만 수수료로 받는 정책을 시도
 - 태블릿 제품용 및 클라우드 기반 사무용 오피스 소프트웨어의 도전
 - 애플의 Pages, Keynote, Numbers 등 맥(Mac)용 오피스 소프트웨어(iWork)의 보급 증가
 - 구글의 구글닥스(docs)나 조호(zoho) 오피스 등 클라우드 컴퓨팅에 기반한 사무용 소프트웨어 서비스가 마이크로소프트 오피스의 입지에 도전
- 신 성장동력 사업부문의 필요성
 - 마이크로소프트는 5년 전에 비해 주식가치가 10% 정도 증가하는 데 그쳤으나, 구글의 주가는 40% 증가했으며 애플의 경우 무려 400% 정도 증가
 - 5년 전 마이크로소프트의 시장가치는 애플 및 구글과 비교하여 현저하게 높았으나 애플에 추월당해 2011년 5월 13일 현재 애플의 시장가치는 3,148억 달러이며, 마이크로소프트는 2,111억 달러 그리고 구글은 1,707억 달러로 평가되고 있음.
 - 따라서 급성장하고 있는 온라인-모바일 사업부문에서의 경쟁력 확보가 필요한 상황

1) 가트너는 PC 출하 전망치를 2011년에 3억8,780만 대로, 2012년에는 4억4,060만 대로 하향 수정했다. Gartner, "Gartner Lowers PC Forecast as Consumers Diversify Computing Needs Across Devices," 2011. 3. 3.

2) 가트너는 태블릿 제품의 경우 2011년에 5,480만 대가 출하될 것으로 전망했는데, 이는 2010년과 비교하여 1,950만 대가 더 출하(1.6배 성장)되는 실적에 해당한다.

2. 피인수 기업인 스카이프의 기업 상황

- 스카이프는 인터넷망을 이용하여 소비자에게 통신서비스를 제공하는 VoIP(Voice over Internet Protocol) 기업으로서 윈도우, 맥OS, 리눅스 등 각종 PC OS뿐 아니라 다양한 모바일 OS에서도 서비스를 지원
 - 현재 스카이프는 음성통신뿐 아니라 영상전화, 파일전송, 컨퍼런스전화 및 인스턴트 메시지(IM)도 서비스로 지원하고 있음.
- 스카이프는 등록회원 간 통신서비스인 'Skype to Skype'를 무료로 제공하고 있는 반면, 스카이프를 이용하여 기존 유선전화나 휴대폰 등 전화번호가 있는 단말기와 통신할 경우(Skype Out) 유료로 서비스를 제공
- 스카이프는 2003년 창업 이후 세 번에 걸쳐 매각이 이루어졌음.
 - 스카이프는 스웨덴과 덴마크 출신의 공동 창업자에 의해 2003년에 설립됐는데, 2005년에 이베이(eBay)가 26억 달러에 매입
 - 스카이프는 2006년에는 1억 명의 등록회원을 기록하는 등 급성장했으나 수익성이 호전되지 못했으며 이베이로 매각 이후 특허권 관련 소송문제가 발생했으며, 이베이는 2009년 9월 소유한 스카이프 주식의 70%(매각가 19억 달러)를 실버레이크 파트너스, 졸티드(Joltid) 등의 컨소시엄에 재매각
 - 2011년 5월 10일, 마이크로소프트는 스카이프를 85억 달러에 매입했는데, 마이크로소프트로서는 역대 최고가격의 기업 인수라는 점에서 주목되는 사례³⁾
- 스카이프는 음성-영상통화뿐 아니라 기업용 서비스사업을 강화하는 등 다양한 노력을 수행하고 있었기 때문에 소셜네트워크 상의 다양한 서비스 제공을 모색하던 페이스북이나 구글에 의해 인수가 검토되고 있었던 것으로 알려져 있음.

3. 마이크로소프트의 스카이프 인수가 갖는 전략적 의미

- LTE-Advanced 등 4세대 이동통신망 기술의 보급으로 인한 고속 무선 데이터통신 서비스 공급으로 향후 스카이프 사업 수익성의 개선 가능성
 - 유선데이터통신에 대한 수요는 현재 성장둔화 혹은 정체상태이나, 고속 무선데이터 통신에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상되어 4세대 이동통신망 기술에 대한 보급 증가 전망

3) 구글의 Double Click 인수에 대응하기 위해 2007년 60억 달러를 지불하고 aQuantive를 매입했던 것이 마이크로소프트로서는 스카이프 인수 이전까지 역대 최고가액을 지불한 인수사건이었다.

- 무선통신의 경우 현재 3G망의 수준에서는 데이터통신망을 이용한 영상통화의 품질뿐 아니라 음성통화의 품질도 향상시키는 데 한계

□ 마이크로소프트의 기존 사업부문과의 시너지 효과 기대⁴⁾

- 전문가들은 마이크로소프트의 게임기 X박스에 연결되는 키넥트(Kinect)와의 연계서비스에 대해 가장 높게 평가⁵⁾
 - 키넥트는 X박스의 모션 인식을 위한 카메라기능이 탑재된 기기로서 등록회원 간 영상통화를 하면서 영화감상 등 동시작업이 가능하도록 서비스 제공
 - 키넥트의 경우 2010년에 1,000만 개가 판매된 것으로 알려져 있으며, 스카이프의 6억6,300만 명의 등록회원과 연계될 경우 TV영상통화와 모션인식 게임의 동시 수행이 가능한 서비스 제품 보급에 유리한 위치를 점할 수 있게 됨.
- 마이크로소프트의 기존 커뮤니케이션 서비스에 스카이프 기능을 추가한 종합서비스 제공을 통해 온라인서비스 시장에서의 실적회복 도모
 - 마이크로소프트의 아웃룩, 핫메일(hotmail), 메신저, 링크(Lync, 마이크로소프트의 통합 커뮤니케이션), X박스 Live 등과 스카이프의 음성·영상 통화, 데이터전송 서비스 등이 결합된 새로운 서비스 제품을 시장에 제공할 수 있게 됨.
 - 윈도우 및 윈도우폰7의 영상통화에 스카이프 서비스를 연계시킬 경우 애플의 페이스타임(Face Time), 구글의 구글토크(Google Talk)에 대응하는 전략으로 활용할 수 있음.
 - 마이크로소프트와 스카이프의 기업결합으로 양사 고객을 대상으로 하는 광고증대 효과로 수익성 개선 기대⁶⁾
- 마이크로소프트의 기업용 사업부문과의 시너지 효과 예상
 - 스카이프는 기업용 통신단말기와의 SIP(Session Initiation Protocol) 통신채널을 형성하여 기업용 통신시스템을 제공해 왔는데, 마이크로소프트로서는 이를 통해 기업용 화상회의 시장에 있어서 유리한 입지를 확보

4. 성공적인 기업인수를 위한 마이크로소프트의 과제

□ 스카이프 서비스에 대해 일정 수준 이상의 통신품질 유지

4) Microsoft, "Microsoft to Acquire Skype: Combined companies will benefit consumers, businesses and increase market opportunity," 2011. 5. 10.
 5) Todd Bishop, "Xbox Kinect could be Skype killer app: Microsoft deal could help bring video chat into living room," GeekWire, Today MSNBC, 2011. 5.10.
 6) Microsoft, "Skype Press Conference: Steve Ballmer and Tony Bates," 2011. 5. 10.

- 무선으로 고화질의 영상통화 서비스를 제공하기 위해서는 일정 수준의 품질을 보장할 수 있는 데이터통신 기반이 확충되어야 함.
 - o 현재의 3G 데이터통신으로는 무선통신의 일정 품질을 보장하기 쉽지 않으며, 4세대 통신기술의 도입 확산 속도에 따라 수행사업이 영향을 받을 가능성이 있음.
- 다양한 모바일-온라인 상의 통신시스템 간에 통합된 프로토콜이 유지되어야 다양한 형태의 스카이프 통신서비스가 가능하므로 유무선 데이터통신사와의 전략적 파트너 관계도 모색할 가능성도 있음.
- 사업 수익성의 신속한 확보가 성패의 요건으로 작용
 - 안정적인 수익성 확보가 이루어지지 않는 이상 지난 수년간 매각을 반복했던 운명을 경험했던 바와 같이 시장의 회의적 평가에서 벗어나기 어려울 수 있음.
 - o 스카이프는 2010년 현재 6억 명 이상의 등록회원 수에도 불구하고 유료회원에 비해 무료회원의 비중이 높아 2010년에 매출 규모가 8억9천만 달러였음에도 690만 달러 적자를 기록
 - 키넥트와의 연계 서비스가 주목받고 있으나 신규 서비스의 시장개척이 수월하지 않을 수 있기 때문에 킬러 아이템의 발굴 및 상업적 성공이 관건이 될 것임.

5. 국내 기업 및 정부 정책에 대한 시사점

- 대형 IT기업들의 인수합병을 통한 신규 결합 서비스를 제공하는 추세는 지속될 것으로 예상되므로, 국내 관련 기업들은 이러한 환경 변화에 대비한 적절한 대응전략을 마련할 필요
 - 마이크로소프트의 스카이프 인수, 구글의 구글보이스 등에서와 같이 VoIP 서비스가 단순한 음성통화 자체만으로서 서비스를 제공하는 것이 아니라 TV화상통화, 영상물의 공동감상, 공동 엔터테인먼트, 사무용 공동작업 등 다양한 방식으로 응용되어 보급될 것으로 예상되므로 기존 데이터통신망을 이용한 커뮤니케이션 서비스에 대한 적절한 대응 전략이 필요
 - o 유선 인터넷전화 서비스처럼 무선인터넷 전화통신 서비스 등에 대한 적절한 대응 필요
 - o 데이터통신망을 이용한 커뮤니케이션 서비스의 활성화에 따라 이러한 기업을 인수하여 종합 서비스를 제공하는 전략도 검토 가능
 - 그러나 이러한 환경 변화에 대한 대응전략은 수익성에 근거하여 마련되어야 할 사항
 - o 국내의 경우 과거에 한 포털사이트가 스카이프와 유사한 인터넷전화서비스를 제공한 바 있었으나 유료 이용자에 비해 무료 이용자 비중이 높아 고객 확보용으로는 유용했지만 과도한 비용 발생으로 중단했던 사례도 있음.

- 정보통신 서비스 상품의 연계를 통한 새로운 커뮤니케이션 서비스를 창출하는 데 있어서 장애가 될 수 있는 규제에 대한 정부 차원의 검토 필요
 - o 보안 및 정보수집 목적으로 과도하게 통신정보 저장의무를 규정할 경우 커뮤니케이션 서비스 운영비용 상승요인이 되어 장애요인으로 작용할 우려도 있음.
- 정책적으로 유무선, 특히 무선데이터 통신 확산을 위한 정부의 정책적 지원이 필요
 - 무선데이터 통신에 대한 수요가 급증할 것으로 예상되므로 이를 대비하여 통신 트래픽 문제를 해소하기 위해 네트워크의 증설이 필요하며, 또 한편으로 4세대 통신 네트워크의 구축이 신속히 이루어져야 할 것임.
 - 3세대 이동통신의 사례에서 경험하였듯이 대규모 시설 증대와 차세대 통신네트워크를 구축하기 위해서는 수익성이 보장이 되어야만 가능하기 때문에 통신사 입장에서는 무선데이터 공급 증대를 위한 투자를 망설이게 됨.
 - o 통신사들의 무제한 데이터통신 서비스 제공 경쟁이 이루어지고 있는 상황에서 4세대 무선통신망에 대한 투자는 수익성을 고려할 경우 용이하지 않을 것임.
 - 따라서 정책적 차원에서 관련 제도의 문제를 해소하고 시설과 기술투자에 대해 지원해 주는 방안을 강구할 필요
 - o 이는 통신사들의 4G 무선데이터 통신망 구축이라는 측면에서 뿐 아니라 무선데이터 통신망을 활용한 다양한 커뮤니케이션 서비스의 개발과 시장 활성화라는 측면에서도 중요한 정책과제에 해당함.