

요약 및 정책건의

1 연구개요

- 인터넷, 개인휴대단말기(스마트폰 등) 등의 대중적인 보급으로 인해 개인 통신기반의 교통정보서비스에 대한 수요가 급증하고 있음
- 특히, 스마트폰의 대중화는 맞춤형 교통정보 서비스에 대한 수요를 급격히 증대시켰으며, 민간사업자의 교통정보 콘텐츠 개발사업이 활성화됨에 따라 공공 교통정보의 활용방안 모색이 필요함
- 따라서 이 연구는 교통정보 및 교통정보 시장의 특성을 분석하고 타 공공정보의 민간 활용방안을 고찰하여, 향후 공공교통정보 유료화 방안 제시를 통한 부가가치 증진을 목적으로 함
- 공공교통정보의 부가가치를 증진시키기 위한 방안으로서 현재 무료 또는 낮은 가치로 제공되고 있는 정보에 대한 유료화 검토가 필요함
- 정확한 수집정보를 바탕으로 한 고품질 교통정보서비스를 요구하는 이용자와 사업자를 대상으로 유료화 서비스를 제공함으로써 공공교통정보의 부가가치를 증진시킬 수 있으며, 이를 통해 교통정보유통사업을 촉진하여 경제활성화에 기여할 수 있음
- 이 연구에서는 공공교통정보의 유료화를 위해 유료화가 가능한 서비스를 도출하고, 유료화사업을 위한 비즈니스 모델의 장단점을 검토하고자 함

2 공공교통정보 유통 및 유료화 사례검토

- 2장에서는 “서울 공공교통정보 유료화가 가능한가?”를 검토하기 위해 공공교통정보 정의, 유료화 가능성 및 부가가치 증진 방안 등을 분석함
- 교통정보는 국가(또는 공공기관)가 수집한 정보를 DB 등의 형태로 보

유·관리하는 정보로서 공공정보의 특성이 있으며 공공재적 특징과 사적 재적 특징을 동시에 가지는 준 공공재라고 할 수 있음

- 전자정부사업을 바탕으로 시민들에게 공공정보 및 공공교통정보를 제공하기 위해 많은 투자가 이루어져 왔으나, 다양한 이용자의 정보서비스를 대응하기 위해서는 막대한 H/W, S/W, 그리고 운영인력 등이 추가적으로 필요함. 이에 따라 정보제공을 위한 추가적인 시설 및 운영인력 비용을 감당하기 위한 공공정보의 제한적인 유료화가 지속적으로 이루어지고 있음
- 유료화를 통한 수익은 시스템 개선을 위한 재투자 또는 제공되는 정보의 품질향상 사업 등 정보제공과 관련된 분야로 그 범위가 국한됨
- 또한, 유료 이용자는 대부분 민간업체로서 공공교통정보를 활용하여 부가적인 수익창출이 가능한 서비스를 제공하고 있음
- 정보의 가격은 정보를 제공하는 과정에서 발생하는 실비 범위로 한정됨
- 서울시의 입장은 교통정보제공서비스가 공공정보를 활용한 서비스임을 고려하여 교통정보 생산, 유지, 갱신비용, 정보 제공에 드는 비용만 회수하는 것을 방침으로 설정함(2009년 8월 서울시 부시장 방침)
- 서울시 교통정보 이용에 관한 설문을 통하여 현재 제공되고 있는 교통정보에 대한 기대치와 만족도를 조사하였고, 교통정보 이용에 따른 지급 가능 금액을 조사함
- 교통정보에 대한 이용자 만족도와 기대치는 큰 차이를 보이며, 대중교통 분야 정보에 대한 만족도가 실시간 소통정보보다 높은 것으로 나타남
- 지급 가능한 금액은 ‘무료’의 비율이 54%로 가장 높으며, 일반이용자들의 평균 지급 가능 금액은 ‘620원/월’로 파악됨

공공교통정보 유료화 방안

- 3장에서는 “공공교통정보의 유료화를 어떻게 할 것인가?”에 대하여 유료화 가능 서비스(Contents), 서비스의 제공대상(Consumer)과 비즈니스모델(Model), 가격(Costs)을 검토하였음
- 기 구축 시스템과 확장 가능성, 교통정보의 수집·제공을 고려하여 유료화 가능 서비스를 다음과 같이 도출함

구분	기존제공정보 개선	미활용 수집정보 활용 검토	신규 및 정책방향 검토
서비스	고도화된 실시간 우회경로 정보 (소요시간 포함) 교통상황 예측정보 및 진출입로 혼잡정보	실시간 위치기반의 주차장정보 실시간 대중교통 통행시간 정보 실시간 버스(대중교통) 혼잡도 정보 실시간 위치기반 택시정보(콜택시 포함) 실시간 스쿨존 영상정보)	보행경로 제공 및 보행혼잡도 정보제공 자전거 경로제공 녹색교통을 연계한 대중교통 경로제공 정보

- 공공교통 및 교통정보의 잠재 구매자는 개인과 단체로 구분할 수 있으며, 자료를 요청(구매)하는 방법에 따라 스마트폰과 컴퓨터 등 개인 단말기를 이용하여 소량의 정보를 구매하는 일반시민(Consumer)과 2차 가공을 위해 대량의 정보를 구매하는 자체 시스템을 보유한 민간(Business)으로 구분할 수 있음
- 비즈니스 모델로는 공공과 민간의 역할을 분담하여 공공은 인프라를 구축하여 정보수집 생성을 담당하고, 민간은 개인에게 맞춤형 교통정보를 제공할 수 있는 G2B 방식이 가장 합리적이며 민간사업자가 부가가치가 높은 정보를 2차로 생성하게 유도하는 것이 바람직함
- 서울시의 공공교통정보 유통에 적합한 모델을 구축하기 위해 제공서비스, 보유정보, 잠재고객 등을 고려한 대안분석이 필요하며, 대안 분석은 향후 대안별 투입인력, 시스템구축, 행정절차, 시장 상황 등을 고려하여 면밀한 검토가 필요함
- 공공교통정보 가격산정은 이용자의 기대치에 따른 만족도 제고를 전제로 실비범위(정보제공의 추가비용과 운영비용) 내에서 고려되어야 하며, 이용자의 지급 가능 금액에 대한 향후 검토가 요구됨