

# 마치 모바일 메신저처럼, 인터랙티브한 문자메시지 RCS 챗봇 서비스

박응서 머니투데이 칼럼니스트



2018년 말과 지난해 초에 SKT와 KT, LG유플러스가 삼성전자와 협력해 RCS(Rich Communication Suite) 서비스를 선보였다. 2018년 12월 28일 삼성전자의 갤럭시노트9에 적용해 RCS 서비스를 출시한 데 이어 2019년 1월 갤럭시S9, S9+등으로 서비스를 확대했다. 그리고 지난해 8월 13일에는 이동통신 3사가 RCS 서비스를 연동해 이용할 수 있도록 업그레이드한 '채팅+(채팅플러스)' 서비스를 선보였다. 이동통신 3사는 TTA가 제정한 'RCS 서비스 단말 연동 규격'과 'RCS 서비스 사업자 망 연동 규격' 표준에 따라 그동안 각 통신사 사용자끼리만 이용할 수 있던 RCS 서비스를 통신사와 관계없이 이용할 수 있게 해 사용 편의성을 높인 것이다.

RCS 관련 3건의 표준 제정에는 이동통신 3사와 삼성전자, LG전자 등이 참여했다. 국내 모바일 메신저 시장은 카카오톡이 점유율 95%를 차지할 정도로 압도적인 상황이다. 카카오톡이 모바일 메신저 시장을 독점하는 상황에서 왜 이동통신 3사는 비슷한 RCS 서비스를 선보인 것일까.

**휴대전화 문자 서비스를 카카오톡처럼 이용한다?**

RCS는 2007년 최초로 제안돼 2008년 2월 세계

이동통신사업자협회(GSMA, Global System for Mobile Communication Association)에서 공식 프로젝트로 추진하기 시작한 커뮤니케이션 서비스다. 기존의 단문전송서비스(SMS)를 업그레이드해서 대체하는 것이 목표다.

스마트폰으로 다양한 작업이 가능해지고 무선 네트워크 성능이 향상되면서 이동통신 서비스 전반을 IP 기반으로 전환하려는 시도가 이어졌다. IP 규약을 활용하면 플랫폼에 관계없이 데이터를 주고받을 수 있으므로 다양하고 고도화된 서비스를 제공한다는 장점이 있다. 이에 통신사업자는 음성통화와 영상통화 등 IP 기반 차세대 커뮤니케이션 서비스를 적극적으로 도입해서 상용화하고 있다. RCS는 이러한 변화의 일환으로 문자서비스를 고도화하려는 시도다.

RCS는 기본적인 문자 외에도 단말의 주소록을 활용해 카메라 화면공유와 같은 부가서비스를 제공한다. 이를 위해 이동통신 표준기구인 3GPP(3rd Generation Partnership Project)에서 제정한 IMS(IP Multimedia Subsystem) 기술규격을 활용해 RCS 서비스를 위한 IMS 프로파일이 정의됐다. 이 문서는 통화 중 부가서비스, 채팅을 포함하는 메시징 서비스, 상대방 다양한 상태정보 제공 서비스, 접속정보와 서비스 기능 제어 단말설정 방식 등과 같은 핵심 기능

을 담고 있다. 소통을 위한 수단으로 끊임 없는 통합 커뮤니케이션 서비스를 제공하기 위해서다.

RCS 서비스의 가장 큰 특징은 휴대전화의 메시지 기능으로 IP 기반 메신저와 동등한 수준의 서비스를 제공한다는 점이다. RCS 서비스를 사용하면 기본 문자메시지 서비스로 1대 1 대화는 물론, 마치 '단톡방' 처럼 여러 명이 한 곳에서 대화할 수도 있다. 파일을 전송하거나 콘텐츠를 공유하기도 하고, 주소록에 있는 지인들의 현재 상태를 확인하거나 메시지 서비스를 통해 음성을 듣는 '보이스콜'도 이용할 수 있다.

이동통신 3사가 현재 서비스 중인 RCS 서비스 채팅플러스 역시 마찬가지다. 채팅플러스는 한 번에 한 글은 2,700자, 영문은 4,000자까지 전송할 수 있다. 또 최대 100명까지 한 채팅방에서 대화할 수 있고 최대 100MB 크기에 달하는 대용량 파일도 주고받을 수 있다. 선물하기, 송금하기, 메시지 읽음 확인 같은 다양한 부가기능도 이용할 수 있다. 파일 용량이 5MB 이하인 사진이나 동영상, 메시지를 별도 데이터 용량 차감 없이 이용할 수 있다는 것이 가장 큰 장점이다.

### 사용 편의성 높은 RCS 챗봇

RCS 서비스의 또 다른 장점은 별도의 앱을 설치하지 않고도 '챗봇' 기능을 이용할 수 있다는 것이다. 챗봇은 은행이나 신용카드 회사가 운영하는 ARS(자동응답시스템)처럼 메신저가 사전에 정의된 규칙이나 인공지능(AI)을 이용해 사용자에게 자동으로 응답하는 서비스다. 챗봇은 이미 스타벅스나 버버리, 이베이 같은 세계적인 기업 앱이나 쇼핑몰 앱, 카카오톡과 네이버 톡톡 같은 메신저 앱 등에서 널리 활용하고 있다.

그런데 챗봇 서비스는 사용자가 원하는 목적과 기능에 따라 앱이 달라 필요할 때마다 새로운 앱을 설

치하고 배워야 하는 번거로움이 발생한다. 이에 비해 RCS를 이용하면 다양한 챗봇 서비스를 단말기의 기본 메신저로 통합할 수 있다. RCS 챗봇 플랫폼 API 표준만 준수하면 다양한 서비스를 RCS에 탑재 가능하기 때문이다.

숙박앱이나 열차 예매 앱을 별도로 설치할 필요 없이 RCS 서비스만으로 모든 업무를 처리할 수 있다. 새로운 챗봇 서비스가 등장하더라도 RCS에 탑재하면 기존 서비스와 비슷한 방식으로 사용할 수 있어 사용자경험 면에서도 유리하다. 기업 입장에서는 별도 앱을 제작할 필요가 없어 마케팅과 고객 관리에 들이는 수고가 줄어든다.

RCS 서비스는 이러한 장점을 바탕으로 영역을 계속 확대해 나갈 것으로 기대된다. 2020년 3월 22일 이동통신 3사의 발표에 따르면 채팅플러스 가입자가 2000만 명을 달성했다고 할 정도다. 월간활성유저(MAU, Monthly Active Users)도 가입자의 약 85%로 이용자 대부분이 꾸준히 이용하는 것으로 나타났다. 이동통신 3사는 2012년에 RCS 기반의 joyn를 출시해 실패한 경험을 갖고 있다. 채팅플러스와 같은 RCS 서비스가 카카오톡을 능가하기는 쉽지 않겠지만, 단말기 기본 탑재라는 장점을 적극 활용한다면 경쟁구도를 계속 이어갈 수 있을 것이다. TTA

