

2009 12

제 1권 10호 통권 10호

# 월간 방송통신산업 동향

## ▶ 방송통신산업 평가 및 전망

## ▶ 이슈 분석

- 이통사, 신규 수익원으로 M2M 주목, 전문업체와의 협력 통한 생태계 구축 필요
- 통신사, 아이폰 도입을 계기로 Wi-Fi 투자 증대 움직임
- 미국 모바일TV 새로운 표준으로 방송사 중심의 ATSC-M/H 선정
- 전세계 IPTV 장비 시장 확대 전망, 외산의존도 개선을 위한 정책 개발 필요
- PP 자체제작 프로그램 해외 진출 활발, 방송 중심의 수익 구조로 전환 기대

## <방송통신산업 동향 요약>

### I. 방송통신산업 동향

- 10월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.1%로 정체, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비  $\Delta$ 0.5%로 감소세 전환
- 10월 유선통신서비스 가입자 중 시내전화는 감소폭 확대( $\Delta$ 10.8%), 8월 초고속인터넷은 증가폭 둔화(5.4%), 9월 이동전화는 증가세 유지(5.2%)
- 방송서비스 가입자는 8월 디지털 케이블 TV 5.5만명, 10월 IPTV 11만명 증가
- 향후 방송통신산업은 방송업의 지상파 광고 시장의 회복, 통신업의 아이폰 출시에 따른 무선통신서비스와 부가통신서비스의 호조로 성장세 유지 전망

### II. 이슈 분석

- 이통사, 신규 수익원으로 M2M 주목, 전문업체와의 협력 통한 생태계 구축 필요
  - 이통사의 주 매출원인 음성시장의 포화로 신규 수익을 창출할 수 있는 사물통신(M2M)의 확산을 위해 이통사-전문 업체 간 전략적 제휴를 통한 안정적인 생태계 구축 필요
- 통신사, 아이폰 도입을 계기로 Wi-Fi 투자 증대 움직임
  - 이동통신망에 비해 저렴한 Wi-Fi 확산은 이용자 측면의 편익 증대뿐만 아니라, 사업자의 마케팅 및 네트워크 구조 개선에도 도움을 줄 것으로 보임
- 미국 모바일TV 새로운 표준으로 방송사 중심의 ATSC-M/H 선정
  - ATSC-M/H의 승인으로 미국 방송사들의 모바일TV 서비스 가시화. ATSC-M/H의 성공을 위해서는 이통사들과의 협력이 가장 큰 변수로 작용하며, 표준을 주도한 국내 단말기 업체들에게는 새로운 기회가 될 것임

### ○ 전세계 IPTV 장비 시장 확대 전망, 외산의존도 개선을 위한 정책 개발 필요

- 전세계 IPTV 장비 시장은 연평균 22.1% 성장해 '13년 57억 달러 예상. 국내의 외산 장비에 대한 의존도 개선을 위해 장비의 품질검증시스템 도입 및 유관업체간 기술개발 공조체제 강화를 위한 인센티브 도입 등 필요

### ○ PP 자체제작 프로그램 해외 진출 활발, 방송 중심의 수익 구조로 전환 기대

- 완성도 높은 자체 제작물 증가에 따른 시청률 상승 및 해외 판매 증가로 방송관련 매출 향상 기대, 지속적인 자체 제작 제고를 위해 제작비 및 제작시설 지원 필요

## Ⅲ. 국내외 경제 동향

### ○ 국내 경제 동향

- 10월 광공업 생산지수는 전년동월대비 0.2%를 기록, 10월 서비스업 생산지수는 전년 동월대비 1.5% 증가했으나 전월대비 증가세 둔화

### ○ 해외 경제 동향

- 산업생산은 10월 미국 증가세(전기대비 0.1%), 일본 증가세(전기대비 0.5%), 중국 증가폭 확대(전년동월대비 16.1%), 9월 유로 증가세(전기대비 0.2%)

### ○ <참고 1: 2010 경제 전망>

- 2010년 우리나라 경제성장률은 수출증가와 내수 회복으로 5.5% 전망, 세계경제 여건에 대한 불확실성이 여전히 존재, 재정 및 통화정책은 보수적 기조 전환 필요

### ○ <참고 2: 최근 국내외 녹색금융 비교와 시사점>

- 녹색금융이란 환경, 에너지 등과 관련된 금융서비스를 의미, 해외와 비교해 볼 때 국내 녹색 금융의 기반은 매우 취약하므로 녹색 기술 선별 인프라 구축, 녹색 기업 자립 지원, 홍보 확대, 탄소배출권 시장 활성화, 전담조직 설치 등이 필요

## <목 차>

### <방송통신산업 동향 요약>

<b>I. 방송통신산업 동향</b> .....	1
<방송통신산업 평가 및 전망>.....	1
1. 생산 동향.....	2
2. 가입자 동향.....	3
3. 지상파 광고 동향.....	6
4. 광고경기예측지수(KAI) 현황.....	6
5. 수출 동향.....	7
<b>II. 이슈 분석</b> .....	8
■ 이통사, 신규 수익원으로 M2M 주목, 전문업체와의 협력 통한 생태계 구축 필요... 8	
■ 통신사, 아이폰 도입을 계기로 Wi-Fi 투자 증대 움직임..... 12	
■ 미국 모바일TV 새로운 표준으로 방송사 중심의 ATSC-M/H 선정 ... 14	
■ 전세계 IPTV 장비 시장 확대 전망, 외산의존도 개선을 위한 정책 개발 필요... 17	
■ PP 자체제작 프로그램 해외 진출 활발, 방송 중심의 수익 구조로 전환 기대... 20	
<b>III. 국내외 경제 동향</b> .....	23
1. 국내외 경제 동향.....	23
2. 주요 경제 지표.....	26
<참고 1: 2010년 경제 전망>.....	27
<참고 2: 국내외 녹색금융 비교와 시사점>.....	28

## I. 방송통신산업 동향

### <방송통신산업 평가 및 전망>

#### □ 방송통신산업 평가: 방송업 침체 지속, 통신업 회복세

- 10월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.1%로 정체, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비  $\Delta$ 0.5%로 감소세 전환
- 10월 유선통신서비스 가입자 중 시내전화는 감소폭 확대( $\Delta$ 10.8%), 8월 초고속인터넷은 증가폭 둔화(5.4%), 9월 이동전화는 증가세 유지(5.2%)
- 방송서비스 가입자 중 8월 디지털 케이블 TV는 전월대비 5.5만명 증가한 반면, 10월 IPTV는 전월대비 11만명 증가하면서 200만 돌파
- 11월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 28.7% 증가한 2조원 기록, 광고 경기예측지수(KAI)는 케이블TV와 인터넷 광고 호조로 106.3 기록
- 11월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 영상기기 수출 회복으로 전년동월대비 12.9% 증가한 34.4억 달러 기록

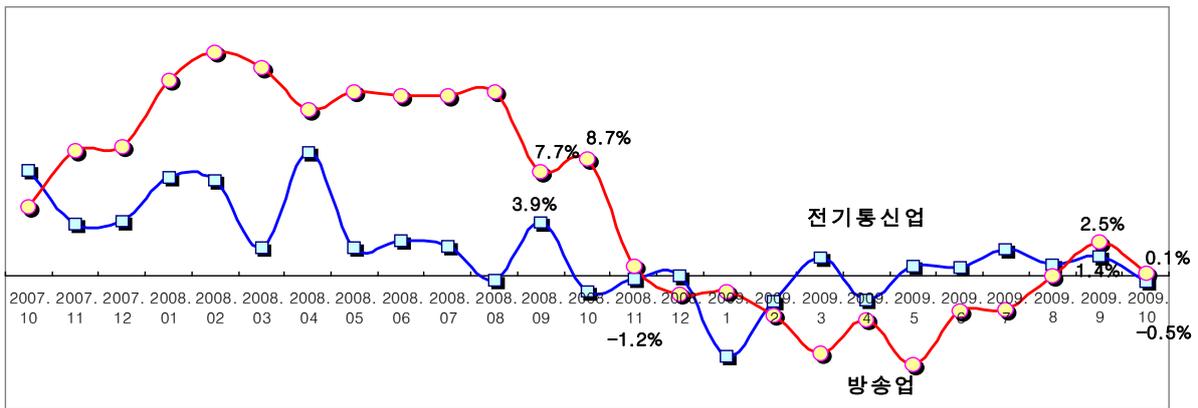
#### □ 방송통신산업 전망: 방송업은 지상파 광고 회복, 통신업은 아이폰 출시에 따른 무선통신서비스와 부가통신서비스의 호조로 성장세 유지 전망

- 방송업은 경기 회복에 따른 기업들의 마케팅 비용 확대로 지상파방송 광고 시장이 점차 회복세를 보일 전망
- 통신업은 아이폰 출시로 통신사간 단말보조금이 확대되면서 단기적으로 무선통신시장 호조, 부가통신서비스업체의 성장으로 성장세 유지 전망

### 1. 생산 동향

□ 10월 방송업 생산지수는 전년동월대비 0.1%로 정체, 통신업<sup>주)</sup> 생산지수는 전년동월대비 △0.5%로 감소세 전환

[그림 I - 1] 방송통신 서비스업 생산지수 증가율 추이



주: 통신업은 우편업을 제외한 전기통신업만을 추정  
 자료: 통계청(2005=100 기준)

- 10월 방송업은 지상파광고 시장의 회복에도 불구하고, 유선 및 위성 방송의 성장 둔화로 시장이 정체, 통신업은 유선통신서비스의 감소폭 확대와 무선 통신서비스가 정체를 보이면서 마이너스 성장으로 전환

<표 I - 1> 방송통신 서비스업 활동 지수 및 증가율

(단위: 2005=100, 전년 동기 대비 %)

구 분	'07년	'08년		'09년					
	연간	연간	4/4	1/4	2/4	3/4	8월	9월	10월
방송통신서비스업	3.5	3.5	△0.1	△2.3	△0.6	1.1	0.7	1.5	△0.4
<b>방송업</b>	<b>4.3</b>	<b>10.3</b>	<b>2.6</b>	<b>△3.4</b>	<b>△4.2</b>	<b>△1.4</b>	<b>△0.1</b>	<b>2.5</b>	<b>0.1</b>
지상파방송업	0.9	△4.5	△15.5	△15.9	△15.5	△9.8	△6.5	△4.1	△2.4
유선/위성 및 기타 방송업	6.7	19.8	14.9	2.9	1.9	2.8	2.8	5.9	1.6
<b>통신업</b>	<b>3.4</b>	<b>2.7</b>	<b>△0.5</b>	<b>△2.2</b>	<b>△0.2</b>	<b>1.4</b>	<b>0.8</b>	<b>1.4</b>	<b>△0.5</b>
유선통신업	△0.5	0.7	△3.3	△6.3	△3.2	△2.3	△2.2	△3.6	△3.7
무선통신업	7.5	5.3	2.8	1.1	3.0	3.0	1.5	3.8	0.7
기타 통신업	3.4	1.1	△2.2	1.6	△1.1	9.8	9.4	12.4	7.5

자료: 통계청

## 2. 가입자 동향

### 가. 유선통신

□ 10월 시내전화 가입자 수는 전년동월대비  $\Delta 10.8\%$ 로 감소폭 확대 지속, 번호이동자수는 5만8천명으로 5개월 연속 확대

- 시내전화 가입자는 10월말 현재 인터넷전화(589만명)가 통신사업자들의 마케팅 확대, 번호이동 효과 등으로 확대되면서 지속적 하락세, 번호이동 가입자 수는 SK브로드밴드의 타사대비 저렴하고 다양한 요금제로 인해 확대

<표 I-2> 시내 전화 가입자 및 번호이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10
가입자	22,875	22,781	22,132	21,991	21,846	21,651	21,474	21,317	21,124	20,905	20,750	20,554	20,395
증가율	-1.8%	-2.2%	-4.3%	-4.9%	-5.4%	-6.3%	-7.0%	-7.5%	-8.2%	-9.0%	-9.6%	-10.2%	-10.8%
번호이동	43.3	27.7	22.5	14.1	12.6	18.4	19.3	14.1	16.2	25.4	29.0	54.1	57.7

주: KT의 일반전화, 집단전화, DID, ISDN 포함. SK브로드밴드의 일반전화, 구내통신, ISDN 포함. LG데이콤의 일반실선, 중계선의 DID/DOD겸용 및 DOD전용(채널수), 단, DID전용 중계선 제외, 사업용 일반전화 제외  
자료: 방송통신위원회

□ 8월 초고속인터넷서비스 가입자는 전년동월대비 5.4% 증가

- 인터넷전화, IPTV 및 디지털케이블 TV와의 결합서비스 확대에 따라 FTTH 가입자는 지속적으로 확대되고 있으나 계절적 비수기에 의한 판매 저하로 전월대비 순증가입자는 3.1만명으로 대폭 감소

<표 I-3> 초고속인터넷서비스 가입자 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8
가입자	15,225	15,265	15,389	15,458	15,475	15,520	15,598	15,706	15,822	15,877	15,939	16,010	16,041
증가율	4.8%	4.6%	5.1%	5.1%	5.2%	5.1%	5.1%	4.9%	5.3%	5.5%	5.8%	6.1%	5.4%

자료: 방송통신위원회

나. 무선통신

□ 10월 이동전화 가입자 수는 전년동월대비 5.2% 증가

- 통신사들의 보조금 축소에도 불구하고, 유무선 결합요금제 확대로 이동전화 시장은 안정적 성장 지속. 번호이동자 수는 전월대비 비슷한 수준인 약 53만명 기록

<표 I-4> 이동전화 가입자 및 번호 이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10
가입자	45,386	45,495	45,607	45,778	45,989	46,235	46,497	46,836	47,071	47,340	47,528	47,660	47,750
증가율	5.6%	5.3%	4.8%	4.6%	5.1%	4.4%	4.5%	4.7%	4.6%	5.2%	5.3%	5.3%	5.2%
번호이동	704	592	617	581	624	888	1,070	1,412	1,476	1,197	633	534	531

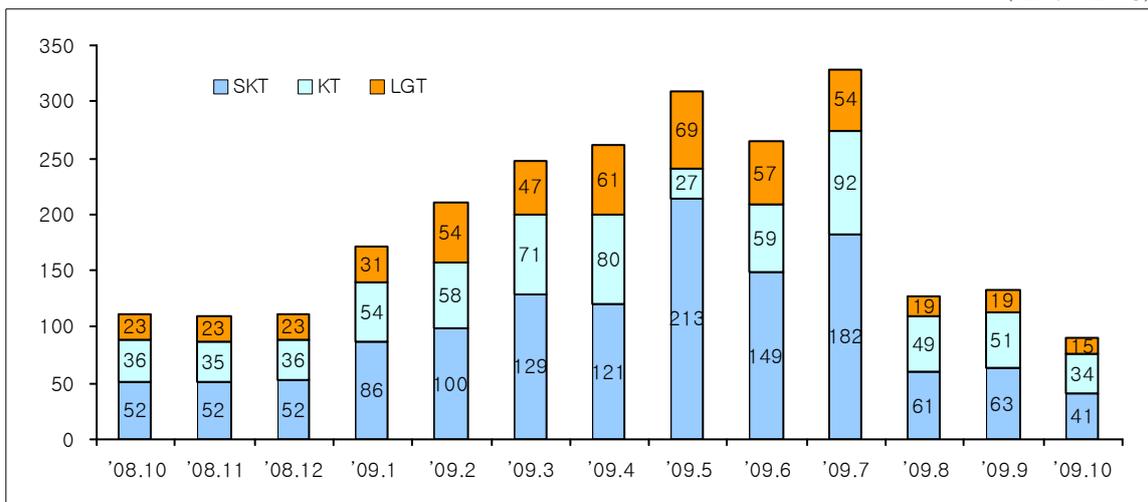
자료: 방송통신위원회

□ 10월 이동전화 순증가입자는 전월대비 9만명 기록

- 통신사의 보조금 축소와 KT의 아이폰 출시 전 단말기 교체 대기 수요가 확대되면서 10월 전월대비 순증가입자는 감소

[그림 I-2] 사업자별 순증 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 방송통신위원회

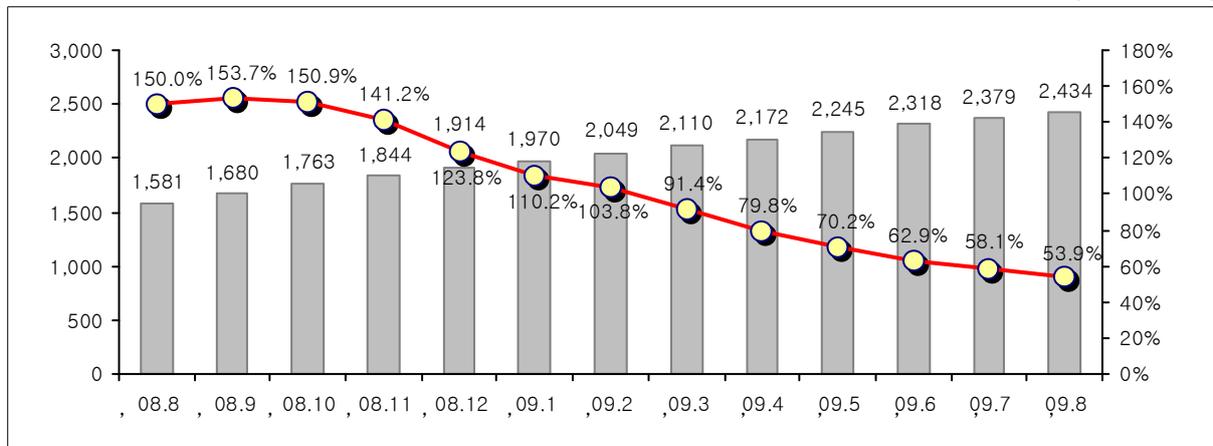
다. 방송서비스

□ 8월 디지털케이블TV 가입자는 전월대비 5.5만 명 증가해 243만 명 기록

- 대형 MSO들은 대도시를 중심으로 결합서비스에 의한 디지털케이블TV 가입자를 확대, 그 외 지역의 디지털 전환율은 낮아 지역간 양극화 확대

[그림 I -3] 디지털케이블TV 방송 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 한국케이블TV방송협회

□ 10월 IPTV 가입자 수는 전월대비 11만 명 증가한 210만 명 기록

- 상용화 초기보다 온미디어계열, IB스포츠계열, YTN 등 우수 채널을 포함해 3배 정도 증가한 채널 수와 결합서비스 확대 및 다양한 선택적 요금제를 실시하면서 10월말 기준 실시간 IPTV 서비스 가입자는 122만명을 돌파

<표 I -5> 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천 명)

구분	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10
브로드앤TV	785	779	775	775	767	756	747	747	775	812	817	810	816
메가TV	847	826	773	712	691	694	710	712	724	753	785	907	986
myLGTV	44	52	65	80	95	110	131	157	188	224	248	272	296
합계	1,675	1,657	1,614	1,568	1,552	1,561	1,587	1,616	1,687	1,789	1,850	1,988	2,098

주: VoD 포함한 TV 가입자 수입

자료: KT, SK브로드밴드, LG데이콤 IR 자료

### 3. 지상파 광고 동향

#### □ 11월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 28.7% 증가한 2조원 기록

- 지상파 광고 시장은 일부 우수 콘텐츠에 대한 기업의 광고 확대와 전년동월 광고시장의 침체에 따른 기저효과로 높은 성장률 기록, 지상파 DMB 시장은 올해 1사분기 이후 고성장세 지속

<표 I-6> 지상파 광고 수주액 현황

(단위: 억 원, 전년동월대비 증가율 %)

구 분	'08년		'09년						
	연간	4/4	1/4	2/4	3/4	9월	10월	11월	
지상파 광고액	21,855	4,762	3,506	4,668	4,936	1,814	2,127	2,026	
증 가 율	전체	-8.7	-28.3	-32.0	-28.1	-8.7	-2.7	12.9	28.7
	지상파 TV/라디오	-8.9	-28.4	-32.1	-28.3	-8.8	-3.0	12.6	28.4
	지상파 DMB	48.1	-1.1	-2.7	39.6	25.2	66.6	104.0	102.9

자료: 한국방송광고공사

### 4. 광고경기에측지수(KAI) 현황

#### □ 11월 광고경기에측지수는 106.3으로 소폭 성장

- 11월에는 광고 비수기임에도 불구하고 케이블TV와 인터넷 광고의 호조로 소폭 성장, 12월에는 신문 및 인터넷 광고 호조로 소폭 회복 전망

<표 I-7> 광고경기에측지수(KAI) 현황

구분	9월(가중)	10월(가중)	11월(가중)p	12월(가중)p
전체	115.7	125.0	106.3	108.0
TV	108.3	106.6	99.0	100.1
케이블 TV	103.1	107.7	107.3	101.2
라디오	102.0	106.5	91.6	94.7
신문	115.1	121.9	103.5	113.0
잡지	107.7	110.4	104.3	94.2
인터넷	107.6	118.0	113.8	108.8
옥외	100.3	97.2	105.3	105.2

주: 1. KAI 기준치인 100인 경우 광고비 증가 응답업체 수와 광고비 감소 응답업체 수가 같음을 의미, 100 이상인 경우 광고비 증가 응답업체 수가 감소 응답업체 수보다 많음을 의미

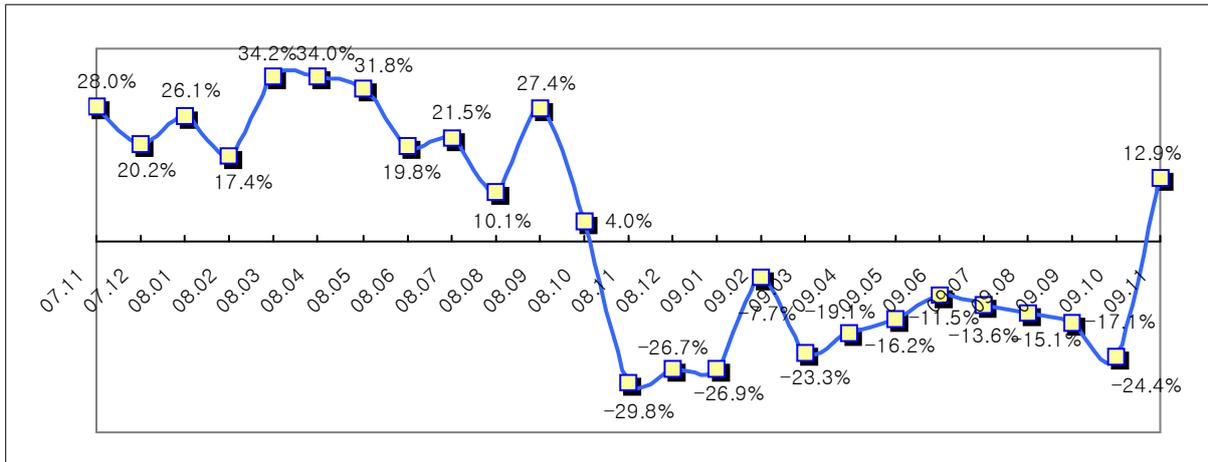
2. 가중치 산정방식은 조사 응답업체의 2008년 광고비 총액 대비 응답업체의 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고비 비중을 기준으로 업체별 가중치를 부여

자료: 한국방송광고공사 광고연구소

## 5. 수출 동향

□ 11월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 12.9% 증가한 34.4억 달러 기록

[그림 I-4] 전년동월대비 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 증가율 추이



자료: 지식경제부, 2009년 11월(잠정치) IT산업 수출입 동향

- 11월 휴대폰은 신흥시장을 겨냥한 해외 생산 비중확대로 수출은 다소 정체, 반면 영상기기는 LCD TV와 TV부분품 수출이 점차 회복세에 접어들었고, 전년 동월의 수출 부진에 따른 기저효과로 고성장률 기록

<표 I-8> 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 동향

(단위: 백만 달러, %: 전년대비)

구분	'09년 11월 금액	'08년 11월 금액	'08~'09 11월 증가율	'09. 11월 누적 금액	'08. 11월 누적 금액	'08~'09.11월 누적 증가율
<b>통신방송영상음향기기</b>	3,435	3,045	12.9	32,757	42,790	△23.4
○ 통신 및 방송기기	2,707	2,619	3.4	26,215	34,212	△23.4
- 통신기기	2,698	2,610	3.4	26,117	34,095	△23.4
유선통신기기	100	100	0.1	862	1,275	△32.3
무선통신기기	2,598	2,509	3.6	25,256	32,820	△23.0
- 방송국용기기	9	10	△4.3	98	117	△16.8
○ 영상 및 음향기기	728	426	71.8	6,542	8,579	△23.7
- 영상기기	509	281	81.1	4,682	6,287	△25.5
- 음향기기	88	67	32.1	834	1,235	△32.4
- 기타 영상음향기기	132	78	72.0	1,026	1,057	△2.7

자료: 지식경제부, 2009년 11월(잠정치) IT산업 수출입 동향

## Ⅱ. 이슈 분석

### **【이통사, 신규 수익원으로 M2M 주목, 전문업체와의 협력 통한 생태계 구축 필요】**

- 이통사의 주 매출원인 음성시장이 포화됨에 따라 새로운 수익창출을 위한 성장영역으로 사물통신(M2M)에 대한 관심 증가
- 향후 M2M 산업의 본격적 확산을 위해 이통사-전문 업체 간 전략적 제휴를 통한 안정적인 생태계 구축 필요

#### □ 이통사의 주 매출원인 음성시장이 포화됨에 따라 새로운 수익창출을 위한 성장영역으로 사물통신(M2M)에 대한 관심 증가

- M2M(Machine-to-Machine, 사물통신)은 사람 對 사물, 사물 對 사물 간 지능 통신 서비스를 언제 어디서나 안전하고 편리하게 실시간으로 이용할 수 있는 미래 방송 통신 융합 ICT 인프라를 의미
  - － Cellular M2M은 이동통신망으로 기기와 기기를 연결하되 후방(back-end)에는 IT기반이 존재, 기기간 정보처리를 자동화하는 것으로 정의<sup>1)</sup>
  - － 응용분야로는 텔레매틱스, 차량관제, 상거래 분야, 자산관리, 설비관리, 원격보안 등을 들 수 있으며 각각의 응용분야는 Vertical Market 형성

<표 II-1> Cellular M2M 주요 응용분야

응용분야	내 용
Telematics	차량 진단 및 통제기능이 무선통신과 통합된 서비스 형태 사고지원, 긴급서비스, 원격차량진단, 위치추적, 도난통보 등
차량관제(Fleet Management)	상업용 차량을 대상으로 위치추적 및 각종 운전정보 제공 배차관리로 공차율을 최소화하는 것이 주요 도입 목적
상거래	무선신용카드결제 솔루션(m-POS), ATM 등에 대한 무선접속 제공 및 원격관리

1) “Wireless Connectivity Beyond the Handset”, Webinar, ABI Research, '09. 4. 9

응용분야	내 용
자산관리	자동판매기(Vending Machine), 복사기, 디스플레이장치(Kiosk) 등에 대한 원격관리
설비관리	전력 및 가스 등에 대한 원격검침(AMR: Automated Meter Reading), 각종 설비의 동작상태 모니터링 등
보안 및 감시	일반 가정 및 상업용 시설 대상 무선경보센서와 감시카메라 등을 활용한 보안, 감시, 비상출동 등

자료: Jasper Wireless, Aeris Communications 재구성, KT경제경영연구소 재인용

- 이통사들의 M2M 시장진입은 M2M에 대한 시각 변화와 함께 각국 정부의 정책적 지원, M2M 관련 기술 및 시장환경 변화에 기인
  - M2M 서비스에 소극적이던 이통사들은 정체되어 있는 음성매출을 극복하고 새로운 수익을 창출하기 위해 M2M 서비스에 주목
    - 차별화된 그리고 건전한 수익성을 제공할 수 있는 방안으로 다양한 이머징 디바이스를 지목, 이에 대한 집중적 투자 시작
    - M2M 단말은 차지하는 대역폭이 소량에 불과하며, 무궁무진한 M2M 솔루션 및 애플리케이션 사업이 존재
  - 세계 주요국은 M2M 산업이 이동통신 산업의 활성화뿐만 아니라, M2M 도입을 통한 산업의 효율화 및 그린 IT를 이룰 수 있는 주요 수단으로 인식하고 직·간접적 지원
    - 미국은 오바마 대통령의 ‘그린뉴딜’ 정책에서 M2M 영역의 스마트그리드가 핵심 위치에 포지셔닝
    - 유럽은 완전한 telematics 구현을 위해 M2M 모듈이 장착된 차량이 아니면 판매를 금지시키는 법안 추진중
  - M2M 시장규모가 확대되면서 장비 벤더들이 M2M 모듈 생산을 확대, 대량 생산에 따른 가격 하락 기대

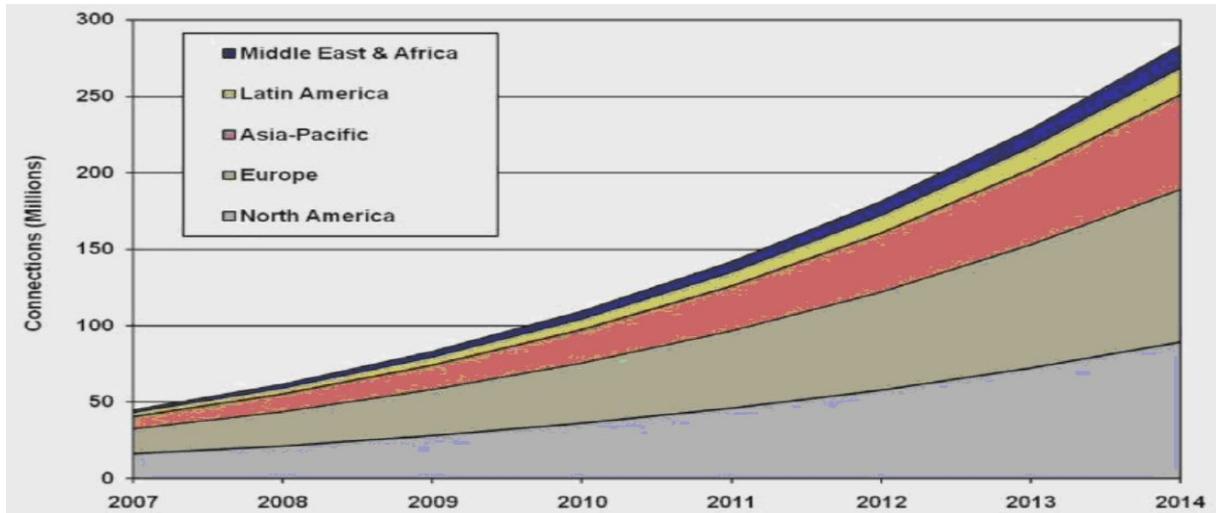
□ 해외 주요 이동통신사업자, Cellular M2M 사업 강화를 위해 적극적 투자 확대 중

- (미국) 이동통신사와 M2M 전문 솔루션업체간 제휴를 통해 M2M 산업 확대 추진
  - AT&T는 원격검침, 차량관제 분야를 중심으로 기업대상 Cellular M2M 솔루션 제공과 함께 M2M 솔루션 전문업체인 Jasper Wireless와 전략적 제휴 체결, M2M 애그리게이터 및 솔루션 제공업체인 Numerex와도 제휴
  - Sprint Nextel은 자사 네트워크에서 운영되는 M2M 단말의 추가 확보를 위해 무선데이터 서비스 업체 M2M DataSmart와 다년 계약 체결, Numerex와도 제휴
  - Verizon은 네트워크 개방 프로젝트인 ODI를 통해 M2M 관련 단말을 인증 해움과 동시에 쉐프콤과 M2M 솔루션 제공을 위한 조인트벤처 설립
- (일본) 주요 이동사뿐만 아니라 MVNO들의 M2M 사업진출 확대
  - M2M에 가장 선진적인 행보를 보여온 KDDI는 ‘이동통신에 의한 M2M’을 유효하게 활용할 수 있는 자동차와 트럭등 운송업체와 시큐리티 업체를 비롯한 다양한 분야에 주력
  - 일본 MVNO 일본통신(JCI)를 비롯 III 등이 M2M 사업 진출, 특히 일본 통신은 ATM기 등 금융분야 및 자동차나 게임기 등 M2M 분야로 서비스 확대 추진

□ 향후 M2M 산업의 본격적 확산을 위해 이동사-전문 업체 간 전략적 제휴를 통한 안정적인 생태계 구축 필요

- 향후 이동통신망을 통한 M2M 접속규모는 '07년 약 5천만 개 수준에서 '14년 약 2억 8천만 개 회선으로 급증 예상(ABI Research, '09. 4. 9)

[그림 II-1] 이동통신망을 통한 M2M 접속규모 전망



자료: ABI Research, KT 경제경영연구소 재인용

- 그러나 M2M 산업은 시장 규모 및 적용 영역과 범위가 매우 방대하여 대규모 시장기회를 찾고 수익을 창출하는데 어려움 존재
  - Supply Chain이 칩, 모듈, 단말, 시스템 통합, 망접속, 플랫폼, 애플리케이션 등으로 복잡하며 응용분야별로 단말, 플랫폼, 애플리케이션 등이 상이하다는 점이 복잡성 가중
- M2M의 빠른 서비스 도입과 가입자 확보를 위해 각 분야에 전문화된 M2M 업체를 활용하여 해당 영역에 진출하는 방안 바람직
  - 이통사들은 M2M 서비스가 제공될 수 있는 많은 분야의 서비스 경험 및 관련 기술과 지식 매우 부족한 상황
  - 각 분야에 전문화된 M2M 업체와 이통사와의 효과적인 협업관계를 구축함으로써 다양한 분야의 효율적 시장 진입 및 산업 활성화 가능

## 【통신사, 아이폰 도입을 계기로 Wi-Fi 투자 증대 움직임】

- 아이폰 도입을 계기로 스마트폰 확산 움직임이 활발하며, 이에 따라 통신사의 Wi-Fi 투자에 대한 관심이 증대
- 이동통신망에 비해 저렴한 Wi-Fi 확산은 이용자 측면의 편익 증대뿐만 아니라, 사업자의 마케팅 및 네트워크 구조 개선에도 도움을 줄 것으로 보임

### □ 아이폰 도입으로 통신사들의 국내 무선랜 투자에 관심 증가

- 아이폰이 국내에 도입되면서 무선인터넷 수요 증가가 예상되는 가운데, 통신사업자들은 그동안 소극적이던 무선랜 투자를 증가시킬 움직임
  - 아이폰으로 대표되는 스마트폰 시장이 활성화될 것으로 보이며, 이들의 데이터 수요가 상당한 수준이 될 것으로 예상
- 국내 통신사업자들은 무선랜 부문에 그동안 관심을 두지 않았으나, 최근 무선랜 부문 투자에 큰 관심을 보임
  - KT는 전국에 1만 3천여개의 네스팟을 운영하고 있으며, '10년 5~6만개 지역을 확대할 계획
    - 핫스팟 지역 확대와 동시에 속도 개선을 위해 IEEE 802.11n 제품을 도입하기로 함
      - ※ KT는 무선랜 서비스인 네스팟 가입자가 50만명에서 30만명으로 감소하면서 2005년 이후 핫스팟 확대를 중지한 바 있음
  - SK텔레콤은 최근 무선랜 투자를 확대하지 않겠다는 입장을 바꿔 무선랜 투자를 전면 재검토
    - SK텔레콤은 SK브로드밴드를 통해서가 아니라 독자적으로 무선랜 핫스팟을 설치하는 것을 고려중으로 알려짐
      - ※ SK텔레콤은 이동통신 전용회선 부문도 SK네트웍스에서 영업양수받아 자원을 내부화

- LG통신계열도 스마트폰 및 FMC 시장을 고려하여 무선랜 투자를 적극 검토중
  - ※ 하나로텔레콤과 LG데이콤은 무선랜 서비스를 제공하다가 성과 부진으로 투자 중지 상태

## □ Wi-Fi 핫스팟의 위상 변화

- 통신사업자는 스마트폰, 넷북 등의 수요가 증가하면서 무선인터넷 수요를 충족시키기 위해 무선랜 투자가 불가피함
  - 나아가 무선랜은 FMC 서비스의 한 축이며, 향후 유비쿼터스 사회의 필수적인 기술 요소로 홈네트워크, 사물통신(M2M) 등에 있어서도 주요 기술로 자리매김
- 그동안 무선랜이 이동통신사의 매출을 잠식할 것이라는 우려가 공존한 것이 사실이나, 최근의 움직임은 무선랜이 보완재로서 이동통신사에도 도움을 줄 것이라는 인식 확산
  - 무선인터넷 수요가 증가하면서 저렴한 Wi-Fi에 대한 관심이 급증하고 있고, Wi-Fi 확산은 이용자도 하여금 핫스팟 내에서 저렴한 무선인터넷을 즐길 수 있게 함
    - 미국 AT&T의 경우 무선랜서비스 사업자 웨이포트를 인수하여 가입자에게 핫스팟을 제공
  - Wi-Fi망은 통신사업자로 하여금 고비용의 이동통신망과 저비용의 Wi-Fi망의 적절한 분배를 가능하게 함
    - 가입자 포화가 진행중인 통신시장에서 이익 증대를 위해서는 비용 절감이 크게 중요한데, Wi-Fi는 고가의 이동통신 네트워크의 투자를 대체하여 비용 절감을 통한 이동통신사의 이익 증대에 기여
- ※ 모바일 데이터 이용량 증가시 백본망과 백홀에서 전송 능력 강화가 요구되지만, 백본망에 비해 모바일 백홀의 처리용량 확대가 상대적으로 어려움. 이때 Wi-Fi 망은 데이터 처리 용량을 분산시켜 원활한 데이터 트래픽 관리에 기여

## **[미국 모바일TV 새로운 표준으로 방송사 중심의 ATSC-M/H 선정]**

- 미국 ATSC가 모바일TV 표준으로 ATSC-M/H를 승인함에 따라 미국 방송사들의 모바일TV 서비스 가시화
- ATSC-M/H의 성공을 위해서는 이통사들과의 협력이 가장 큰 변수로 작용하며, 표준을 주도한 국내 단말기 업체들에게는 새로운 기회가 될 것임

### **□ 미국 ATSC가 모바일TV 표준으로 ATSC-M/H를 승인함에 따라 미국 방송사들의 모바일TV 서비스 가시화**

- 미국 ATSC(Advanced Television Systems Committee: 디지털방송위원회)는 ATSC-M/H 기술을 미국 모바일 디지털방송 표준으로 승인('09. 10. 16)
    - ATSC-M/H는 미국 지상파 디지털방송 기술인 ATSC A/53과 같은 RF 채널을 공유함으로써 디지털방송 서비스 대역 일부를 사용하여 이동방송을 가능하게 하는 기술
  - 미국 지역 방송사 연합체인 OMVC(Open Mobile Video Coalition)는 연내 22개 지역에서 ATSC-M/H 기반의 모바일TV 서비스를 시작할 것이라고 발표
    - OMVC는 '07년부터 지역 방송사 및 단말기 제조사들과의 협력을 통해 모바일 DTV 표준 승인을 추진해왔고, '09년 4월 워싱턴 DC에서 모바일 TV 시험서비스 실시
    - ATSC-M/H 기술이 모바일 DTV 기술 표준으로 승인됨에 따라 모바일 TV 서비스가 63개 지역방송사, 22개 도시에서 서비스 될 예정으로서 이는 미국 가구의 35%에 해당(OMVC, '09. 1)
- ※ OMVC는 NBC, FoxTV, PBS 등 대형 방송사들을 포함, 미국 전역 800여개 지역 방송사들의 연합으로서, 서비스 지역에는 뉴욕, 시카고, 필라델피아, 샌프란시스코, 보스턴, 워싱턴 DC, 아틀랜타, 디트로이트, 시애틀 등 대도시들이 포함

□ ATSC가 ATSC-M/H를 표준으로 선택한 배경에는 기존 방송 주파수와 인프라 활용, 인증 시스템 도입으로 유료화 가능, 다양한 부가서비스 제공 가능 등이 있음

- ATSC-M/H 기술은 기존의 지상파 디지털방송 주파수를 이용하기 때문에 기존 방송 송출 타워에 부가장비 추가 장착만으로도 서비스 가능
  - ATSC-M/H 표준은 미국 방송사들이 이미 도입하고 있는 DTV 규격으로서, 추가 주파수 확보에 대한 비용이 없고, 설비투자비가 적어 비용 측면에서 상당한 경쟁력을 지니고 있음
  - 또한 미국 전지역 DTV 전환에 따라 넓은 커버리지를 확보하고 있으며, 고속 이동시에도 데이터 전송이 가능하고 무한대의 사용자 수용 가능
- ※ 현재 미국 모바일TV 시장은 전용 방송망을 이용하는 쉐콤의 MediaFlo가 서비스 중이나 한정된 커버리지, 지원 단말기 부족, 월 10달러 수준의 유료서비스 등의 이유로 부진한 실적을 보이고 있음

<표 II-2> 미국 모바일TV 기술 비교

구분	ATSC-M/H	MediaFlo
채널 용량	50~80	10~20
주파수 획득 비용	없음	매우 높음
메인타워 구축 비용	7만 달러	30~40만 달러
메인타워 운용 비용	없음	연간 10만 달러 이상
콘텐츠 수급	TV 방송국의 콘텐츠 권한 보유	라이선스 필요

자료: Brandon Burgess('08. 3), ATLAS('09. 11) 재인용

- 인증 기반 시스템을 채택하여 프리미엄 채널의 부분 유료화를 도입할 수 있음
  - ATSC-M/H 방식의 모바일TV는 기본적으로 광고 기반의 무료 서비스이나, 인증 기반 시스템 채택으로 일부 채널을 유료로 서비스 할 수 있음
- ※ Fox의 경우 Fox 채널은 무료로 제공하고, STAR나 FuelTV 등 케이블채널은 가입자 기반의 유료 서비스로 제공할 계획을 가지고 있음

- 다양한 애플리케이션을 통한 부가수익 창출 가능
  - ATSC-M/H는 Layer 계층에 애플리케이션 프레임워크를 탑재해 오디오/비디오와 연계된 부가적인 데이터를 추가할 수 있어 장면 부가 설명, 다양한 광고 애플리케이션 등 부가서비스를 활용할 수 있는 환경을 구축

**□ ATSC-M/H의 성공을 위해서는 이통사들과의 협력이 가장 큰 변수로 작용**

- 방송사 주도로 추진되고 있는 ATSC-M/H 방식의 모바일 TV 확산을 위해서는 휴대폰 단말에 탑재가 필요하므로 이통사와의 제휴가 필요함
  - ATSC-M/H 방식의 모바일TV는 이통사가 4G 서비스의 킬러 애플리케이션으로 여기는 동영상 서비스와 경쟁 관계에 놓일 수 있어 이통사별로 상이한 대응을 보임
    - ※ 4G 구축에 여유로운 타임라인을 가진 AT&T의 경우 적절한 수익을 보장해 줄 수 있다면 모바일TV를 수신할 수 있는 단말기 추가에 긍정적인 입장
    - ※ 공격적인 4G 네트워크 전략을 세우고 있는 Verizon의 경우 모바일TV가 확산될 경우 단방향 모바일TV와 차별화를 위해 ‘양방향성’과 ‘업로드’ 기능을 강조할 예정
- ATSC-M/H 상용화는 표준을 주도한 국내 단말 제조업체들에게는 새로운 시장을 창출 할 수 있는 기회가 될 수 있음
  - LG전자와 삼성전자는 기존 방송망을 활용하는 미국 모바일TV 기술 규격에 대해 각각 MPH(Mobile Pedestrian Handheld)와 A-VSB(Advanced Vestigial Sideband) 등 서로 다른 기술을 내놓았으나, '08년 5월 기술 규격을 공동 개발하기로 합의하고 두 기술을 결합하는 형태의 기술 규격을 개발
    - ※ LG전자가 제안한 MPH는 RF관련 부분에서, 삼성전자의 A-VSB 방식은 영상 프레임 구조와 관련하여 채택되어 수신칩과 소프트웨어 기술의 라이선스 가능

## [전세계 IPTV 장비 시장 확대 전망, 외산의존도 개선을 위한 정책 개발 필요]

- 전세계적으로 IPTV 서비스 시장 확대에 따라 관련 장비 시장도 연평균 22.1% 성장, '09년 26억 달러에서 '13년 57억 달러로 두배 성장 예상
- 국내 IPTV서비스 사업자, 신뢰성 및 호환성 문제 등으로 외산 장비에 의존. 품질검증 시스템 도입 및 기술개발 공조체제 강화를 통한 개선 필요

### □ 지속적인 IPTV 서비스 가입자 증가 추세 속에 IPTV 장비 시장은 '09년 26억 달러에서 '13년 57억 달러로 22.1% 성장 예상

- 전세계 IPTV 서비스 가입자는 '09년 2,694 만명에서 '13년 8,104 만명으로 3배 이상 성장이 예상되며, 이에 따른 매출액도 67억 달러에서 199억 달러 규모로 성장 예상

<표 II-3> 전세계 IPTV 서비스 가입자 및 매출액 전망  
(단위: 천명, 백만달러)

서비스	2009	2010	2011	2012	2013	CAGR
가입자	26,936	36,026	48,196	61,712	81,036	31.7%
매출액	6,720	9,186	11,641	15,110	19,852	31.1%

자료: MRG(2009. 5)

- 전세계 IPTV 장비 시장은 '09년 26억 달러에서 연평균 22.1%의 성장을 보이면서 '13년에는 57억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨

<표 II-4> 전세계 IPTV 장비 시장 현황 및 전망  
(단위: 백만 달러)

구분	구분	2009	2010	2011	2012	2013	누적	CAGR	비중
헤드엔드	VHE <sup>2)</sup> 시스템	233	237	219	234	335	1,258	9.5%	20.4%
	VOD시스템	112	122	154	171	220	778	18.4%	
	SI	94	107	116	142	188	647	18.9%	
	미들웨어	108	124	160	177	255	824	24.0%	
	DRM	56	59	74	92	112	393	18.9%	
	소계	603	648	722	816	1111	3,900	16.5%	
네트워크	Access장비	187	244	271	387	471	1,560	26.0%	8.1%
	단말 셋탑박스	1,791	2,144	2,549	3,052	4,163	13,698	23.5%	71.5%
IPTV 전체 장비		2,582	3,035	3,541	4,255	5,745	19,158	22.1%	100%

자료: MRG(2009. 5)

2) VHE(Video Head End) 시스템: 베이스밴드 시스템, 압축다중화, 데이터방송시스템, 수신제한시스템, EPG 서버 등으로 구성된 방송 스트림 송출 장비군

- '09년~'13년 총 192억 달러 규모의 시장을 형성할 것으로 예상되며, 단말, 헤드엔드, 네트워크 각각이 71.5%, 20.4%, 8.1%의 비중 차지

**□ 5년간 약 4.9조원으로 예상되는 국내 IPTV 장비 시장에서 헤드엔드 부문 국내 업체 경쟁력 강화 필요**

○ 국내 IPTV 장비 시장은 1차 투자가 완료되는 '10년 1조 6,234억원을 정점으로 '08년~'12년 총 4조 8,922억원(누적)규모 시장 형성(ETRI, 2009)

<표 II-5> 헤드엔드 부분 IPTV 장비 국내 주요 업체 현황

가치 사슬	콘텐츠 수신·가공	송출	데이터방송 /부가서비스	가입자 관리 및 보안
주요 내용	- 콘텐츠 신호 수신 - 가공/처리, 분배, 보정, 모니터링	- 수신영상 압축 - 데이터신호 등과 다중화/압축화 전송	- 데이터방송콘텐츠 제작, 송출, 응답처리 - 부가서비스 제공	- 가입자 인증 및 과금 관리 - 운영관리 솔루션
주요 장비	- 베이스밴드 시스템 (EPG 시스템) : 루틴스위치, NVOD, C/G, APC <sup>3)</sup> , 편집, 모니터링 시스템	- 압축다중화 시스템 : 인코더, Multiplexer	- 데이터방송시스템 - (EPG 시스템)	- 인증 및 과금 운영 - 수신제한시스템 (CAS), DRM
해외 사업자	Alcatel-Lucent, Ericsson, Siemens, Cisco, Thomson	Alcatel-Lucent, Ericsson, Siemens, Tandberg, Cisco	MS, Thomson	MS, NDS, 나그라비전, Verimatrix, Irdeto
국내 사업자	캐스트이즈(VoD), DTVInteractive(계측기) 리노스(BB구축솔루션)	SK C&C, LG CNS, 쌍용정보통신, 리노스(솔루션)	알티캐스트(Middleware) 에어코드(데이터방송)	- 코어트러스트, 셀런, 알티캐스트, 디지탸, 엑스크립트 - SK C&C, LG CNS, 쌍용정보통신

○ 전세계 뿐만 아니라 국내 방송장비 시장을 시스코, 에릭스 등 선진 다국적 기업이 선점하고 있는 상황에서 IPTV 방송 장비의 서버 및 헤드엔드 부문은 낮은 기술 경쟁력으로 인해 점유율이 미진한 상황

3) NVOD 및 비상채널 자동 송출

- 다만, 기존의 일반 방송장비 개발 업체들이 IPTV용 분석/모니터링/망 품질 측정 기술 분야(DTV Interactive), VoD 서비스 시스템 분야(캐스티즈), EPG 및 양방향 데이터 방송 시스템 분야(알티캐스트, 에어코드)에서도 IPTV 제품 개발

- 이와 함께 상대적으로 우위를 보이고 있는 셋톱박스 경쟁력을 기반으로 플랫폼 부문의 미들웨어 및 보안(DRM) 관련 국내 업체들의 참여가 용이 해지면서 알티캐스트, 코어트러스트, 디지텍 등 중소 업체들이 성장

※ 세계 IPTV 장비 시장에서의 국내 기업의 경쟁력을 보면, 캐스티즈(VoD Server)가 16개 기업 중 12위, 알티캐스트(미들웨어)가 22개 기업중 8위로 선전하고 있는 것으로 나타났으며, 헤드엔드 및 CAS/DRM 부문은 경쟁력이 낮은 것으로 평가(MRG, 2009. 3)

**□ 외산 장비에 대한 의존도 개선을 위해 장비의 품질검증시스템 도입 및 유관업체간 기술개발 공조체제 강화를 위한 인센티브 도입 등 필요**

○ 주요 IPTV 사업자들은 장비의 신뢰성 및 기존 장비와의 호환성 문제 등을 이유로 외산 장비를 선호하고 있는 상황

- IPTV 서비스 사업자들이 신뢰할만한 품질 검증 시스템 도입 및 유관업체간 기술 개발 공조 체제 강화를 위한 인센티브 강화 필요

○ 플랫폼 표준화 및 기술 표준화 등에 있어서 서비스 사업자 및 유관 업체들의 적극적인 참여를 통해 범위의 경제 창출 필요

- 기 구축된 플랫폼과 연동하면서 차세대 IPTV로써 대두되는 양방향성, 이동성, 개인화 등의 서비스 요구 사항에 대한 표준 모델 정립 등 장비의 호환성 확보 노력 필요

## [PP 자체제작 프로그램 해외 진출 활발, 방송 중심의 수익 구조로 전환 기대]

- 완성도 높은 자체 제작물 증가에 따른 시청률 상승 및 해외 판매 증가로 방송관련 매출 향상 기대
- 지속적인 자체 제작 제고를 위해 정부의 제작비 지원 확대 및 제작시설 지원 필요

### □ PP의 자체 제작 방송프로그램 해외 진출

- 콘텐츠의 질이 확보된 MPP 중심으로 개별 프로그램 및 채널 전체 해외 진출
  - 온미디어는 지난해 자체 제작한 드라마 ‘여사부일체’, ‘KPSI’, ‘데자뷰’를 올해 각각 TVB(홍콩 민영방송TV), PCCW(홍콩 IPTV사업자), 와코그룹(일본 배급사)에 수출(2009. 11. 12)
  - CJ미디어는 폭스와 50대 50으로 합작법인 tvN아시아를 설립해 홍콩, 싱가포르, 인도네시아, 대만 등 아시아 8개국에서 동시에 론칭했으며, CJ미디어 채널에서 자체 제작한 프로그램 위주로 편성할 예정
    - ※ tvN 대표 시트콤 ‘막돼먹은 영애씨’와 격투기 드라마 ‘맛짱’, 영조 암살 미스터리 사극 ‘8일’, 여행 프로그램 ‘쉬즈 올리브’, 연애 리얼리티프로그램 ‘연애불변의 법칙’ 등 편성 확정
- 자체 제작한 콘텐츠의 완성도 향상이 해외 진출의 토대 형성
  - 지상파와 차별화된 기획과 과감한 투자로 평균 케이블TV 시청률 1%를 대폭 상회하는 자체 제작 프로그램 등장
    - 최고 시청률 8.2%를 기록한 오디션 프로그램 ‘슈퍼스타 K’(CJ미디어)의 경우, 케이블TV 프로그램 제작비용이 많아야 수 억원대인데 비해 40억원의 제작비 투입

### □ PP의 자체 제작프로그램 지속 증가

- 주요 20개 PP의 자체 제작 프로그램은 '04년 15편에 불과했으나, '08년 150편으로 10배 증가하면서 외부에서 구매한 프로그램 위주의 편성에서 탈피
- 국내 PP는 케이블TV가 시작된 '95년 이래 일부 채널(음악, 스포츠, 뉴스, 홈쇼핑, 게임, 바둑, 낚시)을 제외한 대부분의 채널에서 프로그램을 제작하기 보다는 지상파나 해외 프로그램을 구입하여 편성

<표 II-6> PP자체 제작프로그램(20개 PP)

연도	2004	2005	2006	2007	2008
프로그램수	15	46	95	148	150

자료: 권호영(2008. 12)

- PP의 자체 제작 증가는 유료방송 시장 확대에 따른 채널 경쟁력 증진 필요성에 따른 것임
- 유료방송 확대에 따라 MPP의 재정능력이 향상된 가운데 채널 증가에 따른 콘텐츠 수요 증가로 콘텐츠 구매 가격 상승과 VOD 수요 증가로 판권 확보 필요성이 점증하고, 지상파 방송과의 경쟁에 대비하기 위해 자체 제작 콘텐츠 증가

### □ PP의 자체 제작 증가로 방송 중심의 수익구조 개선 기대

- PP의 방송관련 매출은 30% 미만으로, 경쟁력 있는 자체 제작물 증가로 방송관련 매출 증가 기대
- '07년 기준 수신료(6.7%), 광고(21.9%), 프로그램 판매(1.0%) 등 방송관련 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 29.7%에 불과한 반면 상품판매(대부분 홈쇼핑) 비중은 39%로 기형적 수익 구조

- 경쟁력 있는 자체 제작물 증가에 따른 직접적인 효과로 프로그램 판매 증가는 물론 향상된 매체 경쟁력으로 수신료 및 광고료 확대도 기대

<표 II-7> PP의 수익원별 매출 비중('04~'07)

	방송관련 매출				상품판매	기타 사업 (협찬 등)
	수신료	광고	프로그램판매	소계		
2004년	6.9%	16.1%	0.4%	23.4%	37.3%	39.3%
2005년	5.1%	18.5%	0.6%	24.3%	41.0%	34.7%
2006년	5.6%	20.0%	0.9%	26.5%	36.7%	36.8%
2007년	6.7%	21.9%	1.0%	29.7%	39.0%	31.3%

자료: 방송통신위원회, 방송산업실태조사 각년호

**□ 자체 제작 증가를 위한 정부의 직·간접 지원 확대 필요**

- 열악한 PP들의 제작환경을 고려하여 제작지원금 규모 확대 필요
  - 건당 총 제작 지원금 1억원은 현실적인 제작환경을 반영하지 못하므로 제작비 증액 필요
- 제작 시스템 구축이 미미한 PP들에게 HD 제작 시설 지원
  - 지상파 방송사와 달리 재정이 열악한 PP는 제작관련 시설을 구비하지 못하므로, PP들이 HD제작 시설을 염가로 이용할 수 있는 시설 지원 필요

### Ⅲ. 국내외 경제 동향

#### 1. 국내외 경제 동향

##### 가. 국내 경제 동향

###### □ 10월 광공업생산 전년동월대비 0.2% 증가, 증가폭 둔화

- 광공업생산은 영상음향통신(-15.5%), 자동차(-12.8%)는 부진하였으나 반도체 및 부품(32.7%), 화학제품(5.6%) 등의 호조로 4개월 연속 증가세 유지

###### □ 10월 서비스업생산 전년동월대비 1.5% 증가, 증가폭 둔화

- 서비스업생산은 부동산업 및 임대업(14.3%), 보건·사회복지서비스업(11.2%), 금융·보험업(4.9%) 등의 호조로 7개월 연속 증가세 유지

###### □ 10월 경기선행지수는 전년동월대비 11.3% 증가, 증가폭 확대

- 향후 경기국면을 예고해주는 선행지수는 기계수주액이 감소하였으나 건설수주액, 종합주가지수 등 8개 지표가 증가해 7개월 연속 증가폭 확대

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008	2009 <sup>p</sup>						
		연간	연간 <sup>p</sup>	4월	5월	6월	7월	8월	9월 <sup>p</sup>	10월 <sup>p</sup>
GDP 성장률		5.1	2.2	-2.2(2.6)			0.6(2.9)			-
산업 생산	광공업 <sup>1)</sup> 생산지수	6.9	3.0	-8.2	-9.0	-1.1	0.7	1.0	11.0	0.2
	서비스업 생산지수	6.8	3.4	1.9	0.3	2.8	0.9	1.0	4.5	1.5
무역	수출(FOB, 억달러)	3,715	4,220	304	282	326	320	290	345	340
	수입(CIF, 억달러)	3,569	4,353	246	231	254	276	274	298	303
전망	경기선행지수	-	-	0.1	2.6	5.8	7.8	9.1	10.2	11.3

주: 1) 광업, 제조업, 전기·가스업을 포함. p는 잠정치, ( ) 전기대비 성장률

자료: 한국은행(국민계정), 통계청(산업활동동향, 소비자물가, 고용동향)

□ 10월 소비재 판매 전년동월대비 9.8% 증가, 증가폭 확대

- 승용차, 가전제품 등 내구재(15.8%), 차량 연료, 음식료품 등 비내구재(10.0%), 의복, 오락·취미·경기용품 등 준내구재(3.6%) 호조로 3개월 연속 증가폭 확대
- 10월 소비자 동향은 가계수입 전망(106)과 소비자지출 전망(113) 모두 전월 대비 소폭 상승, 11월에는 가계수입 및 소비자 지출 모두 전월대비 소폭 하락 전망

□ 10월 취업자수는 2,386만 명으로 전년동월대비 1만명 증가

- 산업별로 사업·개인·공공서비스업(437천명, 5.6%), 전기·운수·통신·금융업(12천명, 0.4%)에서는 증가한 반면, 도소매·음식숙박업(-177천명, -3.1%), 건설업(-147천명, -8.0%), 제조업(-87천명, -2.2%)에서는 감소
- 10월 실업률은 3.2%로 전년동월대비 0.2%p 상승
  - 청년층 실업률도 7.6%로 전년동월대비 1.5%p 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008	2009p						
		연간	연간	4월	5월	6월	7월	8월	9월p	10월p
소비	소비재판매	5.1	1.0	-3.9	1.6	7.5	1.8	1.9	6.6	9.8
	- 내구재	9.6	1.9	-12.0	3.8	21.9	0.1	6.0	26.1	15.8
	- 준내구재	3.9	-2.4	0.7	0.9	-1.1	-2.2	0.2	2.6	3.6
	- 비내구재	5.2	0.7	-1.0	0.7	3.5	4.9	1.1	0.3	10.0
	가계수입전망	-	-	91	98	98	99	103	103	106
	소비지출전망	-	-	100	104	107	107	110	111	113
고용	취업자수(만명)	2,343	2,358	2,352	2,372	2,397	2,383	2,362	2,381	2,386
	전년동기대비(만명)	28.2	14.5	-18.8	-21.9	0.4	-7.6	0.3	7.1	1.0
	실업률(계절조정전)	3.2	3.1	3.8	3.8	3.9	3.7	3.7	3.4	3.2

자료: 한국은행(소비자동향조사), 통계청(산업활동동향, 소비자물가, 고용동향)

나. 해외 경제 동향<sup>4)</sup>

□ 미국, 10월 산업생산 전월대비 0.1% 증가, 4개월 연속 증가세 유지

○ 3분기 GDP 성장률이 3.5%에서 2.8%로 하향 조정되었으나 완만한 회복세

□ 일본, 10월 산업생산 전월대비 0.5% 증가, 8개월 연속 증가세 유지

○ 3분기 GDP 성장률은 전기대비 4.8%로 2분기 연속 플러스 성장

□ 중국, 10월 산업생산 전년동월대비 16.1% 증가, 6개월 연속 증가폭 확대

○ 투자·소비 등 내수 호조와 더불어 수출(△13.8%) 감소폭도 점차 축소

□ 유로지역, 9월 산업생산 전월대비 0.2% 증가

○ 3분기 GDP 성장률은 0.4%로 프랑스, 독일의 수출 증가에 힘입어 5분기만에 플러스 성장세로 전환

		2007	2008	2009						
		연간	연간	4월	5월	6월	7월	8월	9월 <sup>P</sup>	10월 <sup>P</sup>
미국	GDP 성장률(전기대비, %)	2.1	0.4	-0.7			2.8			
	산업생산 <sup>1)</sup> (전기대비, %)	1.5	-2.2	-0.5	-1.1	-0.4	0.9	1.3	0.6	0.1
일본	GDP 성장률(전기대비, %)	2.3	-0.7	2.7			4.8			
	산업생산 <sup>2)</sup> (전기대비, %)	2.8	-3.3	5.9	5.9	2.3	2.1	1.6	2.1	0.5
중국*	GDP 성장률(전년동기대비, %)	13.0	9.0	7.9			8.9			
	산업생산(전년동기대비, %)	18.5	12.9	7.3	8.9	10.7	10.8	12.3	13.9	16.1
유럽	GDP 성장률(전기대비, %)	2.7	0.8	-0.2			0.4			
	산업생산 <sup>3)</sup> (전기대비, %)	3.7	-1.8	-0.5	1.1	0.9	0.3	1.2	0.2	-

주: 1) 군인제외(계절변동조정 후), 2) 광공업생산지수, 3) Dow Jones EURO STOXX 50 Index

\* 중국만 GDP, 산업 생산 전년동기대비 성장률임

자료: Federal Reserve Bulletin, 일본은행, 중국인민은행, Monthly Bulletin(European Central Bank)

4) 한국은행(해외경제포커스), 산업연구원(KIET 경제·산업동향), 기재부(최근 경제동향) 자료 요약·발췌

## 2. 주요 경제 지표

구분	2009							전월대비 증감률(%)
	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	
KOSPI	1,395.89	1,390.07	1,557.29	1,591.85	1,673.14	1,580.69	1,555.60	-1.6%
KOSDAQ	528.80	485.15	504.35	514.70	505.94	486.46	464.32	-4.6%
KOSDAQ IT	797.49	732.53	772.08	798.93	808.72	767.33	736.00	-4.1%
다우	8,403.80	8,447.00	9,171.61	9,496.28	9,712.28	9,712.73	10,344.84	6.5%
나스닥	1,751.79	1,835.04	1,978.50	2,009.06	2,122.42	2,045.11	2,144.60	4.9%
원/달러 환율	1,258.71	1,261.35	1,263.97	1,238.40	1,219.15	1,175.25	1,164.23	-0.9%
원/엔 환율	1,304.52	1,305.52	1,338.06	1,304.31	1,332.42	1,300.78	1,304.43	0.3%
금리(국고채 3년)	3.83	4.09	4.09	4.42	4.40	4.47	4.32	-0.15%p
유가(Dubai)	57.9	69.4	65.0	71.4	67.7	73.2	77.7	6.1%

주: '주가지수'는 월말 종가, '환율', '금리', '유가'는 월별 평균임. 금리의 전월대비 증감률 단위는 %p임

### □ 주가

- 코스피는 City 그룹 파산 및 두바이월드 채무상환유예 선언 등 글로벌 악재 영향으로 월말 급락세를 보여 전월대비 1.6% 하락

### □ 환율

- 원/달러 환율은 11월 중순까지 글로벌 달러 약세 지속으로 하락폭이 확대되었으나 월말 두바이월드 채무상환 유예 선언 후 안전자산 선호 심리 강화로 하락폭이 둔화, 원/엔 환율은 전월대비 0.3% 상승

### □ 금리

- 저금리 기조 유지 전망, 글로벌 악재에 의한 외국인의 국채선물 순매수 확대 등으로 국고채3년 금리는 전월대비 0.15%p 하락

### □ 유가

- 국제 원유 시장은 美 달러화 움직임, 원유재고 수준, 경제지표 발표 등에 따라 70불 후반대에서 등락을 반복, 전월대비 6.1% 증가

<참고 1> 2010년 경제 전망

(KDI, 2009. 11. 23)

□ 2010년 우리나라 경제성장률 5.5% 전망

- 중국을 비롯한 개도국의 수요회복에 따른 수출 증가와 환율, 소득, 고용 상황 개선에 따른 내수 회복으로 5%를 상회하는 성장세 예상
  - 기저효과에 따라 전년동기대비로는 상반기 성장률이 하반기에 비해 높을 것으로 예상되나, 전기대비로는 상·하반기 유사한 성장률 전망
  - 민간소비는 4.9%, 설비투자는 17.1%, 상품수출액은 13.7% 증가 예상
  - 실업률은 경기회복과 함께 점차 낮아져 2010년 평균 3.4% 전망, 또한 물가상승률은 금년과 유사한 2% 후반에 이를 전망

<2009~2010년 경제전망>

(단위: 전년동기대비, %)

	2009	2010		
		상반기	하반기	연간
국내총생산	0.2	6.9	4.3	5.5
총소비	1.6	5.4	4.2	4.8
민간소비	0.4	5.7	4.2	4.9
총고정투자	-1.3	10.0	5.9	7.7
설비투자	-9.8	25.9	9.7	17.1
건설투자	3.1	2.2	3.8	3.1
상품수출	-13.8	22.8	6.3	13.7
상품수입	-25.1	33.5	13.2	22.2
실업률	3.7	3.5	3.2	3.4
소비자물가	2.8	2.6	2.7	2.7

□ 미국을 비롯한 세계경제 여건에 대한 불확실성이 여전히 존재, 재정 및 통화정책은 보수적 기조 전환 필요

- 세계경제의 3%성장률, 유가 80달러 내외, 환율의 완만한 하락 등을 가정 하였으나, 만일 환율이나 원자재 가격의 급변 등으로 세계경제 회복이 지체될 경우 예상 수준 하회할 가능성 존재
- 경기회복으로 내년 총수입 증가율이 높게 실현될 가능성이 있으므로 재정 건전성 확보를 위한 적극적 노력 필요하며, 특히, 통화정책은 저금리 기조를 점진적으로 정상화해 나가는 것이 바람직

## <참고 2> 국내외 녹색금융 비교와 시사점

(현대경제연구원 2009. 11. 20)

### □ 녹색금융이란 환경, 에너지 등과 관련된 금융서비스를 의미

- UNEP FI(국제연합환경계획 금융이니셔티브)는 녹색금융을 환경개선 상품 및 서비스 생산에 자금을 제공하는 활동과 환경을 파괴하는 기업에 자금 공급을 차단하는 활동으로 정의
  - 녹색금융상품은 녹색기업을 지원하는 상품, 기업의 에너지 효율을 유도하는 금융상품, 탄소시장 비즈니스 상품 등 크게 세가지로 분류

### □ 해외와 비교해 볼 때 국내 녹색 금융의 기반은 매우 취약

- 녹색 기술 선별 인프라 구축, 녹색 기업 자립까지의 정부 지원, 녹색 금융 인식 제고를 위한 적극 홍보, 탄소배출권 시장 활성화, 녹색 금융 전담조직 설치 등을 통해 녹색 금융 발전을 위한 환경 조성 필요

#### <국내 녹색금융의 6대 문제점>

녹색 관련 금융 발달 미비	▷ 국내 녹색 관련 금융시장의 규모는 펀드 시장 발달에 비해 미비 • 펀드 자산은 세계 비중이 1.2%, 반면 사회적책임투자 규모는 세계 비중이 0.03%에 불과
기업 금융상품 미발달	▷ 해외에서는 프로젝트 파이낸스, 자산유동화 등의 다양한 형태로 자금 제공 • 국내에서는 기업에 대한 지원이 산업은행, 수출입은행과 같은 정책금융기관에 의해 주로 실시
녹색 소매상품 대상범위 한정	▷ 유럽, 북미 등 녹색 금융선진국에서는 주택, 상가, 차량, 선박 등 다양한 대상을 담보로 대출이 이루어짐 • 국내에서는 금리우대와 같은 인센티브를 제공하는데 머물러 있음
탄소배출권 관련 시장 발달 미흡	▷ 해외에는 녹색 금융상품 중 탄소시장에 투자하는 펀드 상품의 자산 운용과 친환경적 특징을 강화한 보험 부문의 탄소 관련 상품들이 발달
환경 리스크 관리 전담조직 취약	▷ 미국 씨티은행의 환경 리스크 관리 위원회, 일본 미쯔비시 도쿄UFJ와 SMBC 은행은 각각 환경융자실, 금융솔루션의 전담조직 설치
녹색 금융의 개발 지표 부족	▷ 해외의 경우, 금융기관이 투자시 참고할 수 있도록 사회적책임투자지수, 클린 에너지지수, 글로벌 기후변화지수 등 녹색 관련 인덱스가 발달