

2009 7

제 1권 5호 통권 5호

월간 방송통신산업 동향

▶ 방송통신산업 평가 및 전망

▶ 이슈 분석

- 모바일 웹브라우저 성장 예상, 국내 업체 SW 경쟁력 확보 전략 필요
- 노키아-인텔, 모바일 사업 협력으로 신성장 동력 창출 기회 마련
- Wi-Fi를 이용한 위치제공 기술인 WPS 확산 전망
- 통신사업자들의 모바일 IPTV 상용화 계획, 해결 과제 다수 존재
- 케이블TV, 산업경쟁력 제고를 위해 종합편성 PP진출 도모



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향

- 5월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 $\Delta 7.0\%$ 로 감소폭 확대, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.7% 로 증가세 전환
- 5월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 확대, 초고속인터넷 가입자(4월) 및 무선통신 서비스 가입자(6월)는 증가세 지속
- 방송서비스 가입자는 4월 디지털 케이블 TV 증가세 둔화, 5월 IPTV 3개월 연속 증가세
- 향후 방송업은 둔화 지속, 통신업은 무선통신 및 부가통신 서비스 시장의 성장으로 서서히 회복세를 보일 전망

II. 이슈 분석

- 모바일 웹브라우저 성장 예상, 국내 업체 SW 경쟁력 확보 전략 필요
 - 스마트폰의 확대, 모바일 네트워크의 진화로 모바일 웹 콘텐츠에 대한 수요 증가, 모바일 웹브라우저 성장 촉진. 향후 모바일 시장의 주도권 확보를 위한 업체간 경쟁 치열, 국내 업체들의 SW 경쟁력 확보 전략 필요
- 노키아-인텔, 모바일 사업 협력으로 신성장 동력 창출 기회 마련
 - 인텔은 모바일 반도체 시장 점유율 확대, 노키아는 다양한 모바일 기기 시장으로 진출 가능성을 확대해 전방위적인 모바일 플랫폼 구축 실현의 가능성을 제시
- Wi-Fi를 이용한 위치제공 기술인 WPS 확산 전망
 - WPS는 Wi-Fi 활성화, A-GPS를 보완, 이동통신망을 활용하지 않는 이동형 디지털 기기에 다양한 위치기반 애플리케이션을 가능케 할 전망

○ 통신사업자들의 모바일 IPTV 상용화 계획, 해결 과제 다수 존재

- KT와 SKT 등은 WiBro의 애플리케이션 보완과 IPTV의 기존 유선방송과의 차별화를 위해 모바일 IPTV 상용화 계획. 기술, 서비스 차별화, 법개정 등 다수의 해결 문제 존재

○ 케이블TV, 산업경쟁력 제고를 위해 종합편성 PP진출 도모

- 타매체 및 지상파 PP에 대한 경쟁력 확보 기대, 다만, 케이블TV의 경우, 경쟁 후보군에 비해 자본력 열위로 콘텐츠 분야 경쟁력 부각 전략 필요

III. 국내외 경제 동향

○ 국내 경제 동향

- 5월 광공업 생산지수는 전년동월대비 $\Delta 9.0\%$ 기록해 감소세 지속, 5월 서비스업 생산지수는 전년동월대비 0.2% 증가해 2개월 연속 증가세 유지

○ 해외 경제 동향

- 산업생산은 '09년 5월 미국 감소세 지속(전기대비 $\Delta 1.1\%$), 일본 증가세 지속(전기대비 5.9%), 중국 증가폭 확대(전년동월대비 8.9%), 4월 유로 감소세 지속(전기대비 $\Delta 1.9\%$)

○ <참고 1: 하반기 경기 회복의 위협 요인과 과제>

- 한국경제는 주요 경제 지표 개선에 따른 조기 경기 회복에 대한 기대감이 고조, 하지만 여전히 글로벌 금융시장 재혼란 가능성, 주요국 경기 회복 지연, 국제 원자재 가격 불안, 원화강세 지속, 일부 자산 버블, 기업 재무 건전성 악화 등의 위협 요인 존재

○ <참고 2: 하반기 기업 부실 확대 요인과 시사점>

- 최근 금융권의 기업대출 연체율이 상승하고 부실채권이 증가하는 등 기업 부실이 확대 되는 추세, 영업이익 감소 및 이자 비용 증가에 따른 채무 능력 약화, 유동자산 안전자산으로 집중, 원자재 가격 상승 등 향후 기업 부실이 확대될 가능성 존재

<목 차>

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향	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
II. 이슈 분석	8
■ 모바일 웹브라우저 성장 예상, 국내 업체 SW 경쟁력 확보 전략 필요	8
■ 노키아-인텔, 모바일 사업 협력으로 신성장 동력 창출 기회 마련	12
■ Wi-Fi를 이용한 위치제공 기술인 WPS 확산 전망	15
■ 통신사업자들의 모바일 IPTV 상용화 계획, 해결 과제 다수 존재	18
■ 케이블TV, 산업경쟁력 제고를 위해 종합편성 PP진출 도모	21
III. 국내외 경제 동향	24
1. 국내외 경제 동향	24
2. 주요 경제 지표	27
<참고1: 하반기 경기 회복의 위협 요인과 과제>	28
<참고2: 하반기 기업 부실 확대 요인과 시사점>	29

I. 방송통신산업 동향

<방송통신산업 평가 및 전망>

□ 방송통신산업 평가: 방송업 침체 지속, 통신업 증가세 전환

- 5월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 $\Delta 7.0\%$ 로 감소폭 확대, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.7% 로 증가세 전환
- 5월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 확대, 초고속인터넷 순가입자(4월)와 무선통신 서비스 가입자(6월)는 증가세 지속
- 방송서비스 가입자는 4월 디지털 케이블 TV 증가세 둔화, 5월 IPTV 3개월 연속 증가세 확대
- 6월 지상파 광고 시장 악화 지속, 광고경기예측지수(KAI)는 122.8로 옥외 광고, 신문 이외 대부분의 매체 광고비가 전월대비 증가
- 5월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 11.0% 감소한 33.5억 달러 기록. 3개월 연속 수출 감소폭 둔화

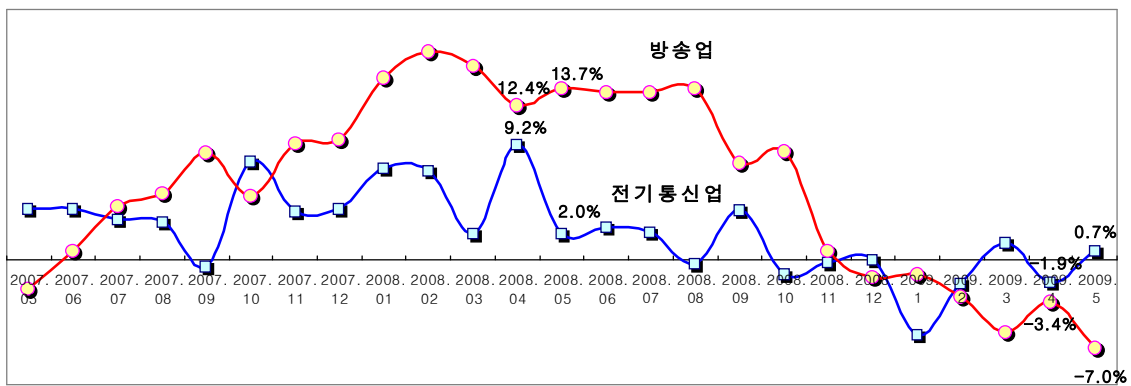
□ 방송통신산업 전망: 방송업은 악화 지속, 통신업은 무선통신, 부가통신 서비스 시장의 성장으로 서서히 회복세를 보일 전망

- 방송업은 하반기 기업 부실 확대 가능성이 대두됨에 따라 3분기 기업들의 광고비 지출이 위축되면서 지상파, 유선방송 모두 악화 지속 전망
- 통신업은 이동전화의 이동통신번호 제한으로 업체간 경쟁이 완화되겠으나 성장세 유지, 게임 및 포털업체의 성장으로 서서히 회복세를 보일 전망

1. 생산 동향

□ 5월 방송업 생산지수는 전년동월대비 $\Delta 7.0\%$ 로 감소폭 확대, 통신업^{주)} 생산지수는 전년동월대비 0.7% 증가

[그림 I - 1] 방송통신 서비스업 생산지수 증가율 추이



주: 통신업은 우편업을 제외한 전기통신업만을 추정

자료: 통계청(2005=100 기준)

- 5월 방송업은 지상파 방송 광고 시장뿐만 아니라 유선 방송 시장까지 감소세로 전환하면서 감소폭 확대, 통신업은 무선통신 시장의 호조세와 유선통신과 부가통신 시장의 감소세가 둔화되면서 소폭 증가

<표 I - 1> 방송통신 서비스업 활동 지수 및 증가율

(단위: 2005=100, 전년 동기 대비 %)

구 분	'07년	'08년				'09년			
	연간	연간	2/4	3/4	4/4	1/4	3월	4월	5월
방송통신서비스업	3.5	3.5	5.4	2.9	$\Delta 0.1$	$\Delta 2.3$	0.6	$\Delta 2.0$	$\Delta 0.1$
방송업	4.3	10.3	13.2	11.5	2.6	$\Delta 3.4$	$\Delta 5.8$	$\Delta 3.4$	$\Delta 7.0$
지상파방송업	0.9	$\Delta 4.5$	$\Delta 0.7$	$\Delta 1.7$	$\Delta 15.5$	$\Delta 15.9$	$\Delta 20.5$	$\Delta 14.0$	$\Delta 18.5$
유선/위성 및 기타 방송업	6.7	19.8	22.4	19.5	14.9	2.9	2.2	2.2	$\Delta 0.6$
통신업	3.4	2.7	4.5	1.9	$\Delta 0.5$	$\Delta 2.2$	1.4	$\Delta 1.9$	0.7
유선통신업	$\Delta 0.5$	0.7	2.2	$\Delta 0.5$	$\Delta 3.3$	$\Delta 6.3$	0.7	$\Delta 5.3$	$\Delta 1.6$
무선통신업	7.5	5.3	6.3	5.1	2.8	1.1	2.4	2.6	4.0
기타 통신업	3.4	1.1	7.6	$\Delta 2.2$	$\Delta 2.2$	1.6	$\Delta 0.4$	$\Delta 6.3$	$\Delta 4.5$

자료: 통계청

2. 가입자 동향

가. 유선통신

□ 5월 시내전화 가입자 수는 전년동월대비 △7.5%로 감소폭 확대 지속, 번호이동자수는 전월대비 약 5천명 감소한 1만4천명

- 시내전화 가입자는 인터넷 전화, 이동전화 등의 대체 수요 확대로 감소세 지속, 번호이동자 수는 업체들의 마케팅이 타 부문에 집중되면서 소폭 감소세

<표 I-2> 시내 전화 가입자 및 번호이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5
가입자	23,050	23,019	22,966	22,943	22,900	22,875	22,781	22,132	21,991	21,846	21,651	21,474	21,317
증가율	-0.8%	-0.9%	-1.1%	-1.3%	-1.8%	-1.8%	-2.2%	-4.3%	-4.9%	-5.4%	-6.3%	-7.0%	-7.5%
번호이동	28.3	26.0	24.2	20.0	32.7	43.3	27.7	22.5	14.1	12.6	18.4	19.3	14.1

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

□ 4월 초고속인터넷서비스 가입자는 전년동월대비 5.3% 증가

- KT와 SK브로드밴드의 결합서비스(TPS) 마케팅 증가에 따른 FTTH 가입자 확대로 전월대비 순가입자는 5개월 연속 증가한 11.5만명 기록

<표 I-3> 초고속인터넷서비스 가입자 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 4	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4
가입자	15,032	15,051	15,059	15,094	15,225	15,265	15,389	15,458	15,475	15,520	15,598	15,706	15,822
증가율	5.0%	4.8%	4.3%	4.3%	4.8%	4.6%	5.1%	5.1%	5.2%	5.1%	5.1%	4.9%	5.3%

자료: 방송통신위원회

나. 무선통신

□ 6월 이동전화 가입자 수는 전년동월대비 4.6% 증가

- 6월 통합KT의 출범이후 업체간 결합서비스 확대에 초점이 맞춰지면서 순증가입자는 전월대비 10만명 이상 감소한 23.5만명 기록. 5월 번호이동자 수는 4개월 연속 대폭 확대

<표 I-4> 이동전화 가입자 및 번호 이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6
가입자	44,983	45,064	45,149	45,275	45,386	45,495	45,607	45,778	45,989	46,235	46,497	46,836	47,071
증가율	6.3%	6.3%	6.2%	5.8%	5.6%	5.3%	4.8%	4.6%	5.1%	4.4%	4.5%	4.7%	4.6%
번호이동	1,354	1,195	863	748	704	592	617	581	624	888	1,070	1,412	—

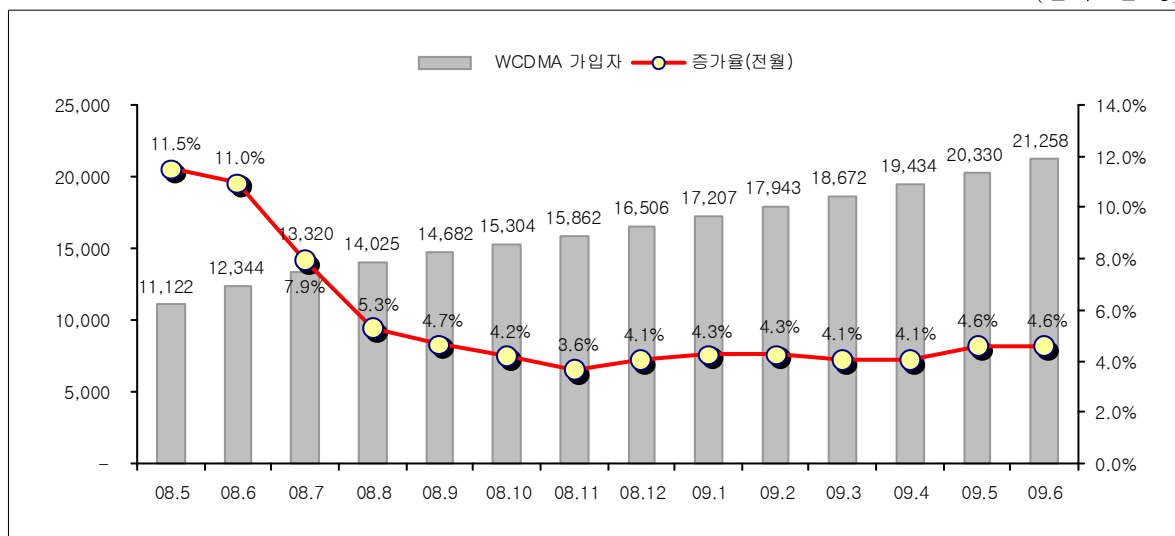
자료: 방송통신위원회, SKT, KTF, LGT IR 자료

□ 6월 WCDMA 가입자 수는 전월대비 4.6% 증가

- 보급형 터치폰 등 저렴하고, 다양한 3G폰 보급이 확대되면서 3G 시장이 지속적으로 확대되어 6월 순 가입자(약 93만 명) 대폭 확대

[그림 I-2] WCDMA 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: SKT, KTF IR 자료

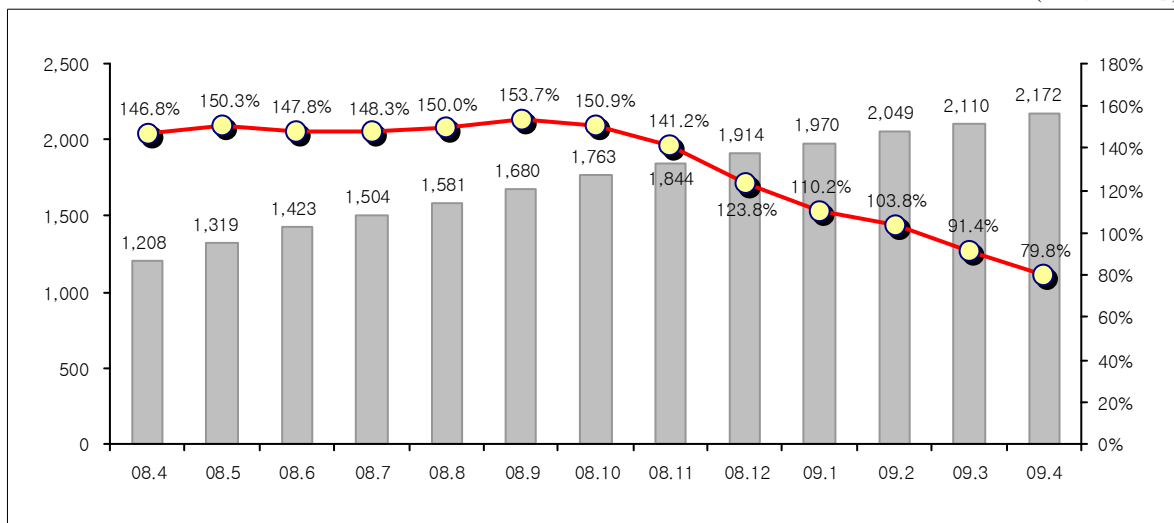
다. 방송서비스

□ 4월 디지털케이블 TV 가입자는 전월대비 6.2만 명 증가해 212만 명 기록

- 대형 MSO와 아날로그 방식의 기본형 가입자가 많은 중소 SO들의 디지털 케이블 가입자 확대가 예상보다 지연되면서 증가세 둔화

[그림 I -3] 디지털 케이블TV 방송 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 한국케이블TV방송협회

□ 5월 IPTV 가입자 수는 전월대비 2.9만 명 증가한 162만 명 기록

- 결합상품(TPS) 마케팅 확대로 myLGTV와 메가TV의 실시간 스트리밍 서비스 가입자가 확대되면서 3개월 연속 증가세 확대

<표 I -5> 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천 명)

구분	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5
브로드앤TV	860	805	776	761	769	785	779	775	775	767	756	747	747
메가TV	637	706	723	766	808	847	826	773	712	691	694	710	712
myLGTV	20	27	34	37	38	44	52	65	80	95	110	131	157
합계	1,517	1,538	1,533	1,564	1,614	1,675	1,657	1,614	1,568	1,552	1,561	1,587	1,616

주: VoD 포함한 TV 가입자 수임

자료: KT, SK브로드밴드, LG데이콤 IR 자료

3. 지상파 광고 동향

□ 6월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 22.3% 감소한 1조6천억원 기록

- 지상파 광고 시장은 지상파 DMB의 단말기 확대와 저렴한 광고료로 고성장 지속, 지상파 TV 및 라디오는 전월대비 광고액수가 증가하면서 감소폭 둔화

<표 I-6> 지상파 광고 수주액 현황

(단위: 억 원, 전년동월대비 증가율 %)

구 분	'08년			'09년				
	연간	3/4	4/4	1/4	2/4	4월	5월	6월
지상파 광고액	21,855	5,405	4,762	3,506	4,668	1,475	1,582	1,631
증가율								
전체	-8.7	0.1	-28.3	-32.0	-28.1	-28.8	-32.6	-22.3
지상파 TV/라디오	-8.9	-0.1	-28.4	-32.1	-28.3	-29.0	-32.9	-22.5
지상파 DMB	48.1	64.8	-1.1	-2.7	39.6	25.7	48.9	44.4

자료: 한국방송광고공사

4. 광고경기에측지수(KAI) 현황

□ 6월 광고경기에측지수는 122.8로 전월대비 증가

- 가정용 전기전자, 유통, 컴퓨터 및 정보통신 등의 광고 확대로 대부분 매체(옥외 광고 제외)의 광고비 증가, 7월에는 전월대비 지수가 소폭 악화될 전망

<표 I-7> 광고경기에측지수(KAI) 현황

구분	4월(가중)	5월(가중)	6월(가중)	7월(가중)p
전체	124.3	110.6	122.8	95.9
TV	110.9	103.8	125.0	98.5
케이블 TV	108.7	101.9	113.0	96.6
라디오	107.5	100.2	103.7	99.2
신문	100.0	104.2	101.7	99.9
잡지	108.3	101.3	101.9	99.1
인터넷	112.6	103.4	121.6	109.2
옥외	101.3	99.6	98.5	91.9

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

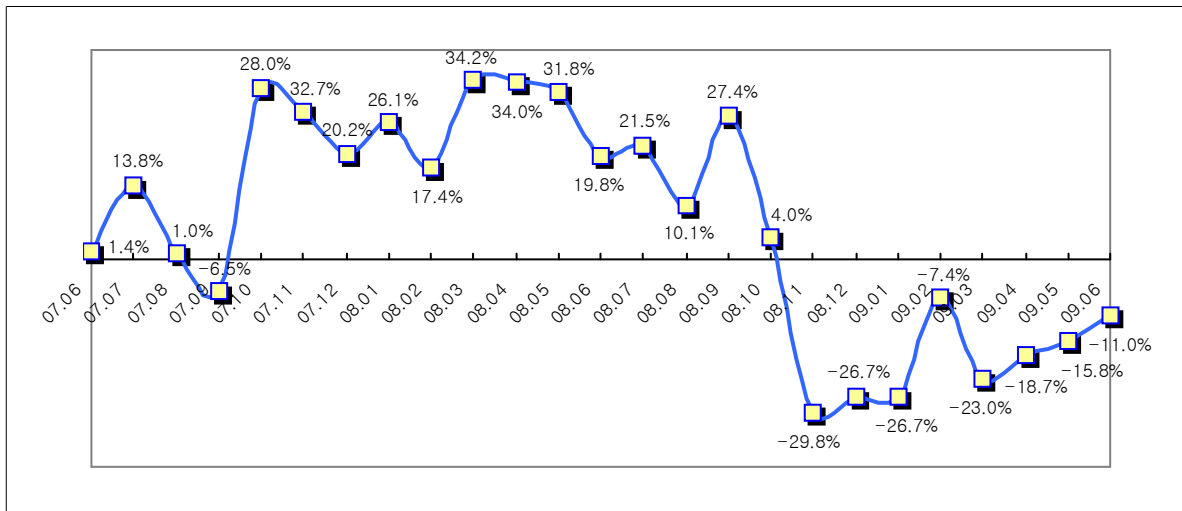
2. 가중치 산정방식은 조사 응답업체의 2008년 광고비 총액 대비 응답업체의 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고비 비중을 기준으로 업체별 가중치를 부여

자료: 한국방송광고공사 광고연구소

5. 수출 동향

□ 6월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 11.0% 감소한 33.5억 달러 기록

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



자료: 지식경제부, 2009년 6월(잠정치) IT산업 수출입 동향

- 6월 수출은 미국, 중국 등의 휴대폰(완제품) 판매 호조로 휴대폰을 포함한 무선통신 기기(△8.3%) 수출 감소세가 둔화되면서 3개월 연속 수출 감소폭 둔화

<표 I-8> 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 동향

(단위: 백만 달러, %: 전년대비)

구분	'09년 6월 금액	'08년 6월 금액	'08~'09 6월 증가율	'09. 6월 누적 금액	'08. 6월 누적 금액	'08~'09. 6월 누적 증가율
통신방송영상음향 기기	3,349	3,763	△11.0	18,975	23,003	△17.5
○ 통신 및 방송기기	2,700	2,953	△8.6	15,364	18,007	△14.6
－ 통신기기	2,687	2,943	△8.7	15,306	17,951	△14.7
유선통신기기	101	125	△18.7	489	760	△35.6
무선통신기기	2,586	2,818	△8.3	14,817	17,191	△13.8
－ 방송국용기기	13	10	28.2	58	56	4.4
○ 영상 및 음향기기	649	810	△19.9	3,611	4,996	△27.7
－ 영상기기	455	586	△22.3	2,578	3,732	△30.9
－ 음향기기	84	113	△26.1	442	690	△35.9
－ 기타 영상음향기기	110	111	△1.0	591	575	2.8

자료: 지식경제부, 2009년 6월(잠정치) IT산업 수출입 동향

Ⅱ. 이슈 분석

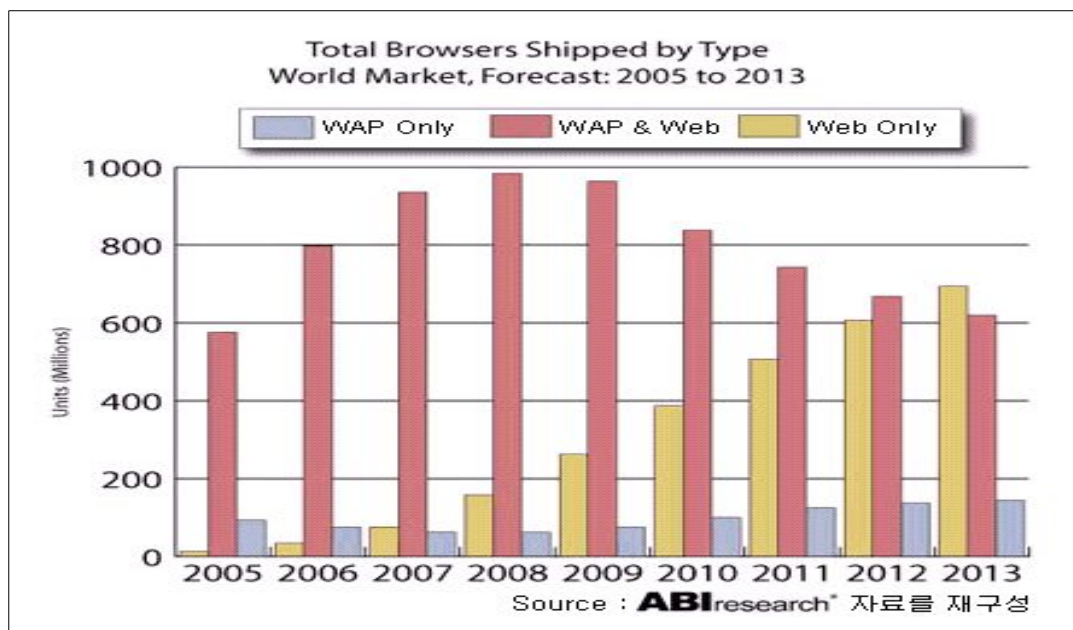
【모바일 웹브라우저 성장 예상, 국내 업체 SW 경쟁력 확보 전략 필요】

- 스마트폰의 확대, 모바일 네트워크의 진화로 모바일 웹 콘텐츠에 대한 수요가 증가, 모바일 웹브라우저 성장 촉진
- 플랫폼으로서의 브라우저 역할이 기대됨에 따라 향후 모바일 시장의 주도권 확보를 위한 업체간 경쟁 치열, 국내 업체들의 SW 경쟁력 확보 전략 필요

□ 스마트폰의 확대, 모바일 네트워크의 진화는 모바일 웹 콘텐츠에 대한 수요를 증가시켜 모바일 웹브라우저 탑재 촉진

- 전 세계 모바일 브라우저 시장은 '13년 15억대 규모로 크게 확장 예상, 특히 모바일 웹브라우저 시장은 '07년 7,600만대 규모에서 '13년 7억대 규모로 연평균('07~'13) 44.8%의 높은 성장세를 나타낼 전망

[그림 Ⅱ-1] 전 세계 모바일 브라우저 시장 전망



자료: ABI(2008. 4), <http://www.mobizen.pe.kr/579> 재인용

- 과거에는 WAP 사용, 현재는 WAP&Web이 혼용되어 사용되고 있으나 점차 Web이 독자적으로 사용되는 비율이 증가할 전망
- 기존 휴대폰용 인터넷 브라우저인 WAP 브라우저는 휴대폰의 CPU 성능, 작은 LCD, 처리할 수 있는 이미지 및 데이터의 한계 등으로 이통사가 제공하는 WAP 전용 서비스 사이트를 중심으로 서비스 발전
- LCD 크기 확대, CPU 및 OS 성능 향상, 무선인터넷 데이터 속도 개선 등으로 다양한 유선 웹 사이트를 직접 휴대폰으로 이용 가능해짐에 따라 풀 브라우징(Full Browsing) 기능이 적용된 모바일 웹브라우저 탑재 증가

□ 모바일웹 시장을 선점하기 위한 모바일 웹브라우저 업체들의 경쟁 치열

- 확장된 웹표준을 지원하는 모바일 웹브라우저의 필요성이 높아지면서 휴대폰의 브라우저 시장을 장악하기 위한 유선계 웹브라우저 업체들의 진입 확대
- Opera mini를 비롯해 Skyfire, iPhone의 ‘Safari’, Google의 ‘Crome lite’, Mozilla의 ‘fennec’ 등이 경쟁구도를 형성
- 유선 웹브라우저 계열의 업체들은 자사가 보유한 브라우저의 혁신적인 기능을 바탕으로 모바일 웹브라우저 시장으로 진출, 경쟁 주도
- ※ 웹 트래픽 분석업체 StatCounter Global Stats의 5월 기준 모바일 웹브라우저 시장점유율 조사에 따르면, Opera(24.6%)가 iPhone(22.3%)을 제치고 1위 등극. 다만, 14.9%의 시장점유율을 보인 iPod Touch를 포함시킨다면 Apple의 Safari가 여전히 1위
- ※ Nokia는 17.9%의 시장점유율로 3위 차지, 4위를 차지한 Blackberry는 지난 1월 4.9%에서 5월 6.92%로 시장점유율을 높였으며 Android는 1.86%의 시장점유율을 확보

<표 II-1> 주요 모바일 웹브라우저 특징 및 기능 비교

브라우저		특징	가상 키보드	탭 브라우징	Flesh, 스트리밍
유 선 계 브 라 우 저	Opera mini	• 노르웨이의 Opera Software에 의해 개발, 전세계 2,000만명 이상의 유저가 이용하고 있는 JAVA(J2ME) 기반의 모바일 웹브라우저 • 동사의 또 다른 브라우저인 Opera Mobile과는 달리 무료로 다운로드할 수 있음 • 프록시 서버를 이용하고 있어 페이지 로딩속도가 매우 빠름 • 최신버전인 'Opera Mini 4.2'는 Android에는 대응하지만 iPhone에는 대응하지 않음	○	○	×
	iPhone Safari	• 오픈소스 webkit기술 기반의 PC용 웹브라우저 Safari를 휴대폰용으로 변경한 것으로 Apple 제품에서만 탑재되어 있음 • 멀티터치 기능을 통한 화면의 스크롤과 웹페이지 줌인·줌아웃을 혁신적인 방법으로 실현	○	○	×
	Android 브라우저 (Crome Lite)	• 'Chrome Lite'로 불리기도 하면 Webkit을 기반으로 하고 있다는 점에서 iPhone의 Safari에서처럼 손가락 끝을 사용한 직감적인 조작이 가능 • 애플리케이션의 다운로드는 백그라운드에서 이루어짐 • Android cupcake에서 cut&paste 기능을 구현함	×	○	×
	Mozilla Fennec	• Mozilla는 스마트폰 시장진출 계획을 발표한 후 작년 10월 Fennec의 첫 번째 알파버전을 출시함 • JavaScript를 비롯해 Ajax를 완벽하게 구현함으로써 휴대폰 상에서도 다양한 애플리케이션을 이용할 수 있음 • Third party가 제작한 브라우저용 애드온을 지원하고 있음 • Symbian 플랫폼에 대응시키기로 결정함으로써 타 브라우저들과 경합할 수 있게 됨 • PC용 Firefox와의 동기화를 계획하고 있음	○	○	○
Skyfire		• 벤처기업인 Skyfire Labs가 개발한 모바일 웹브라우저로 아직 베타판임에도 불구하고 높은 관심을 끌고 있음 • 프록시 서버를 기반으로 하고 있어 웹페이지의 로드속도가 매우 빠르며 렌더링 엔진으로 'Gecko'를 채택하고 있음 • Ajax, Silverlite, QuickTime 등 브라우저용 외의 애드온도 가능	○	×	○

자료: 아틀라스리서치(2009. 1. 30)

- 향후 ‘플랫폼으로서의 브라우저’ 역할이 강화될 것으로 예상, 모바일 웹브라우저 시장 선점을 통한 모바일 시장 주도권 확보 경쟁 치열할 전망
 - 모바일웹 2.0의 등장, 클라우드 컴퓨팅의 확산 등 차세대 웹환경의 변화는 모바일 환경에서 웹 기반 애플리케이션의 확대를 예고
 - 모바일 웹브라우저가 단순한 브라우징을 위한 SW가 아니라 애플리케이션 구동을 위한 또 다른 플랫폼의 형태로 진화, 모바일 인터넷 시장에서 웹 브라우저가 OS보다 중요해지는 시대 도래
 - ‘플랫폼으로서의 브라우저’는 모바일 시장의 주도권 확보를 위한 수단으로 작용할 가능성 높음

□ 모바일 산업에서 OS 및 브라우저 등 SW 플랫폼의 중요성이 높아지는 가운데, 국내 모바일 업체들의 SW 경쟁력 확보를 위한 노력 필요

- 제한된 모바일 환경에서 소비자가 요구하는 서비스를 구현하기 위해서는 모바일 OS, 브라우저, 애플리케이션 개발 및 응용이 중요
- 단말의 차별화 요소로 SW 기능이 주목, 국내 업체들의 SW 개발과 기술 혁신에 대한 요구 증가
 - 세계 3위 핸드폰 제조업체인 삼성전자는 기존 HW 중심이었던 자사 휴대폰 사업을 SW 부문까지 확장, 향후 스마트폰 시장의 주도권 확보 노력
 - ※ 삼성전자는 자체 모바일 브라우저 ‘돌핀’을 개발, 자사 글로벌 전략폰 ‘제트’에 처음 탑재. 특히 웹서핑 속도를 높이기 위해 내부 구조 설계 최적화에 주력
 - 국내 모바일 브라우저 1위 업체인 인프라웨어 역시 WAP 브라우저에서 폴브라우징으로 전환하면서 시장점유율 확대 노력

【노키아-인텔, 모바일 사업 협력으로 신성장 동력 창출 기회 마련】

- 노키아-인텔간의 제휴는 i) 인텔의 모바일 반도체 시장 점유율 확대와 더불어 모바일 반도체 진영에 대한 견제가 가능 ii) 노키아에게 다양한 모바일 기기 시장으로 진출 가능성을 높여 새로운 성장동력 창출 기회 제공
- 두 업체의 협력은 결국 Smartphone-MID-Netbook-Notebook에 이르는 전방위적인 모바일 플랫폼 구축 실현의 가능성을 제시

□ 인텔과 노키아가 차세대 모바일 기기 공동 개발을 위한 협력을 발표하면서, 배경과 향후 모바일 시장에 미칠 영향력에 업계의 관심이 집중

- 인텔은 PC 프로세서 시장의 80%를 장악하고 있지만, 매출의 90%를 PC에 의존하고 있어 새로운 성장 동력으로 모바일 칩 시장의 진출에 노력 중

※ CPU칩(마이크로프로세서) 부문의 경우 '09년 1분기 세계 시장점유율은 인텔 79.1%, AMD 12.8%로 나타남(IDC 2009)

- 노키아는 휴대폰 시장점유율 1위를 유지하고 있으나, 최근 삼성전자, LG전자, 애플(아이폰), RIM(블랙베리) 등과의 경쟁으로 점유율이 하락

<표 II-2> 휴대폰 시장점유율 변화('08~'09)

(단위: 천대)

구분	'08 1Q		'09 1Q		점유율변동
	판매량	점유율	판매량	점유율	
Nokia	115,192	39.1%	97,398	36.2%	-2.9%
Samsung	42,397	14.4%	51,385	19.1%	4.7%
LG	23,646	8.0%	26,547	9.9%	1.9%
Motorola	29,885	10.2%	16,587	6.2%	-4.0%
SonyEricsson	22,061	7.5%	14,470	5.4%	-2.1%

자료: Gartner(2009)

- 모바일 칩을 통해 휴대폰 반도체 시장으로 진출하고자 하는 인텔과 넷북 시장 등 새로운 모바일 기기를 통해 성장 동력을 강화하려는 노키아의 이해관계가 전략적 제휴 형태로 발현

□ 노키아—인텔간의 제휴는 인텔의 모바일 반도체 시장 점유율 확대와 더불어 모바일 반도체 진영에 대한 견제가 가능

- 현재 모바일 Chip-set 시장에는 태생적인 측면에서 PC와 휴대폰 진영으로 나누어지며, 이를 뒷받침하는 기반기술 측면에서는 주요업체인 인텔과 암 (ARM)이 경쟁하고 있는 상황
- 기존 휴대폰 진영에서는 ARM 기술 기반으로 Qualcomm, Texas Instrument, Marvell, Samsung 등이 모바일 관련 칩셋 개발
 - 모바일 부문에서는 대부분 ARM의 라이선스를 받아 칩셋을 생산하고 있어 모바일 업계에서 ARM의 위상은 PC 업계의 인텔과 비슷한 상황
 - ※ ARM(Advanced RISC Machine :영국 IP회사)은 전 세계 휴대전화에 들어가는 칩셋 중 80% 이상을 장악하고 있어, 협력 업체만 해도 300여 개가 넘는 상황
 - ※ ARM은 Intel, AMD와 같은 업체와 달리 칩셋을 직접 생산하지 않고 칩 설계도를 다른 업체에 제공해 일정 기간 생산할 수 있는 권리(라이선스)를 제공. ARM에서 라이선스를 받은 업체는 자신들에게 맞게 기능을 추가해 Chip-set을 생산
 - ※ 주요 프로세서: Marvell PXA320 Processor, Qualcomm Snapdragon, TI OMAP 3430, Samsung S3C6400
 - ARM은 모바일 시장에서 높은 영향력을 보유하고 있지만, Intel처럼 칩셋 설계와 생산, 판매를 모두 하는 기업과 경쟁에서 발휘할 수 있는 유연성은 크지 않다는 단점
- 기존 PC 진영(Mobile PC, PMP, UMPC)에서는 인텔이 모바일 지원 칩셋 개발
 - Intel은 자사의 x86 CPU 기반의 Atom 칩셋 출시로 MID(Mobile Internet Device) 및 Netbook에 진출하여, 자사의 강점인 기존 PC 프로세서 기술을 기반으로 성장동력을 강화

※ '06년 Intel은 모바일용 칩셋 부문인 Xscale 사업부를 반도체 전문회사인 Marvell에 매각한 이후 Atom을 통해 모바일용 칩셋 시장에 재진입

※ 최근 성장세에 있는 넷북 분야에서도 저가형 아톰 프로세서로 인해 수익률이 줄어든 상황

— 반면 Intel은 ARM이 장악하고 있는 모바일 시장에서 다양한 시장 참여 업체들과 협력 및 비즈니스 모델을 새롭게 구축해야 하는 단점이 존재

□ 노키아-인텔간의 제휴는 노키아에게 휴대폰 시장을 넘어서 다양한 모바일 기기 시장으로 진출 가능성을 높여 새로운 성장 동력 창출 기회 제공

○ 노키아가 빠르면 '09년 3분기 넷북을 출시할 예정인 것으로 알려져 넷북 시장의 판도변화가 예상

— 출시예정인 노키아의 넷북은 인텔 Atom CPU를 탑재하며 다른 넷북과 비슷한 사양으로 출시될 것으로 전망

— 휴대폰이나 스마트폰 이외에 보급형 노트북 PC인 넷북이 모바일 환경에서 중요한 기기로 등장

※ Qualcomm Snapdragon 칩을 내장한 '스마트북'도 출시가 전망되는데, 스마트북은 넷북과 비슷한 개념의 제품이지만 인텔 Atom CPU 대신 ARM코어 CPU를 탑재해 배터리 성능에 초점을 맞춘 모바일기기임

□ 두 업체의 협력으로 Smartphone-MID-Netbook-Notebook에 이르는 전방위적인 모바일 플랫폼 구축 실현의 가능성이 대두

— 단순히 모바일 HW 플랫폼인 모바일 반도체 칩뿐만 아니라 SW 플랫폼인 모바일 OS 및 무선통신기술(3G, HSPA 기술사용 권리)에서도 협력이 추진됨에 따라 다양한 모바일 기기 플랫폼 구축이 가능

※ 인텔과 노키아는 소프트웨어 측면에서도 협력하기로 함에 따라 각사가 개발 중인 리눅스 기반 오픈소스 플랫폼인 Maemo(노키아)와 Moblin(인텔)을 호환시켜 탑재할 것으로 전망

【Wi-Fi를 이용한 위치제공 기술인 WPS 확산 전망】

- 위치기반 서비스 기술 가운데 WPS는 개방성이 높은 Wi-Fi를 이용하기 때문에 위치기반 SW 및 애플리케이션 업계에 보다 넓은 자유도를 제공
- WPS는 Wi-Fi 활성화 및 A-GPS를 보완하고, 이동통신망을 활용하지 않는 이동형 디지털 기기에 다양한 위치기반 애플리케이션을 가능케 할 전망

□ 위치기반 서비스(LBS)를 위한 다양한 기술이 소개되는 가운데, Wi-Fi를 이용한 WPS(Wi-Fi Positioning System) 채용 증대 예상

- WPS는 애플의 iPhone에 장착되면서 일반에 알려지기 시작한 기술로서 주요 시장참여자로는 Skyhook Wireless가 있고, 그 외 CISCO, Herecast, Koozyt 등의 업체가 있음
- WPS는 Wi-Fi를 통해 자신의 위치정보를 확인하는 시스템으로, 주변에 있는 무선 AP(Access Point)의 정보를 이용하여 자신의 위치를 확인함
 - － 위치기반 서비스 제공을 위해서는 이용자의 위치정보가 필수적인데, 현재 위치제공 기술에는 GPS(Global Positioning System),¹⁾ WPS, 이통사 LBS 그리고 GPS, WPS, 이통사 LBS의 보완적 활용 기술 등이 있음
 - － WPS는 실내에서 수신풀이 급격하게 떨어지는 GPS를 보완하는 기술로 주목
 - 가장 일반적으로 사용되는 GPS는 옥외에서 가장 정확한 위치정보를 제공하는 시스템이지만, 옥내 등 음영지역에서 위치정보를 제공하지 못한다는 단점이 있음
 - － 다른 한편으로 많은 이동형 디지털 기기에 Wi-Fi가 기본 장착되는 상황에서 WPS는 GPS를 장착하지 않거나 이통사 LBS를 이용하지 못하는 기기에 위치정보 서비스를 가능하게 함

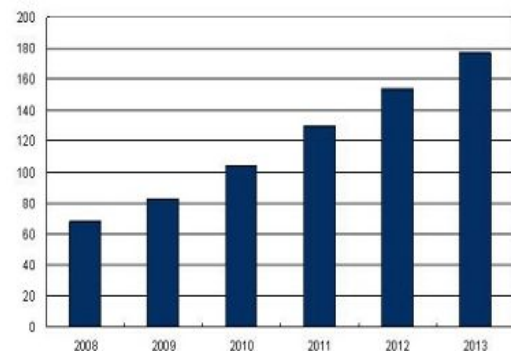
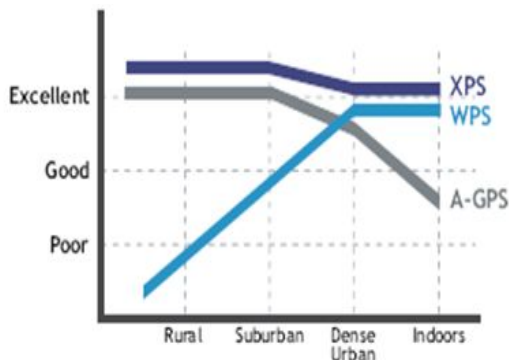
1) Global Positioning System

- WPS의 기술요소는 무선 AP 정보 획득 기술, AP 정보의 데이터베이스 구축 기술, 이용자의 모바일 기기에서 필요한 정보를 얻어내는 기술, 얻어낸 무선 AP 정보와 데이터베이스 정보를 이용하여 위치를 확인하는 기술 등으로 구성²⁾
- － 상용화 제품의 경우 데이터베이스에 해당 지역의 정보가 있다면 90% 이상의 정확도를 가지고 있으며, 오차 범위도 실내 5m, 실외 10m 정도 유지

□ WPS는 Wi-Fi 활성화와 더불어 위치기반 서비스 기반을 확대하는데 기여할 것으로 보이나, 국내 업체의 참여는 저조한 상황임

- WPS는 GPS를 보완하여 음영지역에서의 정확한 위치기반 서비스를 가능하게 하며, 이동통신서비스를 이용하지 않는 Wi-Fi 기반 이동형 디지털 기기에서 위치기반 서비스를 가능하게 함
- － WPS는 무선 AP의 신호를 이용하기 때문에 무선랜 서비스가 제공되는 실내 그리고 도심 등 인구밀집 지역에서 상대적으로 정확한 위치정보를 제공

[그림 II-2] LBS 기술의 상대적 성능 비교 [그림 II-3] 국내 무선랜 장비 시장 전망
(단위: 억원)



주: A-GPS는 assisted GPS의 약자로 GPS에 이동사의 위치서비스가 보완된 시스템, XPS는 A-GPS와 WPS를 보완한 시스템을 의미

자료: www.skyhookwireless.com(좌측), IDC 2009, 디지털데일리 2009. 3. 25 재인용(우측)

2) <http://www.mobizen.pe.kr/724>

- 현재 국내 WPS 위치정보는 서울 도심 지역 등 대도시 일부 지역을 대상으로 미국의 Skyhook Wireless에 의해 제한적으로 제공 중임
- 현재 해외 업체를 제외하고 국내에서 WPS 위치정보를 제공하는 국내 업체는 거의 미미한 것으로 파악됨
- ※ Skyhook Wireless는 북미, 유럽, 아시아에 Wi-Fi 레퍼런스 데이터베이스를 구축하고 주기적으로 업데이트하고 있음

□ WPS는 이통사 위주의 국내 위치기반 서비스 패러다임에서 위치기반 SW 및 애플리케이션 업체 활성화 기회를 제공할 것으로 보임

- WPS는 위치기반 서비스의 이용 기반을 넓힘으로서 다양한 단말기 제조업체 및 LBS 애플리케이션 업체의 활성화에 기여할 수 있는 잠재력을 보유
- 이통사 기반의 무선인터넷 서비스는 이통사 위주의 패러다임이 통용되어 다양한 위치기반 서비스 제공에 제약으로 작용하였으나, Wi-Fi 기반의 WPS는 개방적이며, 서비스 제공의 자유도가 높음
- WPS는 A-GPS의 보완적 기능 외에, 이동통신망을 활용하지 않는 일반 디지털 기기에도 적용이 가능하다는 점에서 자유도가 높다고 평가됨
- 향후 위치기반 서비스는 기존 이통사 위주의 패러다임에서 벗어나 이통사뿐만 아니라 인터넷사업자 등 다양한 사업자를 중심으로 발전할 것으로 보임
- 구글과 같이 이통사 기지국 정보를 새롭게 구축하는 등 이통사 주도의 패러다임은 지속적으로 견제를 받는 상황임
- ※ 구글은 이통사 기지국을 이용한 위치정보 제공 서비스를 운영하고 있는데, 이때 이통사의 정보를 이용하는 것이 아니라 구글이 이통사 기지국의 위치에 대한 정보를 새롭게 구축, 제공하는 방식을 채택

【통신사업자들의 모바일 IPTV 상용화 계획, 해결 과제 다수 존재】

- KT와 SKT 등 통신사업자들은 WiBro의 애플리케이션 보완과 IPTV의 기존 유선방송과의 차별화를 위해 모바일 IPTV 상용화 계획 발표
- 모바일 IPTV가 구현되기 위해서는 기술적 문제뿐만 아니라, 기존 DMB 서비스와의 차별화, 법 개정 등 해결해야 할 과제가 많음

□ KT와 SKT 등 통신사업자들은 모바일 IPTV 상용화 계획 발표

- 모바일 IPTV는 IPTV 개념에 이동성 기능을 추가한 개념으로, 텔레비전/비디오/오디오/텍스트/그림/문자 등의 멀티미디어 서비스를 QoS/QoE, 보안, 이동성 및 인터랙티브 기능이 부여된 IP 유무선 네트워크를 통해 사용자가 송수신할 수 있도록 하는 서비스(출처: TTA)
 - 기존의 이동형 방송인 DMB 등 모바일TV와는 대용량의 양방향 서비스를 하나의 IP 무선기술을 통해 제공한다는 점에서 차별화
- KT는 WiBro를 이용한 모바일 IPTV 서비스인 ‘쑈 TV모바일’을 10월에 상용화하겠다고 발표
 - 모바일 IPTV 서비스를 위해 전용 스마트폰 단말을 출시할 예정이며, 콘텐츠는 주문형비디오(VOD) 방식으로 제공하고, 향후 실시간 방송을 확대할 계획
- SKT 또한 계열사인 SK브로드밴드의 ‘브로드앤TV’를 WiBro망에서 서비스할 예정
 - 단말기는 IPTV용 셋톱박스 프로그램이 내장된 USB수신기(동글)를 통해 노트북, 넷북, MID, PMP 등 휴대기기에 서비스되며, 향후 전용 단말기도 고려

- KT와 SKT는 유선 IPTV를 옥외에서도 볼 수 있는 Seamless한 서비스 제공을 통한 기존 유료방송과의 차별화와, WiBro에 하나의 단말기로 음성통화, 인터넷, TV를 함께 제공할 수 있는 융복합서비스 제공을 위해 모바일 IPTV에 관심을 두고 있음
- － WiBro IPTV는 전송비용 측면에서 기 구축한 WiBro 인프라를 이용함으로써 추가비용이 발생하지 않고, 양방향 기능에서 DMB보다 우수한 전송인프라를 이용할 수 있음

□ 국내외에서 이동통신망이나 방송망을 이용한 모바일 IPTV 표준화 논의가 다양하게 진행 중

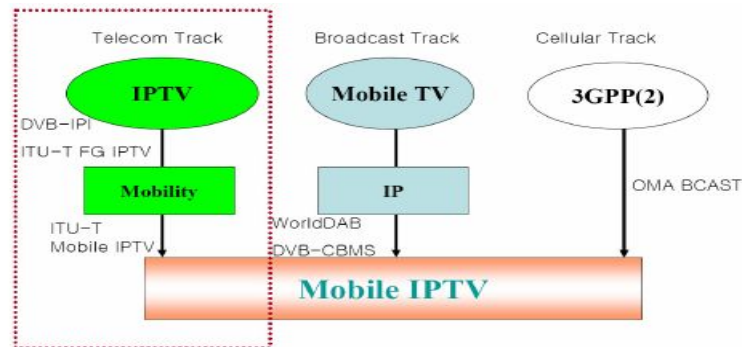
- 현재 진행되고 있는 모바일 IPTV 표준화는 다음 3가지 방향이 있음
 - － 첫째, 유선 IPTV에 이동성을 부가하는 형태로, '06년부터 ITU-T가 FG IPTV를 통해 표준화 작업을 진행 중이며, 특정 무선 기술에 국한되지는 않으나 WiMAX를 기반으로 한 기술 개발 중
 - ※ 국내에서는 TTA와 삼성전자, LG전자, KT, 알티캐스트 등이 모바일 IPTV 실무반인 WG2193을 설립하고 모바일 IPTV 요구사항과 표준을 개발하여 ITU-T FG IPTV에 반영
 - － 둘째, 단방향 모바일 TV와 IP 기반의 리턴 채널을 결합하는 형태로서 유럽의 경우 디지털이동방송 표준인 DVB-H 기반에 3세대 이동통신망인 3GPP를 리턴 채널로 접목한 DVB-CBMS³⁾ 표준이 개발 중
 - － 셋째, 이동통신망에서의 방송서비스를 제공하는 형태로 OMA BCAST⁴⁾가 대표적이며, 3GPP망에서의 MBMS⁵⁾와 LTE망에서의 eMBMS(Evolved MBMS) 표준이 개발 중

3) Digital Video Broadcasting-Convergence of Broadcasting and Mobile System

4) Open Mobile Alliance BroadCAST

5) Multimedia Broadcast Multicast Service

[그림 II-4] 모바일 IPTV 표준화 개요



자료: 이기호, “Security for Mobile IPTV”, 모바일IPTV 표준기술서비스 세미나, 2009. 4. 9

□ 모바일 IPTV가 구현되기 위해서는 기술적 문제뿐만 아니라, 기존 DMB 서비스와의 차별화, 법 개정 등 해결해야 할 과제가 많음

- 무선망간 이동 및 이동하지 않는 구간에서 가용 대역폭이 수시로 변하는 특성으로 인해 데이터 손실 및 지연이 유선에 비해 크게 발생하고, 단말기의 경우에도 CPU 및 메모리 성능, 지원가능 코덱, 화면 사이즈 등은 여전히 한계가 있음
- 현행 ‘인터넷멀티미디어방송사업법(IPTV법)’에는 모바일 IPTV 규정이 없어 법 개정이 필요
 - ※ 현행 법률에서는 IPTV를 ‘유선전기통신회선설비를 이용하여 양방향성을 가진 인터넷 프로토콜 방식으로 일정한 서비스품질이 보장되는 가운데 텔레비전 수상기 등을 통하여 이용자에게 실시간 방송프로그램을 포함하여 데이터, 영상, 음성, 음향 및 전자상거래 등의 콘텐츠를 복합적으로 제공하는 방송’으로 규정해 유선 서비스에 한정되어 있음
- 단방향 서비스만 제공하던 DMB에 양방향성이 강화된 DMB 2.0과의 차별화 부족과 비즈니스모델의 미비
 - － 무료 지상파DMB가 광고 부진으로 매출이 저조하고, 위성DMB는 SKT 가입자에 대한 무료 서비스 제공으로 ARPU가 크게 감소한 상황에서 모바일 IPTV가 콘텐츠 및 가격 경쟁력을 갖출 수 있을 지는 미지수
 - ※ 현재 지상파DMB는 2,000만대 이상의 단말기가 보급되었고, 위성DMB 가입자는 200만명이 넘었으나 수익모델 미흡에 따른 매출 저조로 서비스 사업자들은 자본 잠식 위기

【케이블TV, 산업경쟁력 제고를 위해 종합편성 PP진출 도모】

- 케이블TV는 종합편성 PP진출로 타매체 및 지상파 PP에 대한 경쟁력 확보 기대
- 케이블TV의 경우, 경쟁 후보군에 비해 자본력 열위로 콘텐츠 경쟁력 부각 전략 필요

□ 케이블TV(SO, PP), 종합편성 PP 추진

- 방통위, 종합편성 PP를 11월 선정하기로 함에 따라 케이블TV도 이에 대응
 - － 8월 중으로 종합편성채널 승인계획을 마련해 11월 신규 종합편성 PP를 선정기로 의결(2009. 6. 3)
 - 6월 중 종합편성 PP 정책방안을 마련한 뒤 전문가 토론회 등을 거쳐 8월 중에 승인정책 방안 확정 및 승인계획 공고, 사업계획 평가에 따른 비교 심사(RFP) 방식으로 사업자 후보를 심사해 11월 중 사업자를 선정

<표 II-3> 신규 종합편성 PP 도입 일정

일 정	주요 사항
'09. 6월	• 종합편성 PP 도입 정책방안 마련
'09. 7월	• 전문가 토론회 등 의견수렴
'09. 8월	• 승인정책방안 확정 및 승인계획 공고
'09. 11월	• 사업자 선정

- － 케이블TV업계는 개별 SO와 PP가 공동 참여하는 방식으로 종합편성 PP 진출 검토(2009. 6. 4)
- 티브로드와 씨앤엠, CJ헬로비전, HCN, CMB 등 복수종합유선방송사업자(MSO)를 비롯해 개별 SO와 PP가 공동으로 참여하는 컨소시엄 방식으로 종합편성 PP 진출 추진

□ 케이블TV(SO, PP)는 종합편성 PP를 통해 타매체 및 지상파 PP에 대한 경쟁력 확보 기대

- SO는 수익강화와 매체 경쟁력 증진을 위해 지속적으로 PP분야 확장
 - SO분야의 성장성은 정체인 반면, PP시장은 급성장해 지상파TV시장 규모 추월
 - SO시장은 '03년부터 '07년까지 연평균 18.7%의 고성장을 기록하였으나, 가입자 포화로 향후 고성장 지속 여부 불투명
 - PP분야는 '06년 지상파TV 방송 시장규모를 추월하여 현재 방송 매체 중 가장 큰 규모의 시장 형성
 - 경쟁매체인 IPTV의 등장으로 채널 경쟁력 강화 필요
 - 케이블 주요 PP의 IPTV 이동으로 SO만의 콘텐츠 육성 필요
 - ※ 온미디어는 KT의 IPTV인 메가TV에 온미디어의 전체 10개 채널 제공
 - 이에 따라, SO는 PP를 합병하거나 신규 PP를 설립함으로써 PP분야 확대
 - 씨앤엠과 HCN은 각각 CU미디어와 중국관련 채널(칭)을 인수하고, 티브로드는 신규 PP(티캐스트) 설립
- 비지상파PP는 종합편성 PP를 통해 지상파PP의 채널 경쟁력 추월 기대
 - 지상파계열 PP는 지상파방송의 강력한 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 비지상파 PP 보다 높은 채널당 매출액 기록
 - 지상파PP의 매출 점유율은 CJ, 온미디어에 비해 낮으나, 채널당 매출액은 상회(KBS 제외)

<표 II-4> 주요 MPP 채널당 매출액

지배주주	채널수	매출액(백만원)	점유율(%)	채널당 매출액(백만원)
CJ	17	447,504	17.9	26,324
온미디어	16	338,333	13.5	21,146
SBS	4	140,464	5.6	35,116
MBC	5	147,795	5.9	29,559
KBS	5	59,367	2.4	11,873
채널사용사업 전체 매출액		2,497,218	100	

자료: 2008 방송산업실태조사보고서 재가공

□ 방송법 개정안 통과시, 케이블TV는 대기업 및 일간 신문사 등과 종합편성 PP사업자 획득을 위해 경쟁할 전망

- 방송법 개정에 의한 방송사업자 소유규제 완화시 종합편성 PP 후보사업자는 신문사업자, 케이블TV사업자, IPTV플랫폼 소유 통신사업자 등임
- 현행 방송법상 종합편성 PP에 대한 대기업, 신문/뉴스 및 외국인의 지분 소유 금지

<표 II-5> 종합편성 PP에 대한 소유 규제 현황 및 예상 규제 완화

방송법 개정 여부	현재 규제	소유 규제 완화 내용
시행령 개정 완료	• 대기업자산규모(기존 3조)	• 대기업 기준 자산 총액 10조원으로 완화
개정안	• 대기업 지분 소유 금지	• 대기업: 보도채널 49%, 종편 30% 허용
	• 최대주주(1인 지분) 30% 초과 금지	• 최대 주주 지분(1인지분) 49% 완화
	• 외국인 지분 소유 금지	• 외국인 20%까지 지분 소유 허용
	• 신문/뉴스 통신 지분 소유 금지	• 신문/뉴스통신: 보도채널 49%, 종편 30% 허용

- 케이블TV의 경우, 경쟁 후보군에 비해 자본력 열위로 콘텐츠 분야 경쟁력 부각 전략 필요
- 신규 사업자의 자본력이 보도채널을 포함한 종합편성의 콘텐츠 제작 비용을 감당할 수 있는지 여부가 중요 평가 요소이므로, 자본력이 떨어지는 케이블 TV는 차별화 요소로 콘텐츠 제작 및 공급면에서 경쟁 우위 강조 필요

Ⅲ. 국내외 경제 동향

1. 국내외 경제 동향

가. 국내 경제 동향

□ 5월 광공업생산 전년동월대비 △9.0% 기록, 감소세 지속

- 광공업생산은 화학제품(5.1%)의 성장, 반도체 및 부품(-2.3%)의 회복세에도 불구하고, 자동차(-22.8%), 기계장비(-21.7%) 등의 부진으로 감소세 지속

□ 5월 서비스업생산 전년동월대비 0.2% 증가, 증가세 유지

- 서비스업생산은 운수업(-8.7%) 등의 부진에도 불구하고, 보건·사회복지 서비스업(8.2%), 금융·보험업(7.8%), 교육서비스업(4.7%) 등의 호조로 증가세 유지

□ 5월 경기선행지수는 전년동월대비 2.6% 증가, 2개월 연속 상승

- 향후 경기국면을 예고해주는 선행지수는 재고순환지표, 소비자기대지수, 종합주가지수, 자본재 수입 등 모든 지표가 증가해 2개월 연속 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008			2009 ^p				
		연간	11월	12월	연간 ^p	1월	2월	3월	4월	5월 ^p
GDP 성장률		5.1	-3.4(-5.1)			-4.3(0.1)			-	
산업 생산	광공업 ¹⁾ 생산지수	6.9	-13.8	-18.7	3.0	-25.5	-10.0	-10.5	-8.2	-9.0
	서비스업 생산지수	6.8	-1.5	-1.2	3.4	-1.1	0.3	-0.7	1.8	0.2
무역	수출(FOB, 억달러)	3,715	288	271	4,220	212	254	281	304	282
	수입(CIF, 억달러)	3,569	289	266	4,353	249	225	238	246	231
전망	경기선행지수	-	-3.2	-4.2	-	-4.1	-3.0	-2.0	0.1	2.6

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

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

□ 5월 소비재 판매 전년동월대비 1.7% 증가, 8개월만에 증가세 전환

- 5월중 소비재판매는 승용차, 가전제품 등의 내구재(4.8%) 판매 호조와 오락, 취미 등 준내구재(0.4%), 차량연료 등 비내구재(0.4%)도 증가세 기록
- 5월 소비자 동향은 환율안정, 주가 상승 등의 영향으로 가계수입 전망(98)과 소비자지출 전망(104)이 전월대비 대폭 상승

□ 5월 취업자수는 2,372만 명으로 전년동월대비 21.9만 명 감소, 고용 부진 지속

- 산업별로 제조업(△14.0만 명)은 생산위축, 재고조정에 따라 지속적 부진, 건설업(△12.5만 명)은 민간부문 건축 저조로 감소세 지속, 반면 서비스업은 정부 일자리 대책 등의 영향으로 증가폭 다소 회복(9.5만 명)
- 5월중 실업률은 3.8%로 전년동월대비 0.8%p 상승해 고용 부진 지속
 - 청년층 실업률은 8.0%로 전년동월대비 0.5%p 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008			2009 ^p				
		연간	11월	12월	연간	1월	2월	3월	4월	5월 ^p
소비	소비재판매	5.1	-4.7	-4.5	1.0	-3.3	-6.1	-5.2	-3.9	1.7
	— 내구재	9.6	-15.6	-13.2	1.9	-20.8	-3.7	-15.1	-12.0	4.8
	— 준내구재	3.9	-6.8	-13.6	-2.4	-1.2	-0.5	-0.7	0.7	0.4
	— 비내구재	5.2	0.4	1.9	0.7	5.1	-8.4	-0.9	-1.0	0.4
	가계수입전망	—	84	81	—	83	83	82	91	98
	소비지출전망	—	94	89	—	91	91	91	100	104
고용	취업자수(만명)	2,343	2,381	2,325	2,358	2,286	2,274	2,311	2,352	2,372
	전년동기대비(만명)	28.2	7.8	7.8	14.5	-10.3	-14.2	-19.5	-18.8	-21.9
	실업률(계절조정전)	3.2	3.1	3.3	3.1	3.6	3.9	4.0	3.8	3.8

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

나. 해외 경제 동향⁶⁾□ 미국, 5월 산업생산 전월대비 $\Delta 1.1\%$ 기록, 감소세 지속

- 1/4분기 성장률은 $\Delta 5.5\%$ 로 상향 조정, 소비자 판매는 3개월만에 증가세

□ 일본, 5월 산업생산 전월대비 5.9% 증가, 3개월 연속 증가세 유지

- 5월 수출은 전년동월대비 $\Delta 40.9\%$, 소비자 판매는 $\Delta 2.8\%$ 로 감소세 지속

□ 중국, 5월 산업생산 전년동월대비 8.9% 증가, 증가폭 확대

- 5월 생산, 소비 지표 개선, 단 수출은 3개월 연속 감소폭 확대($\Delta 26.4\%$)

□ 유로지역, 4월 산업생산 전월대비 $\Delta 1.9\%$ 기록, 침체 지속

- 4월 소매 판매는 전기대비 0.2% 증가, 수출은 전년동기대비 1.3% 감소

		2007	2008			2009				
		연간	11월	12월	연간	1월	2월	3월	4월	5월 ^p
미국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	2.0	$-0.8 < -6.3 >$		1.1	$< -5.5 >$				
	산업생산 ¹⁾ (전기대비, %)	1.5	-1.2	-2.2	-2.2	-2.1	-0.8	-1.8	-0.7	-1.1
일본	GDP 성장률(전기대비, %)	2.3	-13.5		-0.7	-14.2				
	산업생산 ²⁾ (전기대비, %)	2.8	-16.5	-9.8	-3.3	-10.1	-9.4	1.6	5.9	5.9
중국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	11.4	6.8		9.0	6.1				
	산업생산(전년동기대비, %)	18.5	5.4	5.7	12.9	-	11.0	8.3	7.3	8.9
유럽	GDP 성장률(전기대비, %)	2.6	-1.6		0.8	-2.5				
	산업생산 ³⁾ (전기대비, %)	3.5	-2.2	-2.7	-1.8	-2.4	-2.3	-1.4	-1.9	

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

4) GDP성장률에서 $< >$ 는 전기대비 연율(%)이며, ()는 전기대비

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

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

2. 주요 경제 지표

구분	2008	2009						전월대비 증감률(%)
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
KOSPI	1,124.47	1,162.11	1,063.03	1,206.26	1,369.36	1,395.89	1,390.07	-0.4%
KOSDAQ	332.05	364.90	363.21	421.44	500.98	528.80	485.15	-8.3%
KOSDAQ IT	472.21	517.21	529.70	628.94	762.67	797.49	732.53	-8.1%
다우	8,668.39	8,149.01	7,182.08	7,522.02	8,168.12	8,403.80	8,447.00	0.5%
나스닥	1,550.70	1,507.84	1,391.47	1,501.80	1,717.30	1,751.79	1,835.04	4.8%
원/달러 환율	1,373.84	1,346.10	1,429.46	1,461.98	1,341.90	1,258.71	1,261.35	0.2%
원/엔 환율	1,503.28	1,487.18	1,546.11	1,495.71	1,356.24	1,304.52	1,305.52	0.1%
금리(국고채 3년)	3.97	3.44	3.78	3.69	3.76	3.83	4.09	0.26%p
유가(Dubai)	40.5	44.1	43.1	45.6	50.0	57.9	69.4	19.9%

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

□ 주가

- KOSPI 지수는 세계 경제 회복 지연 우려에 따른 글로벌 증시 조정 및 북한 미사일 발사 등 지정학적 리스크로 인해 전월대비 0.4% 하락

□ 환율

- 원/달러 환율은 경상·무역수지 흑자와 외국인의 순매수 지속 등의 영향으로 전월대비 0.2% 증가, 원/엔 환율도 0.1% 증가해 전월 수준 유지

□ 금리

- 美 국채 금리 상승 및 지정학적 리스크 지속, 국내 경제성장률 상향 조정 ($\Delta 2.0\% \rightarrow \Delta 1.5$)의 영향으로 전월대비 0.26%p 상승

□ 유가

- 국제 원유 시장은 경기지표 개선 및 주가 상승, 미국 및 중국의 전략 비축 수요 증가, 달러 약세에 따른 투자자금 유입으로 전월대비 19.9% 상승

<참고 1> 하반기 경기 회복의 위협 요인과 과제

(현대경제연구원, 2009. 6. 19)

□ 한국경제는 금융 지표와 실물 부문 모두 주요국 대비 빠르게 회복, 하반기 이후 점진적으로 회복해 연중 상고하자 경기 흐름 예상

- '09. 9월 이후 최저치 대비 환율(원/달러) 19.4% 하락, 주가 45.4% 상승, CDS 프리미엄 71.5% 하락 등 금융지표가 빠르게 개선
 - － 제조업 생산, 소매 판매, 고용, 주택시장 등 실물 부문도 미국, 일본, 영국 등 주요 선진국 대비 빠른 속도로 회복

□ 주요 경제 지표 개선에 따른 조기 경기 회복에 대한 기대감이 고조, 하지만 여전히 위협요인이 존재

<하반기 경기 회복 9대 장애 요인>

글로벌 금융시장 재혼란 가능성	－ 미국 금융기관의 모기지 관련 손실액이 '09년 4월 2조 7,120억 달러로 증가하는 등 미국발 금융위기 재현 가능성 잔존 － 대규모 대외부채 부담으로 동유럽 국가들의 연쇄 부도와 이에 따른 서유럽 금융기관의 부실화 우려 존재
주요국 경기 회복 지연	－ 미국: 주택가격 하락 지속, 기업 부실 표면화 가속 － 일본, 중국: 세계 교역량 축소에 따른 경기 회복 지연 － 유로: 세계 경기 침체 지속 및 금융 불안 가중 영향
국제 원자재가 불안	－ 달러화 약세와 글로벌 유동성 증가에 따른 원자재가 상승
원화 강세 지속	－ 국가 신용리스크 하락, 경상수지 및 자본수지 흑자 지속 － 미국 달러화 약세 기조 유지
일부 자산시장 버블 우려	－ '09년 4월 말 현재 시중 단기유동성 800조 이상 － 부동산 등 자산시장으로의 쏠림현상 발생
기업 재무 건전성 악화	－ '09년 1/4분기 전산업 부채비율은 116.2%('08년 1분기 92.5%) － 세계 경기 회복 지연시 실적둔화에 따른 재무건전성 악화
가계발 경기침체 심화 가능성	－ 가계 신용 규모 '08년 67.2%로 사상 최대치('04년 57.4%) － 물가상승과 고용악화에 따른 부채 상환 능력 저하
노사갈등 심화	－ 최근 위기 극복을 위한 협력 강화로 노사분규가 크게 감소 － 하지만, 구조조정이 본격화 될 경우 노사문제 급증 가능
한반도 지정학적 리스크 증대	－ 북한의 핵실험과 교착 상태의 남북 관계가 한국경제의 불안 요인으로 작용할 가능성 존재

<참고 2> 하반기 기업 부실 확대 요인과 시사점

(삼성경제연구소, 2009. 6. 23)

□ 최근 금융권의 기업대출 연체율 상승, 부실채권 증가 등 기업 부실 확대

- '09. 4월 말 기업대출 연체율은 2.3%로 전년동월대비 1.0%p 상승, '05. 5월 말(2.4%) 이후 최고치, 국내은행의 부실채권비율도 '09. 3월 말 현재 1.5%로 '05. 6월 말(1.9%) 이후 최고 수준

□ 외환위기와 같은 총체적 위기상황은 아니나, 향후 기업 부실이 확대될 가능성 존재

- 영업이익의 감소와 이자비용의 증가로 기업의 채무상환 능력이 약화
 - － 12월 결산 상장법인의 '09. 1분기 영업이익은 전년동기대비 50.8% 감소, 반면 금리는 하락했으나 부채비율의 증가로 이자비용 증가

<기업 영업이익 및 이자비용 추이>

(단위: 조원, 배)

	2007	2008	2008. 1/4	2009. 1/4
영업이익(A)	47.6	50.0	15.6	7.7
이자비용(B)	7.9	9.8	2.3	3.3
이자보상배율(A/B)	5.99	5.10	6.70	2.32

주: 이자보상배율은 기업의 채무상환능력을 측정. 자료: 한국거래소, SERI('09. 6. 23 재인용)

- '07년 이후 평균 20%가 넘게 증가했던 기업대출의 부실화 가능성
 - － 경기가 침체되었던 '09년 1/4분기 까지 기업대출이 활발했던 점을 감안할 때, 하반기 중 부실이 더욱 늘어날 위험
- 시중자금이 안전자산 위주로 운용되면서 기업 자금사정이 악화
 - － 시중자금이 안전자산에 편중되어 신용 스프레드가 높았던 '03년~'04년의 경우 부실채권비율이 큰 폭으로 상승했던 경험 있음
- 하반기 중 원/달러 환율이 하락하고 원자재 가격이 상승할 것으로 예상되어 기업의 비용부담이 가중되면서 부실이 확대될 가능성 존재
 - － 원/달러 환율 100원 하락시 92개 주요 상장사 영업이익이 12% 감소 추정