

2009 4

제 1권 2호 통권 2호

월간 방송통신산업 동향

▶ 방송통신산업 평가 및 전망

▶ 이슈 분석

- SKT, “T앱스토어(가칭)” 상용화 계획, 향후 차별화 전략 필요
- 해외 인터넷 트래픽 통제 및 종량제 논의 재연, 국내에도 영향
- 네이버의 모바일 전용 웹사이트 개설로 모바일 포털 경쟁 본격화
- IPTV, 실시간 채널 및 서비스 차별화 미비로 가입자 확보 난항
- PP수신료 배분 25% 상향으로 PP 수익구조 안정화 기대

▶ 해외 기사 분석

- 디지털 진보를 위한 10가지 정책적 원칙

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향

- 2월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.4%로 증가세 전환, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 △2.2%로 감소폭 둔화
- 2월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 둔화, 초고속인터넷 안정화 지속, 3월 무선통신 서비스 가입자는 안정적 성장 지속
- 방송서비스 가입자는 1월 디지털 케이블 TV는 증가, 반면 2월 IPTV는 감소 추세
- 향후 방송업은 둔화 지속, 통신업은 서서히 회복되면서 시장 둔화폭 감소 전망

II. 이슈 분석

- SKT, “T앱스토어(가칭)” 상용화 계획, 향후 차별화 전략 필요
 - 해외 주요 애플리케이션 마켓에 비해 국내 마켓의 경쟁력 미흡, 다양하고 양질의 콘텐츠를 개발할 수 있는 오픈 환경 기반 조성을 통해 차별화 전략 필요
- 해외 인터넷 트래픽 통제 및 종량제 논의 재연, 국내에도 영향
 - 트래픽 통제 및 인터넷 종량제는 네트워크 품질 관리 가능 반면, 인터넷의 평등 및 개방 정신과 혁신적 애플리케이션 개발 저해 우려
- 네이버의 모바일 전용 웹사이트 개설로 모바일 포털 경쟁 본격화
 - 모바일 포털이 성공하기 위해서는 개인화된 웹 환경, 소셜 네트워크, 위치기반 서비스 등 모바일 특성에 맞는 최적화된 서비스 확대가 필요
- IPTV, 실시간 채널 및 서비스 차별화 미비로 가입자 확보 난항
 - 3월까지 60개 실시간 채널 확보에 난항, IPTV의 본질적인 속성을 활용한 다양한 부가서비스 및 양방향 콘텐츠 결합을 통한 타 매체와의 차별화 역량 강화 필요

● PP수신료 배분 25% 상향으로 PP 수익구조 안정화 기대

- 향후 수신료 배분 증가 효과가 발생하기 위해서는 불공정한 수신료 배분 관행을 시정하는 수신료 배분 원칙 마련 및 집행 감시 필요

III. 해외 기사 분석

● 디지털 진보를 위한 10가지 정책적 원칙

- 1) 디지털 기술이 삶의 질 향상에 초점, 2) 기술개발 투자, 3) 디지털 기반 확대, 4) 디지털 기술 활용 능력 확대, 5) 장애요인 제거, 6) 디지털 기술을 활용하여 새로운 문제 해결, 7) 디지털 콘텐츠와 응용프로그램 개발, 8) 민간 및 비영리단체 등과 협력 강화, 9) 정부가 신기술 개발과 도입 선도, 10) 디지털 확산 유인

IV. 국내외 경제 동향

● 국내 경제 동향

- 2월 광공업 생산지수는 전년동월대비 △10.3% 기록해 감소폭 둔화, 2월 서비스 생산지수는 전년동월대비 0.1% 증가해 증가세 전환

● 해외 경제 동향

- 산업생산은 '09년 2월 미국 감소(전기대비 △1.4%), 일본 감소(전기대비 △9.4%), 중국 소폭 증가(전년동월대비 3.8%), 1월 유로지역 감소폭 확대(전기대비 △3.5%)

● <참고 1: 경제 심리로 본 최근 경기 진단>

- 최근 소비 및 기업의 심리지표들이 소폭 개선되면서 '09년 중반 중기 경기 저점 확인도 가능하나 실물지표의 반등 부재로 심리지표의 추세적 개선 시각은 시기상조

● <참고 2: 최근 글로벌 고용사정의 특징과 시사점>

- 전세계 실업률이 '08년 6.0%에서 '09년 6.5%로 악화 전망. 기업들의 해고 및 신규 채용 감소로 청년실업이 증가, 개발도상국 출신 이주노동자의 노동여건이 악화

<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. BSI 동향	6
5. 수출 동향	7
II. 이슈 분석	8
■ SKT, “T앱스토어(가칭)” 상용화 계획, 향후 차별화 전략 필요	8
■ 해외 인터넷 트래픽 통제 및 종량제 논의 재연, 국내에도 영향	11
■ 네이버의 모바일 전용 웹사이트 개설로 모바일 포털 경쟁 본격화	14
■ IPTV, 실시간 채널 및 서비스 차별화 미비로 가입자 확보 난항	17
■ PP수신료 배분 25% 상향으로 PP 수익구조 안정화 기대	20
III. 해외 기사 분석	23
■ 디지털 진보를 위한 10가지 정책적 원칙	23
IV. 국내외 경제 동향	29
1. 국내외 경제 동향	29
2. 주요 경제 지표	32
<참고1: 경제 심리로 본 최근 경기 진단>	33
<참고2: 최근 글로벌 고용사정의 특징과 시사점>	34

I . 방송통신산업 동향

<방송통신산업 평가 및 전망>

□ 방송통신산업 평가: 방송업 및 통신업 침체속에 생산 소폭 개선

- 2월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.4%로 증가세 전환, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 △2.2%로 감소폭 둔화
- 2월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 둔화, 초고속인터넷 안정화 지속, 3월 무선통신 서비스 가입자는 안정적 성장 지속
- 방송서비스 가입자는 1월 디지털 케이블 TV는 증가했으나 2월 IPTV는 감소 추세, 3월 지상파 광고 시장은 침체 지속
- 3월 방송통신서비스 BSI는 69로 부가통신서비스의 소폭 개선에도 불구하고 특히, 방송서비스의 부진의 영향으로 침체 지속
- 3월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 22.9% 감소한 32.5억 달러 기록했으나 전월대비 수출액은 증가세

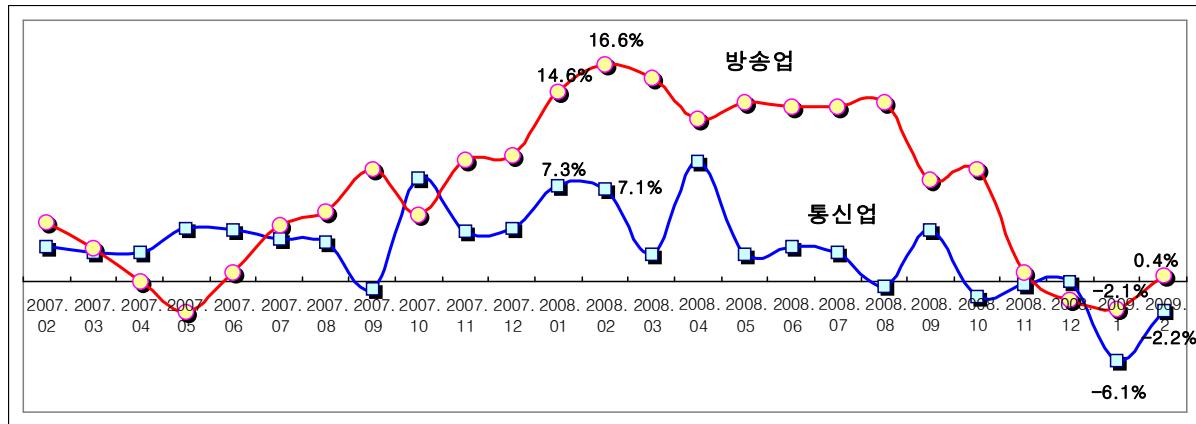
□ 방송통신산업 전망: 당분간 방송업은 둔화 지속, 통신업은 성장 둔화 폭이 점차 감소할 전망

- 방송업은 기업들의 광고비 감축으로 지상파 TV 성장 둔화 지속, 반면, 광고단가가 상대적으로 저렴한 유선방송은 시장이 서서히 개선될 전망
- 통신업은 무선통신 시장과 위축되었던 포털의 광고 시장이 서서히 회복되면서 시장 성장 둔화폭이 감소할 전망

1. 생산 동향

- 2월 방송업 생산지수는 전년동월대비 0.4% 증가해 증가세 전환, 통신업^{주)} 생산지수는 전년동월대비 2.2% 감소해 감소폭 둔화

[그림 I-1] 방송통신 서비스업 생산지수 증가율 추이



주: 통신업은 우편업을 제외한 전기통신업만을 추정

자료: 통계청(2005=100 기준)

- 2월 방송업은 지상파 방송의 부진에도 불구하고, 유선 방송 시장의 선전으로 증가세로 전환, 통신업은 이동전화 가입자 확대와 게임을 중심으로 한 부가통신서비스업의 선전으로 감소세 둔화

<표 I-1> 방송통신 서비스업 활동 지수 및 증가율

(단위: 2005=100, 전년 동기 대비 %)

구 분	'07년		'08년					'08년~'09년		
	연간	연간	1/4	2/4	3/4	4/4	12월	1월	2월	
방송통신서비스업	3.5	3.5	6.4	5.4	2.9	△0.2	△0.2	△5.7	△1.9	
방송업	4.3	10.3	15.6	13.2	11.5	2.6	△1.4	△2.1	0.4	
지상파방송업	0.9	△4.5	2.8	△0.7	△1.7	△15.5	△19.8	△9.3	△8.8	
유선/위성 및 기타 방송업	6.7	19.8	23.0	22.4	19.5	14.9	11.3	1.3	4.9	
통신업	3.4	2.7	5.4	4.5	1.9	△0.5	0.0	△6.1	△2.2	
유선통신업	△0.5	0.7	4.3	2.2	△0.5	△3.3	△3.5	△12.2	△8.5	
무선통신업	7.5	5.3	7.4	6.3	5.1	2.8	2.4	△0.5	2.7	
기타 통신업	3.4	1.1	1.6	7.6	△2.2	△2.2	4.5	△1.7	6.5	

자료: 통계청

2. 가입자 동향

가. 유선통신

- 2월 시내전화 가입자 수는 전년동월대비 0.7%, 번호이동자수는 75.2% 감소해 감소폭 둔화

- 시내전화는 업체들의 실적 부진에 따른 마케팅 활동이 감소해 업체간 번호 이동자 수가 급격히 감소하면서 가입자 수가 전월과 비슷한 수준을 유지

<표 I-2> 시내 전화 가입자 및 번호이동 추이

(단위: 천명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 2	'08. 3	'08. 4	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2
가입자	23,102	23,105	23,082	23,050	23,019	22,966	22,943	22,900	22,875	22,781	22,132	21,991	21,846
증가율	-0.2%	-0.3%	-0.5%	-0.8%	-0.9%	-1.1%	-1.3%	-1.8%	-1.8%	-2.2%	-4.3%	-4.9%	-0.7%
번호이동	50.9	63.4	61.0	28.3	26.0	24.2	20.0	32.7	43.3	27.7	22.5	14.1	12.6
증가율	-14.9%	5.5%	9.1%	-53.6%	-59.0%	-58.9%	-57.3%	-21.0%	-26.2%	-54.0%	-57.6%	-78.4%	-75.2%

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

- 2월 초고속인터넷서비스 가입자는 전년동월대비 5.1% 증가

- 초고속인터넷서비스 가입자는 KT, SK브로드밴드, 중계유선방송사업자의 FTTH 서비스 제공이 활발해지면서 5%대의 안정적인 성장세 유지

<표 I-3> 초고속인터넷서비스 가입자 추이

(단위: 천명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 2	'08. 3	'08. 4	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2
가입자	14,834	14,971	15,032	15,051	15,059	15,094	15,225	15,265	15,389	15,458	15,475	15,520	15,598
증가율	4.8%	5.2%	5.0%	4.8%	4.3%	4.3%	4.8%	4.6%	5.1%	5.1%	5.2%	5.1%	5.1%

자료: 방송통신위원회

나. 무선통신

□ 3월 이동전화 가입자 수는 전년동월대비 4.4% 증가

- 3월에는 LGT와 SKT를 중심으로 마케팅 활동이 활발해 이동전화 순 가입자 수가 약 25만명으로 '08년 5월 이후 가장 많은 순 가입자 증가 기록, 최근 감소세를 보였던 번호이동자 수도 2월부터 증가 추세로 전환

<표 I-4> 이동전화 가입자 및 번호 이동 추이

(단위: 천명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 3	'08. 4	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3
가입자	44,266	44,487	44,738	44,983	45,064	45,149	45,275	45,386	45,495	45,607	45,778	45,989	46,235
증가율	7.7%	7.4%	7.1%	6.3%	6.3%	6.2%	5.8%	5.6%	5.3%	4.8%	4.6%	5.1%	4.4%
번호이동	1,448	1,045	1,307	1,354	1,195	863	748	704	592	617	581	624	—
증가율	50.8%	20.7%	34.6%	206%	48.4%	31.3%	33.5%	21.1%	-20.2%	-9.5%	-17.3%	-31.0%	—

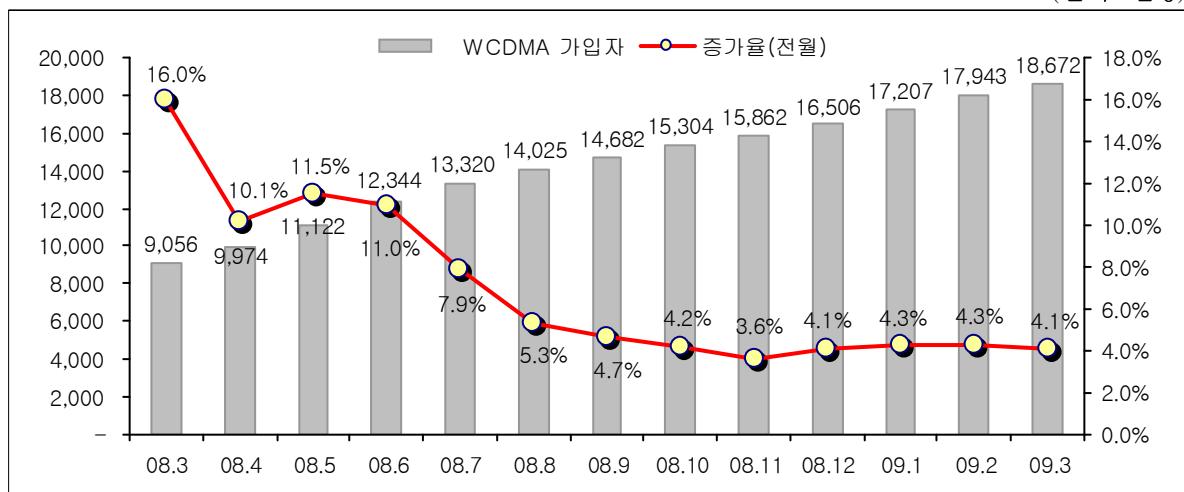
자료: 방송통신위원회, SKT, KTF LGT IR 자료

□ 3월 WCDMA 가입자 수는 전월대비 4.1% 증가

- KTF는 3G 시장 주도를 위해 지속적인 가입자 유치 확대 전략 고수, SKT도 자사의 M/S를 유지하기 위해 가입자를 확대하면서 안정적 성장세 유지

[그림 I-2] WCDMA 가입자 추이

(단위: 천명)



자료: SKT, KTF IR 자료

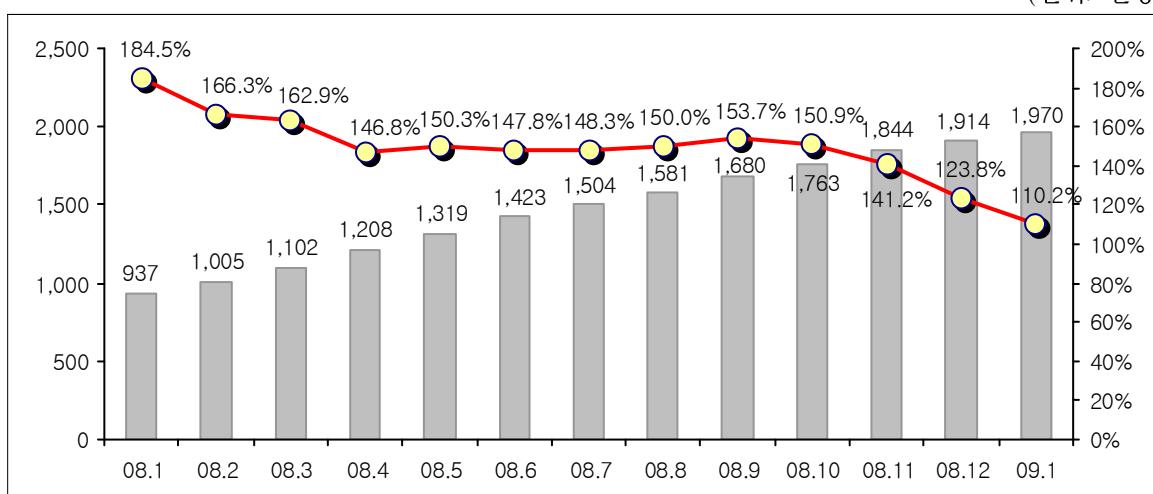
다. 방송서비스

□ 1월 디지털케이블 TV 가입자는 전월대비 5.6만명 증가한 197만명 기록

- 주요 복수종합유선방송 사업자(MSO)들이 디지털 방송 가입자 유치를 위한 마케팅 활동을 확대하면서 가입자가 지속적으로 확대

[그림 I -3] 디지털 케이블TV 방송 가입자 추이

(단위: 천명)



자료: 한국케이블TV방송협회

□ 2월 IPTV 가입자 수는 전월대비 1.5만명 감소한 156만명 기록

- 최근 IPTV 가입자 수는 콘텐츠 수급 문제로 실시간 스트리밍 서비스 가입자 확대가 예상보다 지연되면서 myLGTv를 이외 업체는 감소 추세 지속

<표 I -5> 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천명)

구분	'08. 2	'08. 3	'08. 4	'08. 5	'08. 6	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2
메가TV	858	882	912	860	805	776	761	769	785	779	775	775	767
브로드밴드TV	496	567	609	637	706	723	766	808	847	826	773	712	691
myLGTv	5	9	15	20	27	34	37	38	44	52	65	80	95
합계	1,359	1,459	1,536	1,517	1,538	1,533	1,564	1,614	1,675	1,657	1,614	1,568	1,552

주: VoD 포함한 TV 가입자 수임

자료: KT, SK브로드밴드, LG데이콤 IR 자료

3. 지상파 광고 동향

□ 3월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 31% 감소한 1조3천억원 기록

- 지상파 DMB 광고 실적이 소폭 상승했으나 전반적인 지상파(TV, 라디오) 광고 시장은 둔화 지속

<표 I-6> 지상파 광고 수주액 현황

(단위: 억원, 전년동월대비 증가율 %)

구 분	'08년					'09년		
	연간	1/4	2/4	3/4	4/4	1월	2월	3월
지상파 광고액	21,855	5,156	6,532	5,405	4,762	1,101	1,096	1,308
증 가 율	전체	-8.7	-2.8	-1.0	0.1	-28.3	-33.0	-32.3
	지상파 TV/라디오	-8.9	-3.0	-1.1	-0.1	-28.4	-33.1	-32.4
	지상파 DMB	48.1	114.5	63.6	64.8	-1.1	-13.2	-4.7

자료: 한국방송광고공사

4. BSI 동향

□ 3월 방송통신서비스 BSI는 69로 침체 지속

- 부가통신서비스의 소폭 개선에도 불구하고 특히, 방송서비스의 부진으로 악화, 향후에도 부가통신서비스 이외 서비스는 지속적 침체 전망

<표 I-7> 방송통신서비스 BSI 현황

구 分	2008년												2009년				
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	
방송통신서비스	96 (106)	94 (98)	86 (96)	83 (82)	90 (82)	79 (86)	76 (79)	65 (68)	61 (62)	63 (63)	65 (66)	69 (66)	— (71)	—	—	—	
통신업	기간통신서비스	100 (115)	100 (100)	92 (100)	92 (92)	108 (92)	85 (85)	115 (77)	77 (92)	62 (69)	77 (85)	85 (77)	77 (85)	— (77)	—	—	—
	별정통신서비스	96 (104)	98 (98)	82 (95)	84 (76)	78 (76)	65 (78)	47 (69)	56 (49)	49 (58)	58 (49)	56 (60)	63 (56)	— (61)	—	—	—
	부가통신서비스	95 (108)	95 (102)	92 (98)	80 (92)	92 (93)	87 (93)	71 (90)	65 (68)	69 (65)	64 (62)	71 (77)	77 (70)	— (85)	—	—	—
방송서비스	93 (96)	84 (90)	79 (90)	76 (67)	80 (68)	79 (89)	70 (79)	61 (61)	62 (57)	51 (54)	49 (50)	59 (51)	— (59)	—	—	—	—

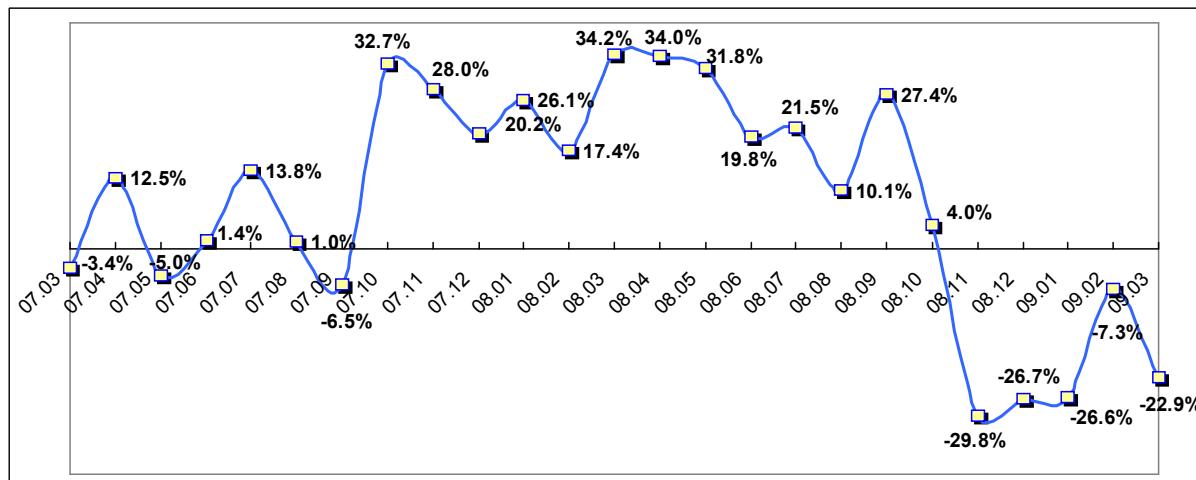
주: () 전망치

자료: 한국정보통신산업협회

5. 수출 동향

- 3월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 22.9% 감소한 32.5억 달러 기록

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



자료: 지식경제부, 2009년 3월(잠정치) IT산업 수출입 동향

- 3월 수출은 LCD TV를 포함한 영상기기($\triangle 28.8\%$)의 수출 저조, 휴대폰의 대미 수출이 선전에도 불구하고 전년동월 고성장에 따른 기저 효과로 통신기기 ($\triangle 22.2\%$) 수출 감소폭 확대, 전월대비 수출액 규모는 소폭 증가

<표 I-8> 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 동향

(단위: 백만달러, %: 전년대비)

구분	'09년 3월 금액	'08년 3월 금액	'08~'09 3월 증가율	'09. 3월 누적 금액	'08. 3월 누적 금액	'08~'09. 3월 누적 증가율
통신방송영상음향 기기	3,245	4,210	$\triangle 22.9$	9,080	11,294	$\triangle 19.6$
○ 통신 및 방송기기	2,566	3,298	$\triangle 22.2$	7,415	8,818	$\triangle 15.9$
－ 통신기기	2,558	3,288	$\triangle 22.2$	7,389	8,792	$\triangle 16.0$
유선통신기기	80	142	$\triangle 43.6$	223	364	$\triangle 38.9$
무선통신기기	2,478	3,146	$\triangle 21.2$	7,167	8,428	$\triangle 15.0$
－ 방송국용 기기	8	10	$\triangle 17.8$	26	26	$\triangle 0.2$
○ 영상 및 음향기기	679	912	$\triangle 25.6$	1,665	2,476	$\triangle 32.8$
－ 영상기기	483	678	$\triangle 28.8$	1,182	1,885	$\triangle 37.3$
－ 음향기기	82	122	$\triangle 32.2$	207	318	$\triangle 34.9$
－ 기타 영상음향기기	113	112	0.8	276	274	0.8

자료: 지식경제부, 2009년 3월(잠정치) IT산업 수출입 동향

II. 이슈 분석

[SKT, “T앱스토어(가칭)” 상용화 계획, 향후 차별화 전략 필요]

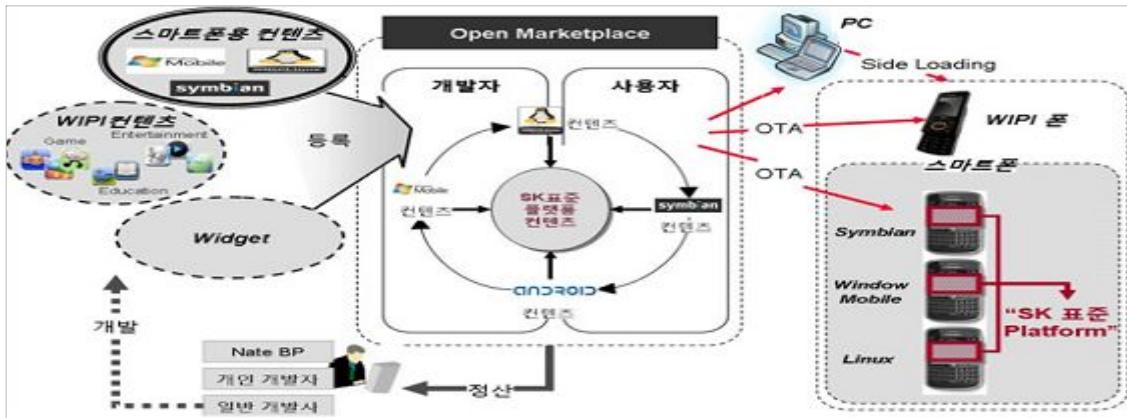
- SKT, 모바일 산업 환경 변화에 대응한 모바일 콘텐츠/애플리케이션 확보를 위해 오는 9월 애플리케이션 마켓플레이스인 ‘앱스토어’ 상용화 계획
- 이미 범용 OS 기반 표준플랫폼을 바탕으로 성장하고 있는 해외 주요 애플리케이션 마켓에 비해 국내 마켓의 경쟁력 미흡, 다양하고 양질의 콘텐츠를 개발할 수 있는 오픈 환경 기반 조성을 통해 차별화 전략 필요

□ SKT, 오는 9월 정보통신기기용 응용프로그램의 인터넷 장터인 ‘앱스토어 (App-store)’ 상용화 계획 발표

- 범용 OS를 탑재한 스마트폰의 성장이 예상되면서 모바일 산업 환경 변화에 대응한 모바일 콘텐츠/애플리케이션 확보 필요성 증가

※ 전세계 스마트폰 시장은 연평균('08~'12) 34% 급성장, '12년 휴대폰 내 비중이 43% 차지 전망(삼성SMD, 2009. 3)
- 폐쇄적 형태의 WIPI 플랫폼을 개방함으로써 콘텐츠 개발을 촉진시킴과 동시에 이를 스마트폰용으로 전환시킴으로써 스마트폰 콘텐츠의 양적 증가 기대
 - WIPI 플랫폼 및 SKT 전용 GVM SDK를 배포함으로써 SKT CP가 아니라도 자유롭게 등록 · 판매 가능
 - 기존 WIPI 플랫폼 기반 콘텐츠도 스마트폰에서 수용할 수 있는 ‘크로스 플랫폼(Cross Platform)’ 기술 개발
- 향후 범용 OS 기반 멀티 플랫폼을 모두 수용할 수 있는 ‘SK 표준플랫폼’ 개발로 모바일 애플리케이션 마켓의 차별화 추구

[그림 II-1] SKT 앱스토어 구성도



자료: SKT

□ 해외 주요 업체들은 이미 자사 플랫폼 기반의 ‘애플리케이션 마켓 플레이스’ 운영 또는 상반기 상용화 추진으로 영향력 확대 중

- 범용 OS 기반의 표준플랫폼을 탑재한 스마트폰은 이미 국내 출시중이며 향후 지속적으로 증가할 전망
 - * 올해 SKT 스마트폰 출시 모델 10대로 확대(지난해 4대), KTF 스마트폰 출시 모델 1개에서 4~5종으로 확대 예상
- 이미 해외 주요 플랫폼 업체들은 자사의 플랫폼을 확산시켜 자사의 강점과 연계시킴으로써 애플리케이션 마켓 활성화 도모
 - 애플은 아이팟 및 아이튠스 중심의 강력한 가입자 기반을 ‘앱 스토어(App Stroer)’로 전이, 이를 활성화시킴으로써 자사의 주력 제품인 아이폰, 아이팟의 판매 확대로 연계
 - * 애플은 지난해 7월 ‘아이폰’용 앱스토어 오픈후 올 1월까지 2만5,000여개의 애플리케이션이 등록, 5억 건의 누적 다운로드로 10억 달러의 매출 달성. 곧 10억건 돌파 예상
 - 구글은 강력한 웹애플리케이션인 구글맵을 보유, ‘안드로이드 마켓’의 활성화에 따른 ‘안드로이드 플랫폼’의 확산은 구글맵의 다양한 활용 가능성 기대

- 노키아는 '08년 2Q 기준 57.1% (Gartner)의 스마트폰 시장 점유율로 대규모의 소비자 접점을 보유, '오비스토어' 활성화를 통한 '심비안' 확대로 스마트폰 시장에서의 지배력 유지 노력

<표 II-1> 주요 모바일 애플리케이션 마켓 추진 상황

운영주체	애플리케이션 마켓	오픈 시기	이용단말	주요 플랫폼
애플	앱스토어	'08년 7월	아이폰, 아이팟터치	OS X
구글	안드로이드마켓	'09년 2월	구글폰	안드로이드
마이크로소프트	윈도 마켓 플레이스	'09년 내 예정	윈도 모바일 스마트폰	윈도 모바일
RIM	블랙베리 앱월드	'09년 4월	블랙베리폰	블랙베리 운영체제
노키아	오비스토어	'09년 5월 예정	노키아 스마트폰	심비안

자료: 한겨례(2009. 4. 1) 참고

□ 향후 국내 애플리케이션 마켓 경쟁력 강화를 위한 차별화 전략 필요

- 범용 OS 기반 표준 플랫폼을 바탕으로 발전하고 있는 해외 주요 모바일 애플리케이션 마켓과의 경쟁에서 국내 애플리케이션 마켓은 태생적 한계 존재
- 고유의 플랫폼 부재로 애플리케이션 마켓 내에 다양한 플랫폼을 지원해야 하므로 검증 및 업데이트 등에 대한 비용 증가 우려
- 전 세계 대상의 개발자 그룹을 보유하고 있어 콘텐츠 다양성 및 시장규모에서 국내 애플리케이션 마켓 대비 우위 예상
- 국내 모바일 콘텐츠 산업이 보유하고 있는 경쟁력을 바탕으로 다양하고 양질의 콘텐츠를 생산할 수 있는 오픈 환경 조기 구축 필요
- 기존 폐쇄적 형태의 모바일 산업 구조에서 오픈 환경으로의 변화는 다양한 콘텐츠의 개발 및 확산 가능성 제공
- 다양한 콘텐츠를 개발할 수 있는 기반 마련을 통해 콘텐츠의 양적·질적 성장을 도모함으로써 국내 애플리케이션 마켓의 차별화 추구 필요

【해외 인터넷 트래픽 통제 및 종량제 논의 재연, 국내에도 영향】

- 최근 미국, 영국, 일본 등 해외에서 데이터 트래픽 급증으로 인한 트래픽 관리 및 인터넷 종량제 논의가 재연되고 있음
- 트래픽 통제 및 인터넷 종량제는 네트워크 품질을 관리한다는 측면도 있지만, 인터넷의 평등과 개방이라는 정신에 배치되고 혁신적 애플리케이션 개발을 저해한다는 주장이 상치되는 만큼 양자를 조화시킬 필요성 제기

□ 최근 해외에서 인터넷 트래픽 관리/통제 및 인터넷 종량제 논의 재연

- 미국 인터넷 3위 사업자인 타임워너케이블은 작년 일부 지역에 처음 도입한 인터넷 종량제를 조만간 5곳으로 확대함에 따라 종량제 논의가 재연
 - 타임워너케이블은 텍사스 버몬트('08. 6)에 이어 추가로 4개 도시에서 인터넷 종량제를 시작할 예정이라고 밝힘('09. 2. 5)
 - 월 29.95달러에 5GB(데이터 트래픽 기준) 또는 54.9달러에 40GB로 인터넷 사용량 제한, 한도 초과시 1GB당 1달러 추가 과금

※ AT&T(1위): 네바다주 르노에서 종량제 실시(월 20GB 제한, 10메가비트 서비스 가입자들은 월 150GB까지 제한), 컴캐스트(2위): 미국 전역에 인터넷 종량제 도입('08. 10부터 월 250GB 제한), 미국 주요 인터넷 서비스 업체 중 버라이즌만 종량제를 도입하지 않음(전자신문 '09. 2 등)
- AT&T, Verizon 등은 네트워크 투자를 강화하고 있지만, 동시에 트래픽 관리도 불가피하다고 밝힘
 - AT&T는 “5%의 사용자가 네트워크 용량의 50%를 쓰고 있다”고 밝힘
 - 시스코는 인터넷에서 비디오와 리치 미디어 비중이 오는 2012년까지 전체 소비자 네트워크 트래픽의 90%를 차지할 것이라고 전망(Visual Networking Index, 2008)

□ 저작권 강화 추세와 연계하여 인터넷 트래픽 관리 논의 강화

- AT&T는 주요 음반사·영화 제작사와 협력하여 저작권 보호 파일 공유시 IP 주소를 추적, 이메일 경고하는 시범 사업 실시
 - 이러한 시범사업은 미국음반산업협회(RIAA)의 개별 저작권 침해자에 대한 소송 정책에서 인터넷서비스제공자(ISP)와의 협력 정책으로의 전환과 관련됨
- 하지만 인터넷서비스사업자(ISP)의 저작권 보호 동참도 결국은 트래픽 급증에 대응한 측면을 부인하기 힘듦
 - AT&T는 경고 메시지를 받은 사용자들 대부분이 즉각 다운로드 횟수를 줄였다고 밝혔지만, 인터넷 서비스 일시 중단, 접근 봉쇄 등을 하지 않겠다는 입장
 - 스웨덴의 IP레드법 시행 사흘 만에 실시한 트래픽 분석 결과 법 시행 후 하루 평균 트래픽이 1/3 감소(AP통신)

구분	주요 내용
AT&T (미국)	○ 주요 음반사·영화 제작사와 협력하여 저작권 보호 파일 공유시 IP 주소를 추적, 이메일 경고하는 시범 사업 실시 중
BT (영국)	○ 불법 저작물 다운로드 적발시 인터넷 서비스 중단 검토
Eircom (아일랜드)	○ 주요 음반사와 협력하여 불법 음악 다운로드 사용자의 인터넷 접속 차단
프랑스	○ 삼진아웃 법안 검토 <ul style="list-style-type: none"> – 불법 복제로 두 번 이상 적발시 이메일 경고. 세 번 어기면 최단 1개 월부터 최장 1년까지 인터넷 사용 금지
스웨덴	○ IP레드(IPRED)법 시행 <ul style="list-style-type: none"> – 인터넷서비스제공업체(ISP)가 불법 파일 공유 혐의자의 세부 정보 공개

자료: 전자신문 등

- 일본 통신사업자 4개 단체는 2008년 5월 P2P 이용 과다 이용자의 네트워크 대역 통제 가이드라인을 공동 발표

- 해비유저의 과도한 트래픽 이용으로 일반유저가 이용에 불편을 미쳐, 특정 애플리케이션을 제어할 필요가 인정되는 경우, P2P 등 특정 애플리케이션 통제하거나 유저별 트래픽 양을 설정하고 이를 초과한 유저에게는 대역 통제나 계약해지 조치 적용(ATLAS, 2008. 12)

□ 우리나라에의 시사점

- 동영상 등 멀티미디어 수요 증가 등 인터넷 이용 형태 변화에 따라 네트워크 트래픽이 급증하고 있으며, 일부 과다 이용자(heavy user)의 대역폭 과다 점유 문제도 네트워크의 안정성에 부담으로 작용
- 인터넷 이용 행태 변화, 트래픽 증가에 대응한 네트워크 운용의 문제는 트래픽 관리 및 통제, 나아가 네트워크 이용료 설정의 문제로 연결됨
- 해외에서는 트래픽 관리/통제 방법으로 P2P 등 특정 애플리케이션 제한, 과다 이용자 대역 통제 방안이 제시되었고, 가격설정 방법으로 완전 정액제에서 부분 종량제 전환 방안이 논의됨
- 우리의 경우 네트워크 대역폭이 충분히 커서 해외 사례는 우리 현실에 맞지 않다는 의견도 무시할 수 없음
- 하지만 IPTV, VoIP 등 대용량 혹은 QoS 보장 서비스가 증가하는 상황에서 네트워크 투자 및 관리가 요구되는 것을 부인할 수 없음
- 한편 네트워크 관리를 위한 트래픽 관리 및 종량제 논의는 평등과 개방이라는 인터넷의 정신에 위배되며, 구글과 같은 혁신적 서비스 출현에 저해될 것이라는 비판도 경청할 필요

[네이버의 모바일 전용 웹사이트 개설로 모바일 포털 경쟁 본격화]

- 국내외 주요 포털이 풀브라우징에 접속할 수 있는 모바일 전용 웹 사이트를 개설하면서 모바일 포털 시장 경쟁이 본격화됨
- 모바일 포털이 성공하기 위해서는 개인화된 웹 환경, 소셜 네트워크, 위치 기반 서비스 등 모바일 특성에 맞는 최적화된 서비스 확대가 필요

□ 네이버가 풀브라우징폰으로 접속할 수 있는 모바일 전용 웹사이트 (m.naver.com)의 5월 개설을 발표하면서 모바일 포털 경쟁 본격화

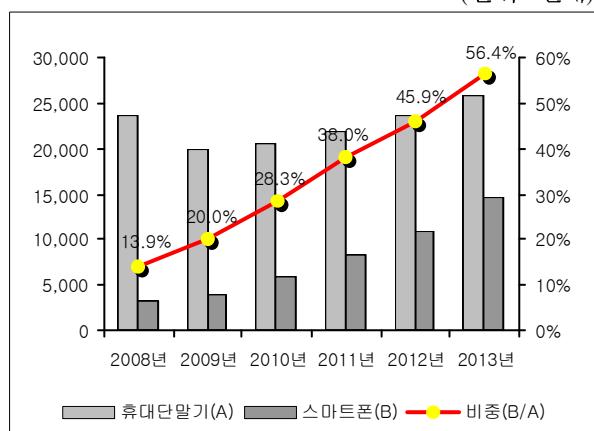
- 우선, 메일·카페·블로그·뉴스 등 네이버의 주요 서비스를 제공하고 지식iN 서비스는 8월 제공 예정
 - 특히 개인화·소셜 네트워크·위치 등 모바일의 특성을 살려 메일, 주소록 일정관리, 가계부 등의 개인 관리 정보를 비롯, 웹과 모바일 연동도 강화 할 계획
- 다음은 지난해 말 동영상 UCC 서비스인 TV팟에 이어 올 1월 '모바일 다음' (m.daum.net)을 통해 메일, 검색, 뉴스, 증권, 티스토리 등을 제공하였고, 최근 '만화 속 세상' 등 신규 콘텐츠를 보강
- 그 외 SK커뮤니케이션즈는 지난 해 11월 모바일용 '미니싸이월드' 서비스를 오픈해 음악·동영상 등 다양한 콘텐츠를 제공, 야후는 모바일 검색 서비스 '야후 원서치'를 통해 새로운 비즈니스 모델 창출에 주력
- 해외에서 구글(검색, Gmail, 캘린더 등), 야후(메일, 메신저, Flickr, 뉴스, 날씨, 금융 스포츠, 엔터테인먼트 등) 등도 모바일 포털을 운영 중임

□ 국내 풀브라우징이 가능한 스마트폰의 확산, 소비자의 이동전화를 통한 무선 인터넷 이용이 활발해지면서 특화된 모바일 포털 필요성이 증대

- 국내 스마트폰 시장은 약 '08년 3.3백만대로 전체 휴대단말기 판매대수의 13.9%에 불과하나 '13년에는 56.4%로 크게 확대될 전망
- 만 12~59세 이용자 50.6%가 이동전화를 통한 무선인터넷 이용 경험이 있으며, 주요 이용 목적은 폰꾸미기, 커뮤니케이션, 여가 활동 등임

[그림 II-2] 국내 스마트폰 시장 전망

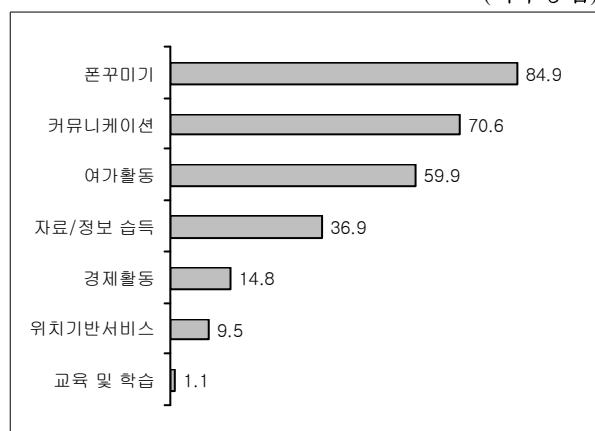
(단위: 천개)



자료: Gartner(2009. 3)

[그림 II-3] 이동전화 무선 인터넷 이용 목적

(복수응답)



자료: 한국인터넷진흥원(2008. 11)

□ 모바일 포털은 인터넷 표준이 WAP 방식에서 웹 방식으로, 서비스 플랫폼도 폐쇄형에서 개방형 플랫폼으로 전환하면서 진화 중임

- (WAP 방식) 초기 모바일 포털은 폐쇄적(walled garden) 형태로 WAP을 이용해 이통사마다 자사에 적합한 모바일 포털을 제작해 운영해 오다가 유선포털업과의 제휴를 통해 유무선이 연동된 모바일 포털을 제공
- (유선 웹 방식) 풀브라우징이 가능한 휴대단말기 확대로 유선 포털을 그대로 이용하는 형태로 운영되었으나 늦은 로딩 속도 및 엑티브X 등 비표준 콘텐츠 발생으로 포털내 콘텐츠 이용 제한

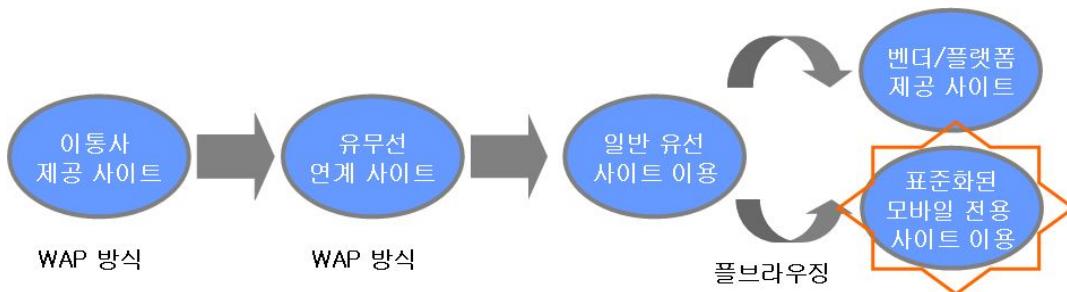
- (모바일 웹 방식) 모바일 OK와 같은 모바일 웹 표준에 의해 구축되어 모바일 환경에 적합한 신규 포털을 통해 로딩 속도 단축 및 휴대단말기에서 PC에서와 같이 진정한 풀브라우징이 가능하게 됨

<표 II-2> 표준화 형태에 따른 모바일 포털의 특징 비교

구분	WAP 방식	유선 웹 방식	모바일 웹 방식
서비스 방식	폐쇄형	개방형	개방형
사용자 인터페이스	단말별 상이한 UI 사용	PC용 UI	모바일 단말 최적 UI
서비스 속도	느림	느림	빠름
콘텐츠 이용 범위	매우 제한적	일부 제한	타겟화된 핵심 콘텐츠

- Apple, Google 등은 애플리케이션 · 콘텐츠 개발/유통을 위해 mobile OS를 기반으로 한 마켓플레이스를 조성하여 개방형 환경으로 변화를 이끌고 있음

[그림 II-4] 모바일포털 발전과정



□ 모바일 포털 성공을 위해 개인화된 웹 환경(PWE), 소셜 네트워크, 위치 기반 서비스 등 모바일 특성에 맞는 최적화된 서비스 확대가 필요

- 모바일 포털의 주이용 고객은 스마트폰, 아이팟 등을 통해 모바일 애플리케이션을 사용하는 고객으로 이들을 대상으로 한 개인화된 타겟 전략이 필요
- 모바일 포털의 경쟁은 서비스의 다양화, 특히, 유선 포털 서비스들을 모바일에 최적화된 애플리케이션 버전으로 얼마나 제공할 수 있으냐가 관건

[IPTV, 실시간 채널 및 서비스 차별화 미비로 가입자 확보 난항]

- IPTV 사업자, 이용 요금 승인 조건인 3월까지 60개 실시간 채널 확보에 난항
- IPTV의 본질적인 속성을 활용한 다양한 부가서비스 및 양방향 콘텐츠 결합을 통한 타 매체와의 차별화 역량 강화 필요

□ IPTV 사업자 실시간 채널 확보 및 서비스 차별화 미비로 난항

- 4월 5일 기준 3사의 실시간 채널 송출 현황을 보면, SK브로드밴드를 제외하고는 60개 채널을 송출하고 있지 못한 상황
 - ’08년 11월 방통위는 KT 2월,¹⁾ SK브로드밴드와 LG데이콤이 3월까지 기본형 60개 채널을 확보한다는 계획을 전제로 IPTV 이용 요금 승인
 - SK브로드밴드가 최근 37개 채널을 신규로 확보하여 4월 1일부터 62개 채널 송출 계획을 발표하면서 1개 사업자만이 간신히 60개 기준 달성

<표 II-3> IPTV 사업자 실시간채널 송출 현황

구분	상용화 시점	2009년 2월	2009년 4월초
KT	33개(2008년 11월)	41개	42개 채널 송출 (53개 채널 확보)
SK브로드밴드	23개(2009년 1월)	23개	62개 채널 송출
LG데이콤	23개(2009년 1월)	39개	51개 채널 송출

자료: 각사 홈페이지 채널 가이드 현황 및 보도자료

- 경쟁 유료방송매체인 케이블 대비 보도 및 스포츠채널 미확보와 드라마 재방송시 건당 과금에 따른 부담 등으로 기존 방송 대비 매력 감소
 - SK브로드밴드도 60개 채널 이상을 확보하기는 했으나 인기 케이블 채널인 온미디어 · CJ미디어 등 주요 MPP 채널 미확보로 매력 감소

1) KT는 채널 확보 일정을 한달 늦춰 2월에서 3월로 변경한 바 있음

- KT와 LG데이콤은 온미디어의 주요 채널을 확보하고 있으나, 보도채널 및 인기 스포츠채널 추가 협상을 염두해두고 향후 60개 채널 확보 계획

<표 II-4> IPTV사업자 인기 채널 확보 현황 비교

구분	케이블 인기 채널(순위)	IPTV 송출 현황(제공사)	비고
드라마/오락물 재방송	MBC드라마넷(1), SBS드라마플러스(2), KBS드라마(3), MBC every1(12), Dramax(17), 코미디TV(20)	VoD로 제공	무료 vs 견당 과금
애니메이션	Tooniverse(4), Champ(11)	Tooniverse(KT, LGD)	온미디어 계열 일괄 타결
보도채널	YTN(5), tvN(6), MBN(10)	-	YTN 철회 후 최근 협상 재개
영화	OCN(7), 채널CGV(8), E채널(9), SUPER ACTION(13), FOX채널(18), XTM(14)	OCN(KT, LGD) SUPER ACTION(KT, LGD)	온미디어 계열 일괄 타결
스포츠	SBS스포츠(15), KBSN스포츠(19), MBC ESPN(16)	-	지상파 계열

주: 케이블 주간(3. 30~4. 5) 시청률 상위 20 기준

자료: AGB닐슨미디어리서치, 각사 홈페이지 채널 가이드 현황('09. 4. 5)

□ 기존 방송매체인 지상파 및 케이블 업체와의 경쟁 관계, 저작권·제작비 등
추가 콘텐츠 비용 대비 신규 광고·수신료 확신 부족 등으로 PP 진입 더딤

- 지상파 계열 주요 PP 및 케이블 사업자 계열 MPP의 미온적 태도, 케이블 사업자로부터 계약 및 편성·번호 할당에 종속적인 중소 PP의 위험 부담

※ 전국 약 90개 SO를 통해 방송을 송출하고 있는 이토마토, 한국케이블TV 충청방송 ('09. 1)과 성남 아름방송('09. 3)이 IPTV콘텐츠사업자 등록을 이유로 계약 해지하였다고 방통위에 분쟁조정 신청

※ 주요 스포츠 채널이 지상파 계열사로써 연예·오락·드라마 채널 등에 대한 묶음 협상 조건 등 계약 조율의 어려움

- IPTV 콘텐츠 제공에 있어 해외 콘텐츠 조달시 추가 판권 구입 필요, 자체 제작시 추가 장비 및 제작 비용, IPTV사업자에 대한 송출료 등 비용 발생

※ 채널사용료 및 콘텐츠 전송을 위한 기업 전용선 계약 비용(ex. 헤드엔드 구축 비용 포함
여부에 따라 월 5백~3천만원), 콘텐츠 제작 비용 및 업데이트 비용, 매월 경상 비용

- 현재 케이블 가입자가 1,500만, 디지털케이블 가입자가 204만인 반면 IPTV
가입자가 21만명인 상황에서 주요 수익원인 수신료 및 광고 수익이 담보
되지 않는 IPTV로의 진출에 따른 위험 부담이 큼

□ IPTV의 속성을 활용한 다양한 부가서비스 및 양방향 콘텐츠 결합을 통한 타 매체와의 차별화 역량 강화 필요

- 이미 유료방송시장을 장악하고 있는 케이블에 대해 동일 수준의 방송서비스
제공을 통해서는 서비스 차별화가 어려울 것이며, 양방향서비스 활성화를
위한 창의적인 공생체 구조 확립 필요

- 영세한 중소 PP 및 CP가 기존 방송 콘텐츠 제작 환경에서 벗어나 창의적인
IPTV용 프로그램을 제작할 수 있도록 긴밀한 공조 체계 강화 필요

※ 초기 단계에 있어서 채널 사용료 및 전용선 계약 비용 감면, 사업자 3시간 전용선
교차 허용, 콘텐츠 제작 기술 지원 및 애플리케이션 교육 등 추가 투자비 감소 노력을
통한 다양한 PP 및 CP 유인책 필요한 상황

- 양방향 서비스 활성화를 위해서는 근본적으로 핵심 콘텐츠 제작자인 지상파
및 케이블 PP의 협조가 필요하지만 비즈니스 모델이 확립되지 않은 상황에서
적극적인 개입 기대가 어려운 상황

※ 우선적으로 양방향 광고 규제 완화, 이동전화단말기와의 연동 서비스 제공에 있어서
개인 정보와 관련된 제도 보완 등 양방향 서비스 수익 모델의 저해 요인 검토 필요

【PP수신료 배분 25% 상향으로 PP 수익구조 안정화 기대】

- SO 재허가 심사시 상향된 PP 수신료 배분 비율이 허가 조건에 포함됨에 따라, PP의 수익구조가 안정화된 방송 중심형으로 개선될 것으로 기대
- 향후 수신료 배분 증가 효과가 발생하기 위해서는 불공정한 수신료 배분 관행을 시정하는 수신료 배분 원칙 마련 및 집행 감시 필요

□ 권고사항인 SO의 수신료 배분비율을 허가 조건화

- 방송통신위원회, SO 재허가 심사시 PP 수신료 배분 비율을 허가 조건에 포함
 - 티브로드 중부방송 등 5개 종합유선방송사업자의 재허가 심의시 총 방송 수신료의 25% 이상을 PP 수신료로 지급할 것과 매 반기별 PP 수신료 지급 현황을 제출할 것을 공통 허가조건에 포함(2008. 11)
 - 씨앤앰 구로케이블, CJ헬로비전, HCN서초방송, GS강남방송 등 허가 기간이 만료되는 35개 SO에 대해 수신료 25%를 채널사용사업자(PP)에게 지급하는 것을 조건으로 재허가 의결(2009. 3)

□ 수신료 배분 비율 상향조정으로 PP 수익구조 개선 전망

- 수신료 배분율이 약 15%에서 25%로 증가함에 따라, 방송 의존도가 높은 수익구조로 개선 기대
 - 전체 매출에서 방송관련 매출 비중이 비방송 관련 매출보다 낮은 취약한 수익 구조
 - '07년 기준 수신료, 광고, 프로그램판매 등 PP의 방송 관련 수익원이 전체 매출(홈쇼핑 매출을 제외)에서 차지하는 비중은 42.9%에 불과

- 이는 지상파의 방송 관련 매출 비중 80.8%에 비해 현격히 낮은 수준임

※ 지상파방송 방송관련 수익원별 매출 비중('07): 광고(61.6%) > 수신료(14.2%) > 프로그램 판매(5.0%)

<표 II-5> PP 수익원별 매출에서 차지하는 비중('03~'07)

	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
방송관련 매출 (수신료, 광고, 프로그램판매)	28.6%	36.7%	40.1%	41.4%	42.9%
비방송관련매출 (비영리, 기타 사업*)	71.4%	63.3%	59.9%	58.6%	57.1%

주: 기타 사업은 임대수익, 협찬수익, 부대사업수익, 시설임대수익 등임

자료: 방송산업실태조사보고서 각년호

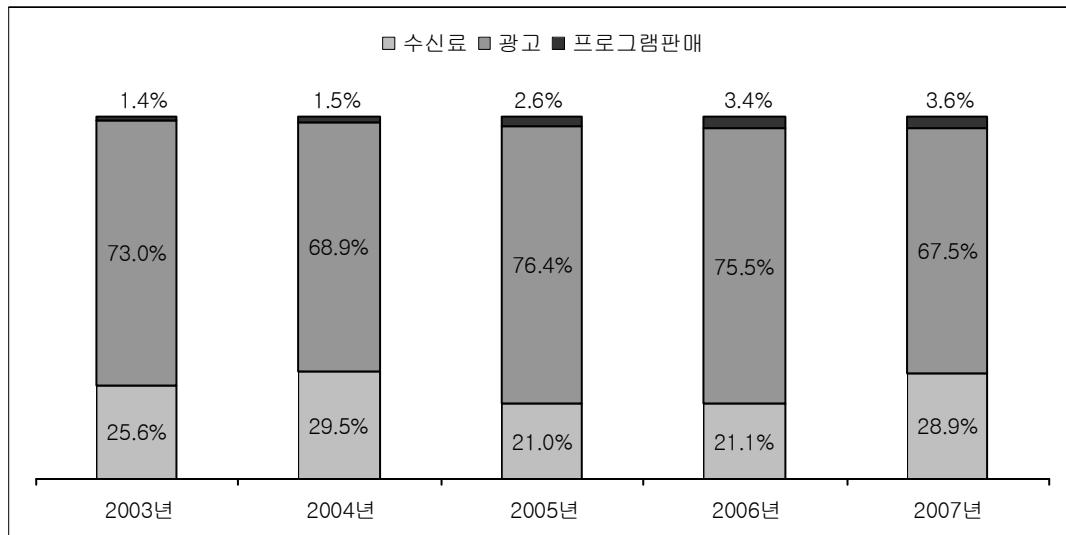
- 수신료 수입 증가로 경기변화에 민감한 광고 수익원의 변동성 보완 기대

- 방송관련 매출의 대부분은 광고로 PP수익 구조는 경기 변동에 취약
- '07년 기준 방송관련 매출 중 광고의 비중은 67.5%, 수신료 비중은 28.9%로 방송 관련 매출 중 광고에 대한 의존도가 높음
- 반면, 수신료는 전체 유료 종합 유선 방송가입자 포화된 후 이탈율이 거의 없어 안정적임
- 전체 유료 종합 유선 방송 시청 가입자수²⁾는 '05년 12월 기준 1,361만명에서 '08년 6월 1,448만명으로 최근 3년간 연평균 2.1% 증가
- 수신료 배분 증가로 경기 불황에 따른 광고비 축소 영향 완화 기대

※ 한국방송공사에 따르면 올 1·4분기 방송 광고비 규모는 전년 대비 32% 급감

2) 기본가입자와 티어가입자수 포함

[그림 II-5] PP 수의원별 방송관련 매출에서 차지하는 비중('03~'07)



주: 방송관련 매출은 수신료, 광고, 프로그램판매 매출액을 포함

자료: 방송산업실태조사보고서 각년호

□ 공정한 수신료 배분 원칙 마련 및 집행 감시 필요

- 기존 불공정한 수신료 배분 관행 시정 필요³⁾
 - 순수 방송 매출액(수신료)의 25%가 배분되도록 PP사용료 지급 기준 가이드 라인을 마련하고 SO가 이를 준수하는지 감시 필요
 - SO가 자체적으로 구매한 콘텐츠 구매비는 PP수신료 배분에서 제외
 - ※ 지난해 SO가 VOD 콘텐츠 구입을 위해 흠크아이스⁴⁾에 제공한 금액은 114억원
 - 수신료에 포함되어 있는 STB 사용료를 높이 책정하여 PP사용료를 축소하는 관행 감시
 - ※ 현재 저가형 디지털케이블 TV상품의 경우, STB를 높이 책정하여 PP사용료 축소 (예, 디지털케이블 TV요금 10,000원 = 방송매출 5,000원 + STB사용료 5,000원)

3) 불공정 사례는 디지털타임스(PP “수신료배분 검증위 만들자”, 2009. 3. 19) 기사 및 PP업체 인터뷰 참조

4) 6개 복수종합유선방송사업자(MSO)가 공동 설립한 주문형비디오(VoD) 서비스 제공업체

III. 해외 기사 분석

【디지털 진보를 위한 10가지 정책적 원칙⁵⁾】

<요약>

- 1) 디지털 기술이 삶의 질을 향상시키는 데 초점을 두라
- 2) 디지털 기술개발에 투자하라
- 3) 디지털 기반을 확대하라
- 4) 모든 국민들이 디지털 기술 활용 능력을 갖출 수 있도록 유인하라
- 5) 디지털 진보를 저해하는 장애요인들을 과감히 제거해라
- 6) 디지털 기술을 활용하여 새로운 문제 해결책을 찾도록 노력해라
- 7) 다양한 분야에 활용성이 높은 디지털 콘텐츠와 응용프로그램을 개발하라
- 8) 민간 및 비영리단체 등과 협력을 강화해라
- 9) 정부가 신기술 개발과 도입을 선도하라
- 10) 디지털 확산을 유인하라

□ 디지털 진보를 위한 10가지 정책적 원칙

- 중요한 사회적 문제를 해결함에 있어 정책입안자들이 IT를 적용하는 것이 필수적 요소가 됨
 - IT 적용의 성공사례들로부터 정책입안자들이 정보통신기술의 편익을 극대화하기 위해 지켜야 할 10가지 원칙을 제시하고자 함

5) IEEE의 저널 Internet Computing 2009년 3월호 “Ten Ideas for Policymakers to Drive Digital Progress” 정리

1) 디지털 기술이 삶의 질을 향상시키는 데 초점을 두라

- IT기술 개발 및 도입의 가장 우선적 목표는 삶의 질 향상에 있음을 정책 입안자는 항상 명심해야 함
 - 대중교통 문제가 좋은 예임. IT기술은 교통체증, 주차공간 확보 등 대중 교통 문제들에 대한 해결책 제시 가능
 - 예를 들어, 자동차의 운행 거리 및 시간에 따른 전자적 통행료 징수 제도 (Electronic Road-Pricing Program)는 시장가격 메카니즘에 따른 교통혼잡을 완화할 수 있음(네델란드, 스웨덴, 싱가폴 등에서 시행)
 - 또한, 무선통신센서를 이용한 주차공간 정보제공이나 초고속인터넷의 확산으로 가능해진 자택근무의 확대도 교통량 감소효과 발생 가능

2) 디지털 기술개발에 투자하라

- 디지털 기술은 동일한 기술의 활용범위가 매우 넓기 때문에 사회 전체적으로 큰 혜택을 가져오는 특성을 지님
 - 이러한 외부적 효과로 인해 민간 기업에만 기술개발투자를 일임할 경우 사회적으로 바람직한 수준의 투자에 못 미치게 됨
 - 대중매체의 디지털화가 장애인에게 미친 영향은 좋은 사례임. 아날로그에서 디지털로의 전환은 일반 대중의 정보습득의 채널을 다양화 했을 뿐만 아니라 문자-음성 전환 기술을 이용하여 시각장애인의 신문기사 청취를 가능케 함
 - 또한, 음성인식 소프트웨어는 신체장애인의 컴퓨터 사용을 가능케 하고, 휴대폰 문자서비스 등은 청각장애인 등이 이동통신을 이용할 수 있게 함

3) 디지털 기반을 확대하라

- 정부는 초고속인터넷과 같은 디지털 사회의 기초적 요소에 대한 투자뿐만 아니라, 디지털 진보가 다양한 분야에서 지속할 수 있도록 노력할 필요가 있음
 - 효율적인 전력의 수요 및 관리를 위한 지능형 전력망(smart grid) 투자는 좋은 사례. 지능형 전력망은 전력사용량의 변동성을 감소시키고, 청정 에너지의 사용을 증가시키는 등 사회적인 편의 증가에 기여
 - 또한, 지능형 전력망은 스마트 가전, 분산형 발전, 전력 저장 등 관련된 새로운 기술들의 통합을 촉진

4) 모든 국민들이 디지털 기술 활용 능력을 갖출 수 있도록 유인하라

- 정책입안자들은 디지털 기반의 확충뿐만 아니라 국민들의 디지털 기술 활용 능력을 배양할 수 있도록 노력하는 것이 매우 중요
 - 특히, 개발도상국의 경우 디지털 기술의 도입 및 확산보다는 기아, 질병 등 인권적인 문제 해결에만 치중하는 경향이 있으나, 이런 모든 문제를 해결하는데 일정부문 IT기술이 중요한 역할을 할 수 있음
 - 케냐에서는 강사와 교육시설의 부족으로 매년 몇 백명의 간호사들만이 교육을 받을 수 있었지만, 컴퓨터를 이용한 훈련 프로그램의 도움으로 5년 동안 약 22,000명의 간호사를 훈련시킴

5) 디지털 진보를 저해하는 장애요인들을 과감히 제거해라

- 기술발전은 많은 혜택과 함께 변화와 위험도 동반하는 것이 사실. 하지만, 이에 대한 우려나 잠재적 문제들 때문에 디지털화의 진전을 늦추는 것은 바람직하지 않음

- 예를 들어 의료비를 줄이고 환자의 치료에 크게 도움을 줄 수 있는 전자 건강기록(electronic Health Records or EHRs)의 도입이 개인의 정보유출 문제로 도입이 지연
- 영국도 같은 이유로 EHR의 도입이 지연되어 왔으나 최근 환자의 사전적 동의를 전제하고 다만 거부할 선택권을 부여하는 방식으로 EHR을 도입한 것은 좋은 사례

6) 디지털 기술을 활용하여 새로운 문제 해결책을 찾도록 노력해라

- 디지털 기술의 활용은 문제 해결의 수단이지 그 자체가 목표는 아님. 단순히 아날로그를 디지털화 하는 것이 아니라 디지털 기술을 활용하여 기존에는 불가능했던 새로운 해결책을 모색해야 함
- 컴퓨터를 활용한 교육은 좋은 사례. 카네기 멜론 대학에서 개발된 인지적 학습 프로그램은 IT기술을 활용하여 학생의 학습 스타일에 대응한 맞춤형 교육이 가능하게 하여 상당히 효과를 보고 있음

7) 다양한 분야에 활용가능성이 높은 디지털 콘텐츠와 응용프로그램을 개발하라

- 정보 디지털화의 특징 중 하나는 초기 개발비용은 높고 추가적인 생산비용은 낮다는 것
- 따라서 호환성이 높은 표준기술을 이용한 디지털 콘텐츠를 개발하거나 데이터베이스를 보다 많은 사람들이 접근 가능하도록 함으로써 디지털 정보의 효용을 극대화하는 것이 중요
- 디지털 지리정보구축은 좋은 사례. 미국 버지니아 주의 Fairfax시는 버스 노선, 공공급수대 등 광범위한 지역정보를 담은 온라인 데이터베이스를 구축하여 활용

8) 민간 및 비영리단체 등과 협력을 강화해라

- 디지털화와 관련하여 정부가 모든 해결책을 제시할 수도 없음. 따라서 정부는 민간, 교육기관 같은 비영리단체 등과 협력을 강화할 필요
 - 예를 들어 아시아 국가들의 정부와 대학들은 디지털 콘텐츠를 다양한 언어로 개발하여 디지털 활용을 높이는 PAN Localization Project를 시행
 - 미국에서는 시당국들과 Urban Institute라는 민간단체가 협력하여 지역정보 시스템을 구축하여 사회복지, 출소자 재활 프로그램 등의 효과를 높이는 데 이용

9) 정부가 신기술 개발과 도입을 선도하라

- 때로는 혁신적 기술의 수요처를 민간부문에 의존하지 않고 정부가 선도적으로 수요를 창출하고 좋은 사례를 보일 필요가 있음
 - 또한 IT를 활용하여 공공서비스의 효율성을 크게 높일 수 있기 때문에 정부의 주도적인 신기술 도입은 두 가지 효과를 가짐
 - 뉴욕 경찰청의 경우 IT를 활용해 범죄 관련 정보를 수집·분석함으로써 수사의 효율성을 높이고 정보를 공개하여 시민들의 경각심을 고취
 - 필라델피아에서는 재활용쓰레기통에 RFID를 부착하여 재활용률을 점검하고 적절한 보상제도를 통해 재활용률을 90% 이상으로 높임

10) 디지털 확산을 유인하라

- 사회적으로 혜택이 확실한 경우, 즉 사적 이윤 증가와 더불어 사회적으로 외부적 효과가 발생하는 경우 국민들이 디지털 기술의 도입을 조장할 수 있는 과감한 유인책을 실행하여야 함
 - 예를 들어 사전적으로 동의하지 않는 경우를 제외하고 원천적으로 모든 이용자들이 각종 명세서를 이메일을 통해 받는다면 에너지와 종이의 사용량을 크게 감소시킬 수 있을 것임
 - 또한, 정부 및 공공기관이 재택근무를 원칙으로 하는 다양한 일자리를 창출하는 것 또한 에너지 감축효과를 가져옴

IV. 국내외 경제 동향

1. 국내외 경제 동향

가. 국내 경제 동향

□ 2월 광공업생산 전년동월대비 △10.3% 기록, 감소폭 둔화

- 광공업생산은 반도체 및 부품(−15.9%), 자동차(−20.1%) 등이 감소세가 지속되었으나 전월대비 감소폭은 크게 축소

□ 2월 서비스생산 전년동월대비 0.1% 증가, 증가세 전환

- 서비스업생산은 주식거래 증가에 따른 금융·보험업(7.8%)과 교육·보건(9.7%) 등 對人서비스의 호조 등에 힘입어 소폭 증가로 전환

□ 2월 경기선행지수는 전년동월대비 △4.0% 기록, 감소폭 둔화

- 향후 경기국면을 예고해주는 선행지수는 재고순환지표, 금융기관 유동성 증가 등으로 전월대비 0.5%p 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008						2009 ^p	
			연간	8월	9월	10월	11월	12월	연간 ^p	1월
GDP 성장률		5.1	3.1		−3.4			2.2	−	−
산업	광공업 ¹⁾ 생산지수	6.9	1.8	6.3	−1.9	−13.8	−18.7	3.0	−25.5	−10.3
생산	서비스업 생산지수	6.8	1.9	3.5	1.4	−1.5	−1.2	3.4	−1.1	0.1
무역	수출(FOB, 억달러)	3,715	366	374	372	288	271	4,220	212	255
	수입(CIF, 억달러)	3,569	404	395	361	289	266	4,353	249	225
전망	경기선행지수	−	−0.4	−0.9	−1.8	−3.2	−4.2	−	−4.5	−4.0

주: 1) 광업, 제조업, 전기·가스업을 포함. p는 잠정치

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

□ 2월 소비재 판매 전년동월대비 △6.2% 기록, 감소폭 확대

- 2월중 소비재판매는 설연휴 이동효과 등으로 인해 음식료품 등 비내구재를 중심으로 감소폭 확대
 - 판촉활동 강화에 따른 승용차 판매 개선, 차량연료의 판매 호전 등으로 내구재(6.4%), 비내구재(5.5%) 판매가 크게 증가
- 2월 소비자 동향은 가계수입 전망(83) 및 소비자지출 전망(91)이 전월과 동일한 수치 기록

□ 2월 취업자수는 2,274만명으로 전년동월대비 14만명 감소, '03. 9월 (-19만명) 이후 최대폭을 기록

- 산업별로는 제조업 취업자(-13만명 → -18만명), 연령별로는 30대(-11만명 → -17만명)의 감소폭이 확대
- 2월중 실업률은 전월보다 높은 3.9% 기록

(단위: 전년동월대비, %)

	2007	2008 ^p						2009 ^p		
		연간	8월	9월	10월	11월	12월	연간 ^p	1월	2월 ^p
소비	소비재판매	5.1	2.2	-1.9	-3.4	-4.7	-4.5	1.0	-3.3	-6.2
	– 내구재	9.6	-4.3	-4.2	-0.3	-15.6	-13.2	1.9	-20.8	-4.0
	– 준내구재	3.9	8.9	-8.1	-9.2	-6.8	-13.6	-2.4	-1.2	-0.6
	– 비내구재	5.2	1.6	1.3	-3.2	0.4	1.9	0.7	5.1	-8.3
	가계수입전망	–	98	97	91	84	81	–	83	83
	소비지출전망	–	106	106	100	94	89	–	91	91
고용	취업자수(만명)	2,343	2,362	2,373	2,385	2,381	2,325	2,358	2,286	2,274
	전년동기대비(만명)	28.2	15.9	11.2	9.7	7.8	7.8	14.5	-10.3	-14.2
	실업률(계절조정전)	3.2	3.1	3.1	3.0	3.1	3.3	3.1	3.6	3.9

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

나. 해외 경제 동향⁶⁾

□ 美, 2월 산업생산 증가율 $\Delta 1.4\%$ 기록, 2개월 연속 감소폭 둔화

- 2월 산업생산은 수송·및 일반 등의 부진으로 5개월 연속 감소세 지속

□ 일본, 2월 산업생산 $\Delta 9.4\%$ 를 기록, 6개월 연속 감소세

- 2월 수출 전기대비 5.2% (전년동월대비 49.4%) 감소하는 등 실물지표 감소세 지속으로 IMF는 2009년 성장률을 $\Delta 5.8\%$ 로 전망

□ 중국, 2월 산업생산 3.8% 증가해 현저한 감소세 기록

- 2월 수출 전년동월대비 25.7% 감소해 3개월 연속 감소폭 확대

□ 유로지역, 1월 산업생산 증가율 $\Delta 3.5\%$ 로 생산 위축 확대

- 1월 수출도 전기대비 10.7% 감소해 감소폭이 확대되면서 경기 침체 심화

		2007	2008						2009		
			연간	8월	9월	10월	11월	12월	연간	1월	2월 ^p
미국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	2.0	0.7<-0.5>			-0.8<-6.3>			1.1	-	-
	산업생산 ¹⁾ (전기대비, %)	1.7	-1.3	-4.1	1.6	-1.2	-2.4	-1.8	-1.9	-1.4	
일본	GDP 성장률(전기대비, %)	2.4	-0.6			-3.3			-0.7	-	-
	산업생산 ²⁾ (전기대비, %)	2.9	-6.9	0.2	-3.1	-8.5	-9.8	-3.3	-10.2	-9.4	
중국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	11.4	9.0			6.8			9.0	-	-
	산업생산(전년동기대비, %)	18.5	12.8	11.4	8.2	5.4	5.7	12.9	-	3.8	
유럽	GDP 성장률(전기대비, %)	2.6	-0.2			-1.5			2.6	-	-
	산업생산 ³⁾ (전기대비, %)	3.4	0.4	-1.9	-1.7	-2.2	-2.7	-1.7	-3.5	-	

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, Momthly 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(%)
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	
KOSPI	1,448.06	1,113.06	1,076.07	1,124.47	1,162.11	1,063.03	1,206.26	13.5
KOSDAQ	440.77	308.03	307.48	332.05	364.90	363.21	421.44	16.0
KOSDAQ IT	637.40	465.57	443.60	472.21	517.21	529.70	628.94	18.7
다우	10,850.66	9,325.01	8,829.04	8,776.39	8,000.86	7,062.93	7,608.92	7.7
나스닥	2,091.88	1,720.95	1,535.57	1,577.03	1,476.42	1,377.84	1,528.59	10.9
원/달러 환율	1,130.40	1,326.92	1,390.09	1,373.84	1,346.10	1,429.46	1,461.98	2.3
원/엔 환율	1,060.06	1,327.10	1,435.06	1,503.28	1,487.18	1,546.11	1,495.71	-3.3
금리(국고채 3년)	5.81	5.09	4.97	3.97	3.44	3.78	3.69	-0.09%p
유가(Dubai)	96.30	67.65	49.90	40.52	44.12	43.09	45.58	5.8

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

□ 주가

- KOSPI지수는 미국 재무부의 부실자산 처리방안 발표와 금융기관 수익 호전에 따라 美 장세가 호전되면서 국내 주식시장 상승에 영향을 주어 전월대비 13.5% 증가

□ 환율

- 원/달러 환율은 미 금융시장 불안으로 지속적 강세를 보였으나 3월 하반기부터 국내 증시 상승과 외국인 순매수 확대로 전월대비 2.3% 상승에 그침

□ 금리

- 국고채 금리는 유럽 및 미국의 해외 정책 금리 약세가 강세 전환에 영향을 주지 못했으며, 경기지표 개선에 따른 한은의 기준금리 동결로 전월대비 -0.09%p 하락

□ 유가

- 국제 원유 시장은 미국의 원유 재고 확대, OPEC 생산쿼터 동결에도 불구하고, 선적량 감소 전망, 투기자금 유입으로 전월대비 5.8% 상승

<참고 1> 경제 심리로 본 최근 경기 진단

(삼성경제연구소, 2009. 3. 31)

□ 최근 소비 및 기업의 심리지표들이 소폭 개선

- 삼성경제연구소의 소비자태도지수는 '08년 3/4분기 37.7을 저점으로 '08년 4/4분기와 '09년 1/4분기 각각 38.5와 41.5로 소폭 개선
- 한국은행이 약 3,000개 업체를 조사한 전 산업 업황 BSI는 '08년 10월 이후 지속적으로 악화, 반면 전망 BSI는 '09년 2월부터 소폭 개선

<한국은행 기업경기조사 결과>

		2008			2009		
		10월	11월	12월	1월	2월	3월
전산업 업황 BSI	실적	65	57	53	54	52	—
	전망	76	64	57	50	54	56

주: 전망 BSI 조사시점은 해당월보다 1개월 앞섬. 자료: 한국은행, SERI('09. 3. 31) 재인용

□ 경제심리 개선이 추세적으로 이어진다면 '09년 중반 중(2/4분기 또는 3/4분기) 경기 저점 확인도 가능

- 외환위기의 경우 소비자태도지수와 업황 BSI(실적)는 경기 저점보다 2분기 앞서 저점을 형성하는데 최근 경제 심리지표들이 당시와 흡사

□ 하지만, 아직까지 경제심리 개선을 뒷받침할 뚜렷한 실물지표의 반등은 부재, 심리지표의 추세적 개선이라고 보는 것은 시기상조

- 소비를 결정하는 처분가능소득의 증가율이 감소하고 있으며, 실업률 증가와 높은 물가상승률로 생활불안도(물가상승률+실업률)가 확대되는 모습

※ 생활불안도: '08. 10월(7.8) → 11월(7.8) → 12월(7.4) → '09. 1월(7.3) → 2월(8.0)

- 기업의 매출액 및 채산성도 개선되지 못하는 상황으로 제조업 매출실적 지수(한국은행)의 경우 '08년 1월 57에서 '09년 1월과 2월 모두 54로 정체, 채산성 지수도 1월 대비 2월 하락

<참고 2> 최근 글로벌 고용사정의 특징과 시사점

(한국은행, 2009. 3. 20)

□ 미국의 주택경기 침체에 따른 금융시장 불안이 전세계의 금융시장과 실물경제로 확대됨에 따라 실업도 광범위하게 확산

- 미국의 실업률이 '07년 3월(4.4%) 상승하기 시작한 이래 일본 및 유럽국가의 실업률도 '08년 상반기 이후 상승세로 전환. 중국, 러시아 등 신흥국들의 실업률도 '08년 4/4분기 이후 크게 상승
- 국제노동기구(ILO)는 전세계 실업률이 '08년 6.0%에서 '09년 6.5%로 상승 전망

□ 기업들의 해고와 함께 신규 채용도 크게 줄여 청년실업이 증가

- 주요 선진국 모두 24세 이하 실업률이 24세 이상 실업률에 비해 빠르게 상승

<주요 선진국의 연령별 실업률>

		2007	2008					2009	
			연간	1/4	2/4	3/4	4/4	1월	2월
미국	16~24세	10.5	12.8	11.4	12.3	13.4	14.1	14.8	15.5
	25세 이상	3.6	4.6	3.9	4.2	4.8	5.6	6.4	6.9
유로	15~24세	14.9	15.4	14.6	15.1	15.5	16.3	16.9	—
	25~74세	6.6	6.6	6.4	6.5	6.6	6.9	7.2	—
일본	15~24세	7.7	7.3	7.3	7.2	7.9	6.7	7.4	—
	25~34세	4.9	5.2	5.2	5.1	5.4	5.1	5.6	—
	55~64세	3.4	3.6	3.6	3.7	3.6	3.7	3.5	—

자료: 미 노동부, EU 통계청, 영국 통계청, CEIC, 한국은행(2009. 3. 20) 재인용

□ 개발도상국 출신 이주노동자의 노동여건이 악화

- 미국의 경우 중남미 출신, 서유럽의 경우 동유럽 출신 이주노동자들의 실업률이 크게 증가, 대만, 말레이시아 등에서는 동남아시아 출신 이주노동자의 취업 여건이 크게 악화
- 전체 수출에서 동유럽 10개국으로의 수출 비중은 오스트리아 16.9%, 그리스 15.1%, 독일 11.1%, 이탈리아 8.4% 順