

제 1권 7호 통권 7호

월간 방송통신산업 동향

▶ 방송통신산업 평가 및 전망

▶ 이슈 분석

- MS-노키아, 모바일 SW 제휴로 Win-Win 기대하나 성공여부는 불투명
- 구글 보이스, 애플 앱스토어 등록 거부로 국내 시장 파급 효과 예상
- 저작권법 개정에 따른 콘텐츠 시장 참여자의 전략 변화 확대
- IPTV업계, 양방향성 강화한 IPTV 2.0 서비스 개시
- IPTV 채널 연동형 실시간 T-commerce 시험방송 실시

<방송통신산업 동향 요약>

I. 방송통신산업 동향

- 7월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.2%로 증가세 전환, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 2.0%로 3개월 연속 증가세 유지
- 7월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 확대, 초고속인터넷(6월)과 무선통신 서비스 가입자(7월)는 증가폭 확대
- 방송서비스 가입자는 6월 디지털 케이블 TV 7.3만명, 7월 IPTV 10.2만명 증가
- 향후 방송통신산업은 방송업의 방송광고 시장 개선, 통신업의 유무선 결합서비스 성장 확대와 부가통신서비스의 호조로 서서히 회복세를 보일 전망

II. 이슈 분석

- MS-노키아, 모바일 SW 제휴로 Win-Win 기대하나 성공여부는 불투명
 - 이번 협력으로 노키아는 매력적인 애플리케이션 확보를 통한 스마트폰 시장점유율 유지, MS는 자사 주력 제품인 오피스 판매 기반 확대를 기대하나 제휴 효과는 불확실
- 구글 보이스, 애플 앱스토어 등록 거부로 국내 시장 파급 효과 예상
 - 애플 앱스토어가 구글 보이스 애플리케이션을 아이폰 기능과 중복된다는 이유로 등록 거부하면서 FCC에서도 이용자 보호 강화를 위해 조사 착수. 향후 국내 앱스토어 운영시에도 이번 사건이 큰 영향을 미칠 전망
- 저작권법 개정에 따른 콘텐츠 시장 참여자의 전략 변화 확대
 - 온라인서비스 시장 참여자들의 가치사슬 및 비즈니스 모델 변화와 더불어 보다 체계적인 저작권 관리 시스템 구축과 고객 유인을 위한 다양한 수익 모델 개발 필요

○ IPTV업계, 양방향성 강화한 IPTV 2.0 서비스 개시

- 지속되고 있는 가입자 정체를 해소하기 위해 양방향성과 편의성 위주의 단순 개편에서 개방형 플랫폼 도입을 통한 진정한 IPTV 2.0 서비스로 진화 필요

○ IPTV 채널 연동형 실시간 T-commerce 시범방송 실시

- IPTV 기반 T-commerce 활성화를 위해서는 차별화 서비스에 앞서 IPTV서비스 가입자 확대 및 사용자 편의성 증진 시급

Ⅲ. 국내외 경제 동향

○ 국내 경제 동향

- 7월 광공업 생산지수는 전년동월대비 0.7% 기록해 증가세 전환, 7월 서비스업 생산지수는 전년동월대비 0.8% 증가해 4개월 연속 증가세 유지

○ 해외 경제 동향

- 산업생산은 7월 미국 증가세 전환(전기대비 0.5%), 일본 증가폭 둔화(전기대비 1.9%), 중국 증가폭 확대(전년동월대비 10.8%), 6월 유로 감소세 전환(전기대비 Δ 0.5%)

○ <참고 1: 세계 경제 5대 이슈: 불안과 희망 요인>

- 최근 세계 경기는 점차적으로 회복되고 있는 추세이나 미국 경제 회복 지연, 내수 중심 중국 경제 성장 한계 봉착, 일본 장기 침체 재진입 우려, 유럽의 금융 불안 요소 상존 등으로 세계 경기가 빠른 회복세를 나타내기는 어려울 전망

○ <참고 2: 늘어나는 가계부채, 문제없나?>

- 최근 가계대출이 주택담보대출을 중심으로 크게 증가. 낮은 대출금리, 주가 상승에 따른 금융자산 증가 등으로 가계신용은 현재 위험수준은 아니라고 판단, 하지만 지속적으로 가계부채가 증가할 경우 경제의 위협요인으로 작용 가능

<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
■ MS-노키아, 모바일 SW 제휴로 Win-Win 기대하나 성공여부는 불투명.....	8
■ 구글 보이스, 애플 앱스토어 등록 거부로 국내 시장 파급 효과 예상.....	12
■ 저작권법 개정에 따른 콘텐츠 시장 참여자의 전략 변화 확대.....	15
■ IPTV업계, 양방향성 강화한 IPTV 2.0 서비스 개시.....	18
■ IPTV 채널 연동형 실시간 T-commerce 시범방송 실시.....	21
III. 국내외 경제 동향	24
1. 국내외 경제 동향.....	24
2. 주요 경제 지표.....	27
<참고1: 세계 경제 5대 이슈: 불안과 희망 요인>.....	28
<참고2: 늘어나는 가계부채, 문제없나?>.....	29

I. 방송통신산업 동향

<방송통신산업 평가 및 전망>

□ 방송통신산업 평가: 방송업 침체 지속, 통신업 회복세

- 7월 방송업 생산지수 증가율은 전년동월대비 0.2%로 증가세 전환, 통신업 생산지수 증가율은 전년동월대비 2.0%로 3개월 연속 증가세 유지
- 7월 유선통신 서비스 가입자는 시내전화 감소폭 확대, 초고속인터넷(6월)과 무선통신 서비스 가입자(7월)는 증가폭 확대
- 방송서비스 가입자는 6월 디지털 케이블 TV(전월대비 7.3만명)의 증가세 지속, 6월 IPTV(전월대비 10.2만명)는 5개월 연속 증가폭 확대
- 8월 지상파 광고 시장 감소폭 확대, 광고경기예측지수(KAI)는 101.4로 지상파, 케이블 TV 등의 광고 경기 침체 지속
- 8월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 휴대폰 시장 수출 감소세 확대로 전년동월대비 14.7% 감소한 31.7억 달러 기록

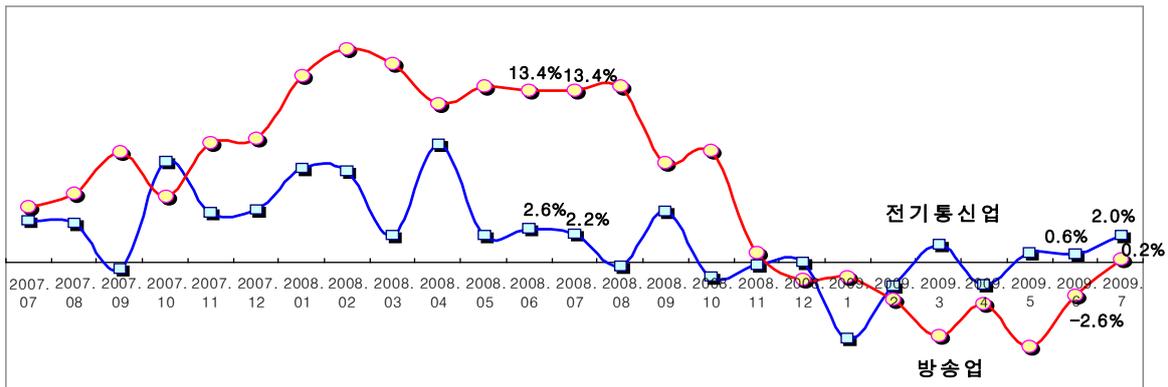
□ 방송통신산업 전망: 방송업은 방송광고 시장 개선, 통신업은 유무선 결합 서비스 성장 확대와 부가통신서비스의 호조로 서서히 회복세를 보일 전망

- 방송업은 하반기 경기 회복에 대한 기대감으로 기업들의 마케팅 비용이 확대되면서 큰 폭으로 감소했던 방송 광고 시장이 점차 개선될 전망
- 통신업은 통신 요금 인하 가능성에도 불구하고, 초고속 인터넷을 포함한 결합 시장 확대, 게임 및 포털업체의 성장으로 서서히 회복세를 보일 전망

1. 생산 동향

□ 7월 방송업 생산지수는 전년동월대비 0.2%로 증가세 전환, 통신업^{주)} 생산지수는 전년동월대비 2.0%로 3개월 연속 증가세 유지

[그림 I - 1] 방송통신 서비스업 생산지수 증가율 추이



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

- 7월 방송업은 지상파 광고 시장이 점차 증가하고 디지털케이블TV 가입자 확대에 따라 유선통신 시장이 호전되면서 증가세 전환, 통신업은 무선통신 시장의 안정적 성장과 부가통신 시장의 호조로 인해 3개월 연속 증가폭 확대

<표 I - 1> 방송통신 서비스업 활동 지수 및 증가율

(단위: 2005=100, 전년 동기 대비 %)

구 분	'07년	'08년		'09년					
	연간	연간	3/4	4/4	1/4	2/4	5월	6월	7월
방송통신서비스업	3.5	3.5	2.9	Δ0.1	Δ2.3	Δ0.6	0.7	0.6	2.0
방송업	4.3	10.3	11.5	2.6	Δ3.4	Δ4.2	Δ6.7	Δ2.6	0.2
지상파방송업	0.9	Δ4.5	Δ1.7	Δ15.5	Δ15.9	Δ15.5	Δ21.0	Δ11.6	Δ6.2
유선/위성 및 기타 방송업	6.7	19.8	19.5	14.9	2.9	1.9	1.5	2.1	3.5
통신업	3.4	2.7	1.9	Δ0.5	Δ2.2	Δ0.2	0.7	0.6	2.0
유선통신업	Δ0.5	0.7	Δ0.5	Δ3.3	Δ6.3	Δ3.2	Δ1.6	Δ2.9	Δ1.2
무선통신업	7.5	5.3	5.1	2.8	1.1	3.0	4.0	2.2	3.7
기타 통신업	3.4	1.1	Δ2.2	Δ2.2	1.6	Δ1.0	Δ4.5	9.0	7.8

자료: 통계청

2. 가입자 동향

가. 유선통신

□ 7월 시내전화 가입자 수는 전년동월대비 $\Delta 9.0\%$ 로 감소폭 확대 지속, 번호이동자수는 전월대비 약 9천명 증가한 2만5천명

- 시내전화 가입자는 인터넷 전화, 이동전화 등의 대체 수요 확대로 감소세 지속, 번호이동자 수는 KT, SK 브로드밴드로의 전환 가입자 확대

<표 I-2> 시내 전화 가입자 및 번호이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7
가입자	22,966	22,943	22,900	22,875	22,781	22,132	21,991	21,846	21,651	21,474	21,317	21,124	20,905
증가율	-1.1%	-1.3%	-1.8%	-1.8%	-2.2%	-4.3%	-4.9%	-5.4%	-6.3%	-7.0%	-7.5%	-8.2%	-9.0%
번호이동	24.2	20.0	32.7	43.3	27.7	22.5	14.1	12.6	18.4	19.3	14.1	16.2	25.4

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

□ 6월 초고속인터넷서비스 가입자는 전년동월대비 5.8% 증가

- 결합서비스 확대에 따른 KT와 SK브로드밴드의 FTTH 가입자와 LG파워콤의 LAN 가입자 확대로 전월대비 순증가입자는 6.1만명 기록

<표 I-3> 초고속인터넷서비스 가입자 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	15,059	15,094	15,225	15,265	15,389	15,458	15,475	15,520	15,598	15,706	15,822	15,877	15,939
증가율	4.3%	4.3%	4.8%	4.6%	5.1%	5.1%	5.2%	5.1%	5.1%	4.9%	5.3%	5.5%	5.8%

자료: 방송통신위원회

나. 무선통신

□ 7월 이동전화 가입자 수는 전년동월대비 5.2% 증가

- 업체들의 결합서비스 확대를 위한 마케팅 활동 강화로 5개월 연속 증가율 확대. 번호이동자 수는 전월대비 소폭 감소한 약 120만명 기록

<표 I-4> 이동전화 가입자 및 번호 이동 추이

(단위: 천 명, 전년 동월 대비 %)

구분	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7
가입자	45,064	45,149	45,275	45,386	45,495	45,607	45,778	45,989	46,235	46,497	46,836	47,071	47,340
증가율	6.3%	6.2%	5.8%	5.6%	5.3%	4.8%	4.6%	5.1%	4.4%	4.5%	4.7%	4.6%	5.2%
번호이동	1,195	863	748	704	592	617	581	624	888	1,070	1,412	1,476	1,197

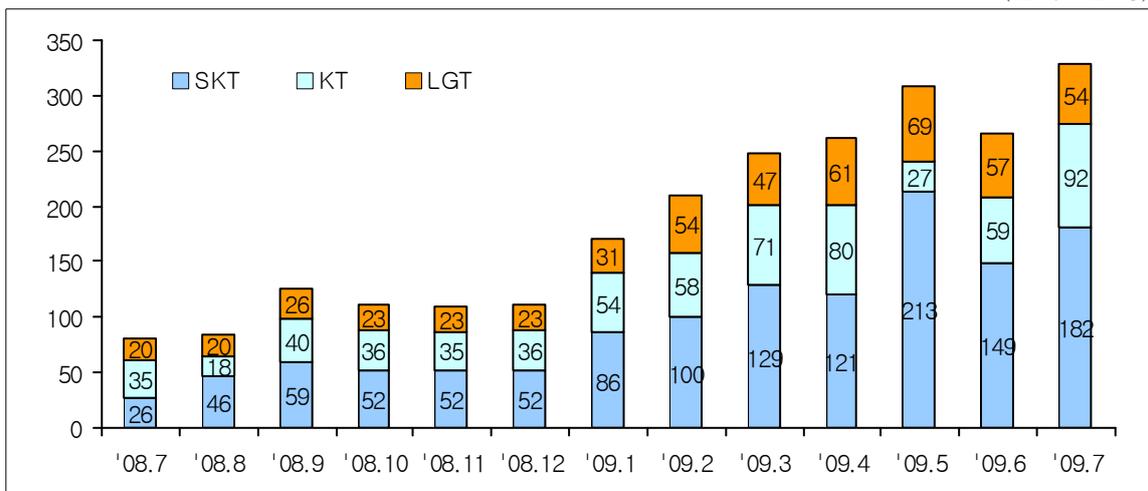
자료: 방송통신위원회

□ 7월 이동전화 순증가입자는 전월대비 32.8만명 기록

- SK텔레콤의 통합 KT에 대응하기 위한 SK브로드밴드와의 결합서비스 확대와 통합 KT 출범 이후 KT의 대대적인 결합서비스 마케팅 확대로 전월대비 순증가입자 6.3만명 증가

[그림 I-2] 사업자별 순증 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 방송통신위원회

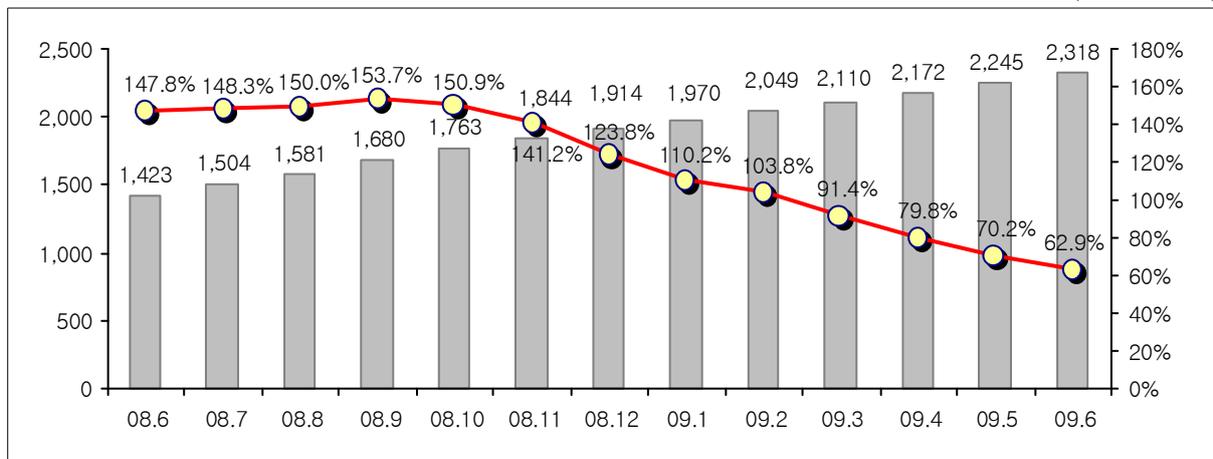
다. 방송서비스

□ 6월 디지털케이블TV 가입자는 전월대비 7.3만 명 증가해 232만 명 기록

- 케이블TV사업자들은 결합 상품을 통해 디지털케이블TV 가입자를 확대하면서 주요 MSO인 GS 계열(32.4%), 씨앤엠(30.7%) 등을 포함해 전체 케이블TV 가입자(1,531만명)의 디지털 전환율은 15.1% 기록

[그림 I -3] 디지털케이블TV 방송 가입자 추이

(단위: 천 명)



자료: 한국케이블TV방송협회

□ 7월 IPTV 가입자 수는 전월대비 10.2만 명 증가한 179만 명 기록

- IPTV 업체들은 서비스망, 사용자환경(UI), 요금제 등을 가다듬고 본격적인 가입자 유치를 펼치면서 실시간 IPTV 가입자가 매월 대폭 증가해 VoD를 포함한 전체 IPTV 가입자도 5개월 연속 증가폭 확대

<표 I -5> 주요 사업자별 IPTV 가입자 추이

(단위: 천 명)

구분	'08. 7	'08. 8	'08. 9	'08. 10	'08. 11	'08. 12	'09. 1	'09. 2	'09. 3	'09. 4	'09. 5	'09. 6	'09. 7
브로드앤TV	776	761	769	785	779	775	775	767	756	747	747	775	812
메가TV	723	766	808	847	826	773	712	691	694	710	712	724	753
myLGTV	34	37	38	44	52	65	80	95	110	131	157	188	224
합계	1,533	1,564	1,614	1,675	1,657	1,614	1,568	1,552	1,561	1,587	1,616	1,687	1,789

주: VoD 포함한 TV 가입자 수임

자료: KT, SK브로드밴드, LG데이콤 IR 자료

3. 지상파 광고 동향

□ 8월 지상파 광고 시장은 전년동월대비 17.1% 감소한 1조4천억원 기록

- 지상파 광고 시장은 여름 휴가철이 포함된 광고 비수기의 영향으로 지상파 TV뿐만 아니라 지속적으로 증가했던 지상파 DMB 시장까지 악화

<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	6월	7월	8월	
지상파 광고액	21,855	5,405	4,762	3,506	4,668	1,631	1,680	1,442	
증 가 율	전체	-8.7	0.1	-28.3	-32.0	-28.1	-22.3	-6.7	-17.1
	지상파 TV/라디오	-8.9	-0.1	-28.4	-32.1	-28.3	-22.5	-7.0	-17.1
	지상파 DMB	48.1	64.8	-1.1	-2.7	39.6	44.4	58.9	-18.0

자료: 한국방송광고공사

4. 광고경기에측지수(KAI) 현황

□ 8월 광고경기에측지수는 101.4로 전월대비 소폭 증가

- 여름 휴가철 광고 비수기로 인해 지상파, 케이블 TV 등의 광고가 침체, 9월에는 경기 회복에 따른 기업의 마케팅 비용 증가로 전체 광고 시장 호전 전망

<표 I-7> 광고경기에측지수(KAI) 현황

구분	6월(가중)	7월(가중)	8월(가중)	9월(가중)p
전체	122.8	98.9	101.4	130.6
TV	125.0	99.3	92.3	123.5
케이블 TV	113.0	97.4	91.6	115.3
라디오	103.7	105.8	92.9	108.4
신문	101.7	120.0	104.2	117.3
잡지	101.9	98.4	97.6	117.0
인터넷	121.6	111.3	105.9	111.8
옥외	98.5	102.3	101.1	106.9

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

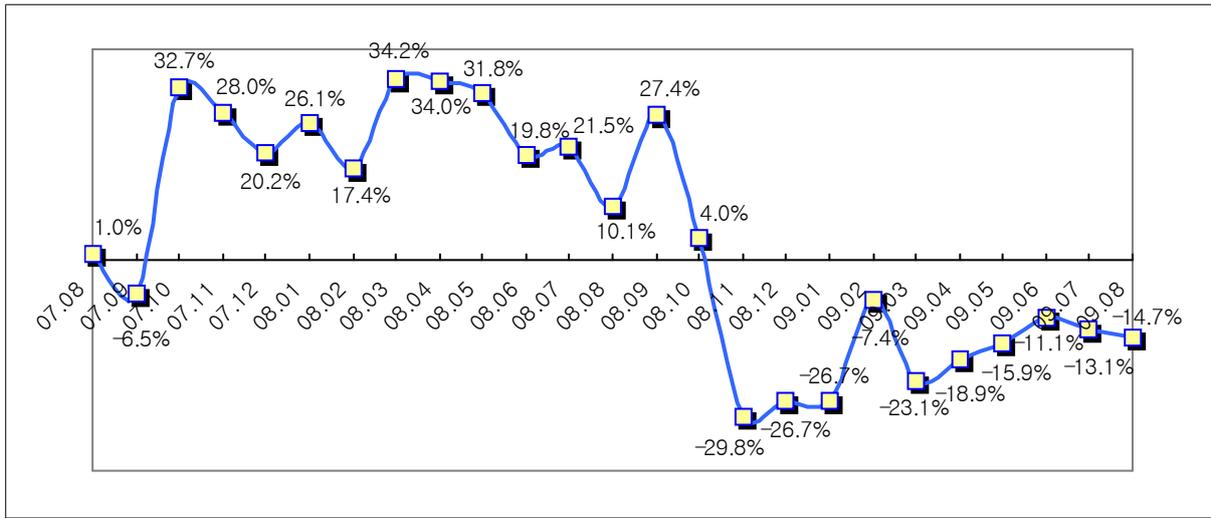
2. 가중치 산정방식은 조사 응답업체의 2008년 광고비 총액 대비 응답업체의 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고비 비중을 기준으로 업체별 가중치를 부여

자료: 한국방송광고공사 광고연구소

5. 수출 동향

□ 8월 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출은 전년동월대비 14.7% 감소한 31.7억 달러 기록

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



자료: 지식경제부, 2009년 8월(잠정치) IT산업 수출입 동향

- 8월 휴대폰 수출은 글로벌 시장 축소와 휴가철 재고 조절 등에 의해 일본을 제외한 주요국의 수출 감소. 반면 TV 부분품을 포함한 영상기기 수출은 감소세 둔화

<표 I-8> 통신·방송 및 영상·음향 기기 수출 동향

(단위: 백만 달러, %: 전년대비)

구분	'09년 8월 금액	'08년 8월 금액	'08~'09 8월 증가율	'09. 8월 누적 금액	'08. 8월 누적 금액	'08~'09. 8월 누적 증가율
통신방송영상음향 기기	3,168	3,716	△14.7	25,656	30,766	△16.6
○ 통신 및 방송기기	2,495	2,972	△16.0	20,690	24,182	△14.4
－ 통신기기	2,486	2,958	△15.9	20,610	24,102	△14.5
유선통신기기	98	95	3.7	690	992	△30.5
무선통신기기	19,921	2,863	△16.6	19,921	23,110	△13.8
－ 방송국용기기	9	13	△33.7	80	80	△0.8
○ 영상 및 음향기기	673	744	△9.4	4,966	6,584	△24.6
－ 영상기기	483	541	△10.6	3,553	4,881	△27.2
－ 음향기기	93	111	△16	627	933	△32.8
－ 기타 영상음향기기	97	93	5.8	785	770	2.1

자료: 지식경제부, 2009년 8월(잠정치) IT산업 수출입 동향

II. 이슈 분석

【MS-노키아, 모바일 SW 제휴로 Win-Win 기대하나 성공여부는 불투명】

- 스마트폰 플랫폼의 경쟁자인 MS와 노키아는 모바일 SW 개발 공조 발표, 향후 모바일 시장 전략 변화 예고
- 양사 상호협력으로 노키아는 매력적인 애플리케이션 확보를 통한 스마트폰 시장점유율 유지, MS는 자사 주력 제품인 오피스 판매 기반 확대를 기대하나 제휴 성과는 불확실

□ 스마트폰 플랫폼의 경쟁자인 마이크로소프트(이하 MS)와 노키아는 모바일 SW 개발 공조 발표, 향후 모바일 시장 전략 변화 예고

- MS와 노키아는 심비안 플랫폼기반 노키아 스마트폰에 MS의 오피스 모바일과 메신저 솔루션인 비즈니스 커뮤니케이션, 협업, 디바이스 관리 소프트웨어 등을 탑재하기로 합의('09. 8. 12)
 - MS 윈도모바일에서만 사용하던 워드, 엑셀, 파워포인트, 윈노트 등이 노키아 스마트폰에서도 문서의 열람, 편집, 생성, 공유 가능
 - 노키아 스마트폰에서 MS의 커뮤니케이션, 협업, 디바이스 관리 소프트웨어 등 엔터프라이즈 솔루션과의 호환성을 높임으로써 기업시장 공략 예고
- 동 협력은 비즈니스 시장에 최적화된 노키아의 E시리즈 스마트폰부터 도입될 계획이나 향후 일반 소비자용 스마트폰 애플리케이션 제휴까지 확대 예정
- 양사는 주요 이동통신사업자와 기업, 개인 등을 대상으로 공동마케팅 예정

□ 양사의 상호협력으로 노키아는 우수한 애플리케이션 확보를 통한 스마트폰 시장점유율 유지, MS는 자사 주력 제품인 오피스 판매 기반 확대 기대

- 스마트폰 시장에서 저조한 실적을 나타내고 있는 노키아는 강력한 MS 오피스 애플리케이션을 확보함으로써 기업을 비롯, 개인 스마트폰 시장 사수 총력
- － 최근 노키아는 애플, RIM 등의 공격적인 마케팅으로 스마트폰 시장에서 점유율 하락으로 고전중
 - ※ 이메일 기능과 기업 업무용 SW로 비즈니스맨 사이에서 돌풍을 일으킨 블랙베리는 올 2분기 점유율 18.7%까지 상승
 - ※ 애플은 다양한 애플리케이션을 보유하고 있는 ‘앱스토어’를 내세워 2분기 점유율 13.3%까지 상승

<표 II-1> 전 세계 스마트폰 시장점유율 변화

(단위: %)

	2Q08	3Q08	4Q08	1Q09	2Q09
Nokia	47.4	42.3	40.8	41.2	45.0
RIM	17.3	15.9	19.5	19.9	18.7
Apple	2.8	12.9	10.7	10.8	13.3
HTC	4.1	4.5	6.0	5.4	6.0
Fujitsu	3.3	2.8	2.5	3.8	3.0
기타	25.1	21.6	20.5	18.9	13.9
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Gartner(2009. 8)

- － 스마트폰의 실적 하락과 함께 모바일 OS 심비안의 시장영향력도 감퇴, 자사 단말 및 플랫폼 확대를 위한 애플리케이션 확보 필요
 - 노키아의 심비안은 단순하고 안정적인 것이 장점이나 다른 운영체제에 비해 기능상 제약이 있고 노키아를 제외하면 다른 운영체제에 비해 지원군이 약한편
 - MS 오피스를 통해 RIM이 확보하고 있는 기업시장을 공략하고, 개인용 스마트폰 애플리케이션으로 확대하여 스마트폰 시장 사수 기대

<표 II-2> OS별 시장점유율 변화

(단위: %)

	2Q08	3Q08	4Q08	1Q09	2Q09
Symbian	57.0	49.7	47.1	49.3	51.0
RIM	17.3	15.9	19.5	19.9	18.7
MS WM	12.0	11.1	12.4	10.3	9.3
iPhone OS	2.8	12.9	10.7	10.8	13.3
Linux	7.5	7.3	6.7	7.0	4.6
Palm OS	2.3	2.1	0.9	0.8	0.4
Android	0.0	0.0	1.7	1.6	1.8
기타 OS	1.1	1.0	1.1	0.5	0.8
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Gartner(2009. 8)

- MS는 윈도 모바일 점유율이 하락하는 상황에서 주요 매출원인 오피스를 스마트폰 1위 업체인 노키아에 제공함으로써 매출 기반 확대 기대
 - MS 윈도모바일은 여타 플랫폼 대비 안정성과 성능이 떨어진다는 인식이 높아 전체 스마트폰 플랫폼 중 점유율이 지속적으로 하락하는 상황
 - 현재 MS 최대 매출원인 MS 오피스가 성장 정체 상태인데다 구글과 썬 등의 웹기반 무료 오피스 등장으로 향후 성장 전망 부정적

<표 II-3> MS 매출 추이('09년 2분기 기준)

(단위: 백만 달러, 전년 동분기 대비 %)

	'09. 2Q	'08. 2Q	증가율
Client(OS 중심)	3,108	4,359	-28.7
Server and Tools	3,510	3,721	-5.7
Online Services Business	731	837	-12.7
Microsoft Business Division(오피스 중심)	4,564	5,266	-13.3
Entertainment and Devices Division	1,189	1,590	-25.2
Unallocated and other	-3	64	-104.7
Consolidated	13,099	15,837	-17.3

자료: MS IR 자료

□ 모바일 시장의 경쟁력 확보를 위한 상호협력의 긍정적 기대에도 불구하고, 경쟁관계에 놓여있는 MS-노키아간 제휴 성과는 불확실

- 근본적으로 노키아와 MS는 스마트폰의 핵심 요소인 플랫폼 분야에서 경쟁 관계에 놓여 있어 플랫폼 경쟁이 심화될수록 협력은 제한적일 것임
 - PC에서의 플랫폼 전쟁과 같이 모바일 시장의 주도권 확보를 위해 모바일 플랫폼 경쟁이 치열한 상황
 - MS 윈도우모바일의 강점이 PC와 호환 가능한 오피스에 있었기에 향후 모바일 OS 전쟁이 심화될수록 MS와 노키아의 협력이 약화될 가능성 높음
- 모바일 애플리케이션으로서 오피스 기능 자체에 대한 필요성 및 적합성 회의적, 상호협력의 파급효과는 크지 않을 전망
 - 오피스를 보유하고 있는 MS조차도 모바일 시장에서 PC에 상응하는 영향력을 가지고 있지 않음
 - 대다수의 사용자들은 휴대폰에서 무겁고 복잡한 오피스 기능 전체를 필요로 하지 않으며 기존의 간단한 문서작성 도구를 통해 수요 충족 가능
 - 또한 시장에 이미 MS 오피스와 호환되는 저가의 효율적인 옵션도 존재

【구글 보이스, 애플 앱스토어 등록 거부로 국내 시장 파급 효과 예상】

- 애플 앱스토어는 구글 보이스 애플리케이션을 아이폰 기능과 중복된다는 이유로 등록 거부하였고, FCC에서도 이용자 보호 강화를 위해 조사 착수
- 국내 SK텔레콤, KT, 삼성전자 등도 앱스토어를 준비중인 가운데, 이번 인터넷 전화 앱 등록 거부 사건은 국내에 상당한 영향을 미칠 것으로 보임

□ 애플의 앱스토어에서 인터넷전화 애플리케이션의 등록 거부

- 지난 7월 등록 거부로 이슈가 된 VoiceCentral은 애플의 아이폰에서 구글 보이스를 통한 인터넷전화를 가능하게 하는 애플리케이션임
 - 이전에도 공격성향이 강하거나, 공인 비방, 저작권 침해, 아이폰 혹은 아이튠스와 동일 기능 제공 등의 애플리케이션에 대해 퇴출 조치를 취한 바 있음
- 애플은 개발자에게 앱스토어에서 해당 애플리케이션이 삭제된 이유로 “아이폰의 기능과 중복되기 때문”이라고 밝혔으나, 미국 내 아이폰 독점 사업자인 AT&T와의 유착 여부에 의심의 눈초리를 보내고 있음
 - 여타 벤처기업에서 출시한 인터넷전화 애플리케이션은 그다지 위협이 되지 않지만, 구글의 인터넷전화는 타격이 클 수 있다는 우려가 작용한 것 아니냐는 의혹이 제기
 - 구글 보이스는 식별번호를 무료로 제공하고, 미국 내 전화도 무료 이용 가능
 - Skype 등 다른 인터넷전화 애플리케이션의 경우 이미 앱스토어에서 제공 중

□ 미국 FCC도 이동통신업계의 전반적인 관행을 조사하겠다고 밝히면서, 이번 인터넷전화 애플리케이션의 등록 거부 사태를 조사

- 미국 FCC가 이용자 보호 강화를 위해 이동통신업계의 전반적인 관행을 조사하겠다고 밝힌 가운데 애플의 구글 보이스 거부 건이 주요 관심사로 대두

- FCC가 애플, 구글, AT&T에 발송한 질의서는 애플의 구글 보이스 거절 이유, AT&T의 개입 여부, 구글 보이스와 타사 인터넷전화 애플리케이션의 차이점, 앱스토어에서 거절된 애플리케이션들과 이유, 애플은 승인 안된 애플리케이션들을 공개하는지 등을 담고 있음

<표 II-4> 애플의 구글 보이스 앱스토어 거부 건에 대한 당사자 입장

	애플	구글	AT&T
주장	<ul style="list-style-type: none"> • 구글 보이스 이용으로 기술적 문제가 발생하였고, 이를 조사중 	<ul style="list-style-type: none"> • 공정 경쟁을 위해 개방성을 보호되어야 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 애플의 결정에 관여할 수단 없으며, 애플이 해당 건에 대해 문의 및 요청한 사항도 없음
이해관계	<ul style="list-style-type: none"> • 기술적 안정성 확보 필요 • 구글의 안드로이드 마켓 등 앱스토어 경쟁자 등장 	<ul style="list-style-type: none"> • 통신시장 진출 • 개방성에 근거한 다양한 시장 창출 기회 모색 	<ul style="list-style-type: none"> • 아이폰의 독점 영업권 보유 • 구글 보이스 이용시 음성통화 수익 감소 우려

자료: 전자신문(2009. 8. 25) 등 정리

- 우리의 경우도 SK텔레콤, KT, 삼성전자 등이 앱스토어를 준비중인 가운데, 이번 인터넷전화 앱 등록 거부 사건은 국내에 상당한 영향을 미칠 것으로 보임

□ 애플의 앱스토어는 성공 모델로서 다양한 사업자에게 벤치마크 대상이 되기 때문에 관련 생태계 이해관계자에게 중요한 시사점을 제공

- 애플은 내부 심사, 개발자와의 피드백, 그리고 평판시스템을 이용하여 앱스토어의 애플리케이션의 품질을 관리하고 있지만, 다양한 이해당사자가 개입되어 있는 상황에서 관리에 대한 룰이 보다 투명하게 제시될 필요성 제기
- 통신시장의 경쟁자는 기존 통신, 방송사업자에서 나아가 S/W 등 인접 시장에까지 확대됨에 따라 통신사업자의 영향력이 점차 감소할 것으로 전망
 - 구글은 구글 보이스를 웹 기반을 통해 제공할 계획으로, 결국 이용자들은 구글 보이스 서비스를 이용 가능할 것으로 보임
 - 구글, RIM(리서치인모션), 마이크로소프트, 노키아, 삼성전자, SK텔레콤, KT 등에서도 모바일 애플리케이션 마켓을 준비하고 있어서 향후 모바일 애플리케이션 마켓 자체도 증가할 것으로 전망

<참고> 애플 앱스토어 거부 사례

애플리케이션	퇴출 사유	내용	비고
Baby Shaker	강한 공격성향	핸드폰을 흔들어 게임 속 아이의 울음을 멈추는 게임	-
Booty Caller	성인 콘텐츠	기본 전화 다이얼에 성인 콘텐츠 접근 방법을 포함	2009. 3 거부, 2009. 5 재등록
Drivetrain	제3자 저작권 침해에 이용	BitTorrent 전송에 있어서 리모트 콘트롤로 활용	BitTorrent가 불법이 아니고, 해당 앱 자체가 다운로드하는 것도 아님
Eucalyptus	부적절한 성인 콘텐츠	성인콘텐츠를 담고 있는 e북 제공 (카마수트라)	애플의 처사가 부적절하다는 여론에 앱 허용
Freedom Time	공인 비방	부시 행정부 임기말까지의 시간 제공	2008. 9 선거기간동안 거부
Google Latitude	기본설치 앱과의 혼동 유발	GPS 지도 제공을 통해 친구 찾기 등 서비스 제공	아이폰 기본 기능인 Maps (Google Map 이용)와 혼동 유발
Google Voice	기본설치 앱과 중복	인터넷 전화 서비스 제공	2009. 7 거부, 그 외 거부 사유에 대한 특별한 이유 미발표
I Am Rich	제시 안함	붉은 보석 그림 한장만 보여주면서 999 달러 부과	2008. 8 삭제
Knife Music by David Carnoy	혐오 콘텐츠	혐오 내용을 다룬 e-북	2008. 12 거부, 다음달 등록 처리 (수위 조정 후 등록)
Me So Holy	잠재적 모욕	자신의 얼굴을 예수 상의 얼굴 부분에 넣을 수 있도록 함	창의적이지만, 일부 이용자에게 모욕적일 수 있음
MyShoe	공인 비방	조지 부시 전 미국 대통령에게 신발을 던진 언론인 역할의 게임	일부 수정후 등록 처리 (자신이 올린 사진에 신발을 던지는 게임으로 수정)
Netshare	이유 제시 안함	아이폰 접속을 통해 컴퓨터로 인터넷 접속 서비스(테더링서비스)를 제공	2008. 7 등록, 이후 삭제 AT&T의 네트워크 부하 때문에 삭제된 것이라고 추측
NIN: Access	외설물	nin.com의 멀티미디어 및 커뮤니티 서비스에 접속	2009. 5 일시 삭제하였으나 몇일 후 업데이트 조치
Obama Trampoline	이유 제시 안함	정치인을 골라서 트램펄린에서 뛰게 하거나 풍선에 매다는 게임	공식적 이유 제시가 없었으나 공인 비방의 유형으로 보임
Pocket God	애플 트레이드마크 위반	원시인의 생존 게임 게임 내에 아이폰 이미지가 존재	2009. 3 업데이트 버전 거부
Podcaster	아이튠즈 기능 중복	팟캐스트 탐색, 관리 기능	2008. 9 배포 차단, 이후 RSS Player로 허용
Shaker	저작권 침해	테트리스와 유사한 게임	2008. 9 테트리스의 항의 후 삭제
Slasher	공격성향	위협용 칼의 그림이 나타남	-
South Park	반대할만한 콘텐츠	저속한 카툰 및 영상 제공	2009. 2 거부 아이튠즈에서는 South Park TV 쇼를 제공 중임
The Dope Wars	반대할만한 콘텐츠	뉴욕시의 마약판매상들의 시장 확대를 위한 전쟁 게임	2009. 1 차단, 수정 후 재등록 (마약대신 사탕으로 수정)

자료: BusinessWeek(2009. 8. 1.), "20 Rejected iPhone Apps: Controversial Choices"

【저작권법 개정에 따른 콘텐츠 시장 참여자의 전략 변화 확대】

- '09년 7월 급증하는 온라인 불법복제 유통 방지를 위한 저작권법 개정에 따라 온라인서비스 시장 참여자들의 가치사슬 및 비즈니스 모델 변화 확대
- 강화된 저작권법 개정에 대응하기 위해서는 보다 체계적인 저작권 관리 시스템 구축과 고객 유인을 위한 다양한 수익 모델 개발 필요

□ '08년 온라인 불법 저작물 적발 및 처리건수는 전년도에 비해 125.7% 증가

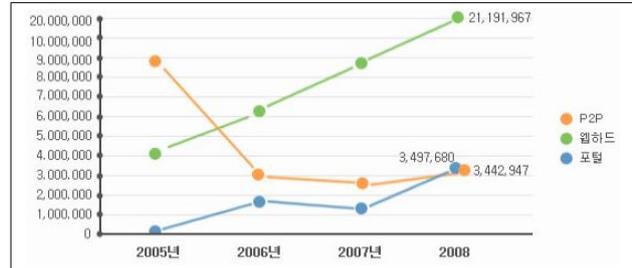
- 특히, 웹하드업체를 중심으로 디지털음원뿐만 아니라 디지털 영상, 디지털 출판물의 온라인 불법 저작물 적발 건수가 급격히 증가

<표 II-5> 온라인 불법 저작물 적발 및 처리건수

(단위: 천 건)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년
음악	11,798	8,421	8,480	12,874
영상	341	517	752	3,102
출판	880	2,067	3,233	12,156
합 계	13,020	110,004	12,466	28,133

(단위: 건 수)



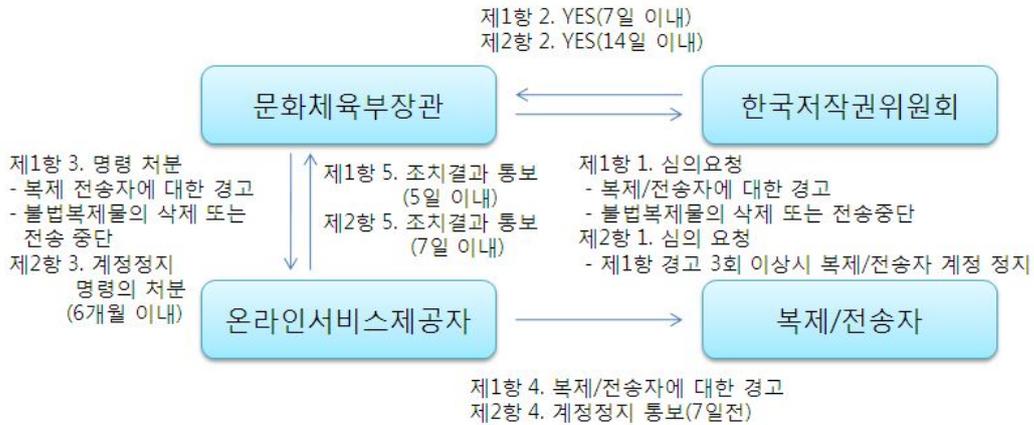
자료: 저작권보호센터

□ 온라인 불법복제 유통 방지를 위해 '09년 7월 23일 저작권법 개정

- 주요 핵심 개정내용은 개정법 제133조의2제1항 복제·전송자에 대한 경고 및 불법복제물의 삭제 또는 전송 중단, 제2항 반복적인 복제·전송자에 대한 계정 정지, 제4항 불법복제물 유통 게시판의 서비스 정지임

— 특히, 제2항의 경고 3회 이상 받은 경우 한국저작권위원회의 심의 절차에 따라 불법 복제·전송자 계정 정지, 4항의 온라인 서비스 제공자는 게시판 서비스 전부 또는 일부 운영 정지한다는 내용이 핵심 쟁점 사항임

[그림 II - 1] 제133조의2제1항 및 2항에 대한 행정 절차



자료: 문화관광부 개정 저작권법 해설(2009)

□ 이러한 규제 강화로 저작권자, 포털, 웹하드업체 등을 포함한 콘텐츠 유통 플랫폼업체, 기타 지원업체의 가치사슬 및 비즈니스 모델 변화 확대

- (저작권자) 방송국의 i3사(KBSi, iMBC, SBSi)는 방송 3사의 DRM free 콘텐츠를 인터넷에서 편리하게 다운로드 할 수 있는 콘팅(www.conting.co.kr)이란 콘텐츠 DB 통합 사이트를 오픈해 인터넷 유통 플랫폼업체로 확장
- (유통 플랫폼업체) 네이버, 다음 등의 포털업체, 웹하드업체, UCC업체 등은 원저작권자 및 저작권보호 기술업체 등과 전략적 제휴를 통해 불법 콘텐츠 유통을 방지하는 필터링 시스템 강화 및 합법적인 비즈니스 모델 확대
 - 네이버는 '08년 12월 뮤레카와 제휴해 음원필터링시스템을 도입했고 더불어 '09년 8월 엠넷닷컴과 제휴를 통한 네이버 뮤직(music.naver.com)을 오픈해 DRM-free 다운로드 서비스 제공, '09년 9월 중에는 CJ엔터테인먼트와 디지털 비디오 유통을 위한 합작법인 설립 예정
 - 웹하드업체인 나우콤(피디박스·클럽박스)은 필터링 기술 확대와 지상파 방송 3사 간에 저작권 보호 협약 체결, 영제협 및 영상산업협회, 음악 저작권자와 저작권보호 협상을 통해 유료 다운로드 서비스 제공

- UCC 업체인 판도라TV는 콘텐츠 저작권자 또는 유통 사업자들이 브랜드 채널을 개설해 자유롭게 콘텐츠를 판매할 수 있는 오픈마켓인 ‘엠티비’를 오픈해 영화, 드라마, 교육 등 30여개 채널에 약 6천여 편의 영상 제공
- UCC의 시작 전 또는 중간에 광고를 보여주고, 이에 대한 수익을 저작권자와 배분하는 새로운 수익모델도 등장

※ 드라마 ‘꽃보다 남자’의 편집 UCC의 경우 SK커뮤니케이션즈의 싸이월드는 감상 전 광고상영, 다음 TV팟은 중간에 광고를 통해 저작권자와 광고 수익 배분

- (지원업체) 저작권보호 기술업체 뮤레카는 '09년 7월에 저작권보호센터를 오픈, 8월 25일에는 디지털콘텐츠 유통센터를 구축해 포털, UCC 등 온라인 콘텐츠업체의 저작권관리와 유통, 정산, 분배 등의 토털 서비스 제공 예정

□ 저작권법 개정에 따라 보다 체계적인 저작권 관리 시스템 구축과 고객 유인을 위한 다양한 수익 모델 개발 필요

- 저작권법 강화로 향후 저작권 분쟁이 온라인서비스제공업체뿐만 아니라 블로거, UCC 사용자들까지 확대될 가능성이 크므로 저작권에 대한 사전 교육 강화 및 체계적인 모니터링 시스템 구축 필요
- 급속한 유료화 모델의 확산과 과도한 저작권법 행사는 국내 온라인 서비스 사용자 감소를 야기할 수 있으므로 저작권자, 온라인서비스제공자, 사용자 모두 윈-윈할 수 있는 신규 수익 모델 개발 필요

- 콘텐츠 활용 특성에 따라 사용자가 저작권에 대한 걱정없이 콘텐츠를 활용할 수 있도록 신규 비즈니스 모델 확대 필요

※ 소셜 네트워크업체 아이밐(www.imeem.com)은 유니버설, 소니-BGM 등 4대 음반사와 광고 수익을 배분하는 조건으로 음원에 대한 저작권에 합의해 배경음악, 음악 스트리밍 서비스 무료 제공(단, 다운로드 서비스는 유료)해 사용자 확대

【IPTV업계, 양방향성 강화한 IPTV 2.0 서비스 개시】

- 가입자 정체가 지속됨에 따라 양방향성 강화로 난관 극복 시도
- 양방향성과 편의성 위주의 단순 개편에서 개방형 플랫폼 도입을 통한 진정한 IPTV2.0 서비스로 진화 필요

□ SK브로드밴드, 양방향성을 강화한 ‘브로드앤 IPTV2.0’ 전략 발표 (’09. 8. 19)

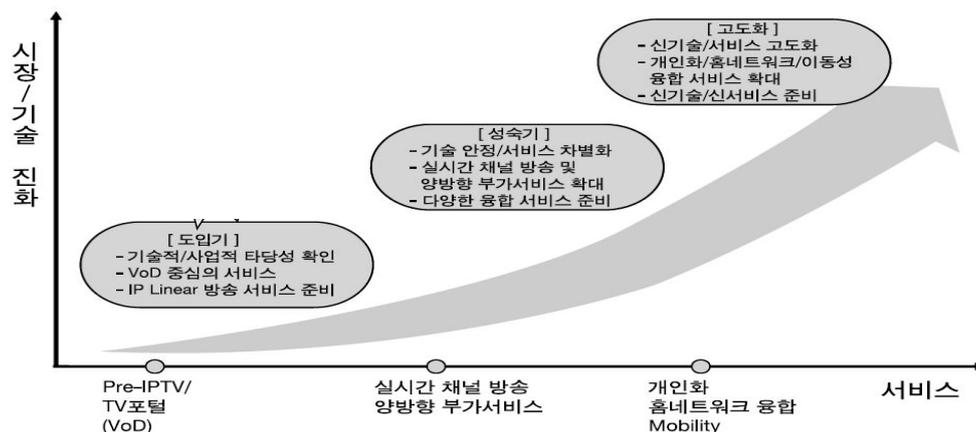
- 양적인 다채널 경쟁에 치우친 IPTV 1.0과 달리 양방향 뉴미디어의 특성을 살린 양방향성 강조
 - 단순 TV 시청 뿐만 아니라 정보 탐색 및 쇼핑 기능 강화, 예고편·메이킹·인터뷰·NG퍼레이드 등 다양한 연관 콘텐츠 시청 및 물건 구매가 가능한 ‘아이스크린’ 기능 추가
 - 채널이나 방송사 구분에 관계 없이 장르별 화면 구성으로 접근성 향상, 개인별 콘텐츠·화면·캐릭터 구성이 가능한 ‘미TV’도입, 콘텐츠 사업자별 채널 제공을 통한 콘텐츠 다양화 시도
- 이와 함께 SK텔레콤의 휴대폰용 콘텐츠와 애플리케이션을 IPTV에서 사용할 수 있도록 확장하는 한편, 점차적으로 PC나 휴대단말에서 같은 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하는 쓰리스크린 서비스로 진화 시도
 - 애플리케이션 인터페이스를 표준화해 SK텔레콤의 애플리케이션을 그대로 IPTV에 올릴 수 있도록 기술 개발 진행

□ IPTV업계, 서비스 차별화 미비로 가입자 정체¹⁾가 지속됨에 따라 양방향성 강화로 난관 극복 시도

1) '09. 8. 31 현재 IPTV 실시간 가입자는 74만명 수준으로 '09년 목표치인 200만명에 비해 저조

- 보도전문, 스포츠 등 핵심 채널을 포함한 실시간 채널 수급이 어느 정도 일단락, IPTV의 차별화 전략으로 부각되던 양방향 서비스 본격적 개발
 - 초기 양방향 서비스는 게임, 쇼핑, 뉴스 등의 독립형 서비스를 중심으로 전개. 최근 쇼핑, 게임, 교육 콘텐츠를 연동형으로 제공하는 수준으로 발전
 - 소비자 파급효과가 큰 방송콘텐츠 연동형 양방향 서비스의 경우 콘텐츠 사업자와의 이해관계로 인해서 상용화 지연, 공동 제작 등 우회 모색
- ※ KT는 제작단계부터 MBC와 공동 투자한 ‘꼬마신선타오’ 애니메이션으로 ‘클리어스킨²⁾’ 서비스 최초 상용화(’09. 8. 31)

[그림 II-2] IPTV서비스 발전단계



자료: TTA, 2008. 3

- 케이블 및 위성에서도 유사한 양방향 서비스가 제공되고 있으나, IPTV는 UI 및 위젯(Widget) 개선을 통한 접근성 향상을 통해 차별화 시도
 - ※ KT는 날씨, 시계달력, 뉴스, 증권, 영어단어, 인기영화 등을 개인별로 설정할 수 있는 위젯 서비스 9월 말 제공 계획
 - ※ LG데이콤도 각종 부가 및 양방향 서비스를 개인별로 간단하게 사용할 수 있게 하는 맞춤형 위젯 서비스 제공 계획 밝힘

2) 방송에 나오는 인물이나 소품을 선택하면 정보를 보여주고 상품 구매까지 제공하는 서비스로 콘텐츠 사업자의 저작권, T-Commerce 연동 등 이해 관계 조정 필요

□ 양방향성과 편의성 위주의 개편에서 개방형 플랫폼 도입을 통한 진정한 IPTV2.0 서비스로 진화 필요

- 현재 IPTV서비스가 유선통신 기반의 IPTV로써 VoD 및 기본적인 양방향 TV서비스를 제공하는 폐쇄형 구조라면, IPTV 2.0은 유무선이 통합되고 다양한 방송 및 인터넷 콘텐츠를 포괄하는 개방형 구조

<표 II-6> IPTV 1.0과 IPTV 2.0의 차이

특성	IPTV 1.0	IPTV 2.0
서비스	유선기반의 고품질 인터넷 TV	유무선 기반의 고품질 Mobile 인터넷 TV
사용자	거실에서 보는 고품질	임의의 IP 단말을 이용하여 이동중에도 임의의 IP 콘텐츠를 최적 품질의 멀티미디어 서비스 사용
사업자	Telco 중심의 Walled Garden	다양한 사업자 단일 소스를 다수 이용자가 이용
콘텐츠	사용자 단말	맞춤형 콘텐츠, 프로슈머 콘텐츠 상황인식 서비스/적응변형 콘텐츠
단말	고해상도 TV+STB	고정형 및 휴대 단말
인프라	유선기반 광대역/고품질 네트워크	유무선 통합 인프라
플랫폼	사업자 개별 플랫폼	개방형 플랫폼

자료: ETRI, 2009. 3

- IPTV2.0의 개방성은 인터넷과의 결합을 용이하게 함으로써 인터넷의 풍부한 콘텐츠의 유입을 촉진하는 방향으로 진화 필요

- ※ KT는 PC/모바일로 단말을 확장하고 Web 2.0을 수용하는 pCod(Personalized Portable Contents on Demand) 서비스로 개인 홈피와 웹 기반의 VoD 서비스 보장 계획

- ※ LG데이콤은 IPTV에서 모바일, 디카 등의 미디어를 공유해, IPTV, 인터넷, 모바일 간 콘텐츠를 공유하는 '개인미디어 공유 서비스' 계획

- 미국 AT&T는 야휴와 제휴한 U-Bar³⁾, Verizon은 개방형 Widget Bazaar⁴⁾를 통해 Walled Garden 형태에서 다양한 애플리케이션과 인터넷의 수많은 콘텐츠를 포용하는 형태로 진화 시도

3) 뉴스, 스포츠, 날씨, 교통, 주식 등을 TV화면에서 바로 확인할 수 있도록 지원하는 양방향 위젯

4) 일종의 TV 애플리케이션 마켓 개념으로 다양한 써드파티가 참여할 수 있도록 지원

【IPTV 채널 연동형 실시간 T-commerce 시범방송 실시】

- IPTV, 스포츠 생중계 중 관련 물품을 구매하는 채널 연동형 T-commerce 실시
- IPTV 기반 T-commerce 활성화를 위해서는 차별화 서비스에 앞서 IPTV서비스 가입자 확대 및 사용자 편의성 증진 시급

□ IPTV, 채널 연동형 실시간 T-commerce 시범 방송 실시

○ IPTV, 홈쇼핑을 제외한 실시간 쇼핑 실시('09. 8. 14)

－ 기존 IPTV에서는 독립형 홈쇼핑채널 및 VOD형 홈쇼핑 서비스 제공

• 기존 5개 홈쇼핑 사업자가 독립채널에서 실시간 쇼핑서비스 제공

※ 쿡TV(KT): 농수산홈쇼핑(5번), 롯데(8번), 현대(10번), GS홈쇼핑(10번), CJ오쇼핑(18번)

※ 브로드&TV(SK): 농수산홈쇼핑(15번), 롯데(8번), 현대(10번), GS홈쇼핑(14번), CJ오쇼핑(12번)

• 플랫폼 사업자(KT)가 VOD형태의 쇼핑 서비스 제공

※ 쿡쇼핑은 KT가 채널 779번에 서비스하고 있는 VoD TV쇼핑서비스로 KT의 자회사인 KT커머스 및 5대 홈쇼핑이 제공한 상품이 VoD 형태로 번갈아 소개됨

－ 이번 채널 연동형 시범 T-commerce는 화면 결제가 아닌 전화 결제 방식

• KT가 관련 솔루션을 제공하고 자회사인 KTH, IPTV 전용 스포츠채널인 IPSN이 함께 진행

• IPSN에서 실시간 중계하는 김연아선수의 아이스쇼⁵⁾에서 상품을 보고 리모콘으로 연락받을 전화번호를 입력하면, KTH콜센터에서 시청자에게 전화 연결한 뒤 신용카드, 무통장 입금 등을 통해 결제가 이뤄짐

5) 김연아 선수가 공연시 착용하는 액세서리와 공연음악 CD 등

□ IPTV, T-commerce를 통해 유료방송처럼 비약적인 시장규모 확대 기대

- 국내 TV홈쇼핑은 유료방송, 특히 방송채널용사업(PP)시장, 성장 견인
 - '95년 8월 서비스 시작 후 비약적인 성장세로 유선방송, 특히 방송채널용사업(PP)의 주요 매출원으로 부상
 - 초기 부진 후 케이블TV 가입자 수 증가, 신용카드 이용확대, 택배 발달. 전자상거래 지불 솔루션 등의 인프라 확충으로 급격한 성장세 시현 후 현재 성숙기 진입

<표 II-7> TV홈쇼핑 시장규모('98~'07)

년도	규모(억원)	CAGR('08~'02)	년도	규모(억원)	CAGR('03~'07)
1998	4,178	78.50%	2003	13,679	8.96%
1999	5,281		2004	14,310	
2000	10,230		2005	17,078	
2001	19,243		2006	18,850	
2002	42,428		2007	19,278	

주: 1) '03년부터 기업회계기준 변경으로 매출액산정기준 변경. '03년 이전 취급액을 매출액으로 간주, '03년 이후 매출액은 판매수수료로 변경(GS, CJ, 현대, 우리, 농수산 등 5개사의 매출액)

2) '03년 이후 매출액(판매수수료)에는 TV, 보험상품, 카달로그, 인터넷몰 포함

자료: KISDI, TV홈쇼핑채널 제도화 방안 연구, 2008, 재가공

- 방송채널사용사업의 경우, '07년 기준 상품판매(거의 홈쇼핑매출) 비중은 38.3%로 주요 수익원인 광고(21.5%) 및 수신료(6.5%)를 상회

<표 II-8> 상품판매가 방송채널시장규모에서 차지하는 비중 추이('04~'07)

	방송채널규모(억원)	상품판매(억원)	방송채널시장에서 상품판매가 차지하는 비율
2004년	25,884	9,543	36.9%
2005년	31,265	12,632	40.4%
2006년	36,687	13,164	35.9%
2007년	39,843	15,262	38.3%

자료: 방송통신위원회, 2008년 방송산업 실태조사 보고서, 2008 재가공

- 종합유선에서도 홈쇼핑의 매출기여도는 높은데, '07년 기준 홈쇼핑 송출 관련 매출의 비중은 14.0%로 수신료(46.7%), 인터넷접속사업(25.9%)에 이어 3위

- 기존 홈쇼핑 성장이 정체되면서, 기존 홈쇼핑과 유사하면서도 차별화된 양방향 서비스를 제공하는 IPTV기반 T-commerce가 이를 대체할 것으로 기대
 - 택내 쇼핑인 T-commerce는 백화점 등 오프라인, 상품구성이 다양하고 비교 검색이 용이한 온라인, 이동성에서 강점 있는 모바일 쇼핑과는 소구점이 상이

<표 II-9> IPTV기반 커머스 시장규모 전망('07~'15)

	2007년	2008년	2009년	2011년	2013년	2015년
CATV(조원)	4.10	4.05	4.04	4.05	4.00	3.98
IPTV(조원)	-	0.03	0.24	1.19	2.44	3.86
합계	4.10	4.08	4.28	5.24	6.44	7.84

자료: KT경영연구소, “광고, 커머스 시장 전망 및 이슈”, 2008

□ 현재 IPTV기반 T-commerce는 초기 시장으로 활성화를 위해서는 IPTV서비스 가입자 확대와 사용자 편의성 증진 시급

- '09년 8월 IPTV서비스의 실시간 서비스 가입자는 74만여명으로, 전체 케이블이용가구('07년 기준, 약 1,453가구)의 약 5.1%에 불과하여 우선 IPTV서비스 가입 촉진 필요

<표 II-10> IPTV 3사 가입자 현황('09년 8월 말 기준)

(단위: 천명)

	KT	SK브로드밴드	LG데이콤	총계
가입자(명)	347	177	216	740

자료: 방송통신위원회(2009. 8), IPTV 활성화 추진 현황

- 차별화된 서비스 개발에 앞서 T-commerce에 대한 인지도 개선, 상품 구성 다양화 및 사용 편리성 향상 필요
 - 설문조사결과⁶⁾, T-commerce가 가능한 서비스(디지털케이블, IPTV, 위성) 가입자 중 T-commerce 이용율은 35.6%에 불과하며, 비이용사유로 서비스에 대한 낮은 인지도(66.0%), ‘관심 있는 정보가 부족’(11.3%)하고 ‘결제 등 이용방식이 어려운 점’(5.3%), ‘리모컨 사용이 불편한 점’(5.3%) 점 등이 지적

6) KISDI, TV홈쇼핑채널 제도화 방안 연구, 2008

Ⅲ. 국내외 경제 동향

1. 국내외 경제 동향

가. 국내 경제 동향

□ 7월 광공업생산 전년동월대비 0.7% 증가, 증가세 전환

- 광공업생산은 기계장비, 1차 금속 등의 부진에도 불구하고, 반도체 및 부품 (17.1%), 자동차(17.0%), 기타운송장비(15.8%) 등의 호조로 증가세 전환

□ 7월 서비스업생산 전년동월대비 0.8% 증가, 증가세 유지

- 서비스업생산은 보건·사회복지서비스업(8.5%), 부동산업 및 임대업(7.7%), 금융·보험업(6.4%), 등의 호조로 4개월 연속 증가세 유지

□ 7월 경기선행지수는 전년동월대비 7.9% 증가, 4개월 연속 증가폭 확대

- 향후 경기국면을 예고해주는 선행지수는 기계수주액, 소비자기대지수, 재고 순환지표 등 8개 지표가 증가하여 4개월 연속 상승

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008	2009 ^p						
		연간	연간 ^p	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월 ^p
GDP 성장률		5.1	2.2	-4.3(0.1)			-2.5(2.3)			-
산업 생산	광공업 ¹⁾ 생산지수	6.9	3.0	-25.5	-10.0	-10.5	-8.2	-9.0	-1.2	0.7
	서비스업 생산지수	6.8	3.4	-1.1	0.3	-0.7	1.9	0.3	2.8	0.8
무역	수출(FOB, 억달러)	3,715	4,220	212	254	281	304	282	326	320
	수입(CIF, 억달러)	3,569	4,353	249	225	238	246	231	254	276
전망	경기선행지수	-	-	-4.1	-3.0	-2.0	0.1	2.6	5.8	7.9

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

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

□ 7월 소비재 판매 전년동월대비 1.9% 증가, 증가폭 둔화

- 7월중 소비재판매는 자동차 판매 증가 지속에도 불구하고, 가전제품, 컴퓨터·통신기기 등의 내구재(△0.1%)와 의복 등의 준내구재(△3.2%)는 감소, 반면, 차량연료, 화장품 등의 비내구재(0.4%)는 증가세
- 7월 소비자 동향은 가계수입 전망(99)과 소비자지출 전망(107) 모두 전월 수준 유지했으나 8월에는 가계수입 및 소비자 지출이 소폭 상승할 전망

□ 7월 취업자수는 2,383만 명으로 전년동월대비 7.6만명 감소

- 산업별로 제조업(△17.3만 명)은 내수 위축, 수출 감소 등의 영향, 건설업(△12.7만 명)은 민간부문 건축 저조로 감소세 지속, 반면 서비스업은 희망근로 등 정부 일자리 대책 등의 영향으로 증가세 지속(25.0만 명)
- 7월중 실업률은 3.7%로 전년동월대비 0.6%p 상승해 고용 부진 지속
 - － 청년층 실업률은 8.5%로 전년동월대비 1.1%p 상승해 고용 악화 지속

(단위: 전년동월대비, %)

		2007	2008	2009p						
		연간	연간	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월p
소비	소비재판매	5.1	1.0	-3.3	-6.1	-5.2	-3.9	1.6	7.5	1.9
	－ 내구재	9.6	1.9	-20.8	-3.7	-15.1	-12.0	3.8	21.9	-0.1
	－ 준내구재	3.9	-2.4	-1.2	-0.5	-0.7	0.7	0.9	-1.1	-3.2
	－ 비내구재	5.2	0.7	5.1	-8.4	-0.9	-1.0	0.7	3.5	4.7
	가계수입전망	—	—	83	83	82	91	98	98	99
	소비지출전망	—	—	91	91	91	100	104	107	107
고용	취업자수(만명)	2,343	2,358	2,286	2,274	2,311	2,352	2,372	2,397	2,383
	전년동기대비(만명)	28.2	14.5	-10.3	-14.2	-19.5	-18.8	-21.9	0.4	-7.6
	실업률(계절조정전)	3.2	3.1	3.6	3.9	4.0	3.8	3.8	3.9	3.7

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

나. 해외 경제 동향⁷⁾

□ 미국, 7월 산업생산 전월대비 0.5% 증가, 10개월 만에 증가세 전환

- 7월 신규 주택판매 확대(전월대비 0.5%p), 실업률 감소세 둔화(전월대비 0.1%p)로 경기 회복 가능성 확대

□ 일본, 7월 산업생산 전월대비 1.9% 증가, 증가폭 둔화

- 7월 산업생산은 자동차 반도체를 중심으로 증가세, 실업률 5.7%로 악화 지속

□ 중국, 7월 산업생산 전년동월대비 10.8% 증가, 3개월 연속 증가폭 확대

- 7월 수출(△23.0%) 부진에도 불구하고, 투자·소비 등 내수부문은 호조 지속

□ 유로지역, 6월 산업생산 전월대비 0.5% 감소

- 2분기 GDP 성장률은 △0.1%로 5분 연속 마이너스 성장

		2007	2008	2009						
		연간	연간	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월 ^p
미국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	2.0	1.1	<-5.5>			<-1.0>			
	산업생산 ¹⁾ (전기대비, %)	1.5	-2.2	-2.2	-0.8	-1.6	-0.7	-1.1	-0.4	0.5
일본	GDP 성장률(전기대비, %)	2.3	-0.7	-14.2			3.7			
	산업생산 ²⁾ (전기대비, %)	2.8	-3.3	-10.1	-9.4	1.6	5.9	5.9	2.3	1.9
중국	GDP 성장률(전년동기대비, %)	11.4	9.0	6.1			7.9			
	산업생산(전년동기대비, %)	18.5	12.9	-	11.0	8.3	7.3	8.9	10.7	10.8
유럽	GDP 성장률(전기대비, %)	2.6	0.8	-2.5			-0.1			
	산업생산 ³⁾ (전기대비, %)	3.5	-1.8	-2.7	-2.5	-1.2	-1.5	0.6	-0.5	

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, Monthly Bulletin(European Central Bank)

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

2. 주요 경제 지표

구분	2009							전월대비 증감률(%)
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	
KOSPI	1,063.03	1,206.26	1,369.36	1,395.89	1,390.07	1,557.29	1,591.85	2.2%
KOSDAQ	363.21	421.44	500.98	528.80	485.15	504.35	514.70	2.1%
KOSDAQ IT	529.70	628.94	762.67	797.49	732.53	772.08	798.93	3.5%
다우	7,182.08	7,522.02	8,168.12	8,403.80	8,447.00	9,171.61	9,496.28	3.5%
나스닥	1,391.47	1,501.80	1,717.30	1,751.79	1,835.04	1,978.50	2,009.06	1.5%
원/달러 환율	1,429.46	1,461.98	1,341.90	1,258.71	1,261.35	1,263.97	1,238.40	-2.0%
원/엔 환율	1,546.11	1,495.71	1,356.24	1,304.52	1,305.52	1,338.06	1,304.31	-2.5%
금리(국고채 3년)	3.78	3.69	3.76	3.83	4.09	4.09	4.42	0.33%p
유가(Dubai)	43.1	45.6	50.0	57.9	69.4	65.0	71.4	9.8%

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

□ 주가

- 코스피는 글로벌 증시 강세 및 경제지표 호조 등으로 경기 회복에 대한 기대감이 확대되어 연중 최고치를 경신하며 전월대비 2.2% 상승

□ 환율

- 원/달러 환율은 경상·무역수지 흑자 지속, 외국인의 순매수 지속 등의 영향으로 전월대비 △2.0%, 원/엔 환율은 전월대비 △2.5% 하락

□ 금리

- 금통위의 기준 금리 동결 결정에도 불구하고, 국내외 증시 호조와 경기회복 기대감 등으로 전월대비 0.33%p 상승

□ 유가

- 국제 원유 시장은 유로지역의 경기지표 개선에 따른 경기회복 기대감 등으로 전월대비 9.8% 상승

<참고 1> 세계 경제 5대 이슈: 불안과 희망 요인

(현대경제연구원, 2009. 8. 21)

□ 최근 세계 경기는 점차적으로 회복되고 있는 추세

○ 선진국, 아세안-5 등의 경제 회복 속도는 미미하나 상대적으로 중국과 인도의 경제가 빠르게 회복되고 있는 비대칭성을 보임

— 한국 경제는 네 가지 불안 요인과 한 가지 희망 요인에 직면 가능

<세계 경제 네 가지 불안 요인과 한 가지 희망 요인>

	요인	전망	현안
불안 요인	미국 경제 회복 지연	고용시장과 주택시장의 안정이 예상되는 2010년부터 본격적인 경기 회복권에 진입할 전망	향후 재정 적자 누적이 경기 회복 장애 요인으로 작용
	내수 중심 중국 경제 성장 한계 봉착	고정자산 투자, 소매판매 증가가 향후 성장세 유지의 주요 요인으로 작용할 전망	수출 부진, 자산 버블 형성 등이 제약 요인으로 작용
	일본 장기 침체 재진입 우려	수출 급감, 소매 판매 둔화로 느린 회복 속도를 나타낼 전망	재정 지출 여력이 악화된 상황에 내수 경기 침체가 심화될 경우 장기 침체 우려
	유럽의 금융 불안 요소 상존	실물 활동 지표 개선이 미약하여 매우 느린 경기 회복 속도를 보일 것으로 예상	느린 경기 회복 속에서 동구권 경제의 경기 침체 심화가 서유럽 은행 부문의 부실 확대에 이어질 우려가 있음
희망 요인	중동 건설 시장 회복 가능성	원유 가격 상승, 프로젝트 추진 증가 등의 영향으로 2010년부터 경제 회복과 건설 프로젝트 증가 추세가 이어질 전망	

□ 미흡한 미국 및 유럽 등의 경기 회복 속도로 세계 경기가 빠른 회복세를 나타내기는 어려울 전망

○ 2010년에 들어서야 본격적인 회복세의 진입이 예상되는 반면 또 다른 금융 위기 가능성도 존재함

— 경기부양정책과 국내 외환시장 안정화 정책의 지속적인 실행, 지역별 차별화된 수출전략 추진 등을 통하여 지속적인 국내 경기 회복을 모색할 필요

<참고 2> 늘어나는 가계부채, 문제없나?

(삼성경제연구소 2009. 8. 19)

□ 최근 가계대출이 주택담보대출을 중심으로 크게 증가

- '09년 1~7월 주택담보대출 증가액은 사상 최대치인 22.6조원으로 주택가격이 급등하던 '06년 1~7월 14조원에 비해서도 훨씬 큰 규모
 - 채무부담능력 지표인 금융부채/처분가능소득 비율도 악화('07년 136.2 → '08년 139.9 → '09년 1분기 142.3)
- 가계대출의 증가는 유동성 공급 및 부동산 규제 완화, 금융기관의 대출여력 증가, 가격 상승 기대에 따른 주택투자수요 확대에 기인
 - 경기침체에 따른 생활자금수요 증가와 자영업자의 주택담보대출을 통한 사업자금확보 증가 등도 가계대출 증가의 한 원인

□ 단기적으로 소비위축 방지, 주택시장 안정 등의 효과 존재, 장기적으로는 가계 및 금융기관 부실과 잠재성장률 저하 초래

- 가계대출이 부동산에 집중될 경우 부동산버블로 금융기관 부실화 가능성
 - 스웨덴, 노르웨이, 핀란드 등 북구 3국은 '80년대 중후반 가계부채가 급증한 후 '90년대 들어 심각한 버블 붕괴를 경험
- 가계부채의 증가는 총저축률을 저하시켜 미래 시점에 소비 및 투자의 감소를 가져와 성장잠재력을 훼손
 - 개인 순저축률이 1%p 하락할 경우 총고정투자율은 2년 후 약 0.38%p 감소

□ 낮은 대출금리, 주가 상승에 따른 금융자산 증가 등으로 현재 위험수준은 아니지만 가계부채 지속적 상승시 경제의 위협요인으로 작용 가능

- '09년 1/4분기 가계대출금리는 5.73%('08년 4/4분기 7.47%), 금융위원회에 따르면 주택담보금리 1%p 상승할 때 가계는 3조4천억원을 추가로 부담
- 금융기관의 위험관리를 강화하고 기업으로 자금공급 확대를 위해 실효성 있는 신용평가체제 구축이 필요