

제21권 2호 통권 455호

방송통신정책

Communications Policy



2009.2.2



초 점

녹색성장정책에 있어 IT의 역할 및 중요성
방송산업 통계의 시계열 분석

동 향

영국의 유료방송시장 현황
2020년 인터넷의 미래 전망
미국 DOJ와 FCC, Verizon Wireless와 Alltel의 기업결합 조건부 승인결정
미 스프린트社 저가 정액요금제 출시
Ovum의 글로벌 IPTV 시장 전망

정보통신정책연구원

『정보통신정책연구원』은 「통신개발연구원」의 후신으로서 미래·정보화 분야, 통신방송정책분야, 공정경쟁분야, IT산업정책분야, IT국제협력분야, 우정사업정책분야 관련 연구를 통해 국가 정책수립에 기여하고 있습니다.

본 연구원의 주요 연구결과는 연구보고, 정책자료, 참고자료 및 『정보통신정책』, 『KISDI 이슈리포트』 등의 정기 및 부정기 간행물의 형태로 발간되고 있으며, 연구원 인터넷 홈페이지에도 수록되어 있습니다.

(인터넷 홈페이지: <http://www.kisdi.re.kr/>)

◎ 방송통신정책 ◎

- 『방송통신정책』은 국내외 방송통신 관련 정책 전반을 다루는 전문 연구지로서 정보통신정책연구원의 연구진 및 외부 전문가의 참여로 집필하고 매월 1일과 16일에 발간됩니다.
- 본 『방송통신정책』에 게재된 내용은 저작권법의 보호를 받으며, 무단전제를 금합니다. 인용시에는 다음과 같이 표기하여 주시기 바랍니다.
저자명, 「제목」, 『방송통신정책』, 정보통신정책연구원, 제x권 x호, 통권xxx호, 200x. x. x.
- 본 『방송통신정책』에 게재된 내용은 연구원의 공식 견해가 아니며, 필자 개개인의 견해를 밝힙니다.
- 『방송통신정책』에 대한 문의 및 건의사항이 있으시면 아래로 연락해 주시기 바랍니다.

정보통신정책연구원 동향분석실 『방송통신정책』 담당자

전화: (02)570-4314 FAX: (02)570-4249

<알림>

정보통신정책연구원은 방송·통신 융합이라는 시대 흐름에 부응해 통신 중심의 연구역량을 방송으로 확대, 방송과 통신을 아우르는 이슈를 담기 위하여 2009년 1월 1일부로 기존의 '정보통신정책'을 '방송통신정책'으로 변경하였음을 알려드립니다.

방송통신정책

Communications Policy

차례

제 21 권 2호 통권 455호 2009년 2월 2일

초 점

녹색성장정책에 있어 IT의 역할 및 중요성

황성진 · 박상주 / 1

방송산업 통계의 시계열 분석

김해수 / 29

동 향

영국의 유료방송시장 현황

신호철 / 51

2020년 인터넷의 미래 전망

유지연 / 62

미국 DOJ와 FCC, Verizon Wireless와 Alltel의 기업결합 조건부 승인결정

황주연 / 65

미 스프린트社 저가 정액요금제 출시

이은민 / 72

Ovum의 글로벌 IPTV 시장 전망

권성미 / 76

녹색성장정책에 있어 IT의 역할 및 중요성

- 에너지 관련 정책을 중심으로 -

황성진* · 박상주**

녹색성장정책은 최근 세계적으로 문제가 되고 있는 환경오염문제를 해결함과 동시에 매장량이 한정된 재생 불능의 화석연료 의존적인 경제성장을 지속하기 위하여 강구된 것으로서 주요 내용은 환경정책과 에너지정책으로 구분될 수 있으며 환경정책은 에너지 고효율의 재생 가능한 소재의 개발과 같은 산업적인 측면과 녹지화 사업 등과 같은 사회적 측면이 나뉜다. 또한 에너지정책은 에너지 사용의 효율화를 증대시키는 것과 신대체 에너지를 개발하는 것이 중심이 되고 있다.

에너지정책에 있어 대부분의 주요국들이 경제성이 확인되고 단기간에 성과가 가능한 에너지 사용의 효율화 정책을 우선적으로 추진하고 있으며 정보통신연구진흥원의 발표에 따르면 2030년에는 에너지 사용 효율화를 통한 에너지 수요 절감효과가 신대체 에너지 개발을 통한 절감효과의 약 2배에 이를 것으로 전망되고 있다.

이러한 에너지 사용의 효율화정책에 있어 가장 큰 특징은 IT부문을 적극 활용하고 있다는 것인데 최근 이러한 IT부문의 활용은 단순히 'IT부문의 에너지 고효율화'(협의의 그린 IT)와 'IT를 활용한 에너지 고효율화'(광의의 그린 IT)를 넘어 IT 기반구조로서 차세대 통신망인 USN(유비쿼터스 센서 망)을 활용한 사회 전반에 걸친 에너지 사용의 고효율화정책까지를 포함하고 있는 추세이다.

따라서 주요국들의 녹색성장정책을 살펴보면 핵심부문인 에너지정책의 수립에 있어 국가정보화 계획이 상당히 중요한 비중을 차지하고 있으며 일본의 경우에는 국가정보화전략이 이러한 에너지 정책을 대체하고 있기까지 하다. 이와 같이 주요국들이 국가정보화전략을 바탕으로 한 녹색성장정책을 국가적 차원에서 미래의 신성장동력을 개발하기 위하여 수립, 추진되고 있는 상황에서 우리나라의 경우 금년 초 녹색성장추진위원회(가칭)가 신설되고 국가적 차원에서 녹색성장정책을 수립하여 새로운 경제성장을 위한 동력으로써 추진하는 것은 매우 시의적절하며 의미있는 것이라 할 수 있을 것이다.

* 정보통신정책연구원 동향분석실 책임연구원, (02)570-4331, hochonga@kisdi.re.kr

** 정보통신정책연구원 동향분석실 연구원, (02)570-4126, sjpark@kisdi.re.kr

녹색성장정책의 수립에 있어 주요국들의 추진현황에서 나타나고 있는 것과 같이, 특히 에너지정책의 수립에 있어 환경문제를 해결하고 화석연료의 의존도를 낮추기 위한 신대체 에너지의 개발에 앞서 에너지 사용의 고효율화가 우선적으로 추진되어야 할 것이며 또한 이를 위하여 단순한 그린 IT수준이 아닌 사회 전반에 걸친 에너지 사용의 고효율화 역시 함께 추진되어야 할 것이다. 그리고 그러한 에너지 사용의 고효율화에 있어 IT부문의 적극적인 활용이 매우 중요할 것이다.

목 차

- I. 서 론 / 2
- II. 녹색성장정책 개요 / 3
 - 1. 녹색성장정책의 추진 배경 / 3
 - 2. 녹색성장정책의 주요 내용 / 7
- III. 주요국의 녹색성장정책 추진현황 / 10
 - 1. 미국 / 11
 - 2. EU / 15
 - 3. 일본 / 19
- IV. 우리나라의 녹색성장정책 추진 현황 / 22
- V. 결론 및 시사점 / 25

I. 서 론

최근 세계적인 금융위기를 극복하기 위한 경기회복정책은 물론 미래의 새로운 성장 동력으로서 환경산업이 거론되고 있으며 이와 같이 환경산업을 활용한 경기부양책을 ‘그린 뉴 딜’이라고까지 명명하고 있는 실정이다. 이와 같이 환경산업이 미래 핵심 산업으로 부상하게 된

배경에는 최근 전 세계적으로 논의되고 있는 환경오염문제가 있으며 이러한 환경오염문제는 비단 오늘날의 문제가 아니고 이미 19세기 산업혁명 이후 화석연료의 사용이 증가되면서 예견되었던 것으로서 산업화 사회가 가지는 근원적인 문제인 것이다.

환경오염문제는 크게 1976년에 발생한 다이옥신 배출 사고로 제기된 유해 산업폐기물에 대한 처리문제와 함께 온실가스에 의한 대기오염으로 야기되고 있는 지구온난화문제가 중심을 이루고 있으며 UN을 비롯한 국제기구는 물론 그 린피스 등과 같은 민간단체에 의하여 '70년대부터 꾸준히 제기되어 왔던 것이다.

대기오염문제가 심각한 것은 화석연료 사용량이 급격히 증가함에 따라 대기 내 탄산가스 농도가 증가되고 증가된 대기 내 탄산가스 농도가 지구 온난화를 일으키고 있기 때문이다. 이러한 대기

내 탄산가스의 농도는 산업혁명 이후 약 25%로 증가하였으며, 지구 대기권의 평균기온 역시 0.5°C 정도 상승하였다. 또한 산업혁명 당시 농도의 약 2배가 될 것이라 추정되는 2030년에는 1.5~4.5°C(평균 3°C)만큼 지구 대기권의 평균기온이 상승될 것으로 예상되고 있다. 이에 따라 바닷물의 수온도 상승하여 100년에 14.3~22.7cm씩 평균 해면수위가 상승하고 있으며, 2030년까지는 20~140cm 상승할 것으로 예상되고 있다. 또한 화석연료의 사용은 유황 성분으로 인한 산성비는 물론 불화염화탄소 사용량 증가에 따른 오존층의 파괴 등과 같은 지구환경에 심각한 악영향을 미치고 있다. 영국 스텐 보고서(Stern Review)는 지구 온난화 방지 시 인류는 전 세계 GDP의 5~20%를 비용으로 소모하게 될 것이며, 1930년대의 대 공황 같은 경제적 파탄이 올 것이라고 경고했다.

환경오염문제는 멀지 않은 미래에 인간은 물론 지구상의 모든 생명체에 가장 위협적인 요소로 대두될 것으로서 이에 대한 대비책 마련은 지극히 당연한 것이며 이러한 대비책을 통하여 인간 사회가 재도약할 수 있다면 그것은 최선의 해결책이 될 것이다. 따라서 이러한 관점에서 보면 최근 세계 주요국들을 중심으로 활발히 추진되고 있는 녹색성장정책은 단순한 경제차원만의 문제가 아닌 인류의 존립과 직결된 매우 중요한 것으로 이해할 수 있을 것이다.

또한 이러한 세계적 녹색성장 추세와 더불어 IT부문을 활용한 산업간의 융합 역시 또 다른 하나의 세계적 추세로 나타나고 있다. 따라서 여기에서는 주요국들이 현재 추진하고 있는 녹색성장정책의 추진현황을 분석함에 있어 IT의 역할과 중요성에 대하여 살펴보고 이들 주요국들의 녹색성장정책 추진 사례가 우리에게 주는 시사점들을 알아보려고 한다.

II. 녹색성장정책 개요

1. 녹색성장정책의 추진 배경

'70년대 말부터 과학자들을 중심으로 거론되기 시작한 지구온난화문제는 1988년 6

월 캐나다 토론토에서의 지구온난화에 대한 국제협약 제의를 거쳐 1992년 5월에 드디어 UN에서 기후변화협약으로 체결되게 되었다. 기후변화협약은 2000년까지 기후변화의 주된 원인인 온실가스를 1990년 수준으로 감축하기로 한 것이었으나 이행이 충분치 않음으로 협약 당사국들은 1997년 12월 일본 교토에 모여 교토의정서를 채택하게 된 것이다.

그러나 여전히 이산화탄소량의 약 36%를 차지하는 미국이 교토의정서의 이행을 거부하고 있어 현실적인 이산화탄소 배출 감소효과는 회의적이다. 이에 대하여 UN은 기후변화문제를 최우선과제로 선정하고 교토협약¹⁾ 이후의 Post-2012체제 논의를 위한 발리 로드 맵을 채택하였으나 미국의 불참으로 EU는 EU 주도하에 포스트 교토협약을 준비 중이며 미국은 별도로 주요국회의를 통하여 UN의 기후변화문제에 대응하고 있는 실정이다.

EU는 기존의 교토체제를 확대하는 방향에서 포스트 교토협상을 준비하고 있으며 이를 통하여 2020년까지 1990년 대비 25~40%의 감축을 예상하고 있는 반면 미국은 G8과 중국, 인도 등 전 세계 CO₂ 배출량의 80%를 차지하는 국가들과의 회의를 통하여 현재 수준의 50%를 감축하는 것을 골자로 지난 2008년 6월 서울에서 제4차 에너지 안보 및 기후변화에 관한 주요국 회의를 개최하였으며 이를 요약, 비교하면 <표 1>과 같다.

교토협약의 가장 큰 문제점은 중국, 인도와 같은 신흥공업국에 CO₂ 배출 감축을 의무화하지 않고 있다는 것과²⁾ 최대 CO₂ 배출국인 미국이 불참하고 있다는 것이며 미국이 주도하는 주요국회의에 있어 문제점은 구속력이 없다는 것이다.

그러나 세계 주요국 대부분이 참여하고 있어 우리나라의 경우 형태에 관계없이 CO₂ 배출량 감축은 피할 수 없는 상황이 될 것이며 또한 이러한 두 체제 속에서의

1) 의정서가 국제협약으로서 효력을 발휘하기 위하여 55개국 이상이 비준하고 비준국 가운데 이산화탄소 배출량이 1990년 기준으로 55% 이상이면 가능하며 2004년 이산화탄소 배출량 약 7%로 세계 3위인 러시아가 비준함으로써 교토의정서가 국제협약으로서 효력을 지니게 된 것이다.
2) 신흥공업국가로서 이미 주요 선진국들에 의하여 배출된 이산화탄소에 대하여 감축의무를 이행하는 것에 동의하지 않는 것은 당연한 것으로 판단된다.

역할 및 관계설정 또한 쉽지 않은 문제가 될 것이다. 특히 우리나라 CO₂의 배출량은 연간 약 5.9톤으로 전 세계 배출량의 약 1.7%를 차지하고 있으며 이는 세계 10위, OECD 국가 중 6위에 해당함으로써 2007년 12월 인도네시아에서 개최된 UN 기후 변화 총회에서 실질적인 배출량 감축을 위하여 채택된 ‘발리 로드 맵’으로 인하여 온실가스 배출에 대한 의무 이행이 불가피하게 될 전망이다.

〈표 1〉 교토협약과 주요국회의 비교

구 분	유엔 프로세스(EU 주도)	주요국회의 프로세스(미국주도)
목 적	온실가스 감축을 통한 지구온난화 방지	기후변화, 경제성장, 에너지안보 통합적 고려
감축목표	구속적(binding)	비구속적(non-binding)
목표 설정 방법	Top down의 강제적 방식	Bottom up의 자발적 방식
이행방식	배출권거래 활성화 강조	청정기술 개발 및 이전 강조
주요 관건	미국, 중국 등의 참여 여부	유엔 프로세스와의 조화
참여국의 배출량 비중	세계 총 배출량의 30%(미국 및 개도국의 참여 촉구 중)	17개국 모두 참여시 협상초기단계 전 세계 배출량의 80%

자료: 기획재정부(2008)

이러한 지구온난화문제의 핵심 원인으로서 주목받고 있는 이산화탄소는 거의 대부분이 석유와 석탄과 같은 화석연료의 연소에 의하여 발생되고 있다는 것이다. 화석연료는 지구의 지각변동 등에 의하여 자연적으로 생겨난 것으로서 석탄과 석유 그리고 천연가스 등이 있으며 산업혁명 이후 이러한 화석연료의 사용은 계속 증가되어 현재 전 세계 에너지 소비량의 약 85%를 화석연료에 의존하고 있다.

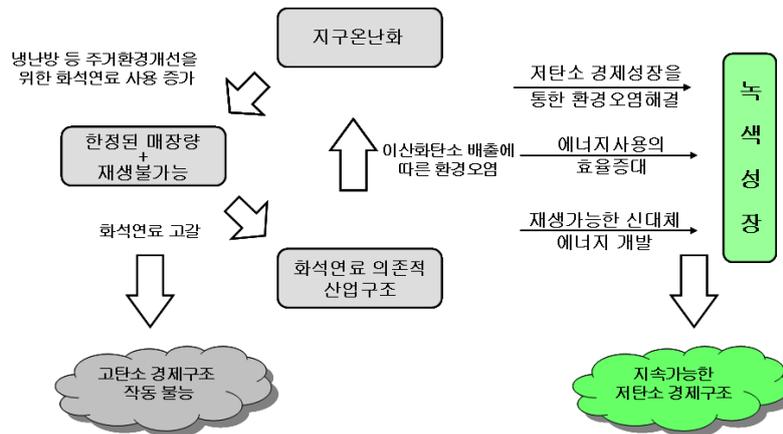
이러한 화석연료의 사용 증가에 따른 문제점은 우선 화석연료라는 것이 천연 지하 자원으로서 매장지역에 따른 자원의 지역적 편중이 심하며 매장량이 한정되어 있는 반면 재생이 불가능하다는 점이다. 이에 따라 '70년대 이후 산유국들이 석유자원을 무기화하기 시작하였으며 전 세계는 수차례의 석유파동을 겪어야 했던 것이다. 그리

고 이러한 정치적인 문제와는 별도로 매장량이 한정된 재생 불가능한 연료라는 점에서 화석연료를 대체할 새로운 에너지원에 대한 개발은 당연한 결과일 것이다. 따라서 미래의 새로운 에너지원은 친환경적인 청정에너지이며 동시에 재생이 가능하여야 할 것이다.

또한 화석연료 사용에 따른 또 다른 문제점으로는 앞서 지적한 환경문제 즉, 지구온난화의 진전에 따라 쾌적한 주거환경 수준을 유지하기 위한 냉난방 등에 화석연료가 추가적으로 사용됨으로서 화석연료 사용에 따른 악순환을 더욱 가속화시킨다는 것이다. 이에 대하여 Weizäcker는 60억 인류 모두가 평균적인 캐나다 수준의 삶을 영위하기 위하여 지구 3개가 필요하다고 지적하고 있다.³⁾

따라서 화석연료에 전적으로 의존하는 기존의 산업구조는 앞서 지적한 환경문제와 함께 매장량의 한계로 인한 경제성장의 지속가능성(sustainable economic development) 여부가 주요한 인류의 해결과제로 등장하게 된 것이다. 이와 같이 화석연료 사용에 따른 부정적 파급효과와 이에 대한 녹색성장정책과의 관계를 요약하면 [그림 1]과 같다.

[그림 1] 녹색성장정책의 추진 배경



3) 과학기술정책연구원(2008. 12), 과학기술정책이슈, '저탄소 사회의 동력과 실현 기술의 특성'에서 재인용

결론적으로 녹색성장정책이란 화석연료 의존적인 경제구조가 가지고 있는 지구온난화와 같은 환경오염문제를 해결함과 동시에 화석연료가 근원적으로 가지고 있는 한정된 매장량과 재생불능성으로 인한 경제성장의 지속불가능 문제를 동시에 해결하기 위한 미래의 새로운 경제 패러다임으로 전환하기 위한 것이다.

물론 녹색성장이라는 미래의 새로운 경제 패러다임이 어떠한 결과를 가져올 것인지는 아직 미지수이지만 설사 지속가능한 성장동력이 되지 못하더라도 최소한 지구온난화문제를 해결하는 동시에 새로운 산업군을 탄생시킨다는 점에서, 특히 산업화에 늦음으로써 적지 않은 learning cost를 지불하였으며 부존자원이 절대적으로 부족한 우리나라의 경우 이에 적극적으로 대응해야 하는 것은 매우 당연한 일일 것이다.

2. 녹색성장정책의 주요 내용

지금까지는 환경(Green)과 성장(Growth)이 상충된다는 개념에서 흔히 개발과 보존이라는 Zero-sum 게임에서의 선택이었으나 녹색성장은 환경 그 자체를 새로운 성장동력으로 인식하여 환경과 성장의 선순환구조로 경제성장 패러다임을 전환시키는 것이다. 따라서 녹색성장의 핵심은 환경문제를 해결하기 위하여 미래의 새로운 청정 에너지원을 개발하고 개발과정을 통하여 성장동력을 발굴하여야 한다는 것이다. 이를 위하여 우선적으로 이산화탄소의 배출량을 줄이는 한편 기존의 에너지 사용의 효율성을 증대시킴으로 화석연료의 의존도를 낮추고 재생이 가능한 대체에너지원을 개발하여야 할 것이다.

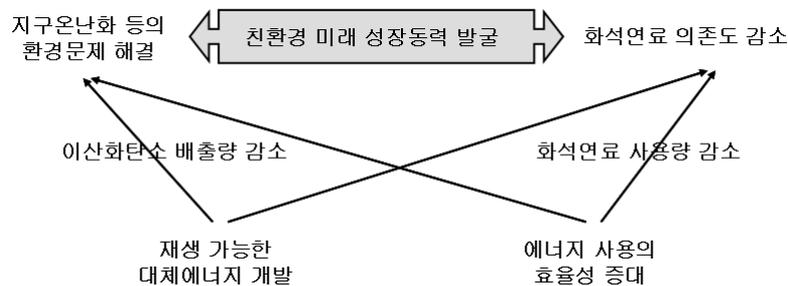
이러한 과정을 통하여 환경산업이라는 새로운 산업군이 출현할 것이며 에너지 사용의 효율성을 제고시키기 위하여 관련 소재나 부품들의 개발 및 생산이 이루어질 것이고 새로운 대체에너지원의 개발을 위한 제반 연구개발과 생산 또한 이루어질 것이다. 그리고 이와 같은 경제활동을 통하여 지속가능한 경제성장구조로의 변화를 기대할 수 있다는 것이다.

그러나 대부분의 녹색성장정책에 있어 생태효율성 제고와 같은 환경정책이 아닌 에너지 사용의 고효율화와 같은 에너지 관련 정책이 중심을 이루고 있는데 이것은 즉,

환경문제를 우선적으로 해결하기에 앞서 현재의 환경 위해요인들을 감소시킴으로써 간접적으로 또 장기적으로 해결하고자 하는 것으로 이해할 수 있을 것이다. 비단 우리나라의 경우뿐만 아니라, 이후 자세하게 논의되겠지만 세계 주요국들 중 특히 일본의 경우에 있어서도 에너지 사용의 효율화를 통한 온실가스 배출량을 감축시키고 미래 신대체 에너지를 개발하는 에너지 관련 정책들이 녹색성장정책의 중심을 이루고 있음을 알 수 있다.

따라서 녹색성장정책에 있어 가장 핵심적인 부분은 에너지 관련 정책이 될 것이며 현재 세계적으로 문제가 되고 있는 온실가스의 배출량을 감축하는 수준에서 환경문제를 다루고 있으며 이러한 녹색성장정책의 일반적인 구조는 [그림 2]와 같다.

[그림 2] 녹색성장정책의 구조



에너지정책은 크게 재생 가능한 신대체 에너지의 개발과 기존 에너지 사용의 효율성 증대로 나누어 생각할 수 있으나 정보통신연구진흥원의 발표에 의하면 2030년에는 에너지 사용의 효율화를 통한 에너지 수요 절감효과가 신대체 에너지 개발을 통한 절감효과의 약 2배에 이를 것이라고 한다. 따라서 대부분의 국가들은 신대체 에너지의 개발에 앞서 기존 에너지 사용의 효율화에 중점을 두고 있으나 2가지 정책방향을 함께 추진하는 것은 새로운 고용창출은 물론 차세대 에너지원 확보라는 전략적 관점에서 신대체 에너지의 개발이 적지 않은 역할을 담당하고 있기 때문인 것이다.

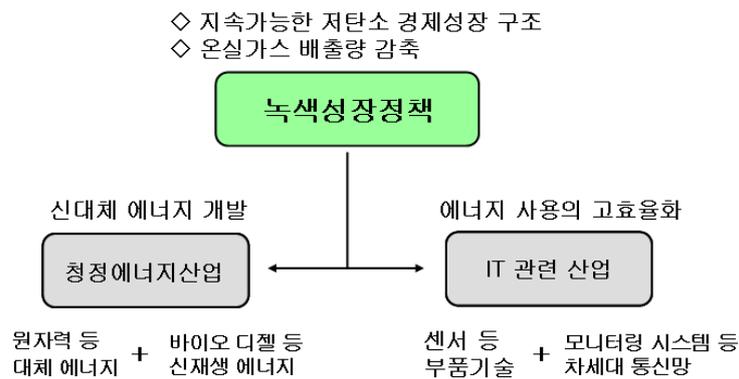
이러한 에너지 관련 정책에 있어 중요한 점은 미래 신대체 에너지의 개발부문과는

달리 에너지 사용의 효율성 향상부문에서 대부분의 나라들이 IT부문을 적극 활용하고 있다는 것이다. 즉, 에너지 사용의 효율성을 증대시키기 위하여 IT부문이 가지고 있는 센서 등의 측정기술은 물론 이를 통하여 산출되는 정보를 활용하고 있다는 것이다. 특히 에너지 사용과 관련된 정보를 활용하기 위하여 IT부문의 기반구조라고 할 수 있는 통신망의 활용은 절대적이며 이에 따라 주요국들은 차세대 통신망으로서 USN (Ubiquitous Sensor Network)의 구축을 녹색성장정책의 일환으로 병행하여 추진하고 있다.

미국의 경우에는 전력망과 연계한 차세대 통신망의 구축을 계획하고 있으며 EU의 경우 통신망의 구축은 개별 회원국 차원에서 추진하는 반면 EU 차원에서 에너지 시스템의 최적화를 위한 e-모니터링 시스템을 개발하고 있으며 특히 일본은 미래 사회를 ‘유비쿼터스 사회’로 규정하고 지능형 교통시스템 개발은 물론 HEMS/BEMS(Home/Building Energy Management System)와 같은 시스템을 개발하고 있다.

결론적으로 녹색성장정책은 신대체 에너지의 개발과 기존 에너지 사용의 효율성 증대가 핵심을 이루고 있으며 신대체 에너지 개발에 앞서 우선 추진과제로서 에너지 사용의 효율성 증대를 위하여 IT 관련 기술은 물론 차세대 통신망으로서 USN이 적극적으로 활용되고 있다는 것이며 이러한 관계는 [그림 3]과 같다.

[그림 3] IT부문과 녹색성장정책



이와 함께 비록 단기간에 정책 목적을 달성하기도 쉽지 않으며 경제성 측면에서도 아직은 많은 개선이 필요하여 막대한 재원이 소요되는 미래 신대체 에너지 개발은 기존의 화석연료를 대체할 수 있는 청정에너지의 개발과 재생이 가능한 새로운 에너지원의 개발로 크게 나뉠 수 있다. 대체 에너지는 이미 원자력, 풍력, 지력 및 조력 등 많은 연구가 이루어졌으나 특히 원자력의 경우 환경오염에 대한 문제가 그리고 기타 나머지 대체 에너지들은 경제성문제가 해결되어야 할 것이며 신재생 에너지의 경우 역시 많은 개발이 이루어져 이미 짜트로파나 사탕수수과 같은 곡물을 이용한 신재생 에너지가 개발되었으나 경제성 측면에서 적지 않은 문제점을 나타내고 있는 실정이다.

그러나 무엇보다 중요한 것은 녹색성장정책을 통한 기존의 고탄소 경제구조에서 저탄소 경제구조로의 변환에 따라 나타날 사회, 경제적 혼란일 것이다. 이것은 기존의 화석연료 의존적인 경제구조에서 다양한 에너지원을 사용하는 새로운 경제구조로의 변환에 따른 비용은 물론 그에 따른 사회간접시설 확충을 위한 투자비용 등을 의미하는 것으로 역설적으로는 기존의 화석연료 의존적인 경제구조가 더욱 효율적일 수도 있다. 그럼에도 불구하고 녹색성장정책을 추진해야만 하는 것은 화석연료가 가지고 있는 매장량의 한계로 인하여 화석연료가 고갈될 경우 화석연료 의존적인 현재의 산업구조는 커다란 위기에 봉착할 것이기 때문이다.

III. 주요국의 녹색성장정책 추진현황

지금까지 녹색성장정책의 추진 배경과 주요 내용에 대하여 간략하게 살펴보았다. 결국 녹색성장정책이란 기존의 환경과 경제성장이라는 양립된 개념에서 벗어나 양자 간의 선순환구조를 정립하기 위한 것으로서 지구온난화와 같은 심각한 환경문제를 해결함과 동시에 기존의 화석연료 의존적인 산업구조를 탈피하여 지속가능한 미래 신성장 동력을 발굴하고자 하는 것으로 요약될 수 있다.

특히 최근의 금융위기로부터 시작된 전반적인 경기 침체와 맞물리어 녹색성장정책에 대한 관심이 더욱 고조되게 된 것은 많은 국가들이 새로운 뉴 딜정책으로서 녹색

성장정책을 인식하고 있기 때문이다. 따라서 주요국들의 녹색성장정책을 에너지부문을 중심으로 살펴보고 녹색성장정책에서 IT부문이 어떠한 역할을 수행하고 있는 것인지를 분석함으로써 향후 우리나라의 녹색성장정책 수행에 있어 시사점을 발견, 제시하는 것은 물론 주요국들의 정보화전략이 이러한 녹색성장정책과 어떠한 관계 속에서 수립되고 시행되고 있는지를 살펴봄으로써 우리나라 정보화전략 수립에 있어 시사점을 제시하고자 한다.

1. 미 국

전 세계 CO₂ 배출량의 약 36%를 차지하는 미국의 경우 이산화탄소 시장의 글로벌화에 반대하는 입장으로 UN을 비롯한 세계 주요국들의 온실가스 감축을 위한 공동노력과는 달리 독자적인 행보를 유지해왔었다. 그러나 환경문제에 대하여 이러한 소극적인 입장과는 달리 새로운 전력 발전소의 건설이 제한되면서 에너지, 특히 전력소모에 대한 사회적인 우려가 증대되기 시작함에 따라 일찍이 1992년부터 에너지 효율 증대 방안의 하나로 '에너지 스타 프로그램'을 도입하여 전력에너지 사용의 효율성 증대에 노력해왔었다.

이후 이러한 에너지 사용의 효율화와 함께 1990년대부터 세계적인 관심이 증대되고 있는 온실가스를 둘러싼 환경문제에 대하여 엘 고어 전 부통령이 지구온난화 방지를 위한 활동으로 2007년에 노벨평화상을 수상하고 민주당 버락 오바마 후보의 집권 가능성이 높아지면서 미국의 환경문제에 대한 입장이 다소 변화하기 시작하였던 것이다.

그러나 부시 행정부 시절에도 이미 환경문제에 대한 정책이 준비되지 않았던 것은 아니다. 다만 국제적인 환경문제 해결 움직임에 대하여 자국의 이익을 보호하는 차원에서 러시아와 함께 다소 부정적인 입장을 보였던 것이나 결국 향후에는 녹색성장정책의 핵심인 환경산업에 있어서도 세계의 중심국가로 활동할 것이며 미국이 주도하는 주요 17개국 회의가 이에 대한 좋은 예가 될 것이다.

미국 정부에서 추진하고 있는 녹색성장정책은 전력에너지 사용의 효율화정책으로서 1992년 에너지 스타 프로그램으로 시작되었으며 이후 2001년 5월에 시장주도형

의 에너지 정책에서 에너지 안전보장에 중점을 둔 ‘국가에너지정책(National Energy Policy)’으로 이어지고 있다(정보통신연구진흥원, 2008c). 이것은 주로 국내 에너지의 공급 확대능력을 위한 것으로서 에너지원 확보는 물론 에너지부문에 대한 국제적 주도권을 확보하기 위한 것이었다.

또한 전력에너지 사용 효율화정책과 관련하여 발전소 건설의 제한으로 인한 전력공급의 안정성문제를 해결하기 위하여 2001년에는 전력중앙연구원(EPRI: Electric Power Research Institute)이 ‘디지털시대 전력 인프라 구축 컨소시움’(CEIDS: Consortium for Electric Infrastructure in a Digital Society)을 구성하여 스마트 전력망 ‘IntelliGrid’ 개발 프로젝트를 시작하였다(정보통신연구진흥원, 2008a). 이것은 전력망에 통신네트워크의 기술인 스마트 그리드 기술을 활용한 것으로 전력중앙연구원은 2008년 4월 이러한 스마트 그리드 기술을 활용하여 전력의 생산, 유통 및 소비 등을 관리하는 스마트 전력망을 구축하고 이를 통하여 2030년까지 미국 전체 전력소비의 약 4.3%인 2,000억 Kw를 절약할 수 있다고 발표했다. 또한 미국 전력중앙연구원은 스마트 그리드 기술을 자동차 등의 화석연료 사용부문에 활용할 경우 2030년까지 5,000만대의 자동차가 배출하는 탄소량에 해당하는 2억 메트릭 톤 정도의 온실가스 배출량을 감축시킬 수 있다고 하였다.⁴⁾

이후 2005년 8월에는 ‘2005 에너지 정책법’을 통과시킴으로 에너지 사용의 효율화를 위한 지원, 원자력 발전소 건설 지원, 하이브리드 카 구입 지원과 대체 에너지의 사용 확대 및 2020년까지 핵심 기술로서 수소 인프라 및 수소연료 차의 실용화 등과 같이 전력에너지는 물론 전반적인 에너지 절감을 위한 정책을 시행하기 시작하였다.

지금까지의 전반적인 정책 기조가 에너지 확보와 절감을 중심으로 한 정책들이었다면 2006년 1월에 부시 행정부가 발표한 ‘첨단 에너지 정책(AEI: Advanced Energy Initiatives)’은 세계적인 기후변화문제에 대응하여 화석연료 사용 억제를 위한 것이었으며 이것의 핵심 목표는 결국 대체 에너지의 개발과 화석연료 소비감축을 통하여 2025년까지 원유 수입의 75%를 감축하고자 하는 것으로써 주요 내용은 <표 2>와 같다.

4) <http://www.greentechmedia.com> 참고

<표 2> 첨단 에너지 정책의 주요 내용

분야	에너지원	목 표
수송	에탄올	농업 폐기물, 식물원료에서의 에탄올 추출 기술 2012년까지 상용화
	하이브리드 배터리	일반 전력으로 충전 가능한 전기 개발
	수소연료전지	프리덤 카(Freedom Car)* 개발 예산 증액
전력생산	태양광 발전	기술개발 확대, 2015년까지 관련 장비의 경제성 확보
	풍력 발전	R&D 예산 증액, 연방정부 소유 토지에 풍력발전소 설치 허용
	청정석탄화력 발전	퓨처 켄(Future Zen)** 프로젝트 추진

* 프리덤 카 계획: 2002~2012년간 5억불을 투입하여 수소연료전지차와 하이브리드카 개발
 ** 퓨처 켄 계획: 2004~2015년간 95억불을 투입하여 석탄을 가스화하여 수소와 전기를 배출함으로써 CO₂ 영구분리, 저장하는 차세대 무공해 발전소 건설
 자료: 대한민국정책포털(<http://korea.kr/newsWeb/pages/special/green>)

2007년에는 기존의 개별적인 정책방향이었던 에너지 안보, 에너지 사용 효율화 및 환경문제를 통합하여 ‘에너지 자립 및 보호법(Energy Independence & Security Act)’을 제정하였으며 주요 내용은 <표 3>과 같다.

이와 같이 미국의 녹색성장정책은 에너지 스타 프로그램과 발전소 건설 제한조치에 따른 전력에너지 사용 효율화정책을 시작으로 석유 등과 같은 에너지 전반에 걸친 사용 효율화정책으로 확대되고 이어서 에너지 안보로까지 확대되었다. 이후 지구온난화 문제와 같은 환경문제가 거론되기 시작하면서 본격적인 의미에서의 녹색성장정책이 부시 행정부에서 수립되었으며 최근의 오바마 행정부에 이르러서는 IT를 활용한 녹색성장정책으로 발전하고 있다.

오바마 행정부는 IT를 중심으로 한 산업간 융합현상에 주목하여 미래의 신성장동력으로서 IT산업의 중요성을 인식하고 IT의 활용성이 가장 높은 분야로서 보건·의료와 국토보안 및 테러 방지 그리고 에너지·환경을 선정하였으며 ‘모든 미국인을 위한 새로운 에너지 발굴(New Energy for America)’이라는 목표 하에 IT를 활용한 녹색성장정책을 발표하였다.

〈표 3〉 에너지 자립 및 보호법의 주요 내용

구 분	주요 내용
에너지 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 운송용 연료분야와 바이오 연료 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 바이오 연료 생산량 2020년까지 약 7배 확대 - 2020년까지 35mpg(14.8Km/L) 연비 달성
에너지 절감	<ul style="list-style-type: none"> • 조명 및 빌딩분야 중심 <ul style="list-style-type: none"> - 2012~2014년까지 조명효율 24% 향상 - 2020년까지 200% 향상 - 2018년까지 상업용 빌딩 순에너지 사용량 '0' 달성
연구개발 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 신재생 에너지 개발과 저장장치 중심 <ul style="list-style-type: none"> - 태양광/열, 지열, 해양에너지, 수력, 저장장치 분야
에너지 인프라	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트 그리드 구축 중심

자료: 정보통신연구진흥원(2008c)

주요 내용은 향후 10년 동안 중동 및 베네수엘라산 원유 의존도를 줄이고 친환경 청정에너지 개발 및 사용 비중을 늘리기 위하여 1,500억불을 투자하며 UN 기후변화 협약에 재가입하고 온실가스 총량규제 및 거래제도를 시행함으로써 주도적 지위를 확보하며 에너지원의 다양화를 위하여 미국 전력 생산의 10%를 화석연료에서 태양열 등 재생에너지로 대체하는 것이다. 그리고 이러한 녹색성장정책을 통하여 5백만개의 일자리를 창출하며 중산층의 에너지 사용부담을 경감시키기 위한 각종 지원제도 등이 포함되어 있다.

그러나 미국의 경우에 있어 무엇보다 중요한 것은 개별적인 녹색성장정책에서 시작되어 현 오바마 행정부에서 수립한 국가적 차원의 종합적인 녹색성장정책을 살펴보면 우선 IT부문을 적극 활용하고 있다는 것이다. 물론 앞서 전력 에너지 사용 절약을 위하여 스마트 그리드라는 통신 네트워크 기술을 이미 사용하고 있었으나 그러한 개별적인 활용에서 더 나아가 IT부문을 근간으로 하여 녹색성장정책을 수립하였다는 점이며 또한 이러한 녹색성장정책을 통하여 새로운 일자리를 창출하고자 하는 것과 같이 국가 경제성장의 동력으로서 녹색성장정책을 이해하고 있다는 점이다.

2. EU

EU의 경우 EU 차원에서의 에너지 관련 정책은 ‘리스본 아젠다’⁵⁾의 심각한 기후문제와 러시아에 대한 높은 원유 의존도문제를 해결하기 위하여 시작되었으며 이를 바탕으로 2005년에 발표된 “Energy Efficiency—or Doing More With Less”라는 Green Paper는 2020년까지 현재 에너지 소비의 20% 감축 목표를 제안하고 있으며 새로운 기술이 개발되기 이전에도 기존의 에너지를 10%까지 절약할 수 있다고 밝히고 있다. 2005 Green Paper는 EU 차원에서 단순히 에너지정책만을 제안한 것이 아니고 환경문제와 경제성장의 지속가능성 및 EU 사회의 전반적인 발전을 위한 종합적인 에너지 정책으로서 EU차원에서의 종합적인 녹색성장정책의 시작이라고 이해할 수 있을 것이다.

2005 Green Paper를 바탕으로 2006년 10월에 발표된 2007년부터 2012년까지 5년간의 이행계획(Action Plan for Energy Efficiency)은 에너지 사용의 효율성 증대를 위하여 <표 4>와 같이 가정과 상업용 빌딩에서 각각 27%와 30% 그리고 산업 전반적으로 26% 그리고 교통부문에 있어 25%의 절감 목표를 제시하고 있다. 또한 이러한 에너지 절감과 함께 신재생 에너지 개발에 따라 새로운 고용창출을 기대한다고 밝히고 있다.⁶⁾

<표 4> 2005 Green Paper의 에너지 절감 방안

구 분	에너지 소비(2005)	에너지소비(2020)	에너지 절감
가정	280M toe	338M toe	91M toe(27%)
상업용 빌딩	157M toe	211M toe	63M toe(30%)
산업 일반	332M toe	405M toe	105M toe(26%)
교통	297M toe	382M toe	95M toe(25%)

* toe(tonnage of oil equivalent): 석유환산톤을 의미하여 이는 석유 1톤이 연소될 때 발생하는 에너지

5) 2000년 리스본에서 개최된 EU 정상회담에서 2010년까지 유럽을 경쟁력을 갖춘 지속가능한 지식 기반의 사회로 발전시킨다는 계획에 합의한 것이다.

6) <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l27064.htm> 참고

또한 현재 약 50%에 이르고 있는 EU의 에너지 수입의존도가 20년 뒤에는 70%에 이를 수도 있다는 우려에 대하여 2006년 3월에 ‘지속가능한 경쟁적이고 안정적인 에너지에 대한 2006 Green Paper(Green Paper: A European Strategy for Sustainable, Competitive and Secure Energy)’를 발표하였으며 주요 내용은 기후변화문제에 대응하기 위하여 신재생 에너지 개발 및 에너지 사용 효율화 증대(Sustainability), EU 에너지 역내 시장의 경쟁 강화(Competitiveness) 및 EU 차원에서의 에너지 수급조정(Security of supply)으로 요약될 수 있다.

이후 EU는 2007년 1월에 세계적인 기후변화문제에 대응하고 대외 수입의존도가 높은 에너지문제를 해결함과 동시에 EU의 국제경쟁력을 제고시키기 위하여 기존의 관련 정책들을 통합한 신에너지정책보고서(An Energy Policy for Europe)를 발표하였으며 이것은 1997년에 제정된 ‘유럽 에너지 헌장(European Energy Charter)’의 연장으로서 회원국 차원의 에너지정책으로는 현재와 같은 에너지문제를 해결할 수 없으며 EU 차원에서의 공동목표를 설정하고 공동의 행동계획을 수립, 시행해야 한다는 것으로서 주요 내용은 다음과 같다.⁷⁾

- 효율적인 역내 에너지 시장 구축: 석유는 물론 전기나 가스 모든 에너지의 생산과 공급을 분리함으로써 소비자의 선택권을 보장하고 이를 위하여 역내 시장을 개방한다는 것으로써 관련 사업자들의 이해관계로 인한 다소의 문제가 예상되고 있다.
- 에너지 공급의 안정성 제고: 2006년 러시아와 우크라이나간의 가스분쟁으로 인한 가스 공급의 불안정성 고조와 같은 문제에 대비하기 위한 에너지 수입원의 다변화와 재고 유지 등 다양한 정책들의 개발 필요성을 강조하고 있다.
- 온실가스 배출 감축: 2020년까지 1990년 수준에 비하여 온실가스 배출량을 30% 감축한다는 목표달성을 위하여 2020년까지 에너지 사용을 20% 감축시키며 2020년까지 신재생 에너지의 사용비중을 20%로 증가시키도록 하였다. 이를 통하여 2020년에는 연간 1,000억 유로의 에너지 비용절감과 7억8천만톤의 CO₂

7) <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l27067.htm> 참고

배출량 감소를 예상하고 있다.

- 에너지 관련 기술 개발: ‘에너지 기술개발 계획(European Strategic Energy Technology Plan)’의 연장으로 7차 Framework Programme for Research과 Intelligent Energy for Europe Programme⁸⁾의 에너지 관련 연구개발 예산을 50% 증액하였다.
- 원자력 에너지에 대한 고려: 온실가스 배출문제와 관련하여 가장 경쟁력있는 대안으로서 원자력 에너지의 지속적인 사용에 따른 제반 문제에 대하여 검토하였다.
- 에너지의 국제적 논의에 대한 EU 차원에서의 공동 대응

이와 같은 EU의 녹색성장정책은 2020년까지 1990년 대비 에너지 소비량 및 온실가스 배출량 20% 감축, 신재생 에너지 사용비중 20% 달성과 EU 차원에서의 에너지 정책 수립 및 시행을 위한 회원국간의 국제 공조 강화로 요약될 수 있다.

EU의 녹색성장과 관련한 에너지부문에서 IT와 연계된 정책들은 연구개발부문에서 잘 나타나고 있다. 연구개발부문은 교육, 혁신과 함께 EU가 세계 무대에서 주도권을 행사하기 위하여 국제 경쟁력을 향상시키고자 합의한 리스본 아젠다를 실천하기 위한 Framework Programme(FP)의 핵심 부문으로 현재 2007년부터 2013년까지 ‘유럽의 지식 구축(Building the Europe of Knowledge)’이라는 목표 아래 7차 FP가 진행 중이다.

7차 FT의 핵심 부분인 Cooperation Programme은 다시 보건, 식량 및 농업, 나노 기술, 에너지, 환경, 교통, 우주 그리고 IT 등으로 구성되어 있으며⁹⁾ Cooperation Programme에서 9,050 백만 유로 규모의 예산으로 총 예산의 약 27%를 차지하는 IT 부문은 IT Technology Pillars(IT 인프라 구축), Integration of Technology(기술융합), Application Research(연구결과의 활용)와 Future and Emerging Technologies(미래 기술개발)의 4개 부문으로 구성된다. 이러한 IT부문에서 IT를 통한 에너지 사

8) 정보화사회 구현을 위한 ICT 연구와 함께 리스본 아젠다의 연구개발계획 ‘Competitiveness and Innovation Framework Programme(CIP)’의 2대 핵심 과제임

9) <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/i23026.htm> 참고

용의 효율화 증대는 'Application Research' 부문에 포함되어 있으며 이를 살펴보면 크게 3가지 부문으로 구분할 수 있다. 에너지의 소비패턴 즉, 에너지 소비대상에 따라 시간적으로 혹은 행태에 따라 달리 나타나는 에너지 소비패턴에 관한 에너지 디자인 부문과 에너지 생산과 저장 및 유통에 따른 에너지 공급부문 그리고 마지막으로 에너지의 직접적인 소비에 따른 에너지 소비부문으로 나뉘어 진행되고 있다는 것이다.

이러한 연구는 에너지 소비대상에 대한 소비행태는 물론 공급과 소비에 대한 예측을 통하여 에너지를 생산하여 공급하고 소비하는 전 과정에 걸쳐 가장 효율적인 시스템을 구축하기 위한 것으로서 이를 위하여 센서기술은 물론 상황인지기술과 함께 자동제어기술 등과 같은 핵심적인 IT 기술은 물론 IT 기반구조로서 통신망의 활용이 매우 강조되고 있다(정보통신연구진흥원, 2008c).

이와 같이 EU의 녹색성장정책은 미국의 경우와는 달리 미래 신성장동력이라는 개념에서보다는 에너지 안보문제와 지구온난화문제를 해결하기 위한 차원에서 중점적으로 이루어지고 있으며 따라서 고용창출과 같은 문제는 별도로 EU 차원에서 다루고 있다.

또한 에너지 사용의 효율성 증대는 물론 신재생 에너지의 개발과 사용증대에도 적지 않은 노력을 경주하고 있음을 알 수 있다. 이것은 물론 유럽 국가들이 이미 높은 에너지의 수입의존도문제를 해결하기 위하여 오래 전부터 신재생 에너지 개발을 준비해 왔기 때문으로 이해되며 이를 위하여 이미 EU 차원에서는 2020년까지 신재생 에너지의 사용비중을 20%까지 확대하려는 목표를 설정하고 있는 것이다.

그리고 EU 차원에서의 정책과 개별 회원국 차원에서의 정책의 일관성을 가져가기 위하여 회원국들의 국제 공조를 매우 강조하고 있다. 이것은 국제 에너지 시장에서 EU의 발언권 강화와 정책효과를 극대화하기 위한 것으로 이해된다.

마지막으로 녹색성장정책이 에너지정책으로 집중되면서 에너지 사용의 효율화정책이 정보화정책과 병행되어 추진되고 있다는 점이다. 즉, 1990년대부터 시작된 정보화정책을 활용하여 에너지 사용에 대한 전반적인 효율을 향상시키고자 한다는 것이다. 이것은 미국에 있어 스마트 그리드 기술을 활용하여 전력에너지 사용의 효율성을 증

대시킴고자 하는 IntelliGrid계획과 일맥상통하는 것이나 EU의 경우 IT의 활용이 더욱 장기적이고 체계적임을 알 수 있다.

3. 일본

1997년 교토의정서 체결을 계기로 일본은 여타 선진국들과 마찬가지로 ‘저탄소사회’를 지향한 녹색성장정책을 미래의 신성장정책으로 규정하고 이에 대한 각종 정책들을 수립, 발표하고 있다. 우선 2007년 5월에 아베 전총리가 발표한 ‘Cool Earth 50’이 있는데 2008년부터 시작되는 교토의정서 1차 의무이행기간에 맞추어 이에 대한 이행계획을 밝힌 것으로 경제성장을 위한 녹색성장정책과는 다소 동떨어진 내용이지만 일본 녹색성장정책의 출발이 되었다는 점에서 그 의의가 있다고 하겠다.

주요 내용은 첫째, 교토의정서를 채택하게 했던 주최국으로서 전 세계적으로 2050년까지 이산화탄소의 배출량을 현재의 50% 수준으로 반감시켜야 한다는 의정국 전체의 목표를 제시하였으며 둘째, 시행과정에 있어 2013년 이후의 기후변화문제에 대하여는 체결국의 사정에 따라 탄력적으로 대응하는, 즉 경제성장과 환경문제를 동시에 해결할 수 있도록 하는 이행절차를 제시하였으며 마지막으로 교토의정서의 내용을 주최국으로서 일본이 솔선수범하여 이행하기 위한 범 국민운동으로 확대시키겠다는 입장을 밝힌 것이다.

이 후 후쿠다 전 총리는 2008년 1월 다보스포럼을 통하여 아베 전 총리가 제안한 ‘Cool Earth 50’에 대한 보다 구체적인 실천방안으로서 ‘Cool Earth 추진방안’을 제안하였으며 이에 따라 일본 환경성은 2008년 6월 아시아의 환경협력을 통하여 지속 가능한 경제성장을 이루기 위한 아시아 협력체의 구성을 제안하였다.

2008년 7월에는 G8 정상회담을 통하여 동년 1월 발표한 후쿠다 전 총리의 ‘Cool Earth 추진방안’을 실천하기 위한 일본 자체의 이행계획으로서 ‘후쿠다 비전’을 발표하였으며 이것은 이전에 발표되었던 것과 비교하여 2008년에 지방자치단체들의 환경세를 포함한 친환경적 세계개혁을 제시하는 것과 같이 보다 실천적이라는 측면에서 평가되고 있다.

이러한 국가적 정책 제시와 병행하여 이에 대한 실행을 위한 다양한 이행계획들이 발표되었는데 대표적인 것으로서 경제산업성에서 2008년에 발표한 ‘그린 IT 이니셔티브’와 이에 따른 ‘그린 IT 프로젝트’ 그리고 ‘Cool Earth 에너지혁신기술 계획’을 들 수 있다. 우선 ‘그린 IT 이니셔티브’는 환경보호와 경제성장이 양립하는 사회실현을 위하여 IT 기술을 활용하여 산업은 물론 국민생활 전 부문을 대상으로 개혁을 추진하는 범국민적 개혁운동인 것이다. 이와 같은 점에서 일본의 녹색성장정책이 가지는 의미는 우선 IT 기술을 활용한다는 것과 범국민적 개혁정책으로서 추진되고 있다는 것이다.

이러한 ‘그린 IT 이니셔티브’를 실천하기 위하여 경제산업성에서 2008년 3월에 발표한 에너지 수요 및 공급에 관한 중장기 전망을 바탕으로 ‘그린 IT 프로젝트’가 발표되었으며 동 보고서는 2050년 IT 장비의 사용에 따라 전력과 CO₂ 배출량이 거의 12배로 증가할 것이라고 한다. 이에 따라 ‘그린 IT 프로젝트’는 2030년 이후에 2006년 수준으로 절감하기 위하여 IT 장비뿐 만 아니고 전체적인 시스템까지 포함하여 수립된 것으로서 2008년에 30억엔의 예산을 배정하고 있으며 연구개발기관인 NEDO¹⁰⁾는 우선 연구개발과제로서 나노기술, OLED기술 및 그린 네트워크 시스템 기술을 선정하였다.

이와 함께 발표된 ‘Cool Earth 에너지혁신기술 계획’은 민관이 함께 수립한 것으로서 온실가스 배출량 감소 등과 같은 세계적인 환경문제를 해결하기 위하여 선정된 혁신기술 21개와 [그림 4]는 기술발전 수준 등을 고려한 중장기 기술개발 로드맵이다.

21개 핵심기술을 살펴보면 우선 크게 에너지의 효율향상부문과 저탄소부문으로 나뉘며 에너지 효율향상부문은 다시 IT부문의 에너지 효율향상과 IT를 활용한 에너지 효율향상으로 나뉘는 것을 알 수 있다. 이러한 21개 기술개발을 통하여 2050년에 목표로 하고 있는 50%의 온실가스 배출량을 절감할 수 있다는 가정에서 발전 및 송전 부문에서 31%, 산업 및 가정부문에서 30% 그리고 기타 부문에서 40%의 감축을 예상하고 있다.

10) New Energy and Industrial Technology Development Organization

[그림 4] Cool Earth 에너지 기술혁신 계획의 21개 핵심 기술



자료: Makato Akai(2008)

이러한 일본의 녹색성장정책을 살펴보면 우선 ‘Cool Earth 에너지혁신기술 계획’과 ‘그린 IT 프로젝트’에서 IT 기술을 상당 부분 활용하고 있음을 알 수 있다. 특히 단순한 IT 기술의 활용을 넘어 미래 사회를 유비쿼터스 사회로 규정하고 HEMS와 BEMS 등과 같이 또다시 일본 사회를 네트워크로 결합하고자 한다는 것이다. 이러한 것은 일본에 있어 녹색성장정책이 단순히 환경문제를 해결하고 나아가 지속가능한 경제성장 동력을 발굴하기 위한 것이 아니고 범국민적 사회개혁운동으로서 추진되고 있다는 것이다.

마지막으로 그러한 추진계획들이 상당 부분 상세히 계획됨으로 해서 실천적이라는 점이다. 즉, 어떠한 기술을 언제까지 어느 수준으로 개발하여 상용화할 것인지가 구체적으로 명시됨으로 해서 추진에 따른 비용을 최소화시키고자 한다는 것이다. 이러한 것을 통하여 녹색성장정책을 추진하는 과정에 있어 필연적으로 거쳐야 하는 예를 들어 휘발유 자동차와 전기자동차의 공존에 따른 에너지 유통구조의 이중화 등과 같은 과도기적 사회 비용 증대문제가 상대적으로 용이하게 해결될 수도 있을 것이다.

IV. 우리나라의 녹색성장정책 추진 현황

우리나라는 세계 10대 에너지 소비국으로서 총에너지의 97%를 해외 수입에 의존하며 2007년 에너지 수입액은 950억불로 전체 수입액의 26.6%를 차지함으로써 2008년과 같은 에너지 위기에 대하여 근본적이며 장기적인 대책 수립이 절실히 요구되고 있는 실정이다.

또한 온실가스 배출량은 약 6억톤 규모로 세계 9위에 해당하여 세계적인 기후변화 문제에 자유롭지 못한 상황이며 향후 교토의정서에 의한 이행이 시작될 경우 온실가스 배출량 감소는 우리 경제에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다.

이에 따라 2008년 8월 국가에너지위원회는 장기적이고 종합적인 제1차 에너지 기본계획(2008~2030)을 수립하였으며 주요 내용은 환경, 효율 및 안보 등의 정책목표를 설정하고 이를 달성하기 위한 최적의 에너지 공급믹스를 도출하였다는 것이며 이에 따른 세부 실행전략은¹¹⁾ 다음과 같다.

첫째, 에너지 저소비, 저탄소사회로의 이행을 위하여 에너지단위를¹²⁾ 현재 0.341에서 2030년에는 0.185 수준으로 낮추어 국가 에너지 효율을 46% 개선함으로써 에너지 저소비사회를 구현한다.

둘째, 최적의 에너지공급 믹스를 도출하여 화석에너지 비중을 현재의 83%에서 2030년에는 61%로 축소하고 신재생 에너지 비중을 현재의 2.4%에서 2030년에는 11%로 4.6배 확대함으로써 탈화석화를 실현한다.

셋째, 에너지 관련 기술수준을 현재의 60%에서 2030년에는 세계 최고 수준으로 끌어올려 에너지산업을 신성장동력으로 육성한다.

넷째, 석유 등에 대한 자주개발율을 현재 4.2%에서 2030년에는 40% 수준으로 확대하고 현재 7.8% 수준인 에너지 빈곤층을 모두 해소하여 에너지 자립, 복지사회를 구현한다.

11) 지식경제부(2008. 8), “녹색성장의 주춧돌 국가에너지 기본계획 수립”(보도자료)

12) GDP 1천불을 생산하기 위해 소비되는 에너지량(TOE)

또한 이러한 국가에너지 기본계획을 바탕으로 2008년 9월 녹색성장정책의 목표를 신성장동력 발굴, 삶의 질과 환경 개선 그리고 국제사회 기여로 설정하고 이에 따른 기본 방향을 <표 5>와 같이 설정하였으며 이를 바탕으로 2009년 1월 <표 6>과 같은 내용을 담은 녹색성장정책이 발표되었다.

<표 5> 녹색성장의 3대 요소와 내용

3대 요소	주요 내용
① 건실한 성장을 하되, 에너지·자원 사용량은 최소화	<ul style="list-style-type: none"> - 에너지 저소비형 산업구조 개편 (제조업 중심 ⇒ 지식서비스업 중심) - 에너지 소비절약/사용 효율화 - 생태효율성 제고 정책
② 동일한 에너지·자원을 사용하되, CO ₂ 배출 등 환경 부하를 최소화	<ul style="list-style-type: none"> - 신재생 에너지 보급확대 - 원자력 등 청정에너지 개발 - CO₂ 배출 규제 - 저탄소·친환경 인프라 구축 - 소비자 녹색제품 구매 활성화
③ 신성장동력으로 개발	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색기술에 대한 R&D 투자 - 신재생 에너지 등 녹색산업 육성 및 수출 산업화 - 세계시장 선점 지원

자료: 국무총리실(2008)

우리나라의 경우 앞에서 살펴 본 주요국들의 녹색성장과 달리 단순히 에너지문제와 환경문제를 해결하고 미래의 지속가능한 신성장동력을 개발하는 것에 그치지 않고 단기적으로 일자리 창출과 공공지출 확대를 통하여 경기침체를 극복하기 위한 목표가 추가되었다는 것이며 에너지 복지문제를 상당히 많이 고려하고 있다는 점이다.

또한 IT 기술에 대한 활용이 상대적으로 적게 나타나고 있다는 것과 과도한 공공지출에 따른 문제점들이 지적되고 있기는 하지만 2009년 1월에 발표된 녹색성장정책은 국가적 차원에서의 종합계획이라는 점에서 향후 세부 실천계획 수립 시에 모두 반영될 수 있을 것으로 판단된다.

그러나 무엇보다 중요한 것은 '70년대 중화학공업을 그리고 이후 정보통신산업을 중심으로, 즉 우수한 인력자원 등의 전략적 생산요소를 활용하여 우리나라 경제성장을 이루어왔던 것에 비추어 이제 새로이 녹색성장이라는 정책을 통하여 부존자원이 적은 우리나라의 입장에서 산업화 진전에 따른 근본적인 문제점을 해결함과 동시에 지속가능한 성장동력을 개발한다는 것은 매우 바람직한 것으로 평가된다고 하겠다.

〈표 6〉 녹색성장정책의 주요 내용

분야	핵심사업	연계사업	소요 재정	일자리 창출
녹색 SOC사업	4대강 살리기	재해 위험지구 정비 클린 코리아 수변구역 녹색화	18.9917조원	275,973명
	녹색교통망 구축	대도시 환승시설 간선급행버스 체계 전국 자전거도로망 구축	11.1483조원	162,121명
	녹색국가 정보인프라	국가건물에너지통합관리시스템 구축 전자문서 이용 활성화 도로기반 지하시설물 전산화	0.7456조원	20,077명
재활용 청정 에너지 보급	대체 수자원 중소댐	해외 댐건설 해수 담수화 기술개발 하수처리	1.6302조원	30,985명
	그린카, 청정에너지	그린카 독자기술 확보 바이오에탄올 기술개발, 보급	2.2765조원	15,179명
	자원 재활용 확대	해양계 등 바이오매스 에너지화 가축분뇨 자원화 매립지 정비	2.8628조원	54,722명
친환경 그린시설 투자	산림 바이오매스	산림 바이오매스 활용 산림 재해예방 및 훼손산림 복원 농산어촌의 테마공원 조성	3.3232조원	227,330명
	그린 홈, 그린 빌딩	공공시설 LED조명으로 교체 그린 IT기술 테스트베드 구축 그린 홈닥터 양성	9.4116조원	154,992명
	녹색생활 공간조성	건축물 옥상 및 벽면 녹화사업 친환경 도로(에코 로드) 조성 폐교 등 유휴시설을 생활밀착형 문화공간으로 활용	0.6638조원	15,041명
합 계			50.0492조원	956,420명

V. 결론 및 시사점

녹색성장정책은 환경(Green)과 성장(Growth)의 양립구조에서 벗어나 환경 그 자체를 새로운 성장동력으로서 인식하여 환경과 성장의 선순환구조로 경제성장 패러다임을 전환시키는 것이다. 이러한 녹색성장정책은 미래의 새로운 지속가능한 성장동력이라는 측면에서 ‘그린 뉴 딜’이라고까지 명명되며 전 세계 주요국들의 관심이 되고 있는 실정이다.

그러나 국가에 따라 다소 상이하게 추진되고 있으며 여기에서는 그러한 정책들을 살펴보고 이를 바탕으로 우리나라 녹색성장정책에 주는 시사점들을 발견하고자 하였으며 주요 시사점들은 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 녹색성장정책은 단순한 환경문제를 해결하기 위한 정책이 아닌 과거 정보화정책과 마찬가지로 사회적인 변혁을 수반하는 것으로서 범국가적인 차원에서 추진되고 있다는 점이며 우리나라 역시 범국가적인 종합적인 추진이 필요할 것으로 판단된다.

둘째, 녹색성장정책의 핵심부문으로서 에너지정책을 규정하고 신재생 에너지 개발에 앞서 단기적으로 성과가 가능한 에너지 사용의 효율화를 보다 적극적으로 추진하고 있다는 점이다. 중요한 것은 EU의 경우에 있어 기존의 에너지 사용 행태를 개선함으로써 에너지 사용의 10%를 절감할 수 있다고 밝히고 있다는 것이다.

셋째, 우리나라의 경우와는 달리 미국과 EU 그리고 일본 모두 녹색성장정책에 있어 IT의 중요성을 인정하여 이를 적극 활용하고 있다는 점이다. 이러한 IT의 활용은 단순히 그린 IT 차원을 넘어 특히 일본의 경우에 있어서는 미래 사회를 유비쿼터스 사회로 규정하는 것과 같이 IT 기반구조로서 차세대 통신망인 USN 등을 광범위하게 활용하고 있다는 것이다. 또한 EU의 경우 정보화정책과 병행하여 추진되고 있으며 미국의 경우에 있어서는 IT의 활용은 에너지문제와 함께 사회적인 문제해결을 위하여 적극 이루어지고 있다는 것이다.

넷째, EU와 일본의 경우 녹색성장정책 추진을 위한 기술개발의 상세한 로드 맵을

작성하는 것과 같이 매우 실천적으로 추진하고 있다는 것이다. 그러나 우리나라와 미국의 경우에 있어서는 기본 방향만이 설정되었을 뿐이므로 향후 이에 대한 세부적인 실행계획이 수립되어야 할 것이며 실행계획의 수립은 녹색성장정책 추진에 따른 효율성과 직접적인 관련이 있을 것임으로 매우 신중한 접근이 요구된다 하겠다.

마지막으로 우리나라와 미국의 경우에는 녹색성장정책을 통하여 단기적인 경기침체문제 해결을 지향하고 있는 것과는 달리 EU의 경우에는 에너지 안보문제가 중요하게 다루어지고 있으며 일본의 경우에 있어서는 일종의 사회변혁정책으로 다루어지고 있다.

결론적으로 우리나라의 녹색성장정책의 추진에 있어, 특히 최근의 세계적인 산업추세가 IT와의 융합현상임을 고려할 때 IT의 활용성이 다소 부족하다는 판단이며 녹색성장정책의 수립에 있어 단기적인 경기침체문제 해결과 함께 보다 장기적으로 사회변혁에 따른 제반 문제점들이 고려되어야 할 것으로 보인다. 특히 이러한 녹색성장정책이 경제성장의 새로운 패러다임으로 이해된다면 이러한 패러다임 변화에 따른 비용의 절감과 사회적 갈등 해소 등을 위한 고려가 필요할 것으로 판단된다.

참고자료

과학기술정책연구원(2008), “저탄소 사회의 동력과 실현 기술의 특성”, 《과학기술 정책이슈》.

국무총리실(2008), “저탄소 녹색성장 추진전략”.

기획재정부(2008), “외국의 기후변화 대응 현황과 정책적 시사점”.

김진하(2007), “일본의 IT정책 동향”, 《주간기술동향》 통권 1281호, pp.41~45.

문형돈(2008), “IT기반 녹색성장을 위한 주요국 정책 및 IT산업 동향 분석”, 《주간 기술동향》 통권 1371호, pp.22~33.

박상현(2008), “저탄소 녹색성장을 위한 주요국 그린 IT 정책 추진 동향과 시사점”, 《IT 이슈 & 트렌드》 08-07, pp.1~38.

양용석(2008), “정보통신 기술과 환경의 융합: 그린 IT정책의 베스트 프랙티스”,

- 《주간기술동향》 통권 1374호, pp.26~39.
- 윤원정(2008), “국내외 IT와 에너지 정책 동향”, 《주간기술동향》 통권 1335호, pp.35~39.
- 이각범 외(2008), “에너지 효율화를 위한 유럽의 IT 전략 연구”, 《주간기술동향》 통권 1331호, pp.26~37.
- 이운철 외(2008), “에너지 위기와 저탄소 경제도래에 대응하는 IT산업 동향 및 시사점”, 《IT Insight》 2008-03, pp.1~56.
- 이은경(2008), “영국 「그린 ICT」 전략의 주요 내용 및 시사점”, 《해외 IT R&D Policy 동향분석》, pp.64~71.
- 이한경(2008), “국내외 그린 IT시장-동향 및 전망”, 《FKII Digital 365》 2008년 가을호, pp.30~33.
- 정명선 외(2008), “오바마 정부의 IT정책 방향과 시사점”, 《IT 이슈 & 트렌드》 08-09, pp.1~24.
- 정보통신연구진흥원(2008a), “일본 그린 사회 구현을 위한 ICT 역할[II]”, 《해외 IT R&D Policy 동향분석》 2008년 7월호, pp.48~61.
- _____ (2008b), “본격적인 그린 IT 시대 도래”, 《Weekly IT BRIEF》 23호, pp.15~18.
- 정성춘(2008), “일본의 저탄소사회 전략의 현황과 시사점”, 《KIEP 오늘의 세계경제》 8(33), pp.1~9.
- 지식경제부(2008), “국가에너지기본계획(2008~2030)”.
- 한국소프트웨어진흥원(2008), “일본의 그린 IT 정책동향”, 《SW Insight 정책리포트》 2008년 10월호, pp.92~102.
- Makoto Akai(2008), “Cool Earth-Innovative Energy Technology Program.”, *International Meeting on Mid-Long Term Strategy for Climate Change*, 2008. 6. 31.~7. 1.

《디지털타임스》, (2009. 1. 6), “정부 ‘녹색뉴딜’ 사업계획 뭘 담았나”.
그린테크미디어 홈페이지(<http://www.greentechmedia.com/>)
대한민국 정책포털 홈페이지(<http://www.korea.kr/newsWeb/index.jsp>)
EU 홈페이지(<http://europa.eu/>)

방송산업 통계의 시계열 분석

— 2001년~2008년 방송산업 실태조사를 중심으로 —

■ 김 해 수*

방송산업 실태조사는 2000년 통합방송위원회 출범과 함께 올바른 방송정책 수립을 위한 기초 데이터의 필요성이 제기됨에 따라 2000년 6월부터 매년 실시되어 온 대표적인 방송통계로서 방송 산업 전반에 걸친 방대한 데이터를 제공하고 있다.

본 연구에서는 2000년대 방송산업의 흐름을 한눈에 파악할 수 있도록 2001년부터 2008년까지의 방송산업 실태조사를 통해 축적된 데이터를 연도별로 재구성하여 분석해 보고 이를 통하여 시의성 있는 통계 정보 제공을 위한 방안을 모색해 보고자 한다.

목 차

- I. 서 론 / 29
- II. 방송산업 실태조사의 개요 / 30
 - 1. 조사 목적과 조사 대상 / 30
 - 2. 조사 방법과 조사 항목 / 32
- III. 방송산업 통계의 시계열 분석 / 33
 - 1. 방송사업자와 방송인력의 추세 / 33
 - 2. 방송산업의 시장 규모 / 38
 - 3. 유료방송시장의 변화 / 42
- IV. 결 론 / 49

I. 서 론

방송통신위원회의 출범으로 방송 관련 법과 제도 및 정책의 수립이 방송과 통신의 융합 환경에 맞게 빠르게 진행되고 있다. 이러한 과정에서 방송 관련 통계 정보는 방송산업의 현 실태를 파악하여 정책 수립에 반영하고 나아가 방송통신 시장의 미래를 예측하는 도구로서의 가치를 발휘하게 된다.

* 정보통신정책연구원 동향분석실 연구원, (02)570-4104, sansil@kisdi.re.kr

현재 방송 관련 통계를 생산하는 곳은 많지만 통계 정보에 일관성이 없어 신뢰성을 둘러싼 논란이 끊이지 않고 있다. 복잡한 사회현상을 객관적인 수치로 바꾸는 과정에서 설문 작성, 조사자와 응답자의 전문성과 성실성, 자료 수집 방법, 통계방법론의 적용, 자료처리 과정, 결과의 해석 등에서 예상하지 못했던 오류가 생길 수 있으며 이러한 원인으로부터 통계의 정확성과 신뢰성에 문제가 생길 수 있다.¹⁾ 통계 정보를 생산하는 기관에 따라 조사대상과 조사항목의 기준이 다르기 때문에 통계정보를 해석하는 일은 신중을 기해야 한다.

방송산업의 실태를 파악할 수 있는 대표적인 방송통계는 방송통신위원회에서 발간하는 방송산업 실태조사이다. 이 통계자료는 방송통신위원회에 등록된 모든 방송사업자를 대상으로 전수조사를 실시하기 때문에 방송산업의 규모와 부문별 현황을 비교적 정확하고 구체적으로 제시하고 있다.

방송산업 실태조사는 2000년부터 2008년까지 9년째 실시되고 있고 실태조사를 통해 생산된 통계자료는 원자료의 경우 3년, 공표자료의 경우 8년간 데이터베이스가 구축되어 있다.

따라서, 본 연구에서는 2001년부터 2008년까지 방송산업 실태조사를 통해 축적된 데이터를 연도별로 재구성하여 분석하고, 향후 방송 정책 수립을 위한 시의성 있는 통계 정보 제공을 위한 방안을 모색해 보고자 한다.

II. 방송산업 실태조사의 개요

1. 조사 목적과 조사 대상

방송통신위원회(구. 방송위원회)에서 2000년부터 매년 시행하는 ‘방송산업 실태조사’는 방송산업에 관한 포괄적인 통계정보를 제공하는 대표적인 조사이며, 2006년 통계청의 승인을 받은 정부승인통계이다.

1) 방송통계 관리시스템 개선방안 연구(방송위원회, 2005. 12: 54-55)

방송산업 실태조사는 방송산업의 분야별 실태 파악을 통해 기초자료를 확보하고 이를 방송 정책이나 민간 기업체의 경영 계획 수립 및 학계와 연구소의 학술 연구에 활용할 수 있도록 기초 통계를 제공하는 데 목적이 있다.

방송산업 실태조사는 2000년 6월 '방송 운영현황 및 서비스 실태조사'라는 명칭으로 처음 실시되었고 2001년 4월 '방송산업 실태조사'로 명칭이 변경되어 지금까지 9차례 조사가 실시되었다.

방송산업에 관한 통계작성을 체계화하기 위한 방송산업 분류기준은 국가통계를 총괄하는 통계청의 한국표준산업분류(KSIC, Korea Standard Industry Code)를 기초로 전문가의 의견수렴을 거쳐 마련되었다. 한국표준산업분류는 사업체가 주로 수행하는 산업 활동을 그 유사성에 따라 체계적으로 유형화한 것으로 산업 관련 통계자료를 정확하게 생산하고 서로 비교하기 위하여 만들었다. 현재 사용하고 있는 산업분류는 2007년 말에 9차 개정된 것이다.²⁾ 이 기준에 의하면 방송업은 대분류 J의 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 안에 분류번호 60으로 중분류 되어 있다. 소분류에서 라디오 방송업과 텔레비전 방송업을 구분하고 텔레비전 방송업 안에 지상파 방송업과 유선, 위성 및 기타 방송업이 세분류 되어 있다.

방송산업 분류기준에 의하면 대분류 방송산업은 지상파방송업, 유선방송업, 위성방송업, 프로그램 제작·공급업, 기타 방송업으로 구분되어 있다. 한국표준산업분류에 없는 프로그램 제작·공급업은 방송채널사용사업과 프로그램 제작업을 포함하고 있으며, 기타 방송업은 인터넷방송과 전광판방송 등을 포함하고 있다. 대표적인 방송 통신의 융합 매체인 지상파 DMB(이동멀티미디어방송)와 위성 DMB는 2006년 방송산업 실태조사부터 지상파방송업과 위성방송업의 소분류에 포함되었다.

방송산업 실태조사 대상 사업자는 기본적으로 방송통신위원회(구. 방송위원회)에 등록된 모든 방송사업자이다. 2000년부터 2003년까지 실태조사에는 프로그램제작업에 속하는 독립제작사협회 소속 독립제작사도 조사대상이었으나 독립제작사의 실태를 파악하기에는 자료의 회수율과 신뢰성이 낮아 2004년부터 조사대상에서 제외되었다.

2) 통계청 홈페이지의 한국표준산업분류 안내문 참조(<http://www.nso.go.kr>)

〈표 1〉 방송산업 분류기준

대분류	중분류	소분류	세부구분	한국표준산업분류 9차 개정('07. 11)	한국표준산업분류 8차 개정
방송산업	지상파방송업 라디오방송 텔레비전방송 지상파이동멀티미디어방송 유선방송업 종합유선방송 중계유선방송 음악유선방송 위성방송업 일반위성방송 위성이동멀티미디어방송 프로그램제작·공급업 방송채널사용사업 프로그램제작업 기타방송업 인터넷방송업 전광판방송업 기타방송업		(공영, 민영, 특수)	60	872
			(공영, 민영)	6021	8721
				601	87211
				602	87212
				신설	신설
			(MSO, 개별SO)	60222	87222
				60222 분리	87222 분리
				60222 분리	87222 분리
				60222 분리	87222 분리
				60229	87223
				60229 분리	87223 분리
				신설	신설
				신설	신설
			(일반, 홈쇼핑, 데이터)	60221	87221
				59114	87114
				60229	신설
				60229 분리	신설
	60229 분리	신설			
	60229 분리	신설			
관련산업	방송전송업 방송전송업(유무선) 방송배분업(유무선) 광고업(TV)		(산업분류)		
			→“기타전기통신업”	61299	64299
			→“기타광고업”	7139	7459

주: 한국표준산업분류체계는 대분류는 알파벳, 중분류 이하는 숫자로 표시한다. 중분류는 두 자리(60. 방송업), 소분류는 세 자리(602. 텔레비전방송업), 세부류는 네 자리(6022. 유선, 위성 및 기타 방송업), 세세분류는 다섯 자리(60222. 유선방송업) 숫자로 표시한다.

자료: 2008년 방송산업 실태조사 보고서(2008: 9)

2. 조사 방법과 조사 항목

방송산업 실태조사는 조사대상을 전부 조사하는 전수조사 방식을 택하고 있으며,

2000년부터 2003년까지 조사표에 의한 서면조사를 실시했고 2004년부터 조사대상 사업자가 인터넷으로 자료를 직접 입력하는 인터넷설문조사 방법을 이용하고 있다.

주요 조사항목은 방송산업 기초통계 항목(종사자, 매출액, 부가가치 생산액, 재무구조 등), 사업결합 현황(외국자본, 사업자간 결합 및 투자현황, 특수관계 등), 방송운영 현황(방송시간, 편성비율, 시설 등), 프로그램 제작과 유통 현황(제작비, 프로그램 판매와 구매, 수출입, 공동제작 등), 유료방송 현황(가입자수, 수신료, 채널구성, 부가서비스 등)이다.

방송산업 실태조사는 전수조사방식을 취하지만 영세한 중계유선방송사업자의 경우 조사표 회수율이 다른 사업자에 비해 매우 낮아서 통계분석기법인 대체법을 이용하여 결측된 중계유선방송사업자의 매출액과 종사자 규모를 추정하고 있다.

III. 방송산업 통계의 시계열 분석

1. 방송사업자와 방송인력의 추세

(1) 방송매체별 사업자 수

방송산업 분류기준에 따라 방송사업자는 크게 지상파방송업, 유선방송업, 위성방송업, 프로그램 제작·공급업으로 분류할 수 있다.

지상파방송업 사업자는 2000년 기준 한국방송공사(KBS), 문화방송(MBC)과 19개 지역 문화방송(MBC), 한국교육방송공사(EBS), 서울방송(SBS), 9개 지역 민영방송, 8개 특수방송 사업자가 있었다. 이들 40개 사업체가 2007년에는 47개로 17.5% 증가했다.

연도별로 추가된 사업자를 살펴보면, 2001년 12월에 3차 민방인 강원민방이, 2002년 5월에는 3차 민방인 제주방송이 각각 개국하여 SBS를 포함한 12개 지역 민방체제가 2005년까지 지속되었다. 2005년에는 2003년 9월에 개국한 국제방송교류재단의 아리랑 영어FM방송이 라디오 방송에 추가되었다. 2004년 12월에는 지역민방인 경인방송의 재허가 취소로 텔레비전 방송이 정파(라디오 방송은 유지)되어 텔레비전방송

사업자에서 라디오 방송 사업자로 구분되었다. 2005년 12월에는 기존의 지상파방송 3사를 포함한 지상파이동멀티미디어방송(DMB)사업자 6개사가 방송 분야에 새롭게 진입하여 총 사업자 수는 46개(지상파방송 3사는 중복으로 인해 제외)가 되었다. 2007년 4월에는 OBS경인TV가 지상파방송 사업자로 허가를 받고 12월부터 본방송 실시하여 텔레비전방송 사업자는 33개로 1개가 증가했다.

〈표 2〉 지상파방송사업자 수의 추이

	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년 6월	2005년 6월	2006년 4월	2006년 12월	2007년
계	40	41	42	42	43	43	46	46	47
TV	31	32	33	33	33	32	32	32	33
라디오	9	9	9	9	10	11	11	11	11
DMB	-	-	-	-	-	-	6	6	6
공영방송	22	22	22	22	22	22	22	22	22
민영방송	10	11	12	12	12	12	15	15	16
특수방송	8	8	8	8	9	9	9	9	9
비고		3차민방 (강원민방)추가	3차민방 (제주방송)추가		아리랑 영어FM 방송 추가		지상파 DMB 사업자 추가		OBS경인 TV추가

주: TV와 라디오를 동시에 운영하는 사업체는 TV사업으로 분류하였음.

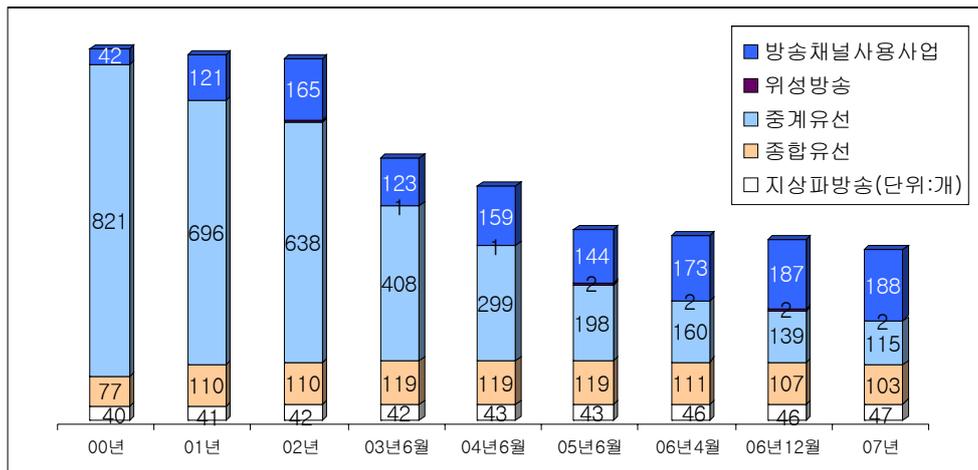
자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

유선방송업에는 종합유선(SO)과 중계유선(RO), 음악유선이 포함되어 있다.

종합유선방송사는 2000년 기준 77개(1차SO 53개, 2차SO 24개)였다. 2001년에는 중계유선방송의 종합유선방송 전환 승인 정책에 따라 33개 사업자가 3차 종합유선방송사업자로 승인을 받아 총 110개 SO로 늘어났다. 2003년에도 역시 2002년 11월 4일 추가 전환 허가된 8개 SO와 12월에 허가된 1개 SO를 포함하여 119개 SO(1차SO 53, 2차SO 24, 3차 33, 4차 9)가 유료방송 서비스를 실시하였다. 2006년 4월은 권역

내 SO 간의 합병으로 사업자의 수가 감소 추세로 접어들기 시작한 시점이다. 5개 SO(성북유선방송, 큐릭스도봉강북방송, 범진케이블네트워크, 한국케이블TV경기연합방송, 한국케이블TV원주방송)가 합병으로 인해 폐업하였고, 3개 SO(한국케이블TV충남연합방송, 하나방송, 우리넷)가 재허가추천이 거부되어 111개 SO(1차 52, 2차 23, 3차 30, 4차 6)가 되었다. 2006년 12월 조사에서는 4개 SO(한국케이블TV강동방송, 티브로드남부산방송, 한국케이블TV금정방송, 티브로드온케이블방송)가 권역 내 SO로 합병되어 SO 수는 107개로 줄어들었다. 2007년에는 SO 수가 103개로 4개 SO가 합병(티브로드지에스디방송, 티브로드천안방송, 티브로드케이씨엔방송은 티브로드계열로 합병, 동부산방송은 씨제이케이블넷해운대기장방송으로 합병)으로 인해 줄어들어 1차SO 48개, 2차SO 23개, 3차SO 27개, 4차SO 5개가 되었다. 2008년 말 정부는 케이블TV의 소유 규제 제한을 전체 77개 권역 중 5분의 1(15개 권역)에서 3분의 1(최대 25개 권역)로 완화하겠다고 발표하였다. 따라서 이러한 권역 내 인수합병을 통해 복수중합유선방송사업자(MSO)들이 대형화되고 있는 추세는 올해에 더욱 거세질 전망이다.

[그림 1] 방송매체별 사업자수 추이



자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

중계유선방송사의 경우 2000년 이후 종합유선방송에 대한 규제완화와 전면적인 경쟁으로 중계유선방송사업자 수는 지속적으로 감소하였다. 2000년에는 중계유선방송사업자 수가 821개사였으나 다수의 중계유선방송사업자들이 종합유선방송에 매입되거나 다른 중계유선방송과 합병하는 방식으로 시장에서 퇴출되었다. 특히, 규모가 큰 중계유선과 중계유선 간의 결합을 통해 덩치를 키운 MRO(복수중계유선방송운영자)들이 종합유선방송으로 전환되면서 중계유선방송의 규모는 급격히 감소하였다. 중계유선방송사업자 수는 매년 평균 20%씩 감소하여 2007년에는 2000년의 7분의 1에 해당하는 115개로 줄어들었다. 이 같은 감소현상은 앞으로도 지속될 전망이다.

2007년 기준 위성방송업 사업자 수는 2002년 3월에 개국한 한국디지털위성방송³⁾(스카이라이프)과 2005년 5월에 개국한 위성DMB사업자인 티유미디어가 있다.

프로그램 제작·공급업으로 분류된 방송채널사용사업자(PP)는 채널 등록제 실시 이후 사업자 수가 대체로 증가 추세를 나타내고 있다. 2000년 42개였던 PP사업자 수가 2001년에는 121개로 3배 가까이 증가하였으며 2006년부터 증가폭이 10% 이하로 떨어졌다. 2007년 현재 PP사업자 수는 188개이다. 다수의 PP들이 시장에 진입하고 있지만 이들의 재무 규모는 영세하여 SO로부터 채널 편성권을 얻지 못하는 경우가 많이 발생하고 있다.

(2) 방송매체별 종사자 수

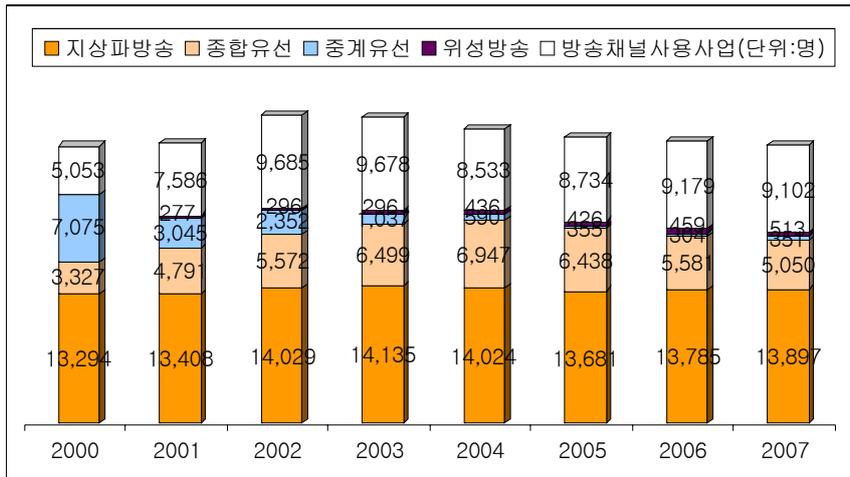
방송산업 종사자는 2000년 28,749명에서 2001년 29,107명으로 전년 대비 1.2% 증가했고, 2002년에는 9.7%(31,934명)로 대폭 증가추세를 보이다가 2003년을 정점으로 전년 대비 0.9%(31,645명), 2004년 3.5%(30,530명), 2005년 2.9%(29,634명), 2006년 1.1%(29,308명), 2007년 1.3%(28,913명)까지 지속적인 감소 추세를 나타내고 있다.

방송매체별로 종사자의 증감율을 살펴보면, 지상파방송 종사자는 증감폭이 크지 않은 반면, 종합유선방송 종사자는 2004년까지 대폭 증가하다가 2005년부터 감소추세를 이어오고 있다. 방송채널사용사업 종사자는 채널 등록제 시행으로 2002년, 2003

3) 방송산업 실태조사에서는 한국디지털위성방송을 위성DMB사업자와 구분하기 위하여 '일반위성방송'으로 명명하고 있다.

년까지 대폭 증가했으나 2004년부터 감소하여 2007년에는 전년 대비 0.8%(9,102명) 감소한 것으로 나타났다.

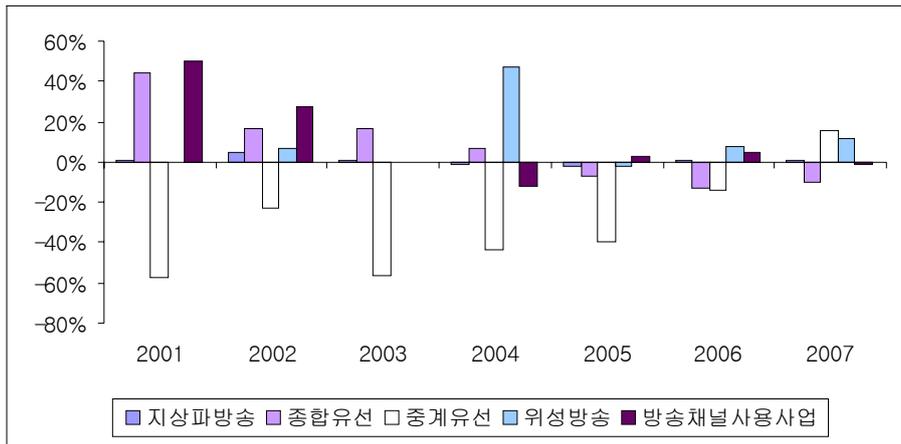
[그림 2] 방송매체별 종사자 수의 추이



주: 2006년부터 지상파방송 종사자에는 지상파DMB 종사자가 포함됨. 2005년부터 위성방송에는 위성DMB 종사자가 포함됨.

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

[그림 3] 방송매체별 종사자수의 증감율 추이



자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

매체별 구성비를 보면 지상파방송사(지상파DMB 포함)의 종사자가 가장 많은 비중을 차지하고 있지만 수적 변화는 크지 않다. 다음으로 방송채널사용사업자, 종합유선방송사, 중계유선방송사, 위성방송사의 순으로 나타났다.

2. 방송산업의 시장 규모

방송시장 규모는 2000년 5조 575억원에서 2007년 10조 5,344억원으로 경상가격 기준으로 연평균 16.6%씩 증가하였다. 그러나 2007년에는 전년 대비 한 자리수의 성장세로 성장이 둔화된 것으로 나타났다. 매체별로 보면 지상파 방송의 성장세 둔화 현상이 가장 큰 것으로 나타난 반면 유선방송은 연평균 19.3%로 꾸준한 성장세를 유지하는 것으로 드러났다. 방송채널사용사업은 평균 15%의 성장률을 보였으나 2007년도는 한 자리수로 성장률이 떨어졌다. 홈쇼핑 채널을 제외하면 전년 대비 15.3%의 성장세를 보이고 있다.

〈표 3〉 방송산업의 시장규모와 추이

(단위: 억원)

	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
방송시장 규모	50,575	61,650	95,234	71,366	77,728	86,352	97,199	105,344
지상파방송	30,985	29,723	36,366	35,482	35,448	35,426	37,037	38,815
지상파DMB	-	-	-	-	-	-	23	86
종합유선방송	3,642	5,479	7,887	10,750	13,479	15,818	18,467	21,358
중계유선방송	2,659	1,853	1,077	615	366	156	158	169
일반위성방송	-	-	635	1,496	2,550	3,473	3,939	3,874
위성DMB	-	-	-	-	-	216	888	1,197
채널사용사업	13,289	24,595	49,268	23,023	25,884	31,265	36,687	39,843
홈쇼핑PP	10,230	19,244	42,428	13,679	14,310	17,079	18,849	19,278
일반PP	3,059	5,351	6,840	9,344	11,574	14,186	17,838	20,565
방송시장규모 (홈쇼핑PP제외)	40,345	42,406	52,806	57,687	63,418	69,273	78,349	86,066

주: 1. 방송매체별 매출액은 매년 매출액 산출기준의 변경으로 인해 차이가 생길 수 있음. 본 시계열 자료는 당해년 자료를 기준으로 작성하였음.

2. 채널사용사업의 2002년 매출액은 2002년도 회계기준이 2003년과 달라 홈쇼핑채널의 상품판매수익의 계상이 다르게 이루어졌기 때문임.

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

〈표 4〉 방송시장 규모의 시계열 증감율 추이

구 분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
방송시장	21.9%	54.5%	-25.1%	8.9%	11.1%	12.6%	8.4%
지상파방송	-4.1%	22.4%	-2.4%	-0.1%	-0.1%	4.6%	5.0%
유선방송	16.4%	22.3%	26.8%	21.8%	15.4%	16.6%	15.6%
위성방송	-	-	135.5%	70.4%	44.6%	30.9%	5.1%
채널사용사업	85.1%	100.3%	-53.3%	12.4%	20.8%	17.3%	8.6%
홈쇼핑PP를 제외한 방송시장 규모의 전년대비증가율	5.1%	24.5%	9.2%	9.9%	9.2%	13.1%	9.8%

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

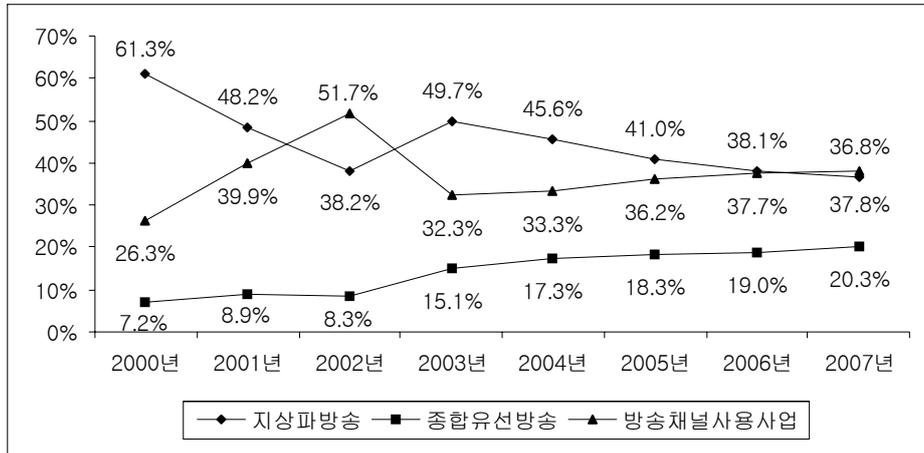
방송매체별 매출액 대비 매출액 점유율을 살펴보면, 지상파방송의 경우 2000년에 61.3%였던 것이 2002년에 38.2%까지 떨어졌다가 2003년 49.7%로 잠시 상승세를 탄 후 다시 2004년 45.6%, 2005년 41%, 2006년 38.1%, 2007년 36.9%로 매년 급격히 줄어드는 추세를 보이고 있다. 특히 지상파 텔레비전 방송의 점유율 감소 추세가 두드러지게 나타났다('05년 36.8% → '06년 34.2% → '07년 31.8%).

반면, 종합유선방송사의 매출액 점유율은 2000년 7.2%에서 2003년 15.1%, 2005년 18.3%, 2007년 20.3%로 지속적인 증가추세를 보이고 있다.

방송채널사용사업자의 매출액 점유율 역시 완만한 증가 추세를 보이고 있다('00년 26.3% → '03년 32.3% → '05년 36.2% → '07년 37.8%). 위성방송은 전년에 비해 1.7% 감소한 것으로 나타났다.

방송광고시장 규모는 2000년 2조 5,201억원에서 2007년 3조 3,657억원으로 33% 이상 성장하였다. 그러나 지상파방송은 2002년 월드컵 특수로 2조7,452억원의 광고 수익을 올린 이후 지속적인 수익 하락세를 보이고 있다. 2007년 말 기준으로 지상파 방송의 광고수익은 2조 3,925억원이며 전년대비 3.0% 감소한 것으로 나타났다. 2008년에는 베이징올림픽으로 인한 광고 수익을 기대하였으나 하반기 미국발 금융위기 여파 등 국내 경제 상황의 악화로 광고시장의 침체는 당분간 지속될 것으로 보인다.

[그림 4] 방송매체별 매출액 점유율 추이



종합유선방송의 광고 수익은 2004년 729억원에서 2007년 983억원으로 4년 전에 비해 34.8%가 증가하였다. 2002년과 2003년 실태조사에서는 광고수익과 홈쇼핑송출수수료수익을 광고수익으로 분류하고 있어, 다른 해에 비해 광고수익이 과다 산출되었다.

<표 5> 방송광고매출 규모

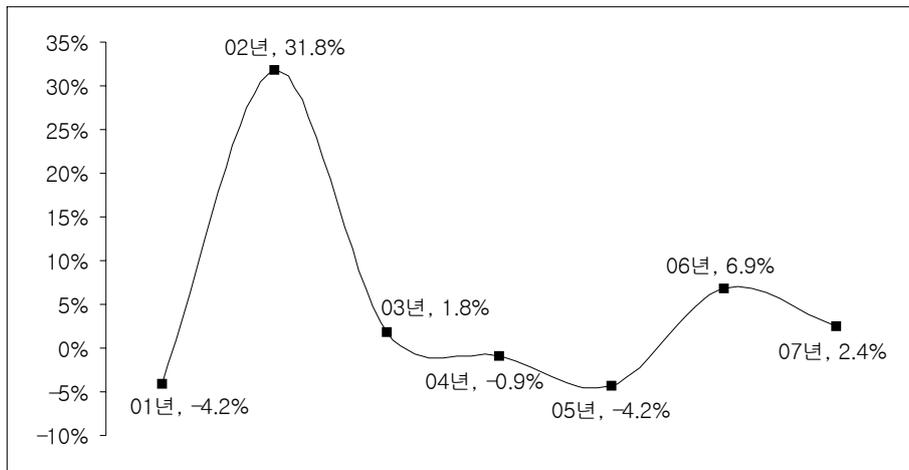
(단위: 억원)

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
전체광고시장	25,201	24,149	31,821	32,387	29,935	30,747	32,859	33,657
지상파방송	23,179	21,945	27,452	26,566	25,028	24,021	24,676	23,925
지상파DMB	-	-	-	-	-	-	11	31
종합유선방송	272	749	1,813	2,616	729	942	866	983
일반위성방송	-	-	-	-	49	72	120	118
위성DMB	-	-	-	-	-	2	5	21
채널사용사업	1,751	1,454	2,556	3,205	4,129	5,710	7,181	8,578
일반채널	1,669	1,426	2,485	3,071	3,732	5,477	6,918	8,546
홈쇼핑채널	82	28	71	134	397	233	263	33

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

방송채널사용사업의 광고수익은 지상파방송과 종합유선방송사에 비해 증가폭이 큰 것으로 나타났다. 2007년 방송채널사용사업의 광고수익은 전년에 비해 19.5% 증가한 8,578억원을 기록하고 있다.

[그림 5] 광고매출액의 시계열 증감율 추이

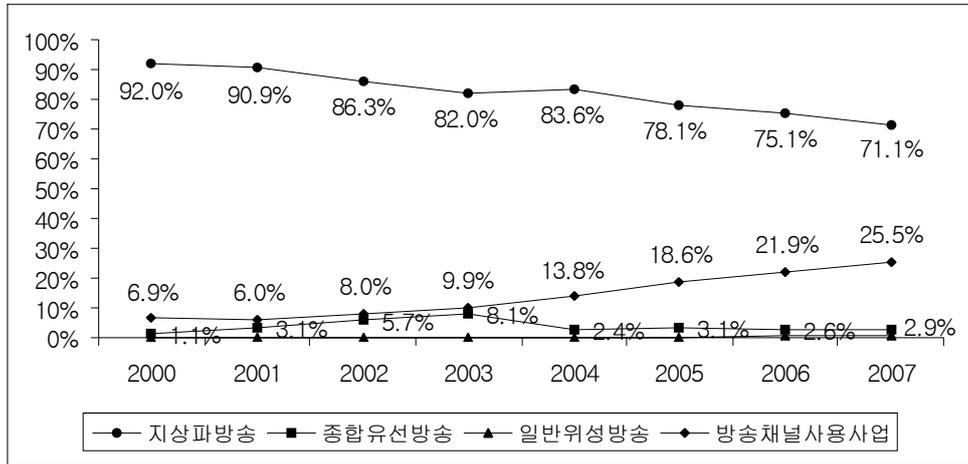


자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

각 매체가 전체 광고시장에서 차지하는 점유율을 살펴보면, 지상파 방송의 점유율은 2000년 92%에서 지속적으로 하락하여 2007년에는 71.1%를 차지하고 있다. 그러나 방송광고시장에서 여전히 지상파방송 사업자는 압도적인 위치를 점유하고 있다. 방송채널사용사업의 경우 2000년 6.9%였던 점유율이 지속적으로 증가하여 2007년에는 전체 방송광고시장에서 25.5%를 점유하고 있는 것으로 나타났다. 종합유선방송의 광고매출액 점유율은 2000년 1.1% 수준에서 점차 증가하여 2007년에는 2.9%를 차지하고 있다. 종합유선방송의 점유율은 매년 증가 추세를 보이고 있지만 그 속도는 매우 느리다.

2000년 이후 방송광고 시장은 위성방송, DMB, IPTV 등 신규 매체가 지속적으로 등장함에 따라 경쟁이 심화되었다. 특히 지상파방송사가 점유하고 있던 방송광고 시장의 파이가 점점 줄어들면서 매출이 지속적으로 감소추세를 나타내고 있다.

[그림 6] 광고매출액 점유율 추이



자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

3. 유료방송시장의 변화

2000년 이후 유료방송시장의 환경은 크게 변화였다. 종합유선방송(SO)의 소유 규제와 신규 사업자의 진입 규제가 완화되었고, 방송통신의 융합을 기반으로 한 위성방송과 IPTV 등 신규 매체의 출현으로 유료방송시장의 가입자 유치 경쟁이 가속화되었다. 이러한 상황에 대처하기 위해 방송채널사용사업자와 종합유선방송사는 동종계열 또는 이종계열 간의 인수합병을 통해 시장 지배력을 강화하고 있다.

(1) 수직적, 수평적 사업결합 현황

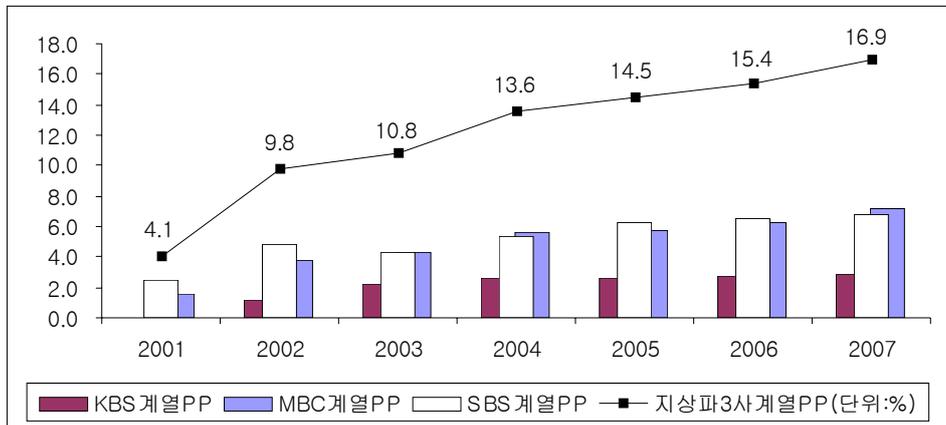
지상파방송사업자는 유료방송 시장에 진출하여 방송콘텐츠 제작부문을 수직적으로 결합시킴으로써 프로그램 제작산업의 시장점유율을 확대하고 있다.

2007년 12월 기준 지상파 3사가 보유한 계열PP는 KBS Drama, KBS N Sports, KBS Prime, KBS Joy, U-KBS HEART, MBC드라마넷, MBC Every1, MBC-ESPN, MBC NET, MBC게임, SBS드라마플러스, 4UTV, SBS GOLF, SBS SPORTS이며 이들의 2007년 총 매출액은 3,476억원으로 홈쇼핑 채널의 매출을 제외한 일반채널사용

사업자의 총 매출액의 16.9%를 점유하고 있다. 지상파3사 계열PP의 시장점유율은 2001년부터 평균 10% 이상 지속적으로 증가하는 추세를 나타내고 있으며 이러한 시장점유율의 상승세는 앞으로도 이어질 전망이다.

방송콘텐츠의 디지털화 정책에 따라 안정적인 유통 창구를 마련하기 위해 지상파 계열PP들은 신규채널 개국과 기존 채널의 확대, 개편으로 PP시장에서 계속 영향력을 확대해 나갈 것으로 보인다.

[그림 7] 지상파방송3사 계열PP의 시장점유율 추이



주: PP매출액은 홈쇼핑채널의 매출액을 제외한 금액을 기준으로 한 것임.
 자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

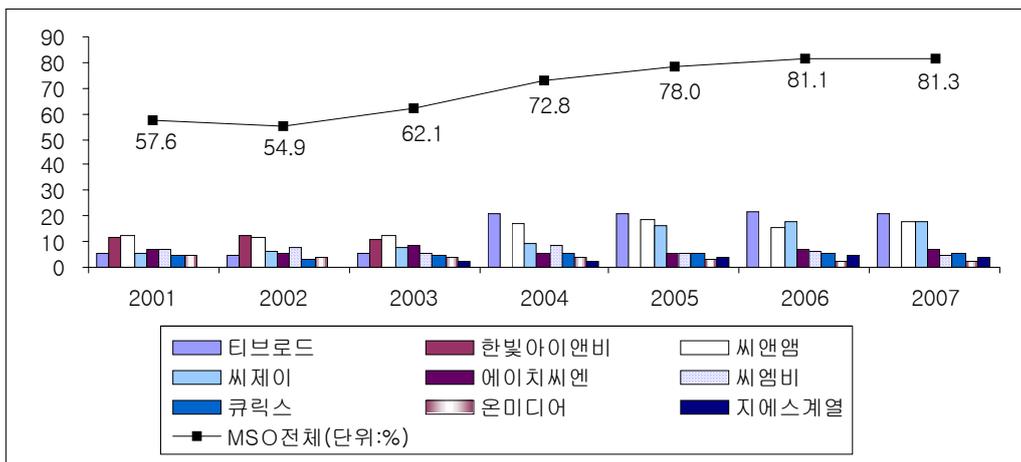
유료방송 시장에서 복수종합유선방송사(MSO)는 티브로드(태광), 씨앤엠(C&M), 씨제이(CJ), 큐릭스(qrix), 씨엠비(CMB), 에이치씨엔(HCN), 온미디어, 지에스 계열이다. 이들 8대 MSO가 전체 SO매출액에서 차지하는 점유율은 2007년 12월 기준 81.3%에 이른다.

MSO의 시계열 시장 점유율을 살펴보면, 2001년부터 2003년까지 씨앤엠과 한빛아이앤비의 시장 점유율이 가장 높았다. 그러나 2003년 10월 티브로드가 한빛방송(한빛아이앤비)을 인수하면서 최대 MSO로 부상하였다. 티브로드는 2004년부터 2007년까

지 평균 21.2%로 높은 시장 점유율을 나타내고 있다. 2005년부터 시장 점유율이 대 폭 상승한 씨제이는 2002년 양천방송을 시작으로 서울, 경기, 충청, 경북, 경남, 부산 등 전국의 주요 지역에서 14개 SO를 인수합병하면서 2대 MSO로 성장하였다. 세 번째로 시장 점유율이 높은 MSO는 서울과 경기 지역에서 15개 SO를 확보하고 있는 씨앤엠이다.

규모의 경제 효과를 얻을 수 있는 MSO의 대형화 추세는 케이블TV 소유 규제 완화와 IPTV와의 경쟁 심화로 앞으로 더욱 거세질 전망이다.

[그림 8] 복수종합유선방송사(MSO)의 시장 점유율 추이



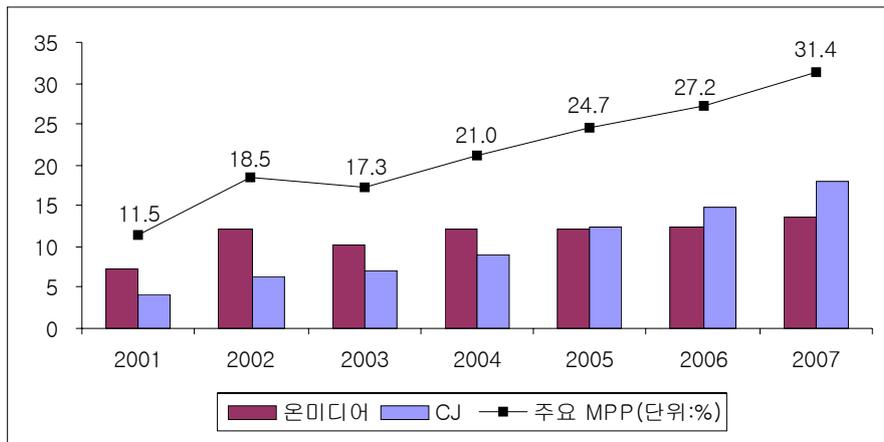
자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

방송채널사용사업(PP)시장에서는 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 MPP는 씨제이와 온미디어 계열PP이다. 씨제이는 2007년 12월 현재 17개 PP채널을 소유하고 있으며 이들의 총 매출액은 4,475억원이다. 2대 MPP인 온미디어는 16개 PP채널을 소유하고 있으며 총매출액은 3,383억원이다.

전체 PP매출액에서 홈쇼핑채널의 상품판매수수료수익을 제외한 매출액 점유율 추이를 살펴보면, 2001년 시장 점유율이 가장 높은 MPP는 온미디어이다. 2002년 12.2%

로 대폭 증가한 이후 2007년까지 완만한 상승세를 보이고 있다. 반면, 2001년 씨제이의 시장 점유율은 온미디어의 60%에 해당하는 4.2%였으나 매년 급성장하여 2007년에는 17.9%로 높은 점유율을 차지하고 있다.

[그림 9] 주요 복수채널사용사업자(MPP)의 시장점유율 추이



주: PP매출액은 총매출액에서 홈쇼핑채널의 상품판매수수료수익을 제외한 금액을 기준으로 한 것임. CJ 매출액은 씨제이홈쇼핑의 상품판매수수료수익을 제외한 금액을 기준으로 한 것임.

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

(2) 유료방송 가입자 현황

2007년 12월말 기준 유선방송과 일반위성방송(스카이라이프)를 시청하는 유료방송 가입자 수는 1,689만에 달한다. 2000년부터 2007년까지 연도별로 유료방송 가입자 수를 살펴보면, 중계유선방송 가입자는 SO전환으로 급격히 감소하고 있다. 중계유선방송에서 빠져나간 가입자는 대부분 종합유선방송 가입자로 전환되었다고 볼 수 있다. 종합유선방송 가입자는 2004년까지 두 자리 수의 증가율을 보이다가 2005년부터는 한 자리 수 증가율로 떨어져 소폭의 상승 추세를 나타내고 있다. 2001년에 유료방송 시장에 등장한 일반위성방송(스카이라이프)은 2004년까지 가입자수가 급격히 증가하다가 2005년부터 10%대의 증가율을 나타내며 완만한 상승 곡선을 그리고 있다.

이러한 결과로 2005년 이후 유료방송 가입자 시장은 포화상태에 접어들고 있다는 점을 알 수 있다.

〈표 6〉 유료방송 가입자 수 추이

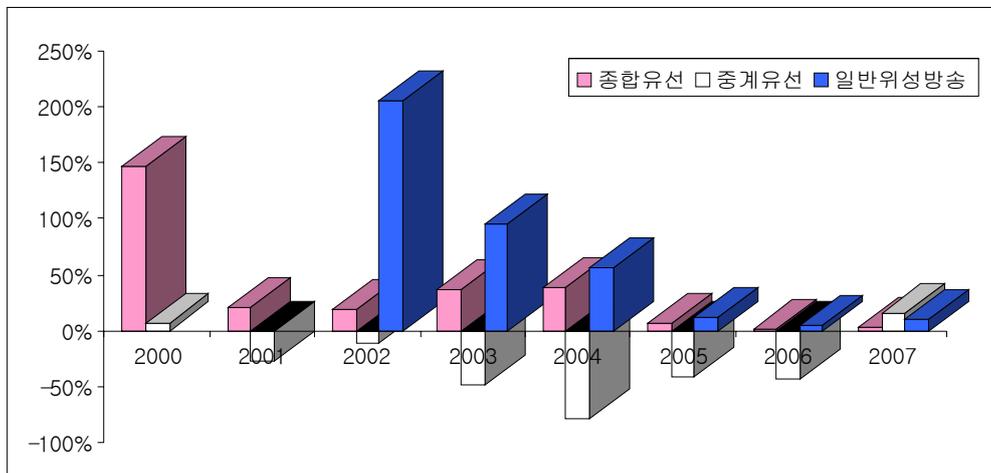
(단위: 만)

유료방송	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
가입자 총계	1,175	1,108	1,197	1,278	1,518	1,603	1,619	1,689
종합유선	484	584	691	940	1,301	1,388	1,407	1,453
중계유선	691	506	452	232	51	30	17	20
일반위성방송	-	18	54	105	165	186	195	215

주: 가입자 수는 유료방송을 수신하기 위한 수신시설(단자)을 설치한 TV수상기 대수를 기준으로 함. 따라서 단수 수신자는 물론 2대 이상의 TV에 수신시설이 설치된 복수 수신자도 모두 가입자 수에 포함됨.

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

[그림 10] 유료방송 가입자 증감율 추이



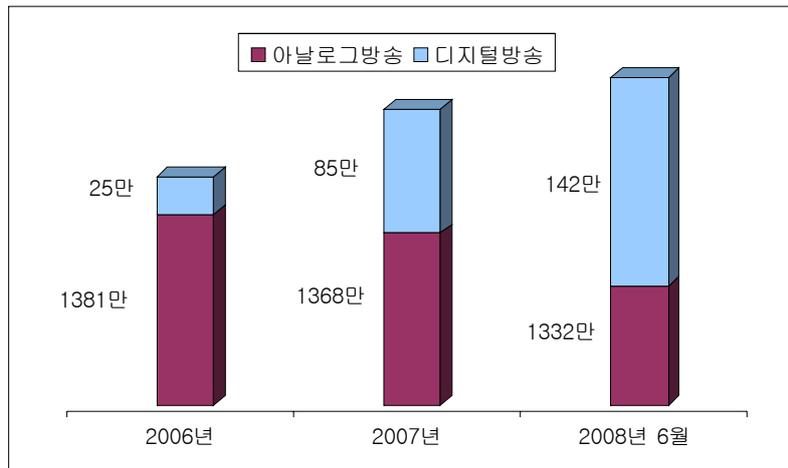
자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

2008년 IPTV가 본격적으로 서비스를 시작함에 따라 유료방송시장의 가입자 유치 경쟁은 더욱 치열해질 것이다. 유료방송 시장에서 종합유선방송은 기존 가입자가 위

성방송과 IPTV로 이탈하는 것을 방지하기 위해 신규 가입자 유치보다는 디지털케이블방송 및 디지털케이블방송, 초고속인터넷, 인터넷전화(VoIP)를 하나로 묶은 결합상품(DPS, TPS)의 활성화에 역점을 두고 있다.

디지털케이블방송 가입자는 2006년의 경우 25만으로 전체 케이블TV 가입자 1,407만 중 1.8% 수준이었으나 2007년에는 85만으로 3배 이상 증가했고 2008년 6월에는 142만으로 늘어났다. 디지털케이블방송 가입자의 증가는 신규 가입자 유치보다 아날로그 방송 가입자의 디지털방송 가입 전환에 기인한 것으로 보인다. 이는 2006년 대비 2007년에 증가한 디지털방송 가입자 중 신규 가입자가 78.3%인 반면, 2008년 6월 신규 가입자는 36.8%로 크게 감소한 것으로도 알 수 있다.

[그림 11] 디지털 케이블 TV 가입자 현황



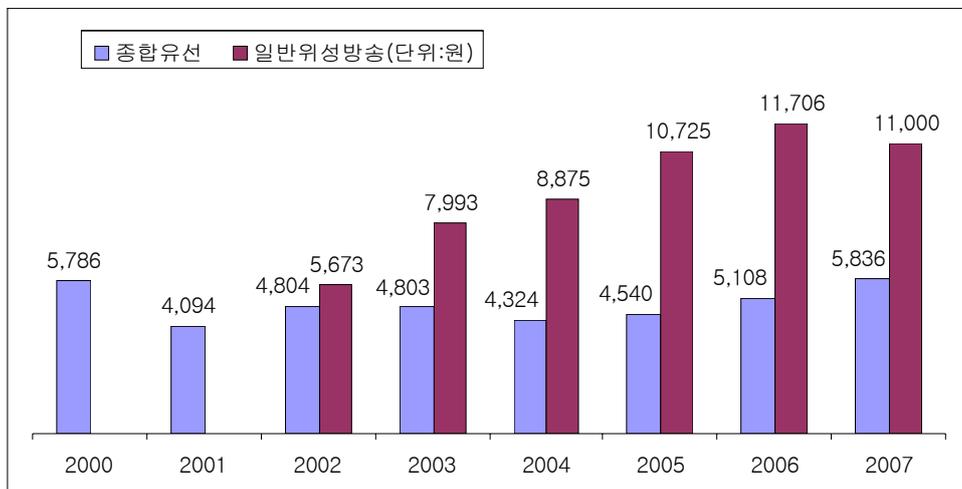
주: 가입자 수는 유료방송을 수신하기 위한 수신시설(단자)을 설치한 TV수상기 대수를 기준으로 함. 따라서 단수 수신자는 물론 2대 이상의 TV에 수신시설이 설치된 복수 수신자도 모두 가입자 수에 포함됨.

자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

디지털케이블방송 가입자의 증가는 곧 시장 경쟁력 확보와 매출의 증가를 가져올 것으로 보인다. 종합유선방송은 위성방송 등장 이후 가입자를 확보하기 위해 출현을

감수하면서까지 저가정책을 펼친 결과 가입자당 월평균매출액(ARPU)이 4천원대에 머물면서 위성방송과의 매출 격차가 심화되었다. 그러나 2006년 디지털방송 실시 이후 SO의 가입자당 월평균매출액(ARPU)은 5,000원대로 올랐으며 2008년에는 6,000원대로 오르고 있다. 이처럼 디지털케이블방송 가입자의 증가는 곧 시장 경쟁력의 확보와 매출의 증가를 가져올 것이다.

[그림 12] 연도별 유료방송 가입자당 월평균매출액(ARPU) 현황



자료: 2001년~2008년 방송산업 실태조사 보고서 자료 재구성

2008년 11월부터 기존 집 전화번호를 그대로 사용할 수 있는 인터넷 전화 번호이동제도 실시 이후 종합유선방송의 인터넷전화 결합상품 이용자가 빠른 속도로 늘고 있다. 케이블업계는 2009년 인터넷전화에서 125만명의 이용자 확보를 목표로 잡고 있다. 가입자 포화상태인 케이블방송 시장과 초고속인터넷 시장의 한계를 인터넷전화 시장에서 찾겠다는 전략으로 보인다.

IV. 결 론

방송산업은 다른 분야에 비해 급속하게 변화하고 있다. 방송과 통신의 경계가 모호해지면서 방송시장에 진입하는 신규 매체의 범위도 확대되고 있다. 신규매체의 출현은 기존의 시장구조에 변화를 초래하며 이러한 변화에 따른 실태를 제대로 파악하여 기초적인 정보를 제공하는 것이 방송통계가 담당해야 할 역할이다.

방송산업 실태조사가 시의성 있는 통계정보를 제공할 수 있도록 몇 가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 사업자의 분류 기준과 명칭을 명확하게 규정해야 한다. 2001년부터 2008년까지의 방송산업 실태조사를 통해 축적된 데이터를 연도별로 재구성하여 분석하는 과정에서 사업자의 불명확한 분류 기준과 명칭으로 인해 자료를 혼동하는 경우가 많았다. 예를 들어, 방송매출액을 산출할 때, 방송산업 실태조사에서는 지상파 DMB와 위성 DMB를 각각 지상파방송과 위성방송에 포함시키고 있다. 그러나 지상파 DMB와 위성 DMB는 유선방송, 일반위성방송(스카이라이프)과 마찬가지로 플랫폼 사업자로 분류하여 매출액을 별도로 산출하는 것이 적절하다고 본다.

둘째, 조사대상과 조사항목을 방송 현안에 맞게 확대할 필요가 있다. 방송산업 실태 조사는 지상파방송과 케이블TV의 양대 시스템에서 출발하여 2002년에는 일반위성방송을, 2005년에는 위성 DMB를, 2006년에는 지상파 DMB를 조사대상에 추가함으로써 신규 매체의 등장에 따른 방송산업 구조의 변화를 파악할 수 있는 기초 통계정보를 제공하고 있다. 2008년 IPTV가 본격적으로 실시됨에 따라 유료방송 시장에 변화가 예상된다. 따라서 IPTV를 조사대상에 추가하고 관련 항목에 대한 조사를 실시할 필요가 있다.

디지털방송 환경 속에서 부족한 방송콘텐츠의 활성화를 위한 정책과 지원방안을 마련하기 위해서는 방송콘텐츠산업에 대한 기초적인 통계정보를 지속적으로 생산해야 하며 그러기 위해서는 방송콘텐츠를 제작하는 지상파방송사와 방송채널사용사업자는 물론 독립제작사에 대한 실태파악도 필요하다.

셋째, 자료 제출자의 협력 방안을 강구해야 한다. 우리나라는 외국에 비해 통계의 중요성에 대한 사회적인 인식이 짧고 통계의 역사가 길지 않기 때문에 산업적인 통계를 수집하는 데 있어서 개별 사업자들의 협조가 부진하여 통계자료 수집에 어려움을 겪고 있는 실정이다. 자사의 자료 특히 매출액 등이 외부로 노출되는 것을 꺼리는 일부 사업자들의 인식 부족으로 인해 그 어려움은 더욱 가중되기도 한다. 조사의 신뢰성을 높이기 위해서는 조사 대상 사업자에게 통계 작성을 위해서 수집된 자료는 비밀이 보장된다는 사실과 사업자의 개별정보는 공개되지 않는다는 것을 인식시키는 것이 무엇보다 중요하다.

참고자료

- 김재철(2008), 『한국의 방송산업 통계』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 정용찬(2008), 『미디어 통계의 이해』, 서울: 한국방송영상산업진흥원.
- 정용찬 외(2005), 『방송통계 관리시스템 개선방안 연구』, 방송위원회
- 방송통신위원회(2008). 『2008년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2007). 『2007년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2006). 『2006년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2005). 『2005년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2004). 『2004년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2003). 『2003년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2002). 『2002년 방송산업 실태조사』.
- _____ (2001). 『2001년 방송산업 실태조사』.

영국의 유료방송시장 현황

■ 신호철*

1. 개요

영국 유료방송시장은 크게 위성방송과 케이블방송이 주를 이루고 있으며 신규 미디어로서 IPTV가 시장에 진입하고 있다. BskyB는 영국 유료방송시장에서 주도적인 위치를 차지하고 있는데 최근 다른 방송사업자들이 시장에 진입하여 위성방송사업자의 독주를 위협하고 있다. 디지털지상파방송은 Freeview를 통해 서비스를 확산하고 있으며 전국 케이블사업자인 Virgin Media는 BskyB의 강력한 경쟁자로 부상하고 있다. IPTV는 최근 긴 동면을 깨고 잠재적 경쟁자로서 비상을 준비하고 있다.

〈표 1〉 영국 유료방송서비스 가입자 현황

구 분	가입자(백만명)		TV 가구수 대비 비율(%)	
	2007 4분기	2008 2분기	2007 4분기	2008 2분기
디지털케이블방송	3.1	3.2	12.2	12.4
위성방송	8.5	8.7	33.6	34.0
Top Up TV ¹⁾	0.4	0.3	1.5	1.3
IPTV	0.05	0.07	0.2	0.3
총합	12.1	12.3	47.5	48.0

주: IPTV 수치에서 BT Vision 가입자는 제외함

자료: Informa Telecoms & Media(2008a)

* 정보통신정책연구원 방송통신정책연구실 주임연구원, (02)570-4054, animeshin@kisd.re.kr

1) Top Up TV는 엔터테인먼트 콘텐츠를 제공하는 유료 디지털지상파방송사업자이다.

여기서는 영국 유료방송시장의 양대 산맥인 BskyB와 Virgin Media의 사업현황을 중심으로 살펴보고 신규 미디어인 IPTV의 현황을 소개하도록 하겠다.

2. 위성방송

2008년 9월, BskyB의 DTH(direct to home)²⁾ 가입자는 아일랜드 가입자 58만명을 포함하여 907만명인 것으로 나타났다. 이는 2007년 9월에 비해 4.6% 증가한 것이며 순증가분은 40만 2천명인 것으로 나타났다. BskyB는 2010년까지 1천만명 가입자를 목표로 하고 있다. 2008년 9월말 현재 멀티룸(Multiroom)³⁾ 가입자는 166만명으로 전체의 18%를 차지하고 있으며 전년대비 24만 4천명이 증가하였다. BskyB는 2010년에는 멀티룸 보급률이 30%까지 증가할 것으로 확신하고 있다.

〈표 2〉 BskyB 가입자 현황

(단위: 천명)

	2007. 9	2008. 9
DTH 가입자	8,665	9,067
- UK	8,152	8,487
- Ireland	513	580
Cable 가입자-UK	3,428	-
Cable 가입자-Ireland	592	-
Sky 총 유료 가입자	12,685	-
이전 분기 가입자 전환율(%)	11.3	10.9
Sky+ 가입자	2,697	4,135
Multiroom 가입자	1,411	1,655
HD 가입자	358	591
Sky Broadband	939	1,792
Sky Talk	679	1,361

자료: Informa Telecoms & Media(2008a)

2) DTH는 스카이라이프와 같은 위성방송서비스를 직접 수신하는 직접위성방송을 말한다.

3) Multiroom은 Sky의 패키지 상품으로서 하나의 패키지로 각기 다른 방에 셋탑박스를 설치하여 Sky 프로그램을 시청할 수 있는 서비스이다.

Sky+ DVR⁴⁾은 2008년 9월에 414만명으로 전년대비 53% 증가한 것으로 나타났다. BskyB는 3분기 동안 증가한 신규 가입자들이 DVR 기능을 신청했다고 밝혔다.

BskyB는 2007년 3월에 Sky+와 HD 가입자들을 위한 VOD서비스인 Sky Anytime을 런칭하였다. Sky Anytime 이용자들은 Sky+ 하드디스크에 있는 TV 콘텐츠를 최대 40시간까지 이용할 수 있으며 이 VOD서비스 콘텐츠는 정기적으로 업데이트된다. Sky의 VOD서비스 첫 진출은 2006년 1월, 온라인 TV서비스인 Sky by Broadband로부터 시작되었다. 이 서비스는 이후 2006년 11월, Sky Anytime PC로, 2008년 5월에 새로운 기능을 추가하여 Sky Player로 브랜드를 변경하였다. 이러한 브랜드의 변화는 BBC의 iPlayer의 성공에 의한 것인데 Sky는 2008년 10월, Sky Player에 BBC의 iPlayer 서비스를 제공하기로 하고 이 서비스(Sky Player)에 투자해왔다.

Sky는 실질적인 VOD서비스를 제공하기 위해 준비 중이다. 과거에 BskyB는 이 서비스를 IPTV를 통해 제공하겠다고 했지만 2008년 후반에 온라인 주문형서비스로 제공하겠다고 밝혔다. 이는 내부적으로 “Darwin Project”라 알려져 있으며 오픈 인터넷을 통해 “상상을 초월하는(over the top)” 비디오를 제공할 것이다. 또한 Sky는 2009년 초에 그 자체 패키지로서 다양한 리니어 유료TV 채널을 제공할 수 있는 온라인서비스 런칭을 준비하고 있다.

Sky는 2006년 5월에 HD를 런칭하였으며 2008년 9월 현재, 59만 1천명의 가입자를 확보하고 있다. Sky는 Sky 1, Sky News, Sky Travel, 그리고 프리미엄 채널인 Sky Sports와 Sky Movies를 포함하여 33개의 채널을 소유 또는 운영하고 있다. Sky의 TPS(Triple Play Services) 패키지인 “보고, 말하고, 검색하라(See, Speak, Surf)”는 최대 16Mbps의 속도로 다양한 무료 콘텐츠를 제공하고 있다.

2005년 4분기에 Easynet을 인수함에 따라 Sky는 2006년 7월에 브로드밴드서비스를 런칭하였으며 2008년 9월 현재, 179만명의 가입자를 확보하고 있다. Sky Talk은 136만명이 가입하고 있는 상태이나 가입자의 12%만이 TPS를 이용하고 있는 것으로

4) Sky+ DVR은 프로그램을 녹화(record)하거나 저장(store)할 수 있고 생방송을 멈추거나(pause) 되돌릴(rewind) 수 있는 서비스이다.

나타났다.

BskyB는 2008년 6월 현재 총수익이 49억 5천 파운드 (£)에 이르렀으며 전년 대비 8.8% 증가한 것으로 나타났다. 소매 가입자매출액은 10.7% 증가하였으며 이는 DTH 가입자수가 4.6% 증가한 것과 ARPU가 3.6% 증가한 것에 기인한 것이다. 도매 가입자매출액은 2,700만 파운드 감소한 1억 8,100만 파운드인 것으로 나타났다. 이는 케이블에 제공하는 기본 채널이 없고 케이블TV 프리미엄 가입자가 적은 것에 기인한다고 볼 수 있다. 광고매출액이 감소한 것 또한 동일한 이유라 하겠다. FY2009 1분기 총수익은 12억 5천만 파운드로 전년 대비 5.4% 증가하였고 소매 가입자매출액은 9억 7,200만 파운드, 도매 가입자매출액은 4,300만 파운드인 것으로 나타났다.

〈표 3〉 BskyB 재무현황

(단위: 백만 파운드)

구분	2007	2008	FY2008 1분기	FY2009 1분기
가입자매출액(소매)	3,406	3,769	898	972
가입자매출액(도매)	208	181	43	43
광고매출액	352	328	78	68
Sky Bet	47	44	11	11
설치비, 하드웨어와 서비스	212	276	73	61
기타수익	326	354	82	94
총수익	4,551	4,952	1,185	1,249
영업이익	815	724	143	179
EBITDA	1,007	970	201	246
세금면제이익	724	60	121	129

주: 기타수익은 Sky Active, Sky Card, Sky Mobile TV, 기술적 플랫폼 서비스와 Easynet 사업을 포함함

자료: Informa Telecoms & Media(2008a)

Ofcom은 2008년 6월 현재 무료 위성신호를 수신하는 가입자수는 84만명이라고 발표하였다. 무료 위성방송서비스인 Freesat은 BBC와 ITV의 공동출자로 설립되었으

며 80개의 채널을 제공하고 있다. Freesat은 2008년 말에는 200개, 2009년 초에는 230개 채널을 제공할 예정이다. Freesat은 2008년 말 30만명에서 40만명의 가입자를 기대하고 있으며 2008년 9월까지 10만명을 확보할 계획이다. 셋톱박스 가격은 49~120 파운드이고 위성안테나가 없는 가입자는 80 파운드의 설치비를 지불해야 한다.

3. 케이블방송

Virgin Media는 하나의 전국적인 케이블사업자로서 2008년 9월 현재, 341만명의 디지털TV 가입자와 16만 9,000명의 아날로그 가입자를 확보하고 있으며 TV 가입자는 358만명에 이르는 것으로 나타났다. Virgin Media의 ARPU는 2008년 3분기에 41.94 파운드로 전년대비 약간 증가(2007년 3분기 41.55 파운드)하였으며 TPS 보급률은 2008년 3분기에 54.7%에 이르는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 Virgin Media의 가입자 현황

(단위: 천명)

구 분	2007. 3분기	2008. 3분기
Home Passed	12,702	12,562
On-net TV(모든 TV)	3,417	3,577
On-net DTV(디지털)	3,167	3,408
브로드밴드 On-net	3,308	3,626
브로드밴드 Off-net	282	260
브로드밴드 총합	3,590	3,886
전화 On-net	3,993	4,079
전화 Off-net	91	105
전화 총합	4,083	4,184
TPS 보급률(%)	47.0	54.7
케이블 ARPU(파운드)	41.55	41.94
V+ DVR 가입자	190	469

자료: Informa Telecoms & Media(2008a)

Virgin Media의 수익은 2007년에 13.1% 증가한 40억 7,000만 파운드를 기록했으며 2008년 1분기부터 3분기까지 수익은 전년대비 1.3% 감소한 29억 8,000만 파운드인 것으로 나타났다. 운영손실은 2억 8,900만 파운드로 모바일 영업부문의 손실이 주된 요인으로 작용하였다. 가입자 케이블 매출액은 2008년 1분기부터 3분기까지 18억 4,000만 파운드를 기록하였는데 전년대비 거의 차이가 나지 않았다. 이밖에 콘텐츠 부문은 2억 4,500만 파운드의 이익을 창출한 것으로 나타났다. 콘텐츠 부문은 Virgin Media TV로 분리되었는데 7개의 주요 채널과 Sit Up의 텔레쇼핑채널을 통합하였다. Virgin Media TV는 또한 BBC Worldwide와 조인트벤처를 이루고 있는 UKTV 자산의 50%를 소유하고 있다. UKTV의 수익은 Virgin Media 자산에서 제외된다.

Virgin Media는 올해 초 일부 채널과 전체 콘텐츠 부문에 대한 매각을 고려한 바 있다. 이러한 채널 투자 감소가 진행되는 동안 Virgin Media는 브로드밴드와 VOD 서비스에 관심을 갖고 2008년 8월에 전화사업을 정리할 준비를 하고 있다. Virgin Media는 이 부문을 매각함으로써 6억 파운드의 이익을 낼 수 있을 것으로 믿고 소규모 인터넷사업과 연계하고 다양한 지역정부와 계약을 맺고자 한다.

〈표 5〉 Virgin Media의 재무현황

(단위: 백만 파운드)

구 분		2006	2007	2007 1분기~3분기	2008 1분기~3분기
케이블 부문	가입자매출	2,393.3	2,486.2	1,864.3	1,838.8
	법인매출	614.0	641.8	478.8	470.9
	소계	3,007.3	3,128.0	2,343.1	2,309.7
모바일 부문	Virgin Mobile	292.1	597.6	446.0	428.9
콘텐츠 부문	Virgin Media TV	135.6	109.5	82.2	87.6
	Sit-up	226.5	238.6	151.8	157.2
	소계	362.1	348.1	234.0	244.8
총합		3,602.2	4,073.7	3,023.1	2,983.4
영업이익		9.8	16.6	34.4	-289.1
지속사업을 통한 손실		-509.2	-463.5		

자료: Informa Telecoms & Media(2008a)

Virgin Media는 자사의 프랜차이즈 지역에 50Mbps의 브로드밴드 서비스를 900만 명 이상에게 제공하고 있다. 올해까지 자사 네트워크의 70%를, 2009년까지 95%가 서비스를 수신할 수 있도록 한다는 계획을 갖고 있다. Virgin Media는 2008년 3분기에 4Mbps 서비스를 10Mbps 서비스로 전환하였고 2012년까지 200Mbps 속도의 서비스를 제공할 계획이다. 2009년에 Virgin Media는 가입자망(connected-home)에 초점을 맞출 계획이다. 이는 가입자망을 통해 가입자들이 자유롭게 콘텐츠에 접근할 수 있도록 브로드밴드와 TV 플랫폼을 통합하는데 목적을 둔다. 이러한 움직임은 또한 웹과 방송채널을 통합함으로써 콘텐츠를 지원할 것이다.

2008년 11월, Virgin Media는 BskyB와의 20개월간 논쟁을 종식시켰다. 두 사업자는 Sky의 기본 채널을 케이블 플랫폼에 제공하기로 합의하였다. Sky의 기본 채널을 전송하는데 드는 비용은 라이선스 수수료 명목으로 연간 3,000만 파운드에 결정하고 추가로 성과기반 조정 상한선을 두었다. Virgin Media는 또한 자사의 채널을 Sky Digital에 제공하는 대가로 2,400만 파운드를 받는다.

2007년 2월, 전송비용으로 일어난 분쟁으로 Sky의 채널은 Virgin Media에서 제외되었다. 이러한 상황에서 Virgin Media는 2007년 7월, 프리미엄 스포츠방송사업자인 Setanta와 계약을 체결하여 대부분의 채널을 Virgin Media 기본 패키지에 제공받았다. 이는 프리미어 리그 축구경기같은 프리미엄 스포츠 비용을 야기하였다. 당시 Setanta는 Sky 프리미엄 가입자에게만 프리미엄 스포츠 프로그램을 제공하고 있었는데 케이블 기본 패키지 가입자가 시청가능하게 되어 Sky가 더 이상 독보적인 프리미엄 스포츠 프로그램 제공자가 아닌 상황이 되었던 것이다.

Virgin Media는 2007년에 VOD서비스를 개시하여 디지털TV 가입자의 80% 이상이 이 서비스를 이용할 수 있게 되었다. 2008년 2분기에 TV 가입자의 48%가 월단위로 VOD서비스를 이용하고 있는 것으로 나타났다. VOD서비스는 월별로 170만명이 이용하고 있는 것으로 나타났으며 이용자당 월평균 시청건수는 2007년 3분기에는 17, 2008년 3분기에는 27인 것으로 나타났다. 월평균 시청건수는 무료든 유료든 간에 2007년 3분기에 2,300만명에서 2008년 3분기에 4,500만명으로 증가하였다. 이러한

추세를 감안하여 Virgin Media는 2012년 4분기에는 1억명을 예상하고 있다.

주문형 서비스는 무료(free)와 가입(subscription) 그리고 선택적 조합(a la carte) 등의 방식으로 이용가능하며 이는 BBC의 iPlayer 서비스의 추가로 더욱 확대되었다. Virgin Media에 따르면 2008년 9월에만 1,170만명이 iPlayer 콘텐츠를 시청한 것으로 나타났다.

2008년 4월, Warner Bros.는 Virgin Media VOD서비스를 통해 “day and date 서비스”를 제공한다고 밝혔다. 이는 특정 영화의 경우 DVD가 발매되는 시점과 동시에 VOD로 시청이 가능한 서비스이다. 일반적으로 DVD와 VOD의 발매간격은 60일이다. 그러나 Warner Bros.와 다른 국제적인 콘텐츠사업자들은 VOD 수익을 DVD 대역과 판매수익에 포함시키고 있어 이러한 서비스를 런칭한 것으로 보인다.

이 서비스는 약 4,300시간과 500개의 영화가 주문형 서비스를 통해 이용가능하며 콘텐츠는 정기적으로 업데이트된다. 무료 VOD 콘텐츠는 주로 catch-up TV인데 이용자는 프로그램이 방송된 후 7일 동안만 접근이 가능하다. 지불거래형(pay per transaction) 콘텐츠는 뮤직비디오와 영화를 포함한다. 프리미엄 프로그램과 뮤직비디오는 월별 가입자 서비스의 일부로서 140채널 XL 패키지에서 Virgin TV 가입자면 이용가능하다.

Virgin DVR 서비스는 전환가입율(churn)을 감소하는데 도움이 된다. 2008년 3분기에 43,800명의 DVR 가입자를 추가하였고 2008년 9월에는 총 46만 8,700만명의 가입자가 DVR 서비스에 가입한 것으로 나타났다. 2007년 2월, V+는 HD 호환용으로 최대 80시간을 저장할 수 있고 3번째 프로그램을 시청하는 동안 이전 2개의 프로그램을 녹화할 수 있다.

4. IPTV

2008년 9월 현재 브로드밴드 가입자수는 전년대비 12.5% 증가한 1,700만명에 이르는 것으로 나타났다. 주요 브로드밴드 제공사업자로는 통신사업자인 BT(460만명)와

케이블사업자인 Virgin Media(390만명) 그리고 모바일 단말기 판매사업자인 Carphone Warehouse(280만명)를 들 수 있다. 또 다른 브로드밴드 사업자인 Tiscali는 2008년 9월 현재 177만명의 DSL 가입자를 확보하고 있으며 Sky는 2008년 3분기에 179만명의 브로드밴드 가입자를 보유하고 있는 것으로 나타났다. Sky는 Tiscali 인수에 관심을 갖고 있다.

IPTV는 조금씩 성장을 하고 있는데 Ofcom에 의하면 2008년 6월까지 가입자가 7만명(BT 제외)에 그치고 있다고 한다. BT와 Tiscali는 각각 2006년과 2007년에 서비스를 런칭했고 Global Digital Broadcast는 2008년 6월에 Play TV를 런칭했으며 Inuk은 대학 캠퍼스를 기반으로 한 DSL 기반 TV서비스를 확대하고 있다고 밝혔다. 또 다른 사업자인 Orange는 영국 IPTV 계획에 대해 재검토하고 있다.

BT는 BT Vision 서비스를 런칭하여 IP-VOD와 디지털지상파 리니어 채널을 2007년 5월부터 제공하고 있다. 2008년 11월 현재, BT는 2007년 말보다 3배가 증가한 34만명의 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났다. BT는 궁극적으로 200~300만명의 가입자 확보를 목표로 하고 있다. BT Vision을 이용하기 위해서 가입자는 48개의 디지털지상파 채널을 시청하기 위한 안테나가 필요하다. 또한 BT Broadband와 BT Home Hub에 가입해야 한다. BT Broadband 가입자는 “V 박스”라 불리는 무료의 셋톱박스를 설치하여 IPTV서비스를 이용할 수 있다.

BT Vision은 500개의 영화와 5,000시간의 프로그램을 제공하고 있다. 영화는 Disney, Universal, Warner와 Paramount로부터 제공받고 있으며 24시간 동안 1.99~2.99 파운드의 가격으로 다운로드받을 수 있고 뮤직비디오는 편당 0.29~2.99 파운드, TV 프로그램은 편당 0.79 파운드로 이용할 수 있다.

HD VOD서비스인 Hi-Def은 NBC Universal과의 콘텐츠 공급계약 이후인 2008년 9월에 런칭되었다. 최신 영화와 아카이브는 V 박스를 통해 4.95 파운드에 다운로드하거나 48시간 이용료로 2.95 파운드에 이용할 수 있다.

BT는 Virgin Media와 협력하여 2008년 5월부터 PictureBox SVOD서비스를 제공하고 있다. PictureBox는 언제든지 한번에 28개의 영화를 볼 수 있으며 영화는 주단

위로 바뀐다. BT에 따르면 많은 PictureBox 영화는 지상파방송에서는 먼저 볼 수 없는 것들이라고 말한다. BT는 2008년 7월에 가장 비싼 패키지 가입자에게 프리미엄 채널인 Setanta Sports 1 채널을 무료로 제공하기 시작하였다. 이 채널은 일반적으로 월 10.99 파운드의 이용료가 부과된다. BT는 Setanta와 제휴하여 생방송 프리미어 리그 축구경기 프로그램을 제공하며 월드컵과 FA컵, 스코틀랜드 프리미어 리그 등을 방송한다.

BT Vision에 제공할 추가적인 BskyB의 프리미엄 리니어 채널은 2008년 4분기에 가능할 것으로 보인다. Sky는 BT Wholesale과 함께 BT의 브로드밴드 상품을 재판매하는 계획을 논의 중이며 BT는 Sky의 프리미엄 스포츠와 영화채널에 대한 접근을 원하고 있다.

Tiscali TV는 2008년 중반에 62,000명의 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났고 예상했던 것보다 오랜 시간동안 투자철회를 통해 영국과 이탈리아 사업을 정리할 것으로 보인다. 2007년 말 약 1,000만명의 가입자가 Tiscali TV를 시청하고 있고 2008년 말에는 1,500만명에 이를 것으로 기대하고 있다. 기본 패키지는 50개의 채널과 350시간의 프로그램 그리고 1,000개 이상의 주문형 영화를 제공하고 있다. 2008년 2월, Tiscali는 Disney-ABC와 400시간의 주문형 콘텐츠를 제공하는데 합의했으며 6월에는 추가적으로 400시간의 VOD 콘텐츠를 제공하기로 하였다. 2007년 9월, Tiscali는 Setanta와의 전송계약을 체결함으로써 콘텐츠 제공폭을 한층 높였다.

5. 결 어

Ofcom은 최근 유료방송시장에 대한 조사를 단행하였는데 특히 BskyB의 플랫폼사업자와 콘텐츠사업자로서 역할에 관심을 보였다. BT와 Setanta, Top UP TV, Virgin Media 등은 공동으로 BskyB 신규 서비스인 Picnic TV의 디지털지상파방송 진출에 대해 BskyB의 콘텐츠 부문과 배급 부문을 기능적으로 분리할 것을 Ofcom에 제안하였다.

2008년 5월, Ofcom은 유료방송시장에 대한 조사결과 보고서를 경쟁위원회(Competition Commission)에 제출했으나 지속적인 조사를 통해 BskyB의 프리미엄 채널이 도매 시장에서 판매가능성을 따져보는 2차 보고서를 9월에 발표하였다. 도매 시장 판매가 가능하다면 그 보상으로 BskyB가 Freeview DTT에 BskyB의 신규 유료서비스인 Picinic TV를 제공할 수 있도록 검토할 것이다. 이는 프리미어 리그와 할리우드 영화 같은 관심도가 높은 콘텐츠들을 다양한 사업자에게 제공할 수 있도록 하여 소비자가 다양한 플랫폼을 선택, 이용하도록 접근권을 높이기 위한 의도라고 볼 수 있다.

영국의 유료방송시장은 위성방송사업자인 BskyB와 케이블사업자인 Virgin Media의 양대 체제 속에서 통신사업자의 IPTV서비스가 이제 막 기지개를 피려고 하는 구도라고 할 수 있다. BskyB는 자사의 플랫폼과 콘텐츠를 활용하여 제공할 수 있는 사업영역을 넓히고 있으며 신규 서비스를 개발하여 플랫폼 진출을 확장하고 있다. Virgin Media도 브로드밴드와 콘텐츠 사업을 중심으로 TPS 확산에 주력하고 있다. 위에서 살펴본 바와 같이 이들 양대 사업자는 비즈니스의 핵심을 콘텐츠로 보고 있다. 특히 두 사업자는 VOD서비스의 확대에 지대한 관심과 노력을 기울이고 있어 향후 콘텐츠 확보와 투자에 높은 비중을 둘 것으로 예상되며 이는 유료방송사업자의 사업 전략이 어느 쪽에 집중해야 하는지를 보여주는 단적인 예라고 할 것이다.

참고자료

Informa Telecoms & Media(2008a). TV International, 2008. 12. 12.

_____ (2008b). Global Digital TV, 2008. 9.

Ofcom 홈페이지(www.ofcom.org.uk)

2020년 인터넷의 미래 전망

유 지 연*

1. 개요

미국의 퓨 인터넷&아메리칸 라이프 프로젝트(Pew Internet&American Life Project)에서는 인터넷의 진화, 기술과 미디어, 공공정책, 전자정부, 정치, 온라인 활동, 가족과 커뮤니티, 교육, 일, 건강, 그리고 뉴스 등 11개의 사회 주요 이슈별로 인터넷이 미치는 영향을 분석하고 미래를 전망하고 있다. 특히나, 중장기적인 미래 전망을 위하여 기존 논의 분석을 통하여 미래예측 시나리오를 구성하고 관련 전문가들의 의견을 수렴한 보고서를 발표하고 있다. 이 미래 전망의 일환으로 지난 12월 14일에 2020년의 미래를 예측한 “Future of the Internet III”이 발표되었다. 최근 전세계적인 경기침체와 함께 IT관련 부분의 저조한 실적과 비관적 전망이 이어지고 있는 가운데, 인터넷 미래에 대한 준비를 통하여 인터넷강국으로의 재도약을 위하여 “Future of the Internet III” 보고서를 정리하고자 한다.

2. 2020년 인터넷의 미래

2020년 미래 전망은 먼저 인터넷의 미래를 예측하기 위해 1990~1995년 동안의 수

* 정보통신정책연구원 미래융합전략연구실 책임연구원, (02)570-4238, jyy@kisdi.re.kr

만건에 달하는 방대한 자료들을 세세히 검토하였고, 이어 인터넷 사회 및 관련 기업들에 끼치는 영향들에 대한 전망 리스트를 정리, 분석하여 작성되었다. 그리고 작성된 시나리오를 기반으로 2007년 12월부터 2008년 3월까지 인터넷 활동가, 애널리스트 등 인터넷 관련 전문가 578명을 대상으로 전문가 조사를 실시하고 618명의 이해 관련자들의 의견 수렴 등의 절차를 거쳐 12월에 최종 결과를 발표하였다.

그리고 그 결과 발표된 2020년의 미래모습은 다음과 같다.

- ① 시나리오 1. 인터넷을 연결할 때 가장 주요 수단으로 모바일 기기가 활용될 것이다. 이 시나리오와 관련하여 강력한 컴퓨팅 파워를 갖춘 스마트폰이 전세계 인터넷 연결의 주요 플랫폼이 될 것이라는 전망에 약 77%가 동의하였다.
- ② 시나리오 2. 현재의 인터넷 기술을 향상시키기 위한 차세대 네트워크 기술이 개선되면서 다시 설계될 것이다. 이 시나리오와 관련하여 웹 2.0이 사람들을 더 가깝게 연결해 주기를 하지만, 이러한 연결이 사회적 포용력을 향상시키지는 않은 것이라는 전망에 약 56%가 동의하였다.
- ③ 시나리오 3. 지적 재산권과 저작권 관련하여 보호에 대한 논의는 계속될 것이지만, 콘텐츠를 무단공유하거나 복제 등 해커들의 등장과 공격은 계속될 것이다. 이 시나리오와 관련하여 입법부, 법원, 기술업계 및 미디어업체들이 지적재산권 통제를 효과적으로 행사할 수 없을 것이라는 전망에 약 60%가 동의하였다.
- ④ 시나리오 4. 인터넷을 기반으로 하는 이용자들간 음성 인식 및 감지 기술이 점점 진보되어 보편화될 것이다. 이 시나리오와 관련하여 사용자 인터페이스가 터치(touch), 말하기(talk), 타이핑(typing) 기능면에서 획기적으로 개선될 것이라는 전망에 64%가 동의하였다.
- ⑤ 시나리오 5. 실재와 가상 세계와의 구분이 점점 불명확해지며 모든 사람들이 서로 연결되고 가상공간에서 상호 교류하는 시간이 증가할 것이다. 이 시나리오와 관련하여 업무시간과 개인시간을 분리할 수 있는 회선이 거의 없을 것이나 이러한 현상은 문제가 되지 않을 것이라는 전망에 56%가 동의하였다.

- ⑥ 시나리오 6. 개인과 기관의 투명성은 향상시킬 것이지만, 인간적인 신뢰, 사회적 관용, 용서 등은 증대되지 않을 것이다. 이 시나리오와 관련하여 인터넷으로 인한 개인 및 기관의 투명성 개선이 개인적인 정직성이나 관용을 증대시킬 것인가에 대해서 45%가 동의하였고 44%가 부정적이었다.

3. 결 어

전 세계적인 경기침체를 극복하고 세계 경제를 회생시킬 핵심 원동력으로 정보기술 분야가 관심을 받고는 있는 가운데, 주요 선진국에서는 정보기술에 기반한 새로운 발전전략을 도모하고 있다. 미국 오바마(Barack Obama) 정부는 ‘기술·이노베이션 전략’을 주요 정책으로 하고 있으며, 프랑스는 2008년 10월에 디지털 국가전략으로 “Digital Plan 2012”를 발표하였다. 그리고 영국은 ICT분야의 실행동계획 “Digital Britain”을 모색 중으로 2009년 봄에 발표할 예정이며, 일본에서도 ‘디지털 신시대(新時代)를 향한 신전략’ 수립을 도모하고 있다.

현재, 우리나라에서도 2008년 7월에 ‘New IT전략’이 발표되어 추진 중에 있으나, 현재의 위기를 극복함과 동시에 선진국 도약의 기회로 삼기 위해서는 혁신기술의 개발에서 더 나아가 인터넷과 정보기술, 그리고 방송통신에 이르는 미래 전망과 사회변동 연구를 기반으로 한 보다 적극적이고 전략적인 대응이 필요하다 하겠다.

참고자료

Pew Internet(2008), “*The Future of the Internet III*”, 2008. 12. 14.

松田岩夫(2008), “デジタル新時代に向けた新戦略の策定について”, IT戦略本部 (第49回) 資料, 2008. 12. 19.

미국 DOJ와 FCC, Verizon Wireless와 Alltel의 기업결합 조건부 승인결정

황 주 연*

1. 서론

지난 2008년 11월 4일, 미국 연방통신위원회(FCC)는 49개 주에 걸쳐 7천 80만명의 가입자를 보유한 미국 내 2위 이동통신사업자인 Verizon Wireless와 35개 주에서 1천 300만명의 가입자를 보유한 5위의 이동통신사업자인 Alltel 간의 기업결합을 승인한다는 결정을 내렸다. 이로써 Verizon Wireless는 총 8천 370만 명의 가입자를 보유하게 됨으로써, 가입자 수 7천 490만의 AT&T를 제치고 미국 최대의 이통사업자로 등극하게 되었다. 이와 관련하여 미국에서 기업결합 규제를 담당하는 연방법무부(DOJ)와 연방통신위원회(FCC)는 각자의 고유한 권한에 따라 당해 기업결합의 승인여부를 심사하였는데, 이하에서 그 자세한 내용을 살펴보기로 한다.

2. 사건의 경과

지난 2008년 6월 5일, Verizon Wireless는 281억 달러에 Alltel의 주식(59억 달러)

* 정보통신정책연구원 공정경쟁정책연구실 연구원, (02)570-4063, pearlhwang@kisdi.re.kr

과 부채(222억 달러)를 모두 인수하기로 합의하고, 일주일 후인 13일에 통신법 (Communications Act) 제310조(d)에 따라 FCC에 합병승인을 신청하였다. 같은 달 25일, 위원회는 당해 합병에 대한 의견수렴을 위하여 공고문(Public Notice)을 발표하였다. 이어 7월 22일 Verizon Wireless는 DOJ와의 사전협의를 거쳐 합의된 85개 CMA(Cellular Marketing Areas)에 대한 자산매각 약정서를 제출하였으며, 10월 7일에는 DOJ와 추가적으로 합의한 15개 시장에 대한 자산매각 약정서를 제출하게 된다. 그리고 11월 3일에는 경쟁 ETC(eligible telecommunications carriers)에 대한 단계적인 로밍요금 삭감과 함께 강화된 휴대폰 긴급통화(E911) 위치확인 서비스 및 보편적 서비스 지원을 약정함에 따라, 이튿날인 11월 4일 FCC가 최종 합병승인 발표를 하게 된다. 한편 FCC의 승인 발표가 있기 불과 며칠 전인 10월 30일, FCC와 함께 기업결합의 심사권한을 보유하는 연방법무부 반독점국은 당해 기업결합이 성사되기 위해서는 경쟁상의 폐해가 우려되는 일부 지역에 대한 Verizon의 자산매각이 선행되어야 한다는 내용의 민사소송과 동의판결을 제기하였다. 이하에서 이번 기업결합에 대한 DOJ와 FCC의 경쟁제한성 심사 내용과 승인 조건을 자세히 검토하기로 한다.

3. 법무부 반독점국의 자산매각 요청(2008. 10. 30)

(1) 개요

지난 2008년 10월 30일, 미국 연방법무부 반독점국은 콜롬비아 지방법원에 대하여 당해 기업결합을 반대하는 내용의 민사소송을 제기하면서, 기업결합에 앞서 22개 주¹⁾ 총 100개 CMA에 대한 자산매각을 요구하는 확정판결을 구하였다.²⁾ 미국의 기업결합

1) North Dakota와 South Dakota주 전 지역; Colorado, Georgia, Kansas, Montana, South Carolina, Utah, Wyoming의 대부분; Alabama, Arizona, California, Idaho, Illinois, Iowa, Minnesota, Nebraska, Nevada, New Mexico, North Carolina, Ohio와 Virginia의 일부 지역이 이에 해당하며, 이는 지금까지 무선통신 관련 케이스에서 법무부에 의해 내려진 가장 광범위한 조건임

2) *United States v. Verizon Communications Inc.*, Civil Action No.08-CV-1878(EGS)

규제는 클레이튼법(Clayton Act) 제7조에 따라 법무부 반독점국의 경쟁제한성 심사를 거치게 되는데, 법무부의 심사는 단지 당해 기업결합으로 인한 반경쟁적 효과에 대한 판단으로 국한되며, 다른 공익적 요소나 소비자 편익에 미치는 영향에 대한 판단은 배제된다는 점에서 FCC의 기업결합 심사와 구분된다.

(2) 시장획정

클레이튼법 제7조(15 U.S.C 18)³⁾는 일정한 지역의 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 감소시키거나 독점을 형성할 우려가 있는 기업결합을 위법으로 규정하고 있다. 여기서 ‘일정한 거래분야(in any line of commerce)’는 상품 시장획정에 관한 것이며, ‘일정한 지역(in any section of the country)’은 지리적 시장획정에 관한 것이다. 관련시장 획정의 문제는 여러 기업결합 사건에 있어서 핵심적인 쟁점사항이 된다. DOJ는 이번 사건의 관련 상품시장을 데이터와 음성을 포함하는 이동통신서비스 시장으로, 지리적 시장은 94개 CMA(Cellular marketing Areas)로 획정하였다.

(3) 경쟁제한성 심사

법무부 반독점국은 당해 기업결합으로 인한 경쟁제한성 심사 결과, 두 사업자의 점유율이 높은 일부 지역시장에서의 경쟁을 본질적으로 저해할 것이라고 판단하였다. 이에 따르면 Verizon과 Alltel은 현재 94개 CMA에서 서로에게 가장 강력한 경쟁사업자이며, 따라서 신청대로 기업결합이 이루어질 경우에는 해당 지역 이동통신서비스 시장의 경쟁을 실질적으로 감소시킴으로써 요금인상과 품질저하 및 네트워크 투자 감소 등으로 인한 소비자 피해를 초래하게 될 것이라고 하였다. 따라서 이러한 반경쟁적 폐해를 방지하기 위해서는 해당 지역에서 영업 중인 Verizon의 자산매각이 선행되어

3) Clayton Act Sec.7(어느 한 기업에 의한 다른 기업의 주식취득) 일정한 지역의 일정한 거래분야에서 실질적으로 경쟁을 감소시키거나 독점을 초래하는 결과를 가져오는 합병 또는 주식의 취득은 금지된다.

야 한다고 주장하였다. 이와 함께 법무부는 법원에 대하여 수정 동의판결(consent decree)⁴⁾도 함께 신청하였는데, 이는 1999년과 2006년에 있었던 Bell Atlantic Corporation (Verizon의 전신)과 Alltel에 대한 두 건의 동의판결을 수정하는 내용이었다. 이로써 법무부는 종래의 94개 CMA에 더하여 동의판결에 언급된 6개의 CMA까지 총 100개 CMA에서의 자산매각을 요구하게 된다.

제소장에서 미국 정부와 22개주를 대표하는 변호사들로 구성된 원고 측은 당해 기업결합의 반경쟁적 효과를 다음과 같이 분석하고 있다. 현재 94개 CMA에서 Verizon과 Alltel의 점유율을 합하면 55%에서 최대 100%에 달하게 되며, 이들은 서로에게 가장 유력한 경쟁사업자이다. 또한 양 사의 시장집중도 또한 매우 높은 것으로 나타나, 통상 집중된 시장의 판단기준인 HHI 1800선을 훌쩍 넘어 무려 2100에서 9100에 달한다고 주장하였다. 따라서 Verizon의 신청대로 Alltel 인수가 이루어질 경우, Verizon과 Alltel 간의 현실적, 잠재적인 경쟁이 제거되고, 일반적인 경쟁도 실질적으로 감소할 것이며, 요금이 인상되고, 서비스의 양과 질이 저하될 것이며, 네트워크에 대한 투자 역시 감소할 것이라고 예상하였다. 다만 원고의 신청대로 자산매각 처분이 이행된다면, 이번 기업결합으로 인한 반경쟁적 효과는 해소될 것이라고 기대하였다.

4. 연방통신위원회의 조건부 승인결정(2008. 11. 4)

(1) 개요

법무부의 경쟁제한성 심사와는 별도로 FCC는 통신법 제214조(a)와 제310조(d)에 의거하여 당해 기업결합이 공공의 이익과 편익, 그리고 필요에 부합하는지를 심사할 권한을 갖는다. FCC는 Verizon의 Alltel 인수에 대한 심사 결과, 향후 4년간 로밍요금

4) 동의판결(consent decree)이란 법무부(DOJ)와 피고 간에 유죄의 인정 없이 어떤 구제조치를 명할 것인가를 합의하는 내용의 동의판결을 통해서 반독점법 위반의 소를 해결하는 것을 말함. 한편 동의명령(consent order)이란 FTC(연방거래위원회)와 피심인 간에 합의를 통해 시정방안을 마련하고 이를 FTC의 공식명령으로 채택함으로써 사건을 종결하는 것을 말함

(roaming rate)을 현재 수준으로 유지할 것과 105개 시장에 대한 Verizon의 철수를 조건으로 합병을 승인하기로 최종 결정하였다. 위원회는 관련 시장에 대한 면밀한 분석을 통하여, 당해 기업결합 당사자들이 부과된 조건을 이행한다면 공익에 부합할 것으로 보인다고 판단하였다. 구체적인 인수 조건으로는 현재 Alltel이 영업 중인 22개 주 100개 지역에 대한 Verizon의 자발적인 철수와 함께, 경쟁저해 우려가 있다고 판단되는 추가적인 5개 시장에 대한 의무적인 철수가 부과되었다. 위원회는 이를 통해 당해 기업결합으로 인한 경쟁저해와 잠재적인 소비자 피해를 방지할 수 있을 것이라 기대하였다. 한편 일부에서 우려를 표명한 로밍 사업자 수 감소로 인해 초래될 지역 소규모 사업자들의 로밍 문제는 Verizon 측에서 향후 4년간 로밍 요금을 현재 수준으로 유지하기로 합의함으로써 해결되었다.

(2) 시장획정

먼저 관련 상품시장은 기존의 네트워크를 통해 음성과 데이터 서비스를 제공하는 “mobile telephony services”(2G, 2.5G)와 보다 발전된 방식의 “mobile broadband services”(3G, 4G)를 합하여 “mobile telephony/broadband services” 시장으로 획정하였다. 한편 관련 지리적 시장은 기존의 기업결합 사건들에서처럼 CEA(Component Economic Areas)와 CMA(Cellular Marketing Areas)라는 두 개의 기준을 고려하여 소비자들의 주거지나 근무지를 중심으로 한 지역시장으로 획정하였다.⁵⁾ 1차 심사결과, HHI 기준으로 총 218개 CMA와 116개 CEA, 주파수 기준으로는 총 27개 CMA와 15개 CEA가 추가적인 경쟁저해성 판단을 요하는 것으로 판명되었다. 이 중 27개 CMA와 14개 CEA가 두 기준 모두에 해당하는 것으로 밝혀졌다.

5) CEAs는 소비자 측면에서의 수요대체성을 나타내도록 고안된 반면, CMAs는 위원회의 이동전화 서비스 면허 부여에 따라 획정된 단위로서 공급대체성을 측정할 수 있다.

(3) 경쟁제한성 심사

위원회는 1차 심사에서 추려진 218개 CMA 중에서 Verizon이 자발적인 철수를 약정한 100개 시장을 제외한 나머지 118개 CMA에 대하여 경쟁저해성 심사를 진행하였다. 그 결과 대부분의 CMA에서 합병 이후에도 4개 이상의 사업자들이 증축된 네트워크를 통하여 충분한 주파수를 가지고 전국적인 서비스를 제공할 수 있는 것으로 파악되었으나, 5개 CMA⁶⁾에서는 일방적(unilateral effects)이든 동조적(coordinated effects)이든 실질적인 경쟁상의 폐해가 우려되는 것으로 판단되었다. 이 시장들은 비교적 좁은 지역에서 합병기업이 상대적으로 높은 시장점유율을 차지하고 있으며, 경쟁사업자도 거의 없는 지역이었다. 위원회는 이 5개 지역에 대하여는 Verizon의 자산매각이 적절한 구제수단이 될 것이라고 판단하였다.

(4) 공익성 심사

이 외에도 위원회는 당해 기업결합을 통하여 실증될 수 있는 공공의 이익이 창출되는지 여부도 심사하였는데, 이를 위해서 오직 기업결합만을 통하여 추구할 수 있는 비즈니스 전략이 궁극적으로 소비자 편익에 기여할 것인지를 검토하였다. Alltel 인수를 통하여 Verizon의 면허권과 네트워크 커버리지가 확대됨으로써 특히 농촌지역 가입자에 대한 서비스가 향상될 것이고, 자원의 증대로 인하여 광대역망과 차세대 서비스에 대한 투자가 가능해질 것이며, 이를 통해 양질의 서비스를 제공하고, 효율성 및 범위와 규모의 경제를 달성케 될 것이라는 양 사의 주장을 검토한 결과, 당해 기업결합이 공익에도 부합한다는 결론에 도달하였다. 다만 앞서 언급한 5개 시장에 있어서는 이러한 공익이 잠재적인 경쟁상의 폐해를 압도할 만큼 충분하고 임박한 것인지를 결론내리기 어려운 바, 이에 대한 치유수단으로서 자산매각을 승인 조건으로 부과할 필요가 있다고 판단하였다.

6) CMA181(Muskegon, MI), CMA427(Iowa 16-Lyon), CMA476(Michigan 5-Manistee), CMA478 (Michigan 7-Newaygo), CMA650(Tennessee 8-Johnson)

5. 시사점

자산매각 명령은 신고된 기업결합이 관련시장에 반경쟁적 효과를 미칠 것으로 판단되는 경우, 그 시장에서의 경쟁을 유지하기 위한 수단으로 사용되는 조치이다. Verizon과 Alltel의 합병으로 미국 내 가입자 수만 8천 3백만 명에, 총 수입이 510억 달러에 달하는 거대 이통사업자가 등장하게 되었으나, 연방법무부와 연방통신위원회는 자산매각과 몇 가지 추가적인 조건들을 이행한다면 경쟁상의 폐해를 방지하고 공익에도 부합할 것이라는 결론을 내렸다. 이는 기업합병 심사에 있어 경쟁저해성만을 판단하는 DOJ와 경쟁성 심사 외에도 이용자 편익이나 다른 공익적 요소까지 심사하는 FCC의 입장이 다시 한 번 확인된 사례라고 할 것이다. 즉 DOJ는 경쟁상 폐해를 치유하기 위한 수단으로 자산매각을 요구하고 있으나, FCC는 자산매각 외에도 로밍요금 동결이나 보편적 서비스 지원 등 공익성 증대를 위한 조치들까지 취하고 있음을 알 수 있다.

참고자료

DOJ Antitrust Division(2008), Notices “*United States v. Verizon Communications Inc.*”; “Proposed Final Judgement and Competitive Impact Statement”, November 12, 2008.

FCC(2008), “Memorandum Opinion and Order and Declaratory Ruling”, FCC 08-258, November 4, 2008.

미 스프린트社 저가 정액요금제 출시

이 은 민*

1. 개요

2009년 1월 15일 주요 외신들은 미국 제 3위 이동통신사업자인 스프린트 넥스텔(Sprint Nextel)의 자회사 부스트 모바일(Boost Mobile)이 음성, 문자, 데이터, 웹서핑 등이 포함된 상품을 월 50달러 정액요금제로 출시할 예정이라고 보도했다. 스프린트의 이번 전략은 경기침체로 통신비에 민감해진 소비자 수요에 적극적으로 대응한다는 차원에서 환영받고 있으나, 현재 미국 주요 사업자들의 월 99달러 정액요금제보다 크게 낮은 요금제 도입이 향후 통신시장의 수익성 확보에 커다란 영향을 줄 것이라는 점에서 이목이 집중되고 있다.

이에 본 고에서는 스프린트 넥스텔의 초저가 요금제의 출시현황과 미국 이동통신시장에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 하겠다.

2. 스프린트社의 공격적인 요금제 출시 현황 및 배경

스프린트 넥스텔의 자회사인 부스트 모바일(Boost Mobile)은 월 50달러에 무제한 통화를 제공하는 요금제를 준비중인 것으로 알려졌다. 본 저가 상품은 현재 AT&T,

* 정보통신정책연구원 동향분석실 주임연구원, (02)570-4314, micha76@kisdi.re.kr

버라이즌, T모바일 등 주요 사업자들이 월 99달러에 무제한 서비스를 제공하는 정액 요금제의 절반 가격이고, 중소기업인 MetroPCS Communicaitons와 Leap Wireless International이 제공하는 무제한 정액제 서비스보다도 10달러 저렴하다. 파격적인 가격임에도 불구하고 이 상품은 무제한 음성통화 이외에도, 무제한 문자메시지, 모바일 웹서핑, 위키토키 기능(Push-to-talk) 등 다수 기능을 제공할 예정이다. 특히 주요 사업자들이 제공하고 있는 월 99달러 정액요금제가 1년 혹은 2년의 약정기간을 조건으로 가입시키는데 반해, 스프린트의 요금제는 약정기간이 없다는 점도 강점으로 평가된다. Leap과 MetroPCS도 약정없이 유사한 정액요금제를 실시하고 있으나 음성통화는 지역적인 제한을 받는다는 점에서 경쟁력이 떨어진다. Leap과 MetroPCS의 베이직 요금제는 조금 더 저렴하나 문자 서비스나 로밍 등 추가서비스에 대해 기본요금 이외로 청구된다는 단점이 있다. 두 업체 모두 저가요금제로 특화된 서비스를 제공해 왔으나, 이번 스프린트의 저가 정액요금제에 대한 언론보도가 잇따르며 주가가 다소 하락하는 모습을 보였다.

스프린트의 이번 조치는 저가요금제를 선호하는 미국내 분위기와 무관하지 않다. 시장조사기관 CITA 자료에 따르면 데이터 및 문자서비스 이용빈도가 많은 사용자의 경우 월 100달러 이상을 사용하지만 평균적으로는 1인당 48.5달러 정도의 요금을 사용하는 것으로 나타났다. 더군다나 최근의 경기불황의 여파까지 겹쳐 미국내 저렴한 요금제 특히 '선불제 서비스'(Prepaid)에 대한 수요는 점차 높아지는 추세이다. 저렴한 선불요금제를 제공하고 있는 MetroPCS는 2008년 3분기에 신규가입고객이 24.9만명 증가했는데, 이는 전년동기대비 2배 늘어난 수치이다. 또한 유사한 BM을 보유하고 있는 Leap의 경우에도 3분기에 전년동기대비 3배 늘어난 15.6만명을 순증가입자로 확보했다.

한편 이번 스프린트의 공격적 가격전략은 통신비 지출에 민감한 소비자들을 확보하는 동시에, 최근 이동통신서비스의 가입자 확보 부진을 극복하기 위한 것으로 보인다. 2007년 1분기 19%의 가입자 점유율을 확보했으나 케이블사업자들과의 합작 QPS 'Pivot'의 실패, 3G시장에서의 경쟁력 상실 등으로 인해 지속적으로 가입자수가 감소

하여 2008년 4분기에는 약 15%를 기록할 것으로 예상된다.

〈표〉 미국 이동통신시장 주요 업체별 가입자수 및 점유율 추이

		1Q07	2Q07	3Q07	4Q07	1Q08	2Q08	3Q08	4Q08(E)
AT&T	가입자수	62,217	63,673	65,666	70,052	71,367	72,882	74,871	77,071
	점유율	26.0	26.2	26.5	27.6	27.6	27.8	28.1	28.5
Verizon Wireless	가입자수	60,716	62,054	63,699	65,707	67,178	68,681	70,808	72,458
	점유율	25.4	25.5	25.7	25.9	26.0	26.2	26.6	26.8
Sprint Nextel	가입자수	45,872	46,057	45,957	45,329	44,059	43,145	41,694	40,344
	점유율	19.2	18.9	18.5	17.8	17.0	16.5	15.7	14.9
T-Mobile USA	가입자수	26,021	26,878	27,735	28,686	30,798	31,466	32,136	32,886
	점유율	10.9	11.0	11.2	11.3	11.9	12.0	12.1	12.2

자료: Oppenheimer(2008. 11. 21); 스트라베이스(2008. 12. 19) 재인용

스프린트는 2009년에 모바일 WiMax 상용화서비스를 주도하여 성장동력으로 삼고, 비용 및 회사규모 축소를 통한 재무건전성을 확보하고, 요금에 민감한 고객을 겨냥한 가입자 확대 및 자원재분배를 통한 수익확보 극대화 등을 추진할 것으로 알려졌다. 이미 2008년 영업손실과 부채를 만회하기 위한 방안으로 스프린트 전사 인력중 14%에 해당되는 8천여명을 감원하는 등 구조조정에 들어갔다는 소식이 보도되었다. 스프린트는 이번 감원으로 연간 12억 달러의 비용이 줄어들 것으로 예상하고 있으며, 또한 저가 정책제 출시로 순증가입자가 확대될 것으로 보인다.

3. 결 어

글로벌 경기침체로 통신비에 민감해진 미국 소비자들에게 스프린트의 월 50달러 무제한서비스 요금제는 매우 매력적임에 틀림없다. 물론 미국 이동통신시장의 서열 3위에 잇따른 전략실패에 따른 지속적인 가입자 점유율 하락을 겪고 있는 스프린트로

씨는 이러한 공격적인 전략추진이 경기침체로 소비에 소극적인 가입자들을 확보할 수 있는 기회가 좋은 기회이자 전략이라는 평가이다. 다만 이는 다른 경쟁업체들에게 가격하락 압력으로 작용해 결국 통신업계 전반의 가격인하와 이로인한 업체부담 가중이 불가피할 것으로 보인다. AT&T, 버라이즌, T-모바일 등 주요 경쟁사업자들의 후속 대응전략이 이어질 것으로 예상된다.

미국 이동통신시장에서 처음으로 기존의 절반인 월 50달러 정액제 도입을 앞둔 스프린트의 전략이, 이동통신시장 전반에 저가 정액제 도입을 통한 가격하락으로 이어질지에 관심이 집중되고 있다.

참고자료

- 스트라베이스, “美 이동통신사업자별 가입자 수 현황과 시장 점유율”, 2008. 12. 19
- Sprint Nextel, “Global Media and Communications Conference”, 2008. 12. 9.
- 《Total Telecom》, “Sprint to offer \$50 flat-rate unlimited plan”, 2009. 1. 15.
- 《Wall Street Journal》, “Newly Budget-Minded Turn to Prepaid Phone”, 2008. 12. 11.
- 《Wall Street Journal》, “Sprint prepay plan pressures cell rivals”, 2009. 1. 15.

Ovum의 글로벌 IPTV 시장 전망

■ 권 성 미*

1. 개요

전 세계적으로 IPTV 서비스는 아직 시장 형성 초기단계라고 할 수 있지만(OECD, 2007) 방송과 통신의 융합을 통한 시장 활성화 가능성으로 인해 해외 주요국에서 경쟁적으로 IPTV 서비스를 도입해오고 있다. 우리나라도 지난해 8월 KT, SK브로드밴드, LG데이콤이 IPTV 사업자로 선정되고, 속속 상업화가 추진되면서 향후 방송시장에 많은 영향을 미칠 것으로 보인다.

이런 가운데 지난 11월 말, 영국의 시장조사기관인 Ovum에서 2007년~2012년 사이의 글로벌 IPTV 시장에 대한 전망¹⁾을 제시하여 주목받고 있다. 이에 본 고에서는 Ovum에서 전망한 글로벌 IPTV 시장에 대한 전망 내용을 소개하고자 한다.

* 정보통신정책연구원 동향분석실 연구원, (02)570-4009, smkwon@kisd.re.kr

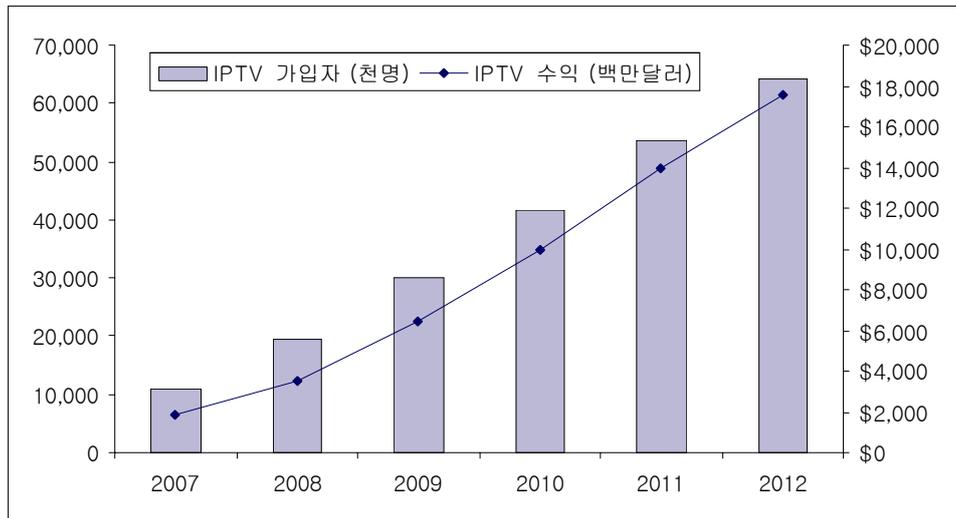
1) Ovum 보고서에서 산출한 IPTV 가입자 수는 통신사업자와 ISP가 제공하는 유료 방송 서비스를 기준으로 하였으며 순수한 IPTV 가입자 수를 대상으로 집계한 것은 아님

2. 주요 내용

(1) 글로벌 IPTV 시장 전망

Ovum은 전 세계의 IPTV 가입자 수가 2007년 기준 1,109만 명에서 지속적으로 성장하여 2012년에는 6,429만 명에 이를 것으로 전망하였다. 또한 IPTV 서비스의 수익 규모도 2007년 18억 달러에서 2012년 175억 달러 수준으로 성장할 것으로 전망하였다.

[그림 1] 글로벌 IPTV 시장 전망

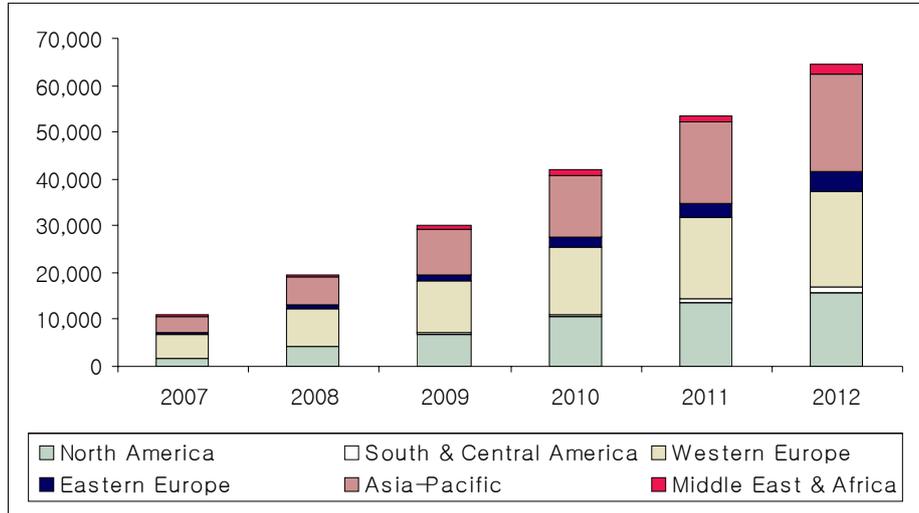


자료: Ovum(2008)

주요 지역별로는 북미, 서유럽, 아시아의 성장세가 강하게 지속될 것으로 전망하였다. 이로 인해 2012년 IPTV 가입자는 북미 1,562만, 서유럽 2,019만, 아시아 2,098만에 이를 것으로 예측한 반면, 남미와 중앙 아메리카 152만, 동유럽 417만, 서유럽 및 아프리카 181만에 머물 것으로 전망하였다.

[그림 2] 지역별 IPTV 시장 전망

(단위: 천명)



자료: Ovum(2008)

또한 국가별 IPTV 매출액 수준 및 브로드밴드 현황, 디지털 TV 플랫폼 경쟁 현황 등에 대한 분석을 바탕으로 A그룹(Fast Developing), B그룹(Developing), C그룹(Slow Developing)의 3개 군으로 분류하였다(<표 1> 참조). 브로드밴드 보급 등의 인프라를 바탕으로 IPTV 시장 형성에 적극적이었던 프랑스, 오스트리아, 스위스 등과 함께 국가 규모가 작은 홍콩, 싱가포르 등이 A그룹으로 분류되었다. 상대적으로 국가 규모가 커서 망설비 등의 투자 비용 및 기간이 많이 소요되는 오스트레일리아, 중국, 영국, 미국 등은 B그룹으로 분류되었다. 또한 현재 전국 단위의 통신 인프라가 열악한 브라질, 인도, 말레이시아, 우크라이나, 베트남 등은 본격적인 IPTV 시장 형성에 어느 정도 시간이 걸릴 것으로 전망하였다. 우리나라는 통신망 등 기반 인프라 구축에 힘입어 향후 빠른 성장이 전망되는 A그룹으로 분류되었다.

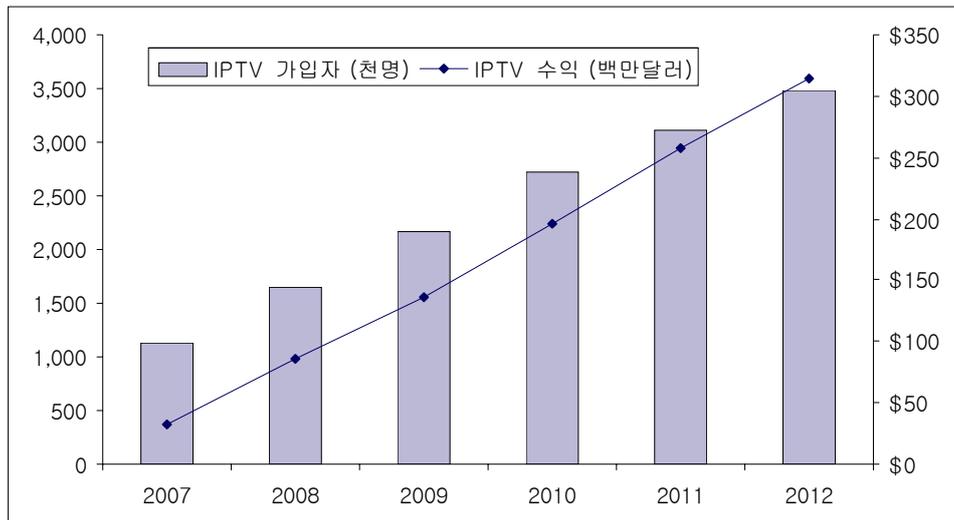
〈표 1〉 IPTV 시장 성장률에 따른 국가군 분류

A그룹 (Fast Developing)	B그룹 (Developing)	C그룹 (Slow Developing)
오스트리아, 발트3국, 벨기에, 캐나다, 체코, 프랑스, 홍콩, 한국, 노르웨이, 포르투갈, 싱가폴, 스웨덴, 스위스, 대만	오스트레일리아, 중국, 덴마크, 핀란드, 독일, 그리스, 헝가리, 아일랜드, 이스라엘, 이탈리아, 일본, 네덜란드, 뉴질랜드, 폴란드, 러시아, 슬로바키아, 스페인, 영국, 미국	브라질, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 멕시코, 필리핀, 남아프리카공화국, 태국, 터키, 우크라이나, 베트남

(2) 우리나라 IPTV 시장 전망

Ovum은 우리나라의 IPTV 시장에 대한 전망도 제시하였다. 이에 따르면, 2007년 기준 113만 명이었던 IPTV 가입자가 2012년 348만 명으로 증가함은 물론, IPTV 수익도 2007년 3,175만 달러에서 2012년에는 31,417만 달러에 이를 것으로 전망하였다.

〔그림 3〕 우리나라 IPTV 시장 전망



자료: Ovum(2008)

우리나라는 IPTV에 대한 법제정비 및 지상파 실시간 재전송 등은 선진국에 비해 늦었지만, 선진국과의 격차를 극복하고 조기에 시장 활성화를 달성할 가능성은 충분할 것으로 분석된다. IPTV 시장의 성장이 지연되는 가장 큰 요인으로 평가되는 망고도화의 측면에서 국내 IPTV 사업자들은 전국망 커버리지의 50퍼센트 이상이 이미 실시간 재전송이 가능한 50MHz급 이상으로 구축되어 망투자의 비용이 상대적으로 적기 때문이다. 또한 IPTV 서비스의 잠재적 가입자로 평가되는 초고속인터넷 가입자 수가 2008년 11월 기준 1,548만 명²⁾에 달하는 것은 물론, 대도시를 중심으로 하는 우리나라의 주거구조도 시장발전에 유리할 것으로 전망되는 요인이다(함창용 외, 2008).

3. 결 어

방송과 통신의 융합을 통하여 실시간으로 원하는 콘텐츠에 접속할 수 있는 IPTV 서비스는 분명 성장 잠재력이 높은 서비스이다. 이에 따라 전 세계적으로 IPTV 서비스의 상용화가 속속 진행되고 있으며, Ovum에서 전망했듯이 향후 시장 규모 또한 확대될 것으로 전망된다.

그러나 IPTV 서비스에 대한 긍정적 전망이 현실화되기 위해서는 뛰어넘어야 할 과제도 많이 있다. 무엇보다 현재 결합서비스의 한 모듈로 많이 제공되고 있는 IPTV 서비스가 소비자들의 니즈를 만족시켜 지속적인 활용 서비스로 이어질 수 있어야 한다. 이를 위해서는 양질의 콘텐츠를 제공하는 것과 동시에 다양한 부가서비스를 개발함으로써 소비자를 끌어들이 수 있어야 한다. 또한 기술적으로 안정된 서비스를 제공하는 것 외에도 소비자들이 단순한 시청자에 머물지 않고 능동적인 서비스 주체로 기능할 수 있도록 활용이 쉬운 인터페이스를 제공해야 한다. 뿐만 아니라, 소비자가 받아들일 수 있는 합리적 가격의 범위 안에서 서비스 가격이 형성되어야 한다. 즉, 양질의 콘텐츠, 사용자 위주의 안정된 서비스, 합리적인 가격 등의 기본 요건들이 갖추어져야 한다.

2) 2009. 1. 14에 발표된 “2008년 11월 초고속인터넷가입자 현황” 기준(IT통계포털, <http://itstat.go.kr/>)

참고자료

함창용 · 오성백 ·곽정호 · 나상우 · 천병준(2008), 『IPTV 시장의 국내 · 외 현황 및 시사점』, KISDI 이슈리포트 08-16.

OECD(2007), *IPTV: Market Development and Regulatory Treatment*, 2007. 12. 19.

Ovum(2008), *IPTV Forecast 2007~2012*, 2008. 11. 27.

IT통계포털, “2008년 11월 초고속인터넷가입자 현황”, 2009. 1. 14
(<http://itstat.go.kr/>)

과월호 기사색인

▶ 2008년도

권 호	내 용	
2008.1.16 <통권 431호>	초 점	CDN 서비스의 현황 및 이슈
	동 향	인도 휴대폰 시장 동향 프랑스의 2G 이동통신 대역 3G 적용 동향 독일, 이동전화 접속료 인하 APEC 정보통신장관회의 주요 논의 내용 발전 동향
2008.2.1 <통권 432호>	초 점	WLR 요금설정 이슈 및 EU의 사례 분석
	동 향	NFC폰 시장 전망 및 업체 동향 일본의 Web 2.0 서비스 이용 현황 번들링 전략에서 x-play서비스 전략으로의 이동 일본 총무성의 방송·통신 산업의 설문조사 결과 발표
2008.2.16 <통권 433호>	초 점	차기 전자정부의 법적 과제
	동 향	세계 온라인음악 시장 현황 미 정부, 2009년도 IT 예산안 발표 4G 개발 논의와 모바일 경쟁환경의 변화 이동통신 데이터서비스 요금제 동향 인도의 통신시장 및 규제제도 현황
2008.3.3 <통권 434호>	초 점	산업연관표를 이용한 IT산업구조 및 과급효과 분석
	동 향	모바일 시장에서 소프트웨어 플랫폼의 중요성과 변화방향 차세대 전자정부와 공공부문의 변화 트렌드: "The Connected Republic 2/0" 소개 일본 소프트뱅크의 M&A 사례 분석 미국 MVNO 시장 현황 인터넷 경제의 미래에 관한 OECD 장관회의 주요 논의 동향

권 호	내 용	
2008.3.17 <통권 435호>	초 점	웹 2.0과 정부의 역할 변화
	동 향	통합 커뮤니케이션(UC) 시장의 현황 및 전망 미국의 모바일 이용자 현황 FCC, Liberty Media와 News Corp.간의 지분맞교환, 조건부 승인 미디어융합시대 베텔스만(Bertelsmann AG)의 사업현황 분석
2008.4.1 <통권 436호>	초 점	미국 700MHz 주파수 경매결과 우체국창구 대체수단 검토
	동 향	IPTV와 광고 수익 모델의 결합 비디오 공유사이트 이용 현황 미국 FCC, 주연방합동위원회의 보편적서비스기금체계 개선안 세계 메시징 서비스 시장 전망
2008.4.16 <통권 437호>	초 점	인터넷 데이터센터 현황 및 주요 이슈
	동 향	마이크론-난야의 전략적 제휴 영향 EU의 미래 전자정부 연구 동향 홍콩의 번호사용료 부과 방침
2008.5.1 <통권 438호>	초 점	모바일 인터넷전화 발전추세, 시장동인 및 시사점
	동 향	자동차용 반도체시장 동향 FCC의 '비공식(Informal) 민원 응답의무'에 대한 과징금 추정 사례 아프리카 교육분야의 ICT 정책 현황
2008.5.16 <통권 439호>	초 점	정보화촉진기본법의 개편 과제와 전망
	동 향	데이터통신 MVNO 사업자의 모바일 VoIP 사업 동향 DMA(Digital Media Adapter) 시장 동향 호주의 번호관리제도 동향 호주의 VoIP 시장 현황 제7차 APEC 통신장관회의 개최 성과 및 향후 대응 방안
2008.6.2 <통권 440호>	초 점	중국의 통신시장 및 규제현황
	동 향	소니, 2007년 실적분석 및 전망 Social Networking 서비스에서의 개인정보 문제 일본, "정보통신법"의 주요 골격 초안 마련 Deutsche Telecom의 이윤압착에 대한 유럽법원 판결 APEC TEL의 보편적 서비스 논의 동향
2008.6.16 <통권 441호>	초 점	전기통신회계제도와 회계분리 OECD 정보화사회지표작업반(WPIIS) 의제 분화에 관한 탐색적 조사 연구 미국의 지능형우편 도입 현황 및 시사점
	동 향	웹2.0을 통한 온라인 숙의(deliberation)의 가능성과 현실 영국의 이동통신 네트워크 커버리지 현황 영국의 컨버전스 통신상품 이용현황 일본 경제산업성, "2008년 불공정 무역보고서" 발표: 전기통신 분야를 중심으로 정보통신기술과 환경의 만남: OECD 그린 IT 주요 논의 내용 동향

권 호	내 용	
2008.7.1 <통권 442호>	초 점	그린IT 추진을 위한 규제 및 대응현황
	동 향	일본의 통신시장 현황 2008 미국 대선과정에서의 인터넷 동향 Ofcom, Openreach 도매 서비스의 요금 규제에 관한 자문서 발표 라오스 통신시장 현황
2008.7.16 <통권 443호>	초 점	터치스크린 패널 시장 현황 및 국내업체에 대한 시사점 인터넷상에서의 불매운동과 그 법적 한계
	동 향	아·태 지역의 광대역 이동 통신 시장 현황 아일랜드의 LLU 규제 동향 콜롬비아의 정보통신산업 현황 및 발전 계획
2008.8.1 <통권 444호>	초 점	인터넷광고의 현황과 주요 이슈 위원회 조직으로서 FCC에 관한 고찰
	동 향	국내 게임업계의 M&A 현황과 배경 영국, Ofcom의 이용자 민원처리 및 분쟁조정 절차 개선 뉴질랜드의 통신시장 현황
2008.8.16 <통권 445호>	초 점	지속가능발전을 향한 전자정부 추진방향 OECD 장관회의를 통해 바라본 인터넷 경제의 미래 Mobile 시장에서 SW platform의 분류와 변화 현황·전망
	동 향	일본 통신산업의 경영현황 호주 ACMA의 유무선 컨버전스 서비스 분석 북한의 인터넷 현황과 개방 동향
2008.9.1 <통권 446호>	초 점	일본의 통신시장 및 규제 현황
	동 향	중국 모바일게임 시장의 현황 EU의 삶의 질 개선을 위한 IT 정책 현황 ERG의 지리적 시장분석 접근법 브로드밴드 전송속도의 통계지표 개발의 필요성
2008.9.16 <통권 447호>	초 점	ADR 기구를 이용한 통신 민원처리 제도: 영국 사례 모바일 인터넷전화의 국내외 사업자 동향 및 시사점
	동 향	프랑스의 IPTV 서비스 시장 현황 중국의 공공정보화 동향 EU의 인터넷 전화 규제 동향 2008 미국 무역장벽보고서에 제기된 중국의 방송통신시장 무역장벽

권 호	내 용	
2008.10.1 <통권 448호>	초 점	미국·캐나다·일본 사례로 본 IT 국제기구 정책결정 과정 친환경 우편 프로젝트 추진 현황 및 시사점
	동 향	2008 EIU IT산업경쟁력 평가결과 분석 미국의 클라우드 컴퓨팅 이용 현황 온라인광고 확대에 따른 매체별 광고비의 변화 프랑스 MVNO 시장 및 규제 동향
2008.10.16 <통권 449호>	초 점	국가 간 브로드밴드 보급률 비교에 관한 개괄적 조사연구
	동 향	프랑스의 최근 3G 면허 할당 논의 미국 청소년의 비디오 게임 이용 현황과 사회활동 참여도 국내·외 태양전지 시장 동향 단말기 번들링과 혁신 유인에 대한 실증 사례 유네스코의 문화다양성협약과 관련 사례
2008.11.1 <통권 450호>	초 점	정보통신기술과 환경의 상호 관계: OECD 그린 IT 지수 개발 주요 논의 내용
	동 향	독일 Deutsche Telekom의 IPTV 사업 전략 넷북(Netbook)의 특징 및 향후 전망 글로벌 인터넷 거버넌스 논의 NTT 도코모의 사업실적
2008.11.17 <통권 451호>	초 점	OECD ICT 통계 분류체계 현황 및 국내 ICT 통계체계 개편에 대 한 시사점 국내 u-Health 시범사업 추진현황 및 시사점
	동 향	영국 2008년 2/4분기 디지털TV 보급현황 및 시사점 ICT가 미국 근로자들의 삶에 미치는 영향 분석 BT, 저소득층을 위한 BT Basic 요금제 출시 기후 변화에 대응한 ITU(세계전기통신연합)의 활동
2008.12.1 <통권 452호>	초 점	Ofcom의 유료방송시장 경쟁상황분석과 시사점 컨버전스 서비스 활성화를 위한 품질관리의 중요성
	동 향	미국 주요 이동통신사 2008년 3/4분기 실적 분석 전력선 광대역통신(Broadband over Power Line)에 대한 정책 이 슈 및 미국과 유럽 규제 현황 라틴아메리카 및 아프리카지역의 IXP 도입에 따른 시사점 디지털 기술이 가족관계에 미치는 영향
2008.12.16 <통권 453호>	초 점	IPTV 가치사슬 및 경쟁 전략 분석과 시사점 BcN 유선망 서비스 QoS 기술
	동 향	국내 주요 인터넷업체 '08년 3/4분기 실적 분석 주요국 마이크로웨이브 대역 전파사용료 현황 단말기 및 인터넷 접속 장애와 사용자의 반응 ICT 활용 교육과 사회경제적 발전 논의 미국 성인의 비디오 게임 이용 현황

권 호	내 용	
2009.1.16 <통권 454호>	초 점	초고속인터넷 서비스 소비자보상체계 개선방향 세계 IT 시장 전망 및 시사점
	동 향	미국 오바마 차기정부의 IT투자와 일자리 창출 정책 분석 미국의 초고속인터넷 서비스와 가입자망 고도화 동향 미국의 디지털 방송전환에 대한 최근동향 유럽의 NGA 설비투자 동향 덴마크 MVNO 규제 동향 및 시장영향

KISDI 자료회원제 및 간행물 판매안내

1. KISDI 자료회원제

목적

우리 연구원은 국가사회 정보화정책, 방송·통신 산업정책, 방송·통신 융합정책, 공정경쟁정책, 우정정책 등에 관한 과제를 사회과학적인 시각에서 체계적으로 조사, 연구, 분석함으로써 우리나라를 IT강국으로 성장시키는 데에 기여해 왔습니다. 아울러 우리 연구원은 동 분야에 종사하는 관련기관, 기업체, 학교 및 개인 연구자에게 보다 손쉬운 자료 수집의 기회를 제공하기 위하여 1992년 1월부터 'KISDI 자료회원제'를 실시하고 있습니다. 관심 있는 분들의 많은 참여를 바랍니다.

제공자료 및 연회비

구 분	가입대상	제공자료	연회비
기관회원	기업체, 단체 (연구기관 포함)	○ 방송통신정책(반월간) ○ 연구보고서(연간) ○ KISDI 이슈리포트(부정기) ○ 기타자료(학술대회 안내자료, 참고자료 등)	200,000원
개인회원	일반 (기업체 직원 등)	○ 방송통신정책(반월간) ○ 연구보고서(연간) ○ 기타자료(학술대회안내자료, 참고자료 등)	100,000원
	학계 (교수, 학생 등)	○ 방송통신정책(반월간) ○ 연구보고서(연간) ○ 기타자료(학술대회안내자료, 참고자료 등)	50,000원

* 단, 내부자료 및 배부 제한된 자료는 제외되며, 연구보고서는 발간시점 가입중인 회원에게 제공합니다.

* 발송료는 연구원이 부담합니다.

회원기간

- 회원기간은 연회비 입금일로부터 1년간 유효합니다.

가입절차

- 연구원 홈페이지(<http://www.kisdi.re.kr>)에서 “유료회원”으로 등록
- 무통장입금
계좌번호: 224-22-01348-6 (한국외환은행)
예 금 주: 정보통신정책연구원
- * 송금수수료는 회원 부담입니다.
- * 입금자와 회원명이 다른 경우에는 반드시 연락하여 주시기 바랍니다.

문의처

담당자: 이 은 경

전 화: 570-4388

팩 스: 570-4099

E-mail: eklee@kisdi.re.kr

주 소: 경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

정보통신정책연구원 사무국 정보관리팀

우편번호: 427-710

2. KISDI 간행물 판매

간행물 종류

구 분	정 가	기 타
연구보고서	10,000원	배부제한, 품절분 제외
방송통신정책	2,000원	
기 타	별도책정	

구 입 처

☞ 정부간행물판매센터(총판)

- 우편판매 가능

전 화: 394-0337

팩 스: 394-0339

☞ 교보문고(Tel.397-3628), 서울문고(Tel.6002-6071), 영풍문고(Tel.399-5632), 북스리브로
을지점(Tel.757-8991) 등 주요서점에서 판매

방송통신정책 논문모집 안내

정보통신정책연구원에서는 방송통신 연구의 진작을 위하여 아래와 같이 『방송통신정책』에 게재할 ‘초점’ 논문을 모집하고 있습니다. 관심 있는 분들의 많은 참여를 바랍니다.

【 아 래 】

- 응모 자격: 종사기관이나 신분, 회원(구독) 여부 등의 자격 제한 없이 누구나 투고 가능
- 논문 주제: 방송통신 관련 주요 이슈
- 응모 기한: 수시 접수
- 분량: 200자 원고지 기준 100매 내외
- 논문 작성 요령: 방송통신정책지 원고작성 지침 참고
- 원고료: 소정의 원고료 지급
- 제출 및 문의처
 - (427-710) 경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)
동향분석실 방송통신정책 담당자
 - e-Mail: focus@kisdi.re.kr
 - 팩스: 02-570-4249
- 문의 전화: 02-570-4314
- 기타
 - 제출된 논문은 편집위원회의 심사를 거쳐 게재 여부를 결정합니다.

방송통신정책 원고작성지침

1. 모든 논문은 아래아한글 및 MS Word로 작성한다.
2. 원고는 ① 제목, ② 저자, ③ 요약문, ④ 목차, ⑤ 본문, ⑥ 참고자료의 순으로 작성한다. 또한 저자소개를 위한 저자의 소속기관 및 직책, 이메일 등의 연락처를 표기하여야 한다.
3. 목차 및 본문의 항목 체제는 I → 1 → (1) → 1) → ①의 순서를 원칙으로 한다.
4. 표 및 그림 작성시 해당 페이지의 여백을 고려하여 지나치게 작거나 크지 않게 적절히 조정하고, 표제목·그림제목 및 표번호·그림번호는 반드시 작성한다.
5. 참고자료가 국내·외 여러 다른 언어로 된 자료인 경우 국문은 가나다 순, 영문은 알파벳 순에 따라 배열함을 원칙으로 한다. 작성은 아래의 예시를 원칙으로 한다.

○ 단행본

이재현(2000), 『인터넷과 사이버사회』, 커뮤니케이션북스.

Trigeorgis, L.(ed.). (1995). *Real option in capital investment*. Westport: Praeger.

○ 학술지

성낙일(2004), “이동통신시장 기업결합의 성과분석: SK텔레콤-신세기통신 기업결합 사례”, 《산업조직연구》 12(3), pp.119~165.

Bliss, R. & Panigirtzoglous, N.(2004). “Option-implied risk aversion estimates.” *Journal of Finance* 59, pp.407~446.

○ 신문기사

경상현(2004. 11. 25), “정보통신 규제정책의 새 틀”, 《전자신문》.

《동아일보》, (2002. 1. 27), “프랑스서 외규장각 도서 실사”.

○ 발표물

홍대형(2004), “휴대인터넷 국내 표준화 동향”, 《휴대인터넷 기술 및 서비스 워크숍》, 2004. 3. 30. [서울: 한국과학기술회관].

Cynx, J., Williams, H., & Nottebohm, F.(1992). “Hemispheric differences in avian song discrimination.” *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, pp.1372~1375.

○ Online 문서

Alvarez, Fernando, and Urban J. Jermann.(2002). “Using Asset Prices to Measure the Persistence of the Marginal Utility of Wealth.” Working Paper. Philadelphia: Univ. Pennsylvania, Wharton School.

<http://finance.wharton.upenn.edu/~jermann/research.html>.

◎ 방송통신정책 ◎

발행인 겸 편집인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

Ⓜ427-710 경기도 과천시 용머리2길 38
(주암동 1-1)

전화: (02)570-4114 FAX:(02)579-4695~6

인터넷 홈페이지: <http://www.kisdi.re.kr/>

등록번호 다-835

등록일 1989년 3월 22일

인쇄일 2009년 2월 2일

발행일 2009년 2월 2일

인쇄인 김 인 흥

인쇄처 인성문화

ISSN: 2005-6109

가격: 2,000원



경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)
Tel: 02-570-4114 / Fax: 02-579-4695~6
<http://www.kisdi.re.kr>

